

МОЛОДОЙ

FERDINAND GRAF ZEPPELIN.  
NAVIGABLE BALLOON  
Apparatus filed Dec. 29, 1897

No Model

Envelope

Rigid framework

Gas bags

4 Sheets

ISSN 2072-0297

# УЧЁНЫЙ

ежемесячный научный журнал

Elevator

Engine nacelles

Cabins

Gondola



To all whom it may concern:  
Be it known that I, FERDINAND GRAF ZEPPELIN, general lieutenant, & d. general suite of His Majesty the King of Prussia, at Stuttgart, Germany, have invented certain new and useful Improvements Relating to Navigable Balloons; and I hereby declare the following to be a clear, and exact description of the invention, such as shall enable persons skilled in the art to which it relates to make and use the same.  
This invention is a navigable balloon which is characterized essentially in that it is provided with a number of motors arranged separately from each other. In this manner it is possible to give the balloon a buoyant part of its apparatus, which receives the gas and is provided with a proportion of the weight of the balloon by the means of the air resistance of the air craft with several motors arranged in a manner that the air craft contains the driving apparatus which serve for the reception of the load to be carried.

*Wohntkräfte sollen sich nicht verwickeln, aber gerade nicht zu misstrauen.*

*F. Graf Zeppelin  
Frankfurt am Main 9. März 1914*

9  
2014  
Часть III

ISSN 2072-0297

# Молодой учёный

Ежемесячный научный журнал

№ 9 (68) / 2014

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

**Главный редактор:** Ахметова Галия Дуфаровна, *доктор филологических наук*

**Члены редакционной коллегии:**

Ахметова Мария Николаевна, *доктор педагогических наук*

Иванова Юлия Валентиновна, *доктор философских наук*

Лактионов Константин Станиславович, *доктор биологических наук*

Сараева Надежда Михайловна, *доктор психологических наук*

Авдеюк Оксана Алексеевна, *кандидат технических наук*

Алиева Тарана Ибрагим кызы, *кандидат химических наук*

Ахметова Валерия Валерьевна, *кандидат медицинских наук*

Брезгин Вячеслав Сергеевич, *кандидат экономических наук*

Данилов Олег Евгеньевич, *кандидат педагогических наук*

Дёмин Александр Викторович, *кандидат биологических наук*

Дядюн Кристина Владимировна, *кандидат юридических наук*

Желнова Кристина Владимировна, *кандидат экономических наук*

Жуйкова Тамара Павловна, *кандидат педагогических наук*

Игнатова Мария Александровна, *кандидат искусствоведения*

Коварда Владимир Васильевич, *кандидат физико-математических наук*

Комогорцев Максим Геннадьевич, *кандидат технических наук*

Котляров Алексей Васильевич, *кандидат геолого-минералогических наук*

Кучерявенко Светлана Алексеевна, *кандидат экономических наук*

Лескова Екатерина Викторовна, *кандидат физико-математических наук*

Макеева Ирина Александровна, *кандидат педагогических наук*

Мусаева Ума Алиевна, *кандидат технических наук*

Насимов Мурат Орленбаевич, *кандидат политических наук*

Прончев Геннадий Борисович, *кандидат физико-математических наук*

Семахин Андрей Михайлович, *кандидат технических наук*

Сенюшкин Николай Сергеевич, *кандидат технических наук*

Ткаченко Ирина Георгиевна, *кандидат филологических наук*

Яхина Асия Сергеевна, *кандидат технических наук*

*На обложке изображен Фердинанд Адольф Хайнрих Август, граф фон Цеппелин (1838–1917) — немецкий изобретатель и военный деятель, пионер дирижаблей жёсткой системы.*

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

**АДРЕС РЕДАКЦИИ:**

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

**Учредитель и издатель:** ООО «Издательство Молодой ученый»

Тираж 1000 экз.

Отпечатано в типографии «Конверс», г. Казань, ул. Сары Садыковой, д. 61



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

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

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

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

**Ответственные редакторы:**

Кайнова Галина Анатольевна

Осянина Екатерина Игоревна

**Международный редакционный совет:**

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

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

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

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

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

Гайич Тамара, *доктор экономических наук (Сербия)*

Данатаров Агахан, *кандидат технических наук (Туркменистан)*

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Хоссейни Амир, *доктор филологических наук (Иран)*

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

**Художник:** Евгений Шишков

**Верстка:** Павел Бурьянов

## СОДЕРЖАНИЕ

### ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

#### **Аршинов И. В., Птичкина Ю. С.**

Правоприменительная практика патентной системы налогообложения ..... 249

#### **Атом Я. Я., Ризатдинова А. Р.**

Влияние дифференциации продукта на конкурентоспособность компании..... 251

#### **Байтукова Е. В., Бушмелева Г. В., Грахов В. П.**

Состояние и проблемы отрасли строительных металлических конструкций в современной России..... 253

#### **Батырбай Г. И.**

Расчет ожидаемых убытков и создание провизии согласно Базель II..... 256

#### **Белых Д. В.**

Проблемы, связанные с бесплатным предоставлением земельных участков в собственность граждан в муниципальных образованиях Иркутской области..... 259

#### **Галимов И. А., Ардеева Л. Н.**

Актуальность антикризисного управления для России ..... 261

#### **Галимов И. А., Шарафутдинова Д. Ф.**

Источники кризиса и сущность антикризисного управления ..... 264

#### **Горшков Е. А., Подгорнов А. А., Панько Ю. В., Аникин А. А.**

Подходы к оптимизации функционирования отделения ОАО «МегаФон-Поволжье» в г. Балаково на основе имитационной модели.... 266

#### **Громова А. И.**

Внедрение принципов «зеленой» экономики ТНК, на примере Apple Inc..... 272

#### **Златарева Н. Д., Чернова В. А.**

The Resource-competency approach to the external environment analysis of the trade organisation..... 274

#### **Зяблов А. А., Васюков Р. В.**

Повышение экономической эффективности деятельности образовательного учреждения..... 277

#### **Ишбулатова И. А.**

Проблемы государственной поддержки бизнеса ..... 280

#### **Кимолаева А. К.**

Концептуальные основы анализа общего равновесия в открытой экономике ..... 281

#### **Кожуров Н. А.**

Проблемы управления персоналом (на примере ФГБОУ ВПО МГУПП) ..... 284

#### **Косикова Ю. А., Савушкина М. Б.**

Анализ рынка прямого маркетинга ..... 286

#### **Кучеров А. В., Колмыкова Е. С.**

Аудит бухгалтерской отчетности ..... 289

#### **Легачёва А. А.**

Управленческая коммуникация в документообороте организации..... 291

#### **Мазикова Е. В., Исхакова К. Ф.**

Банковский сектор Российской Федерации: тенденция консолидации ..... 293

#### **Маковчук И. В., Турганова А. Т.**

Трансфертное ценообразование на примере ОАО «ММЗ» ..... 295

#### **Марченко В. Н., Нияскина А. В., Шилова В. Р.**

Спонсорство на Олимпийских играх как основной источник финансирования и эффективный инструмент развития бизнеса компаний-партнеров ..... 297

<b>Насунова Л. А.</b> Финансовое планирование коммерческих предприятий ..... 300	<b>Фабрика Е. В.</b> Модель расчета начальной (максимальной) цены контракта на дорожные работы..... 321
<b>Ноттосова Т. Д.</b> Модернизация экономики как главный фактор экономического роста России ..... 301	<b>Федоров В. А.</b> Нужен ли единой системе городского пассажирского транспорта «Организатор перевозок»? ..... 324
<b>Подольная С. И.</b> Особенности организации и анализа процесса товародвижения в рамках подразделений крупных торговых сетей ..... 304	<b>Чуприянов М. В., Субботина В. В.</b> Курс на сокращение числа вузов в современной России: шаг к справедливости или к эффективности? ..... 333
<b>Репин А. В.</b> Информационная безопасность денежных переводов ..... 307	<b>Шоев А. Х., Халимжанов Д. Э., Обидов Р. А.</b> Генезис международной миграции капитала в мировой экономике ..... 335
<b>Свешникова О. Н., Кондрашина М. И.</b> Проблемы выбора системы управления запасами в производстве железобетонных конструкций ..... 312	<b>Якимова З. В.</b> Добровольная сертификация профессиональных квалификаций как элемент индивидуального плана подготовки участников кадрового резерва ..... 338
<b>Свешникова О. Н., Начаркин В. В.</b> Современный статус бухгалтера ..... 316	<b>Яловега Л. В.</b> Интеграционные формирования как элемент повышения конкурентоспособности сырзаводов Украины..... 343
<b>Фабрика Е. В.</b> Особенности государственного строительного заказа в рамках Федерального закона №44-ФЗ ..... 319	



## ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

### Правоприменительная практика патентной системы налогообложения

Аршинов Игорь Владимирович, доцент;

Птичкина Юлия Станиславовна, студент,

Мордовский государственный университет имени Н. П. Огарёва (г. Саранск)

*В статье исследуются общие положения патентной системы налогообложения, применяемой индивидуальными предпринимателями, а также новые введения и положения, вступившие в силу с 2014 года.*

**Ключевые слова:** патентная система налогообложения, ставка налога, порядок применения патентной системы налогообложения.

На современном этапе развития малый бизнес в России призван не только стать элементом структурной перестройки экономики с учетом особенностей развития регионов, но и повысить доходы местных бюджетов. Основным финансовым инструментом, регулирующим взаимоотношения малого бизнеса с государством, остается налогообложение. В условиях рынка налогообложение решает двуединую задачу — обеспечить государство финансовыми ресурсами, необходимыми для решения важнейших экономических и социальных задач и одновременно способствовать наращиванию производства товаров и услуг, росту занятости населения, в том числе на основе развития малого бизнеса.

Установление специальных налоговых режимов в отношении субъектов малого и среднего бизнеса продиктовано необходимостью учета при налогообложении направления и объема их деятельности.

Специальные налоговые режимы получили распространение и в ряде стран ближнего зарубежья, таких как Азербайджан, Армения, Беларусь, Таджикистан, Казахстан, Украина и др.

Одним из специальных режимов налогообложения является патентный (далее — ПСН). Ему посвящена глава 26.5 «Патентная система налогообложения» Налогового Кодекса РФ (далее — НК РФ). Ставка налога при патентной системе составляет 6%. Применять ПСН могут только индивидуальные предприниматели при условии выполнения следующих критериев:

- средняя численность наемных работников, привлекаемых индивидуальным предпринимателем по всем видам осуществляемой деятельности, не должна превышать 15 человек;

- объем годовой выручки, полученной от деятель-

ности в рамках ПСН и упрощенной системы налогообложения не должен превышать 60 млн. руб.

Для предприятий розничной торговли и общественного питания установлен дополнительное ограничение: площадь торгового места или зала обслуживания посетителей общественного питания не должна превышать 50 квадратных метров.

Переход на патентную систему налогообложения или возврат к иным режимам осуществляется в добровольном порядке. Следует отметить, что применять ПСН можно одновременно с другими видами налоговых режимов. Единственным условием является обособленный налоговый учет по видам экономической деятельности индивидуальных предпринимателей.

Налоговым периодом является срок, с начала действия патента либо календарный год. Предприниматель обязан применять данный спецрежим в течение срока, на который выдан патент. Досрочно отказаться от патентной системы нельзя. Отмена действия ПСН возможна только при потере права на ее применение. Происходит это, когда доходы по всем видам «патентной» деятельности с начала календарного года превысили 60 млн. рублей. Если ИП, одновременно применяет патентную и упрощенную системы налогообложения, то лимит распространяется на суммарную величину доходов по обеим системам.

Предусмотрены и другие причины для утраты права на патентную систему: количество наемных работников превысило 15 человек или ИП не заплатил вовремя «патентный» налог.

В случае утраты права на патентную систему, а также при прекращении «патентной» деятельности, ИП обязан в течение 10 календарных дней заявить об этом в инспекцию. За весь период, в котором право на патентную систему было потеряно, придется заплатить налоги

по общей системе. В этих случаях переход является обязательным и не зависит от желания налогоплательщика.

После потери индивидуальный предприниматель сможет получить новый патент, но не ранее, чем в следующем календарном году.

Патентная система налогообложения была введена в действие с 01.01.2013 года федеральным законом от 25 июня 2012 г. N 94-ФЗ. С начала 2014 года вступил в силу Федеральный закон N 334-ФЗ «О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации и статью 5 Закона Российской Федерации «О налогах на имущество физических лиц». Остановимся подробнее на изменениях и дополнениях касающихся ПСН.

Патентная система налогообложения в 2014 году предусматривает освобождение ИП от уплаты ряда налогов.

Правила применения патентной системы закреплены в главе 26.5 Налогового кодекса, причем положения данной главы едины для всех субъектов РФ. Это означает, что региональные власти могут утвердить, либо не утвердить действие патентной системы, но в любом случае они не вправе отступать от требований главы 26.5 НК РФ. При этом глава 26.5 НК РФ «Патентная система налогообложения» допускает существование региональных особенностей рассматриваемого спецрежима в рамках общих правил.

Так, в НК РФ приведен перечень видов деятельности, подпадающих под патентную систему, а власти региона по своему усмотрению смогут добавить в него какие-либо бытовые услуги в соответствии с ОКУН. К списку видов деятельности, которым предоставляется возможность получить патент в 2014 году добавлены такие, как розничная торговля с площадью торговых помещений до 50 ква-

дратных метров; розничная торговля, в которой нет торговых залов; услуги питания для граждан, оказываемые в помещении с площадью зала обслуживания не более 50 квадратных метров. [1]

Патентная система налогообложения в 2014 году предоставляет возможность субъектам РФ самостоятельно устанавливать список услуг, относящихся к бытовым, в которых возможно применять патентный режим налогообложения.

Из всего вышеизложенного можно сделать выводы о том, что:

— минимальный размер потенциально возможного к получению предпринимателем годового дохода по видам предпринимательской деятельности, в отношении которых применяется ПСН, не может быть меньше 106,7 тыс. руб.;

— максимальный размер потенциально возможного к получению предпринимателем годового дохода по видам предпринимательской деятельности, в отношении которых применяется ПСН, не может быть больше 1,067 млн. руб.;

— физическое лицо вправе вместе с документами, представляемыми для регистрации в качестве индивидуального предпринимателя, подать в налоговую инспекцию по месту жительства заявление о получении патента и применять ПСН со дня государственной регистрации в качестве предпринимателя;

— заявление об утрате права на применение ПСН и о переходе на общий режим налогообложения предприниматель может подать в любую инспекцию, в которой он состоит на учете в качестве налогоплательщика, применяющего этот спецрежим.

#### Литература:

1. Федеральный закон «О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации и статью 5 Закона Российской Федерации «О налогах на имущество физических лиц» от 02.12.2013 N 334-ФЗ [Электронный ресурс] — Режим доступа [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_155124/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_155124/) — Загл. с экрана.
2. Девятаева, Н. В. Малое предпринимательство: проблемы развития и выбор налогового режима [Текст] / Н. В. Девятаева, И. Г. Ельмеева // Молодой ученый. — 2013. — № 5. — с. 288–292.
3. Девятаева, Н. В. Патентная система налогообложения и возможности ее применения в субъектах Приволжского федерального округа [Текст] / Н. В. Девятаева, Ю. С. Птичкина // Молодой ученый. — 2013. — № 6. — с. 314–317.
4. Пальчикова, Е. Уточнен порядок применения индивидуальными предпринимателями патентной системы налогообложения [Электронный ресурс] — Режим доступа <http://taxpravo.ru/analitika/statya> — 342155/ — Загл. с экрана.
5. Патент-ПСН: Патентная система налогообложения [Электронный ресурс] — Режим доступа <http://www.assessor.ru/forum/index.php?t=1971> — Загл. с экрана.



## Влияние дифференциации продукта на конкурентоспособность компании

Атом Ясмина Ясир, студент;  
Ризатдинова Алина Ринатовна, студент  
Казанский (Приволжский) федеральный университет

Конкуренция на рынке ужесточается все сильнее с каждым днем. Сегодня предприятию уже недостаточно следовать стандартным правилам ведения бизнеса. Залогом успеха является — удачная конкурентная политика.

М. Портер выделил три типа конкурентных стратегий:

- ценовое лидерство — привлечение потребителей за счет минимальной цены на рынке;
- фокусировка — ориентация компании на узкий сегмент потребителей по какому-либо признаку.
- дифференциация — привлечение потребителей за счет максимизации отличий продукта компании от продуктов конкурентов.

Однако дифференциация продукта — наиболее оптимальный тип конкурентной политики, поскольку он несет больше выгод не только в краткосрочном, но и в долгосрочном периоде.

Дифференциация предполагает достижение конкурентного преимущества путем создания продуктов или услуг, которые воспринимаются потребителями как уникальные. При этом компании могут назначать премиальную цену. Стратегия реализуется, когда потребительские запросы и предпочтения невозможно удовлетворить стандартными товарами либо прежним составом продавцов.

Однако не все компании осознают важность дифференциации продукции как одного из ключевых факторов, влияющих на успешное функционирование организаций в современной России, что является серьезной проблемой.

Основания дифференциации продукта могут быть реальными или воображаемыми, лишь бы они имели какое-нибудь значение для покупателя и проводили бы в результате к тому, что они отдавали бы предпочтение одной разновидности продукта по сравнению с другой.

Там, где существует такого рода дифференциация, хотя бы и незначительная, покупатели будут группировать попарно с продавцами не по воле случая и не беспорядочно, а в соответствии с выбором, основанным на предпочтении. При этом дифференциация продукта может принимать ряд различных форм.

Дифференциация продукта — достаточно обширное понятие: существует множество различных путей создания уникальных продуктов или услуг.

Выделяют следующие типы дифференциации:

### 1. Дифференциация по качеству продукта (продуктовая дифференциация).

Продукты могут различаться по своим физическим, или качественным, параметрам. «Реальные» различия,

включающие функциональные особенности, материалы, дизайн и качество работы, являются крайне важными сторонами дифференциации продукта.

### 2. Дифференциация продукта по обслуживанию (сервисная дифференциация).

Услуги и условия, связанные с продажей продукта: ходимость и услужливость работников магазина, репутация фирмы по обслуживанию покупателей или обмену ее продуктов, наличие кредита и т. д.

### 3. Дифференциация продукта по размещению.

Продукты могут также быть, дифференцированы на основе удобного размещения и доступности.

### 4. Дифференциация имиджа (брендинг)

Мнимые различия, созданные посредством рекламы, упаковки и использования торговых знаков и торговых марок.

Так действительно ли дифференциация продукта влияет на конкурентоспособность компании? Данную взаимосвязь мы рассмотрим на примере деятельности завода по производству минеральных вод.

В качестве предмета анализа была выбрана компания «Агропак-Татарстан» (г. Лениногорск). Свою деятельность компания начала в 90-х годах, основной упор которой был направлен на предоставлении вкусной, качественной и экологически безопасной воды жителям города.

В то время на рынке города подобных фирм не было, поэтому «Агропак-Татарстан» являлся своего рода монополистом в Лениногорске. Однако номенклатура продукции была вовсе не широка, ограничиваясь минеральной водой «Письмянская» 1,5л.

Так фирма просуществовала год, реализуя сбыт продукции через собственный магазин, построенный рядом с заводом на окраине города. Однако вскоре компания начала работать в убыток, т.к. не могла соперничать с фирмами-конкурентами из других городов, производящими минеральную воду и поставляющими свою продукцию в центральные супермаркеты города Лениногорск.

Дирекции завода пришлось признать, что конкурентная политика фирмы неэффективна, и принять решение о необходимости дифференциации продукта.

Дифференциация продукта происходила по каждому из 4х направлений:

#### 1. Продуктовая дифференциация.

На заводе стали выпускаться новые виды продукции:

- Квас
- Сокодержавшие напитки с витаминными элементами (апельсиновый, морковный, грушевый)

- Газированная и негазированная вода «SHIFA»
- Газированная вода «SHIFA» с содержанием лимонного сока
- Отдельная линия питьевой воды для спортсменов со специальной формой, удобной для использования во время бега.

Также компания разнообразила ассортимент за счет различных объемов бутылей: питьевая вода «SHIFA» стала выпускаться в объемах 0,5 л.; 1 л.; 8 л.; 19 л.

Таким образом фирма расширила круг клиентов: сокодержательные напитки стали популярны среди детей, квас — среди старшего поколения, питьевую воду объемом 8 литров стали покупать домой семьи, а объемом 19 литров — компании в офисы для своих сотрудников.

## 2. Сервисная дифференциация или дифференциация по обслуживанию

Помимо расширения номенклатуры продукции, в компании «Агропак-Татарстан» было решено повысить качество обслуживания:

- новая услуга по доставке продукции на дом
- услуга по доставке продукции в офис
- акция: сдай тару от воды объемом 8 л. и 19 л. и получи следующую бутылку с 30%-ной скидкой
- услуга по установке кулеров (устройство для нагревания и охлаждения воды из бутылки)

Таким образом компания «Агропак-Татарстан» вызвала доверие со стороны покупателей, проявив к ним заботу. Эти новшества по обслуживанию клиентов в то время стали своего рода уникальными в данном рыночном сегменте.

## 3. Дифференциация продукта по размещению

Одна из главных причин неэффективной конкурентной политики компании «Агропак-Татарстан» было неудачное расположение точки сбыта продукции. Сам завод находится на окраине города, как собственно и магазин, через который фирма продавала свои напитки. Однако этот магазин пользуется спросом только у горожан, живущих по соседству. Фирма решила и эту проблему, заключив договора с различными магазинами и супермаркетами, располагающимися в центре города. Так продукция завода «Агропак-Татарстан» вскоре появилась почти во всех продуктовых точках нашего города.

### Литература:

1. Чернов, М. В., Экономический закон дифференциации товаров: причины, характер и формы проявления. Эффекты дифференциации товаров/М. Чернов // РИСК: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. — 2012. — №02. — с. 131–134.
2. Чернов, М. В., Дифференциация товаров: политэкономический взгляд // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). 2012. — №9 (17). URL: <http://sisp.nkras.ru/e-ru/issues/2012/9/chernov.pdf> (дата обращения: 23.10.2012).
3. Чернов, М. В., Политэкономический взгляд на основы дифференциации товаров // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). 2012. — № 11 (19). URL: <http://sisp.nkras.ru/e-ru/issues/2012/11/chernov.pdf> (дата обращения: 4.12.2012).

## 4. Дифференциация имиджа

Ранее компания «Агропак-Татарстан» не была столь известна среди жителей Лениногорска. Компания решала эту проблему следующим образом:

- создание дорогостоящей и эффектной рекламы
- показ этой рекламы на многих каналах телевидения
- запуск рекламы в радио-эфир
- показ рекламы в различных супермаркетах
- создание брэнда питьевой воды «SHIFA»: само название переводится как «лечение, исцеление»
- пропаганда здорового образа жизни (линия питьевой воды для спортсменов и лимонады с содержанием соков, а не вредоносных консервантов)
- спонсирование спортивных соревнований
- контракт о поставке питьевой воды в школы города Лениногорск

После такого комплекса действий популярность и известность фирмы взлетели вмиг. Компания «Агропак-Татарстан» стала абсолютным лидером в данном рыночном сегменте по производству питьевых напитков в городе Лениногорск, оставив далеко позади всех конкурентов. Жители города стали отдавать предпочтение только продукции данного завода, относясь с полным доверием к производителю и признав высокое качество и широкий ассортимент продукции, а также невероятный уровень обслуживания клиентов. Позднее филиалы компании «Агропак-Татарстан» были открыты в таких городах, как Альметьевск, Новошешминск, Казань. Продукция ООО «Агропак-Татарстан» по достоинству была оценена не только жителями РТ, но и стала лауреатом конкурса «Лучшие товары Татарстана», который проходил летом 2011 года в Казани, и будет представлять республику на всероссийском конкурсе «100 лучших товаров России».

Таким образом, мы пришли к выводу, что дифференциация продукта — необходимый шаг к повышению конкурентоспособности компании. Это залог роста эффективности и долгосрочных перспектив фирмы.

Однако дифференциация обычно связана с ростом издержек, поэтому успешна, если обеспечивает рост доходов от продаж. Но при допущении ошибок в стратегиях дифференцирования продукции, она может оказаться неудачной.

## Состояние и проблемы отрасли строительных металлических конструкций в современной России

Байтукова Елена Владимировна, магистрант;  
 Бушмелева Галина Владимировна, кандидат экономических наук, профессор;  
 Грахов Валерий Павлович, доктор экономических наук, профессор  
 Ижевский государственный технический университет имени М. Т. Калашникова (Республика Удмуртия)

Рынок металлоконструкций прочно связан со сферой строительства поскольку все чаще при возведении сооружений (общественных зданий, торговых центров, складов, выставочных павильонов, ангаров) отдается предпочтение металлическому каркасу. В условиях развивающейся архитектурной мысли, освоения новых форм и поиска новых эстетических решений комбинаты железобетонных конструкций не в силах соответствовать современным запросам строителей по форме конструкций, в то время как, применяя конструкции из металла, архитектор может позволить себе полет мысли, воплотить свои самые смелые идеи.

Однако основным потребителем металлоконструкций в России по-прежнему остается промышленное строительство, в то время как в США, к примеру, широко развито использование металлоконструкций в жилищном и гражданском строительстве [2]. Еще в 1979г Ганичев И.А. отмечал крупномасштабное строительство многоквартирных жилых домов в США на 20–30 этажей, многоэтажных бизнес-центров, административных зданий, гостиниц с применением металлического каркаса (башни-близнецы «Мерине-сити» в Чикаго высотой 160м, запроектированные архитектором Бернардом Гольбергом, 100-этажное административно-жилое здание «Джон Хенкок», построенное в 1965–1970гг, 110-этажный не-

боскреб «Тауэр Сиэре» в Чикаго и тд). В настоящее время урбанизация в США идет еще более ускоренными темпами, этажность зданий возрастает, а следовательно все большее применение находят металлоконструкции. И это вполне обоснованно, т. к. данный вид строительного материала обладает уникальными свойствами: прочностными, эксплуатационными, объемно-массовыми. В отличие от железобетонных, металлические конструкции внезапно не разрушаются. Это необходимо как для сейсмических районов, так и для горячих точек. А по скорости монтажа металлоконструкциям равных нет, т.е. оборот инвестиций происходит быстрее. У предприятий, работающих в металлостроительной индустрии, всегда есть уверенность в необходимости их продукции. Какая бы цена на нее ни была — без нее не обойтись. Этим и обуславливается актуальность исследования рынка строительных металлических конструкций.

Оценить объемы производства стали в разных странах мира помогут данные ФСГС (см. табл. 1) [6].

Из данных статистики видно, что Россия занимает устойчивую позицию по производству стали в мире, однако внутренний спрос на продукцию остается сжатым. Бушмелева Г.В., анализируя динамику факторов, ограничивающих деловую активность промышленных предприятий в России, связывает это с недостаточной конкурентоспо-

Таблица 1. Объем производства стали в странах мира

Страна	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Россия	59,2	66,3	70,8	72,4	68,7	59,4	66,8
Беларусь	1,6	2,1	2,3	2,4	2,7	2,4	2,7
Болгария	2,0	1,9	2,1	1,9	1,3	0,7	0,7
Венгрия	1,9	2,0	2,1	2,2	2,1	1,4	1,7
Германия	46,4	44,5	47,2	48,6	45,8	32,7	43,8
Индия	26,9	45,8	49,5	53,5	57,8	63,5	68,3
Италия	26,8	29,4	31,6	31,6	30,6	19,8	25,8
Казахстан	4,8	4,5	4,2	4,8	4,4	4,2	4,3
Канада	16,6	15,3	15,5	15,6	14,8	9,3	13,0
Китай	129	353	419	489	500	574	627
Польша	10,5	8,3	10,0	10,6	9,7	7,1	8,0
Соединенное Королевство	15,2	13,2	13,9	14,3	13,5	10,1	9,7
США	102	94,9	98,6	98,1	91,4	58,2	80,5
Узбекистан	0,4	0,6	0,6	0,7	0,7	0,7	0,7
Украина	31,8	39,3	41,6	43,6	38,1	30,3	33,3
Франция	21,0	19,5	19,9	19,3	17,9	12,8	15,4
Япония	106	112	116	120	119	87,5	110

способностью российской продукции, с нарастающей конкуренцией с зарубежными производителями, а также с отсутствием надлежащего оборудования [1].

Иностранные инвестиции в российское металлургическое производство и производство готовых металлических изделий в 2012 году составило 45952 млн. руб., что приблизительно на 1 млрд. руб. больше, чем в 2011 году [6]. Тенденция к повышению инвестиций в российский рынок металлостроения вызван высокими показателями в производстве важнейших видов промышленной продукции (нефть — 505 млн. тонн, природный газ — 651 млрд. м<sup>3</sup> за 2010 год) и необходимостью обустройства новых месторождений, перерабатывающих заводов и трубопроводных магистралей. Актуальные вопросы инвестиционной привлекательности регионов Российской Федерации (на примере Удмуртской республики) рассмотрены в монографии В. П. Грахова, Н. М. Якушева, С. В. Семеновой «Информационно-инвестиционное обеспечение градостроительной деятельности» [3].

В России к 2011 году количество действующих организаций в сфере металлургического производства и производства готовых металлических изделий составило 25776. В отношении к предыдущим годам (23647 организаций в 2009 году и 18455 в 2007 году) их число неуклонно растет. Этот факт указывает на прибыльность данного сектора экономики, а также на возрастающий спрос на рынке [4].

В 2007–2008 гг производство металлоконструкций в России увеличилось на 24,8%: с 3,3 до 4,1 млн т. В 2009 г наблюдался спад производства металлоконструкций на 8,2% относительно предыдущего года, который продолжился в 2010 г и составил 3,5 млн т. В 2011 г производство металлоконструкций выросло до 4,4 млн т. Лидерами по производству металлоконструкций в России на региональном уровне в 2011 г были: Тюменская, Новосибир-

ская и Московская области. Общая доля производства этих регионов в 2011 г составила 45% — 1,97 млн т [7].

По прогнозам BusinesStat, в 2012–2016 гг цена экспорта металлоконструкций будет стабильно расти в среднем на 6,3% в год и к 2016 г составит 4,4 тыс долл за т [5].

Общая численность занятых в отрасли — не менее 1 млн. человек.

Относительный показатель, характеризующий изменение масштабов производства в сравниваемых периодах — индекс производства — к 2012 году возрастает после сильного падения в 2011 году и составляет 104,5 (см. рис. 1) [6].

График отражает динамику изменения индекса металлургического производства и производства готовых металлических изделий за 2000–2012 гг. Из графика видно, что за последние 12 лет индекс производства в среднем составлял 104,6. К концу 2012 года индекс равен 104,5, что не свидетельствует об активном росте данного сектора экономики, равно как и не указывает на его спад.

На сегодняшний день предприятия данной индустрии производят весь комплекс работ, а именно проектирование, производство и монтаж строительных металлоконструкций. В Российской Федерации производятся все основные виды строительных металлоконструкций и строительных материалов (антенно-мачтовые и башенные конструкции, опоры линий электропередач, телевизионные башни, мостовые металлоконструкции, путепроводы, эстакады, многоэтажные здания производственного, административного, культурно-бытового, медицинского и др. назначения, арочные здания, машинные залы, котельные отделения, склады топлива, перегрузки и подачи топлива и другие сооружения теплоэнергетики, спортивные сооружения с купольным, мембранным и висячим покрытием, крытые рынки из легких металлических



Рис. 1. График изменения индекса производства готовых металлических конструкций за 2000–2012 г.



конструкций и торговые павильоны, сборно-разборные мобильные здания из блок-контейнеров для бытовых помещений и жилья (в том числе, для районов Крайнего Севера), опорные конструкции глубоководных оснований из труб для морских стационарных платформ бурения нефти, металлоконструкции горного шахтного оборудования. резервуары для хранения топлива, жидкостей и газов (в т. ч. — агрессивных), профилированный настил, панели типа «Сэндвич», металлочерепица и т. д.)

Качество, технико-экономические и эксплуатационные характеристики российской продукции во многих случаях превосходят аналогичные западные образцы. При этом научно-технический прогресс в отечественной металлостроительной индустрии основывается не только на зарубежных научно-технических разработках и закупках импортного технологического оборудования, но и в значительной мере на собственных проектно-технических решениях.

Многие российские предприятия (ЦНИИПСК им. Мельникова, ООО «Венталл», Группа предприятий «Стальные конструкции», ОАО «Завод металлоконструкций» (г. Санкт-Петербург), предприятия и организации, входящие к ОАО «Концерн «Стальконструкция» и др.) сертифицированы по международным стандартам качества серии ISO 9000.

Среди заказчиков и потребителей металлоконструкций — министерства и ведомства страны (МЧС России, МПС России, Госстрой России, Госстандарт России и др.), органы государственной власти субъектов Российской Федерации, крупные предприятия и организации страны (ОАО «Мосэнерго», ОАО «Газпром», ОАО «Вымпелком» и т. д.), иностранные компании. Основными поставщиками металла для российских предприятий металлостроительной индустрии являются ОАО «Магнитогорский металлургический комбинат», ОАО «Новолипецкий металлургический комбинат», ОАО «Северсталь» (г. Череповец), металлургические комбинаты стран СНГ.

Из вышесказанного видно, что в нашей стране сформировалась и в целом успешно функционирует отрасль народного хозяйства, охватывающая проектирование, изготовление, монтаж и эксплуатацию строительных металлических конструкций — металлостроительная индустрия Российской Федерации.

Наряду с несомненными позитивными результатами, достигнутыми в российской металлостроительной индустрии, можно выделить проблемы, сдерживающие ее дальнейшее эффективное функционирование и развитие:

— отсутствие целостной государственной политики в области металлостроительной индустрии. В России на сегодняшний день не сформирована система законодательных, нормативно-технических, организационных и других концептуальных и программно-плановых документов, определяющих перспективы развития металлостроительной индустрии и взаимосвязанных между собой по целям, задачам, финансовым ресурсам, времени и механизмам реализации;

— утрата координации работ в научно-технической и производственной областях индустрии. Среди органов исполнительной власти страны нет министерства (ведомства), в полной мере занимающегося вопросами развития отечественного металлостроения;

— низкий технический уровень многих российских предприятий, его несоответствие современным требованиям. В 2011 году Россия по-прежнему находится в десятке стран-мировых «лидеров» по уровню износа основных производственных фондов (ОПФ). Этот показатель, по данным международных экономических организаций, оценивается, как минимум в 50%. В то же время, по группе БРИКС уровень износа ОПФ не превышает 35%. Российские федеральные ведомства оценивают данный показатель по России в 45–65%, а исследовательские центры РФ — минимум в 60–65% [8];

— необходимость совершенствования системы подготовки и переподготовки кадров, обобщения и распространения передового опыта. В индустрии металлостроения ощущается острый дефицит специалистов, подготовленных с учетом новейших требований к строительству (как инженерных специальностей: проектировщиков, конструкторов, так и рабочих специальностей).

— несоответствие нормативной документации в области проектирования, производства, монтажа и эксплуатации строительных металлических конструкций требованиям практики и действующему законодательству в сфере технического регулирования. Многие действующие на сегодняшний день ГОСТы требуют значительной доработки, а в ряде случаев — коренной переработки с учетом достижений отечественного и зарубежного металлостроения, появления новых видов конструкционных металлов, защитно-декоративных покрытий, новых технологий и т. д.

— значительное снижение требований к лицензированию, контролю и надзору за качеством выполнения проектных, производственных и строительно-монтажных работ. На рынке строительных услуг прослеживается тенденция количественного роста структур, занимающихся проектированием и монтажом крупных, технически сложных объектов, не имея для этого ни достаточного опыта практической деятельности, ни квалифицированных кадров, ни необходимой проектно-конструкторской и производственно-технологической базы. В результате дискредитируется сама идея использования металла в строительстве как перспективного вида строительных материалов.

— отсутствие отработанных схем взаимодействия органов государственной власти, отраслевых некоммерческих организаций и предприятий (в том числе по вопросу реализации положений Федерального Закона «О техническом регулировании»).

Таким образом, наряду с поставленными проблемами, можно утверждать, что отрасль строительных металлических конструкций в современной России имеет необходимые ресурсы и большой потенциал для дальнейшего развития.

Литература:

1. Бушмелева, Г. В. Адаптивное управление промышленным предприятием в конкурентной экономике: Монография. — Екатеринбург: Изд-во Института экономики УрО РАН, 2008. — 235 с.
2. Ганичев, И. А. Строительство в США. — М: Стройиздат, 1979. — 333 с.
3. Грахов, В. П., Якушев Н. М., Семенова С. В. Информационно-инвестиционное обеспечение градостроительной деятельности: Монография. — Ижевск: Изд-во ИжГТУ, 2013—232 с.: ил. + вкл. 4 с. — (Монографии ИжГТУ).
4. Промышленность России. Статистический сборник 2012: Стат. сб./Росстат — М.
5. Анализ рынка металлоконструкций в России в 2007—2011 гг, прогноз на 2012—2016 гг, аналитический журнал BusinesStat, 2011 г.
6. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения 27.02.2014).
7. Маркетинговое агентство ABARUS MR [Электронный ресурс]/Рыночные исследования. — URL: <http://www.abarus.ru/search/> (дата обращения 27.02.2014).
8. Уровень износа основных фондов в России [Электронный ресурс]/Российская Газета, Опубликовано в РГ (Экономика) N5519 от 5 июля 2011 г. — URL: <http://www.rg.ru/2011/07/05/iznos.html> (дата обращения 27.02.2014).

## Расчет ожидаемых убытков и создание провизии согласно Базель II

Батырбай Гани Илиясулы, магистрант

Магистратура Национального банка Республики Казахстан (г. Алматы)

На основе Базельских рекомендации банки второго уровня имеют возможность создавать провизии для покрытия ожидаемых убытков. Что в свою очередь позволит создать некую подушку для возможных будущих потерь, которая укрепит финансовое положение банка в случае кризиса.

Базельские рекомендации разделяют портфель займов на два вида:

1. Работающие займы.
2. Не работающие займы.

Признаком для перехода финансового актива из одной категории в другую, согласно Базель III, считается:

— «Банк считает, что должник не в состоянии полностью погасить свои кредитные обязательства перед банковской группой без принятия банком таких мер, как реализация обеспечения (если таковое имеется);

— Должник более чем на 90 дней просрочил погашение любых существенных кредитных обязательств перед банковской группой. Овердрафты будут считаться просроченными, как только клиент нарушил действующий лимит или был извещен о том, что предоставленный ему лимит меньше его текущих непогашенных обязательств» [1].

Если заемщик, чей актив находился в портфеле работающих займов, не платил по своим обязательствам в течение 90 и больше дней то банк переводит этот актив в портфель не работающих займов.

Так же банк может рассчитать вероятность того что заемщик не ответит по своим обязательствам (УТР). Данную процедуру можно разделить на три вида:

1. Изменение статуса заемщика.

2. Списание обязательств заемщика.
3. Акселерация.

Для расчета того сколько нужно создать провизии, банк может использовать IRB (Internal Ratings-Based Approach) подход. IRB подход это подход к оценке кредитных рисков банков для целей оценки достаточности регулятивного капитала, основанный на использовании внутренних рейтингов заемщиков, то есть рейтингов, устанавливаемых самими банками. Данный подход основан на внутренних оценках вероятностей дефолта (PD), ожидаемых (EL) и неожиданных потерь (UL), причем последние зависят от вероятности дефолта, исходя из однофакторной модели. Существует два метода для расчета IRB (рис. 1).

В рамках подхода IRB необходимо определить классы активов и компоненты риска. «Согласно подходу IRB банки должны распределить кредитные требования банковского портфеля по широким классам активов, с различными базовыми характеристиками рисков согласно изложенным далее определениям. Классами активов являются:

- Корпоративные;
- Суверенные;
- Банковские;
- Розничные». [1].

Есть три ключевых элемента для каждого класса активов покрываемых подходам IRB:

— Компоненты риска — банк оценивает параметры риска, либо некоторые из них предоставляют органы надзора.

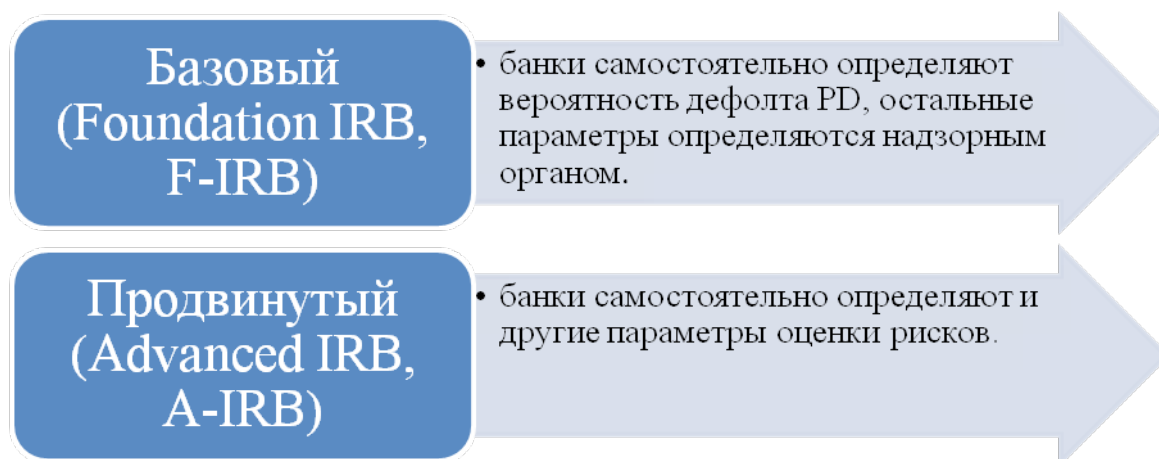


Рис. 1. Методы расчета IRB

Источник: автор.

— Функции взвешенные по риску — средство, посредством которого компоненты риска трансформируются во взвешенные по риску активы и, таким образом, в требования к капиталу.

— Минимальные требования — те требования которые необходимо соблюдать банку для того что бы использовать IRB подход для данных классов активов.

«В рамках фундаментального подхода банки должны предоставлять свои собственные оценки PD, связанные с каждым рейтингом их заемщика, но обязаны использовать оценки органов надзора для прочих компонентов риска. Прочие компоненты риска включают в себя LGD, EAD и M.

В рамках продвинутого подхода банки должны рассчитывать эффективный срок погашения (M) и предоставлять собственные оценки PD, LGD и EAD» [1].

Методика расчета выглядит следующим образом:

Банком вычисляется математическое ожидание потерь:  
 $EL = PD \cdot LGD \cdot EAD$

где PD (Probability of Default) — годовая вероятность дефолта, определяемая на основе присвоенного внутреннего рейтинга;

LGD (Loss Given Default) — доля потерь в случае дефолта, которая зависит от обеспечения и прочих факторов;

EAD (Exposure At Default) — требования под риском дефолта (на момент дефолта).

PD — является финансовым термином, описывающий вероятность дефолта в течение определенного промежутка

времени. PD дает оценку вероятности того, что клиент финансовой организаций будет не в состоянии выполнить свои долговые обязательства.

«Для корпоративных и банковских требований PD является большим значением из годовичного PD, связанного с внутренним рейтингом заемщика, который присвоен данному требованию, или 0,03%.

Для суверенных рисков PD является годовичным PD, связанным с внутренним рейтингом заемщика, который присвоен данному требованию. PD заемщиков, которым присвоен дефолтный рейтинг, соответствующий справочному определению дефолта, равен 100%» [1].

LGD — является общим параметром в риск моделях, а также параметр, используемый при расчете экономического капитала. Это атрибут воздействия клиента на банк. Экспозиционно представляет собой количество потерь в качестве инвестиций.

Банк должен предоставить оценку LGD для каждого корпоративного, суверенного и банковского риска. Имеется два подхода для расчета данной оценки: фундаментальный подход и продвинутый подход.

В рамках фундаментального IRB для старших необеспеченных требований (компаниям, банкам и государствам) LGD принимается равным  $LGD_0 = 45\%$ . Для субординированных требований —  $LGD_0 = 75\%$ .

При условии соблюдения определенных дополнительных минимальных требований, изложенных ниже, органы надзора могут позволить банкам использовать свои собственные внутренние оценки LGD для корпора-

Таблица 1. Внутренние рейтинги на основе IRB подхода

Наименование	PD	LGD	EAD
Фундаментальный подход	Оценка банка	Оценка регулятора	Оценка регулятора
Продвинутый подход	Оценка банка	Оценка банка	Оценка банка

Источник: [3]

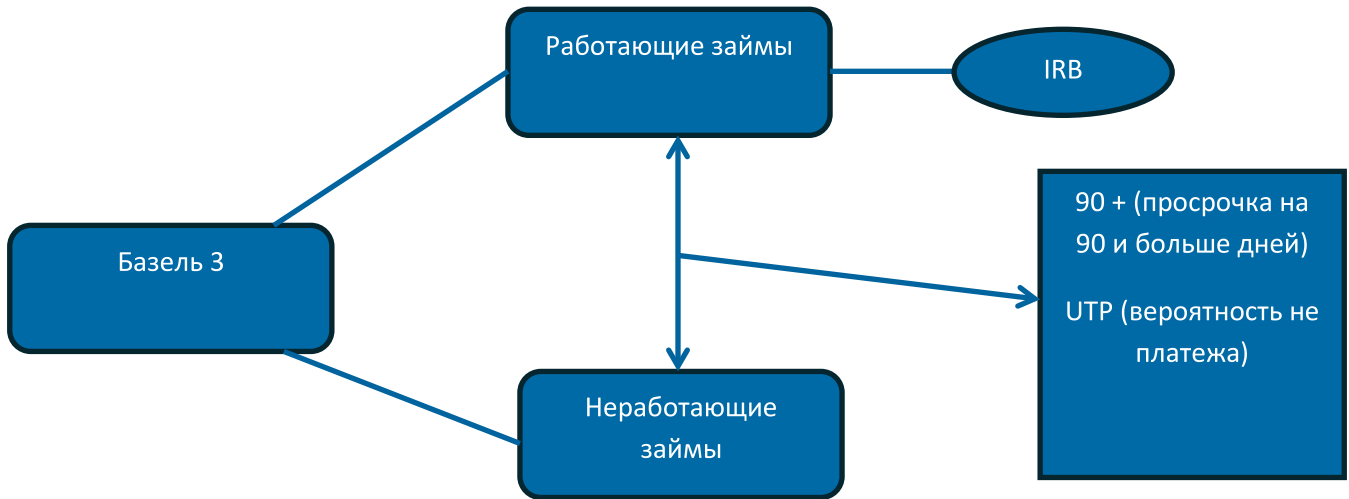


Рис. 2. Подход к оценке займов согласно Базель III

Источник: автор.

тивных, суверенных и банковских требований. LGD измеряется как сумма убытков, возникающих в результате дефолта, в процентах от EAD.

EAD — параметр риска, использующийся для вычисления экономического или регулятивного капитала банковских организаций. Означает общие кредитные потери в момент невыполнения кредитных обязательств (дефолта). EAD вычисляется по фундаментальной и расширенной методике. В фундаментальной методике считается по формулам, которые предоставляются регуляторами рынка. Расширенная методика позволяет банкам вычислять EAD с большей гибкостью собственными моделями рисков.

Основное различие Базельских рекомендации от МСФО (IAS) 39 заключается в методах оценки и в признаках обесценения. Работающие займы и неработающие займы оцениваются IRB подходом. Провизии по ним создается по следующей формуле:

$$EL(provision) = PD \times LGD \times EAD$$

Разница в расчетах по этим портфелям заключается лишь в вероятности дефолта (PD) заемщика. В не-

работающих займах вероятность дефолта заемщика равна 100%. В работающих займах вероятность дефолта  $PD < 100\%$ . Финансовый актив переходит из работающих займов в неработающие займы в следующих случаях:

- если просрочки по займам были 90 или больше дней (90+);
- оценивается вероятность неплатежа заемщика (UTP).

Стоит учесть, что внедрение методики расчетов провизии согласно Базель III имеет следующие проблемные вопросы:

1. Несоответствие моделей обесценения финансовых инструментов с принятыми в Казахстане стандартами. Так как МСФО 39 признает убытки по обесценению только после фактического наступления убытков, а Базель III предполагает расчет ожидаемых убытков то эти две методики невозможно применять одновременно.
2. Недостаточно исторических данных по клиентам для расчета вероятности дефолта.

Литература:

1. Международная конвергенция измерения капитала и стандартов капитала: Уточненные рамочные подходы. <http://Credit research centre/conferences/materials>.



## Проблемы, связанные с бесплатным предоставлением земельных участков в собственность граждан в муниципальных образованиях Иркутской области

Белых Дарья Владимировна, ведущий специалист по земельным отношениям  
Администрация муниципального района «Качугский район» (Иркутская обл.)

Одним из важнейших богатств Российской Федерации являются земельные ресурсы. Переход к рыночным отношениям в сфере землепользования связан с формированием экономического механизма, призванного соединить интересы экономики и рационального, эффективного использования земельных ресурсов.

Однако проблема управления земельными ресурсами в целом освещена довольно слабо, несмотря на ее актуальность и значимость. В особенности это касается муниципального управления земельными ресурсами.

Управление землями на территории поселения включает в себя принятие нормативно-правовых актов в виде решений, программ, правил и раскрывается через внедряемые мероприятия. В соответствии с этим органы местного самоуправления могут активно влиять на становление и развитие рынка земли, при этом в основу общего регулирования земельно-имущественных отношений положена федеральная и региональная нормативно-правовая база [1, с. 45].

Очевидно, что муниципальная собственность, в особенности земельные ресурсы, составляет экономическую основу местного самоуправления в качестве источника финансирования местного бюджета. Поэтому муниципалитет должен реализовывать такую стратегию управления земельными ресурсами, которая бы обеспечивала стабильное поступление постоянно увеличивающихся доходов от использования земли. Эти доходы следует направлять на развитие инфраструктуры муниципалитета [2, с. 68].

Совершенствование земельных отношений в настоящее время является одним из факторов развития территории.

В связи с Посланием Президента Российской Федерации Дмитрия Медведева Федеральному Собранию Российской Федерации от 30 ноября 2010 года на территории Российской Федерации с целью реализации следующих мер: повышение рождаемости, поддержка молодых и многодетных семей с приобретением жилья и развития рынка жилья были приняты различные нормативно-правовые акты на федеральном уровне и уровне субъектов РФ, способствующие реализации данных мер [3].

На территории Иркутской области таким нормативно-правовым актом является Закон Иркутской области от 12.03.2009 №8-ОЗ «О бесплатном предоставлении земельных участков в собственность граждан». Данный закон определяет случаи бесплатного предоставления земельных участков, находящихся в государственной собственности Иркутской области или в муниципальной собственности в собственность граждан, в том числе граждан,

имеющих трех и более детей, максимальные и минимальные размеры земельных участков, предоставляемых гражданам в собственность бесплатно, а также порядок предоставления земельных участков бесплатно в собственность граждан, имеющих трех и более детей.

Так, по информации, представленной органами местного самоуправления, с момента вступления в силу Закона №8-ОЗ и по состоянию на 1 апреля 2013 года в органы государственной власти Иркутской области и органы местного самоуправления Иркутской области поступило 3686 заявлений о выделении земельных участков от граждан, имеющих право на однократное бесплатное получение земельных участков для индивидуального жилищного строительства, ведения личного подсобного хозяйства (приусадебный земельный участок с возведением жилого дома). Из них 1500 граждан удовлетворили свое право на получение земельных участков общей площадью 211,9 га. В 2014 году планируется обеспечить 1141 многодетную семью земельными участками общей площадью 151,14 га [4].

Исходя из практики бесплатного предоставления земельных участков в собственность граждан, многие муниципальные образования столкнулись с рядом проблем.

**Во-первых**, с превышением спроса над предложением предоставления бесплатных земельных участков. Например, в муниципальном образовании г. Иркутск 638 заявлений граждан на бесплатное предоставление земельных участков в собственность и 195 выделенных земельных участков, Ангарское муниципальное образование 379 заявлений граждан и 39 выделенных земельных участков, муниципальное образование «Аларский район» 17 заявлений граждан и 17 выделенных участков, муниципальное образование «Качугский район» 4 заявления граждан и 2 выделенных земельных участка.

**Во-вторых**, с отсутствием денежных средств на оформление и постановку на кадастровый учет земельного участка, граждан, нуждающихся в социальной поддержке, а также средств на строительство жилья. Зачастую граждане, имеющие право на бесплатное предоставление земельных участков в собственность бесплатно, которые нуждаются в социальной поддержке, не используют свое право ввиду отсутствия денежных средств на землеустроительные работы, необходимые для постановки земельных участков на кадастровый учет. У местных властей в большинстве регионов денег на данную процедуру нет и поэтому данные затраты возлагаются на самих граждан.

**В-третьих**, существенным вопросом при предоставлении бесплатного участка, является: на какие средства,

малоимущие граждане будут осуществлять строительство дома на предоставленном бесплатном земельном участке? Единственным и наиболее перспективным выходом из данной ситуации будет продажа данного участка третьим лицам, что в дальнейшем приведет к стимулированию спекуляции полученных бесплатно земельных участков, а также приведет к росту цен на земельном рынке региона. Исходя из этого, формально улучшение жилищных условий произойдет, а фактически ничего не изменится.

**В-четвертых**, из практики бесплатного предоставления в собственность земельных участков многие муниципальные образования сталкиваются с такой проблемой, как обеспечение указанных земельных участков объектами инфраструктуры в соответствии с параметрами планируемого строительства систем инженерно-технического обеспечения, предусмотренными проектами планировки территории в границах указанных земельных участков. Эти проблемы связаны с отсутствием в бюджете муниципального образования денежных средств на данные виды работ.

Еще **одной проблемой** при бесплатном предоставлении земельных участков в собственность граждан встала подготовка документов территориального планирования муниципальных образований Иркутской области. Многие муниципальные образования на сегодняшний день таких документов не имеют. Отсутствие документов территориального планирования муниципальных образований не дает возможность запланировать территорию выделения и застройки земельных участков. Разработка документов территориального планирования муниципальных образований Иркутской области позволит после утверждения генеральных планов поселений, предусматривающих расширение территории населенных пунктов, значительно увеличить долю бесплатного предоставления земельных участков в соответствии с Законом №8-ОЗ. По состоянию на 25 апреля 2013 года на территории Иркутской области утверждено 14% документов территориального планирования.

Это лишь не значительный перечень проблем, с которыми столкнулись муниципальные образования региона в настоящее время. И если в дальнейшем не принять меры по их устранению, то не стоит рассчитывать на создание благоприятных условий для удовлетворения интересов граждан и общества, а также для устойчивого развития поселения и страны в целом.

Вопрос улучшения жилищных условий многодетных семей остается открытым, не смотря на проведенные меры и утвержденный Правительством Иркутской области план действий по улучшению жилищных условий семей, имеющих трех и более детей [5].

Так же можно сказать, что Закон Иркутской области от 12 марта 2009 года №8-ОЗ «О бесплатном предоставлении земельных участков в собственность граждан» является одним из инструментов пополнения местного бюджета муниципальных образований. И от того как данным инструментом воспользуется то или иное муниципальное образование зависит доходная часть бюджета муниципалитета.

В связи с этим большое значение приобретает изучение проблем и социально-экономических аспектов реализации стратегии управления земельными ресурсами, которая бы обеспечивала стабильное поступление постоянно увеличивающихся доходов от использования земли. Эти доходы следует направлять на развитие инфраструктуры муниципалитета.

Основной проблемой управления земельными ресурсами муниципального образования заключается в постановке приоритетов между тактическими и стратегическими целями управления, т.к. земельные ресурсы могут обеспечивать разовые, но крупные поступления в бюджет, при его остром дефиците, или же наоборот, стабильное, но незначительные по сравнению с предыдущими денежные поступления, «дивиденды» от которых органы местного самоуправления получают через несколько лет. Выбор модели управления, приоритет частной или муниципальной собственности зависит от целей, стоящих перед местной Администрацией.

#### Литература:

1. Григорьев, В.В., Острина И.А., Руднев А.В. Управление муниципальной недвижимостью: Учебно-практическое пособие. — М.: Дело, 2009. — 350 с
2. Крассов, О.И. Земельное право современной России. Учебное пособие. — М.: Дело, 2010. — 624 с.
3. Официальный сайт Президента Российской Федерации: <http://www.kremlin.ru>.
4. Официальный сайт Иркутской области: <http://www.irkobl.ru>

## Актуальность антикризисного управления для России

Галимов Ильшат Афляхович, старший преподаватель;

Ардеева Лилия Наилевна, студент

Башкирский государственный университет (г. Уфа)

**Ключевые слова:** антикризисное управление, банкротство, риск-менеджмент, санация.

Термин «антикризисное управление» возник довольно давно.

Антикризисное управление стало одним из самых «популярных» терминов в России в последние десятилетия. И для этого есть весьма конкретные причины. В одних случаях под ним понимают управление фирмой в условиях общего кризиса экономики, в других — управление фирмой, в преддверии банкротства, третьи же связывают понятие антикризисное управление с деятельностью антикризисных управляющих в рамках судебных процедур банкротства.

Антикризисное управление — это совокупность методов, приемов, позволяющих распознавать кризисы, осуществлять их профилактику, преодолевать их негативные последствия, сглаживать течение кризиса. [1] Антикризисное управление — процесс применения форм, методов и процедур, направленных на социально-экономическое оздоровление финансово-хозяйственной деятельности индивидуального предпринимателя, предприятия, отрасли, создание и развитие условий для выхода из кризисного состояния. Основными кризисами, которым подвержена финансово-хозяйственная деятельность субъектов экономики, считаются стратегический кризис, тактический кризис и кризис платежеспособности.

В Японии, например, ежемесячно около трех тысяч малых и средних предприятий прекращают свою деятельность на рынке. Примерно столько же появляется новых. В Российской Федерации с 2005 по 2013 год коэффициент официальной ликвидации вырос более чем в четыре раза с 20,9 до 87,3 единиц на 1 тыс. организаций [1].

Словом, широкое внедрение антикризисного управления проблема весьма актуальная, особенно в условиях постепенного усиления налогового и законодательного давления в первую очередь на субъекты малого и среднего предпринимательства. Санация компаний, обладающих потенциалом для модернизации собственных бизнес-процессов, весьма благотворно влияет на ситуацию в конкретных отраслях экономики. В то же время антикризисное управление подразумевает экстренные мероприятия по устранению уже возникшей на предприятии кризисной ситуации в рамках процедуры банкротства.

Причиной всех кризисов в первую очередь является управление (неадекватное, непрофессиональное, злоупотребление или откровенное мошенничество в результате воровства) направленное на преследование целей за пределами задач проекта (государства, министерства, корпорации, фирмы, учреждения). Именно неэффективность управления следует отнести к наиболее харак-

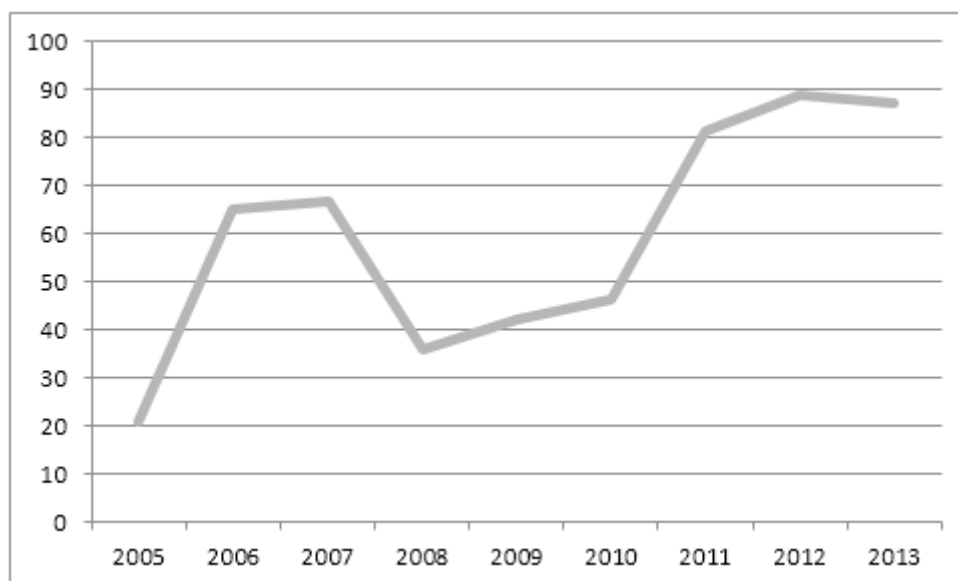


Рис. 1. Количество официально ликвидированных организаций на 1 тыс. организаций

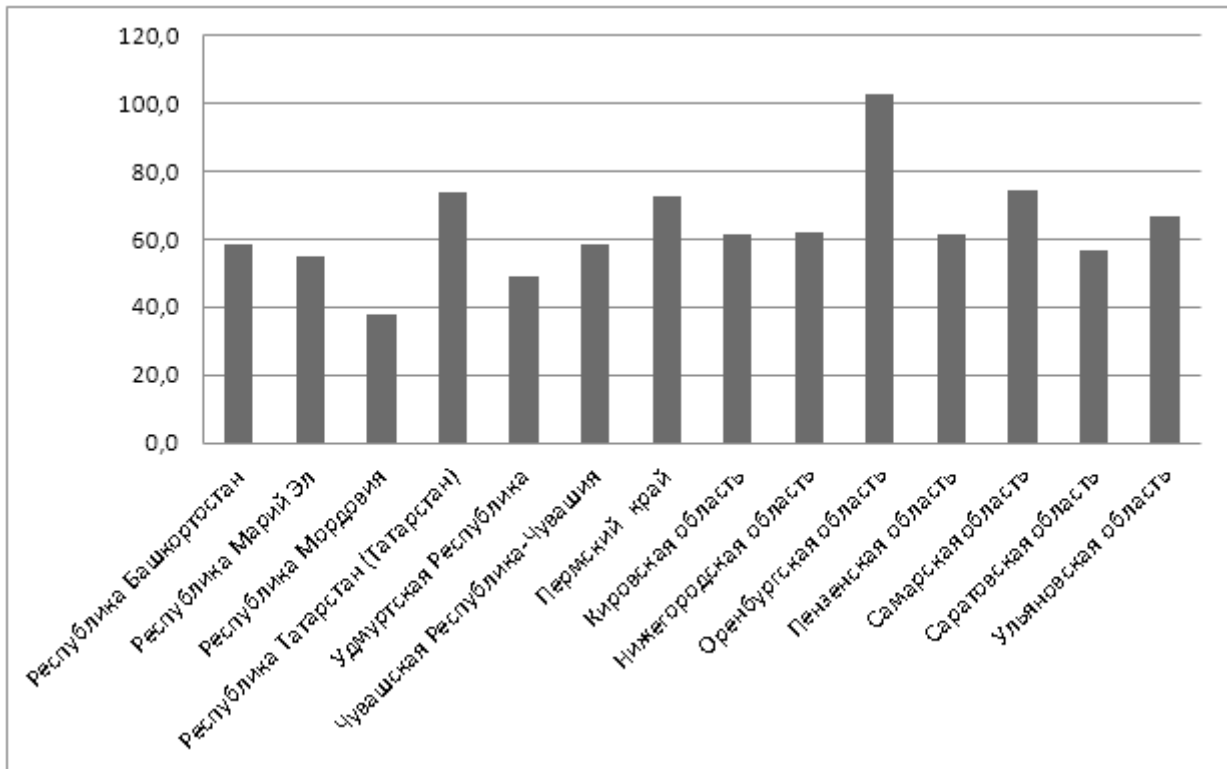


Рис. 2. Коэффициент официальной ликвидации организаций по Приволжскому федеральному округу

терной для современных предприятий проблеме, препятствующей их эффективному функционированию в условиях сложившихся рыночных отношений. Эта проблема обусловлена следующими факторами:

- а) Отсутствие долгосрочных стратегий развития;
- б) Низкая квалификация менеджеров;
- в) Низкий уровень ответственности руководителей предприятия перед собственниками за последствия принимаемых решений, за сохранность и эффективное использование имущества предприятия, а также за финансово-хозяйственные результаты его деятельности;
- г) Слабо развитые институты противодействию оппортунистическому поведению менеджмента.

Можно сделать вывод, что, несмотря на многообразие конкретных предпосылок, которые могут привести к кризису на предприятии, в большинстве случаев возникновение таких кризисов тесно связано с проблемами, лежащими в области менеджмента. В этой связи особенно актуально звучит известное выражение советского руководителя: «Кадры решают всё».

Борьба предприятий за выживание в кризисных условиях требует взаимосвязи организационных, правовых, финансовых и управленческих аспектов. Множество проблем, препятствующих эффективному функционированию фирмы

Антикризисное управление — это технология вывода компании из упадка. В общих чертах — это совершенно конкретные шаги, которые необходимо сделать для реанимации компании, возвращения её к нормальному

функционированию, которое осуществляется в несколько этапов:

1. *Начальный этап* — это состояние, когда управляющий или руководитель
  - Осознает кризисную ситуацию и изучает правила управления компанией.
  - Осуществляет диагностику компании и систематизация проблем;
  - Пишет программу;
  - Активно продвигает продукцию, делает опросы, изучает спрос. Осуществляет рекламные и PR — акции;
  - Готовится осуществлять представительские функции. Может быть, подготовить поставки новых комплектующих, договориться с новыми высококлассными специалистами или подрядчиками, или разработать новый продукт для рынка.
2. *Этап реструктуризации* — это состояние компании, когда
  - руководству приходится справляться с авралами (перезанимать, выкручиваться, тушить «пожары»). Руководитель на данном этапе
  - Начинает применять правила антикризисного управления предприятием, прописанные в программе, делает ошибки и исправляется.
  - Обходит устоявшуюся практику.
3. *Выход в точку безубыточности.*

Дальнейшая деятельность направлена на поддержание работоспособности и экономической эффективности фирмы. Важно не только достигнуть прогресса





Рис. 3. Процесс осуществления антикризисного управления

в преодолении кризисной ситуации, но и предотвратить в обозримом будущем повторения экономических проблем, которые могут поставить фирму на грань банкротства. В качестве основных целей управления, осуществляемого после выхода из кризиса можно указать следующие:

1. Работа над созданием благоприятной репутации фирмы;
2. Дальнейшее совершенствование бизнес-процессов, направленное на повышение эффективности;
3. Анализ и модернизация системы оценки, прогнозирования и нивелирования рисков;
4. Увеличение прибыли компании и конкурентоспособности предлагаемых ей продуктов;
5. Установление взаимовыгодного сотрудничества с заинтересованными партнерами в различных сферах деятельности.

Антикризисный менеджмент — сложная деятельность, которая требует определенных личностных качеств от антикризисного управляющего. Во многом успешность антикризисного управления (как на этапе санации предприятия, так и при осуществлении банкротства) тесно связана с качествами самого управляющего, с уровнем его

как теоретической, так и практической подготовки, с умением брать на себя ответственность и принимать решения, с лидерским потенциалом и умением находить взаимовыгодные компромиссы с кредиторами, партнерами, сотрудниками.

В этой связи особенно важно выработать адекватную стратегию поведения, позволяющую решать внутренние проблемы компании, а так же нормализовать взаимодействие с внешними экономическими субъектами. Данная стратегия должна в качестве основы иметь определенную программу мероприятий, позволяющих достичь конечной цели антикризисного управления, исходя из которой и следует выстраивать взаимоотношения с различными субъектами экономической деятельности: партнерами, сотрудниками, кредиторами и должниками.

Словом, антикризисное управление — весьма эффективный инструмент, позволяющий провести необходимые процедуры оздоровления компании, путем внедрения новых, более эффективных процедур управления, изменения существующей бизнес-модели, либо корректировки финансовой политики компании. Проведение санации позволяет сохранить компанию, рабочие места, существующие наработанные связи с партнерами.

#### Литература:

1. Авдошина, З.А. Антикризисное управление: сущность, диагностика, методики [Электронный ресурс] URL: [http://www.cfin.ru/management/antirecessionary\\_managment.shtml](http://www.cfin.ru/management/antirecessionary_managment.shtml)
2. Показатели демографии организаций в целом по Российской Федерации/Федеральная служба государственной статистики URL: [http://www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/business/inst-preob/kr1.xls](http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/inst-preob/kr1.xls)

## Источники кризиса и сущность антикризисного управления

Галимов Ильшат Афляхович, старший преподаватель;  
Шарафутдинова Диана Фидаилевна, студент  
Башкирский государственный университет (г. Уфа)

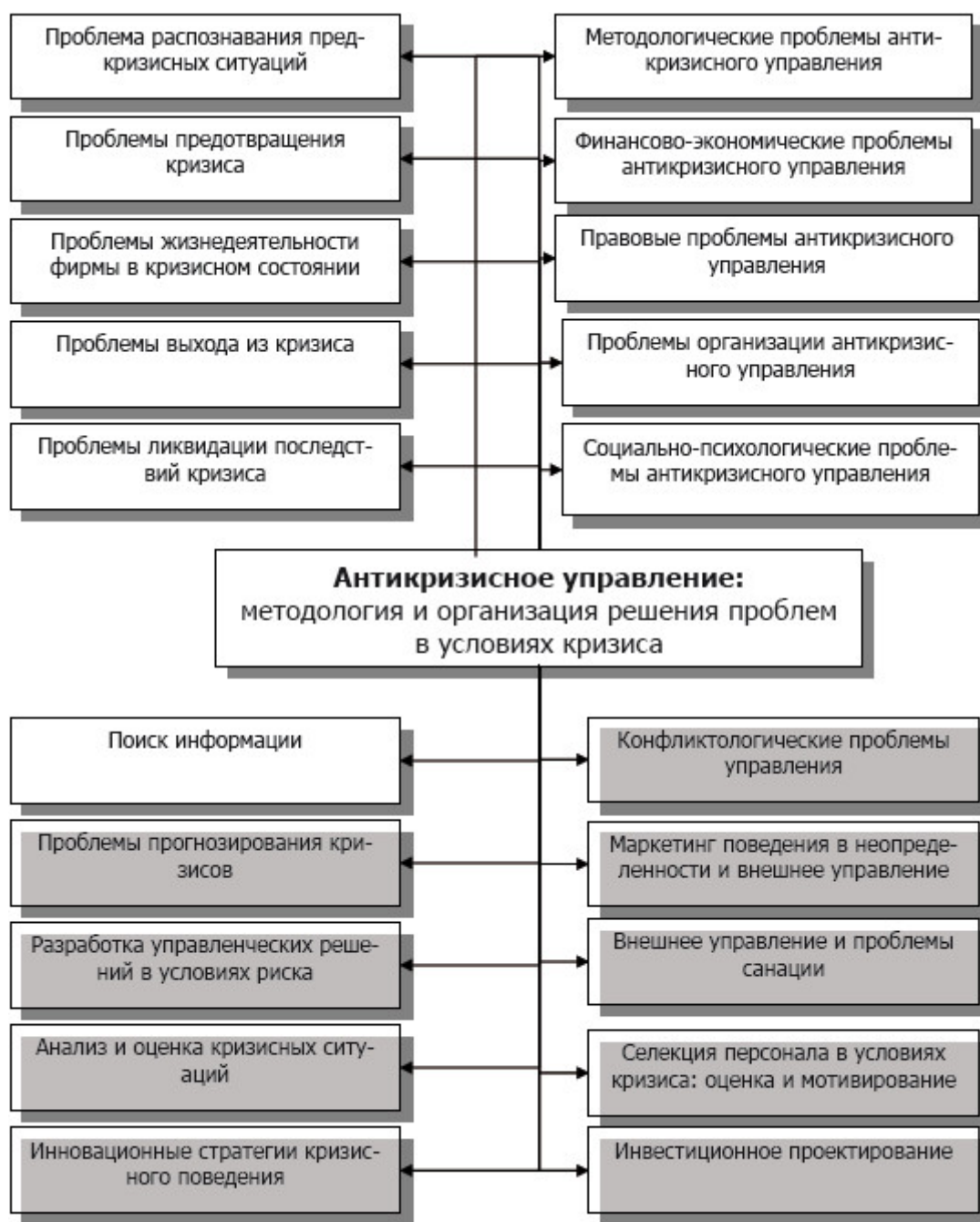
Подавляющая часть кризисных ситуаций преодолевается каждой компаний самостоятельно, часто без детального анализа ситуации и учета всех факторов, обеспечивающих дальнейшее развития. Для решения такого рода проблем требуется комплексный подход. В связи с чем, антикризисное управление сегодня приобретает наибольшую значимость, в виду того, что оно является базой для реализации антикризисных решений, на основе которых администрацией компании принимается система мер по выводу бизнеса из депрессивного состояния [1].

Одним из наиболее значимых показателей, отражающих финансовую эффективность хозяйственной деятельности участников предпринимательства, целью которого и является результат предпринимательской деятельности, является извлечение максимальной прибыли. Прибыль организации во многом обуславливается масштабами предприятия, но с ростом масштабов растет не только прибыль, но и размер задолженностей предприятия перед другими участниками рынка (контрагенты, банки) или государством. В период командно-административной экономики не возникало проблем с задолженностями, в виду того, что не существовало частной собственности, однако с изменением экономики и переходом к рыночной системе проблема платежеспособности организаций стала принимать актуальное значение. Задолженность между корпорациями в массовом масштабе, не своевременная оплата заработной платы — это все естественно на сегодняшний день, которые периодически приводят к возникновению различных по масштабам кризисов в экономике [2]. С каждым годом объемы рынка расширяются с нарастающими темпами, охватывая новые сферы деятельности, а также уплотняя конкуренцию в уже существующих сферах. В том или ином случае бизнесу необходимы финансовые вложения в виде инвестиций. Стоит обратить внимание, что процесс накопления инвестиций, не приспособленных к нынешним рыночным условиям, не достаточен и тогда эту нишу в рыночном секторе начинают заполнять иностранные инвесторы, обладающие стабильными источниками доходов. Основной причиной появления экономического кризиса в бизнесе является возрастающая разница между потреблением и производством. Суть экономического кризиса сопровождается излишним производством товаров в сравнении с существующим совокупным спросом.

Степень монополизации рынка в значительной степени влияет на конкурентоспособность товар и услуг малого бизнеса, а отсутствие оптимального метода управления информационными и коммуникативными потоками

предприятия не дают возможности получить своевременную достоверную информацию, пригодную для принятия административных решений, с целью предотвращения наступающей кризисной ситуации. Амортизация оборудования, сокращение объемов закупок материалов и сырья, увеличение процентов по кредитам и налоговых ставок, резкое снижение спроса на некоторые виды товаров и услуг. Перечисленные факторы сопровождают сокращение совокупного спроса [5]. В виду вышесказанного может измениться равновесие на рынке, которое станет первопричиной зарождающегося экономического кризиса. Каждая компания — это элемент динамической системы, который работает в согласии со своим операционным циклом, в котором период стагнации заменяется периодом перерождения в новую систему, способную синтезировать информацию, полученную извне, целью которой является дальнейшее развитие с учетом сложившихся внешних условий. От того, насколько своевременно оказана реакция на изменения социально-экономической системы внешней среды, ее свойств и характеристик, зависит степень деформации динамических систем.

Тем временем, воздействия из внешней среды, которые способны выводить систему из равновесного состояния, могут привести к необратимым последствиям на определенном этапе операционного цикла. Необратимые изменения могут стать причиной возникновения кризиса в компании. В виду чего определяется необходимость в существовании процедуры управления информационной системой организационного управления, предназначенной для автоматизации функций управленческого персонала. Одной из основных функций этой системы является оперативный контроль и управление, анализ и оперативный учет, оперативное и перспективное планирование, бухгалтерский учет, управление снабжением и сбытом, решение других экономических и организационных задач. Неэффективность управления производственными системами в виду отсутствия высококвалифицированных специалистов приводит к становлению неверной стратегии планирования управленческой деятельности предприятия. Именно поэтому антикризисное управление заключается в комплексе мер, применяемых на различных уровнях управления компанией. Комплекс мер, осуществляемых для структурного предупреждения, а также предотвращения кризисной ситуации на предприятии входят: внедрение конкретной политики философии управления предприятием, способы финансового анализа и моделирования, введение новейших инвестиционных проектов, антикризисных программ, а так же планов реорганизации и реструктуризации компании.



Суть антикризисного управления состоит в реализации антикризисных процедур на уровне предприятия, применительно к конкретной организационной структуре с целью необходимой диагностики причин зарождения кризисной ситуации в компании, выбора стратегий ее раз-

вития исходя из степени конкурентоспособности предприятия и анализа внешней среды, применение мер по повышению конкурентоспособности и финансовой нормализации предприятия.

Литература:

1. Головина, О. Д., Бадаш Х. З., Поляков Ю. Н. Проблемы выбора концепции циклов деловой активности и прогнозирования поворотных точек экономической динамики малого бизнеса // Экономика №2, 2007 г., 41–42 с.
2. Гончаров, А. М. Антикризисное управление при переходе к инновационному типу развития экономики // Экономика и экономические науки, №58, 2008 г.
3. Имяреков, С. М., Щянкин С. А. Деловая активность региональных хозяйствующих субъектов в условиях экономического кризиса// Регионология. — 2009. — №2.

4. Карачаровский, В. Деловая и инновационная активность в российской экономике // Общество и экономика, № 12, 2010 г.
5. Карпиков, О. В. Управление деловой активностью предприятий как фактор стабилизации и подъема промышленного предприятия: автореф. дис. канд. экон. наук. Орел, 1998. 18 с.
6. Клочкова, Н. В. Инновационная активность регионов в условиях современной экономики. Иваново: «Научная мысль» — 2010, — 172 с.

## Подходы к оптимизации функционирования отделения ОАО «МегаФон-Поволжье» в г. Балаково на основе имитационной модели

Горшков Евгений Александрович, кандидат технических наук, доцент;

Подгорнов Александр Александрович, кандидат физико-математических наук, доцент;

Панько Юлия Владимировна, кандидат экономических наук, доцент;

Аникин Алексей Алексеевич, студент

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова, Балаковский институт экономики и бизнеса (филиал) (Саратовская обл.)

Актуальность исследования с применением средств имитационного моделирования для оптимизации функционирования отделения ОАО «МегаФон-Поволжье» в г. Балаково заключается в возможности использования построенной модели как одной из составляющих системы поддержки принятия решений, направленной на оценку эффективности и качества взаимодействия сотрудников салона сотовой связи компании ОАО «МегаФон» с клиентами. Аналитические расчеты, с помощью которых ведется технологическое проектирование, не могут описать процесс со 100% соответствием: они учитывают лишь основные вероятностные распределения, а их результатом являются средние показатели [1]. Поэтому важным является выбор такого инструментального средства моделирования, которое бы учитывало основные параметры и специфику деятельности организации, для которой предполагается проводить оптимизационные мероприятия.

В связи с этим, необходимо провести исследование деятельности ОАО «МегаФон-Поволжье», а именно его структурного подразделения в городе Балаково, Саратовской области и в соответствии с определенными оптимизационными потребностями выбрать инструментальное средство имитационного моделирования.

ОАО «МегаФон Ритейл» далее «МегаФон» — ведущий универсальный оператор связи России. Компания занимает лидирующее положение на рынке мобильного доступа в Интернет, а также является вторым по размеру выручки и числу клиентов провайдером мобильной связи среди операторов «Большой тройки». Число клиентов компании в России составляет 61,6 млн. Через дочерние компании МегаФон также предоставляет услуги связи в Таджикистане, Абхазии и Южной Осетии. Сегодня компания располагает самым широким охватом и наиболее развитой инфраструктурой 3G-сети в России. Транспортная сеть МегаФона простирается на 130 тыс. км и по своей протяженности является второй в стране.

Компания использует единые принципы и подходы в работе с персоналом. Взаимоотношения Компании и работников строятся на принципе партнерства, подразумевающим, что у обеих сторон есть определенные обязательства по отношению друг к другу, и они предъявляют друг другу определенные требования.

В состав Поволжского филиала ОАО «МегаФон» входят представительства в Республике Башкортостан, Калмыкии, Марий Эл, Мордовии, Татарстана, Чувашской Республике; Астраханской, Волгоградской, Оренбургской, Пензенской, Самарской, Саратовской, Ульяновской области.

В г. Балаково расположены 4 салона ОАО «МегаФон-Поволжье». Организационная структура отделения ОАО «МегаФон-Поволжье» в г. Балаково представлена на рис. 1.

Объектом моделирования является салон сотовой связи, расположенный по адресу: ул. Ленина 79, отдел обслуживания клиентов. Основным видом деятельности салона связи является оказание услуг по предоставлению услуг связи и продаже средств связи.

Рассмотрим данную функцию методом функционального анализа и моделирования IDEF0. Контекстная диаграмма показана на рис. 2.

Рассмотрим методом функционального анализа функции: «подключение опций и тарифов» и «реализация средств связи».

Функция «подключение опций и тарифов» (рис. 3) может быть представлена в виде последовательности действий: выбора вида подключаемой услуги, опции или тарифа; проверки документов клиента; оформление договора на подключаемый тариф или услугу и оплата подключения.

После оплаты подключения клиент может воспользоваться другими услугами салона связи или покинуть его. Отказ в обслуживании клиента может быть обусловлен отсутствием необходимого тарифа, опции или услуги,

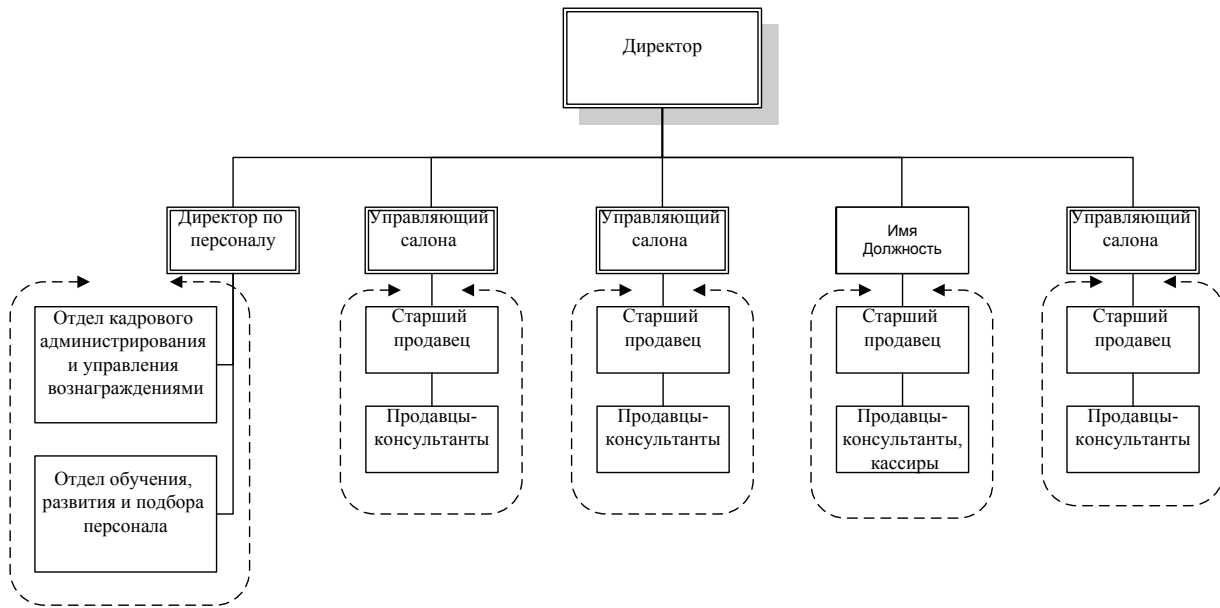


Рис. 1. Организационная структура отделения ОАО «МегаФон-Поволжье» в г. Балаково

а также несоответствием требующихся для оформления документов.

Функции выбор вида подключаемой услуги, опции или тарифа; проверки документов клиента; оформление договора на подключаемый тариф или услугу выполняются продавцами-консультантами, а также функция Оплата подключения выполняется кассиром.

Функция «реализация средств связи» (рис. 4) может быть представлена в виде последовательности действий: консультация клиента по имеющемуся в салоне ассортименту товара, консультирование по функциям и возмож-

ностям выбранной модели, проверка работоспособности выбранного товара и оплата выбранного товара на кассе.

Функции консультация клиента по имеющемуся в салоне ассортименту товара, консультирование по функциям и возможностям выбранной модели, проверка работоспособности выбранного товара выполняются продавцами-консультантами, а функция Оплата выбранного товара выполняется кассиром.

Все действия продавцов — консультантов и кассиров подчиняются нормативным актам, на основе которых функционирует салон связи.

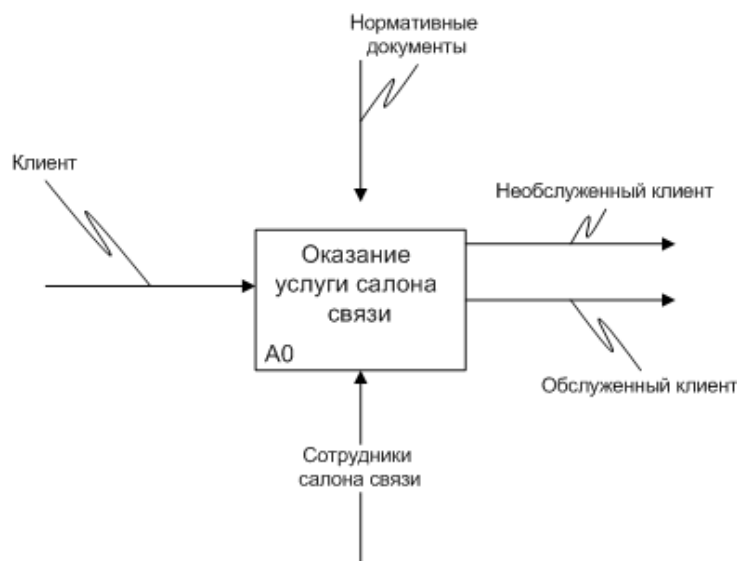


Рис. 2. Контекстная диаграмма



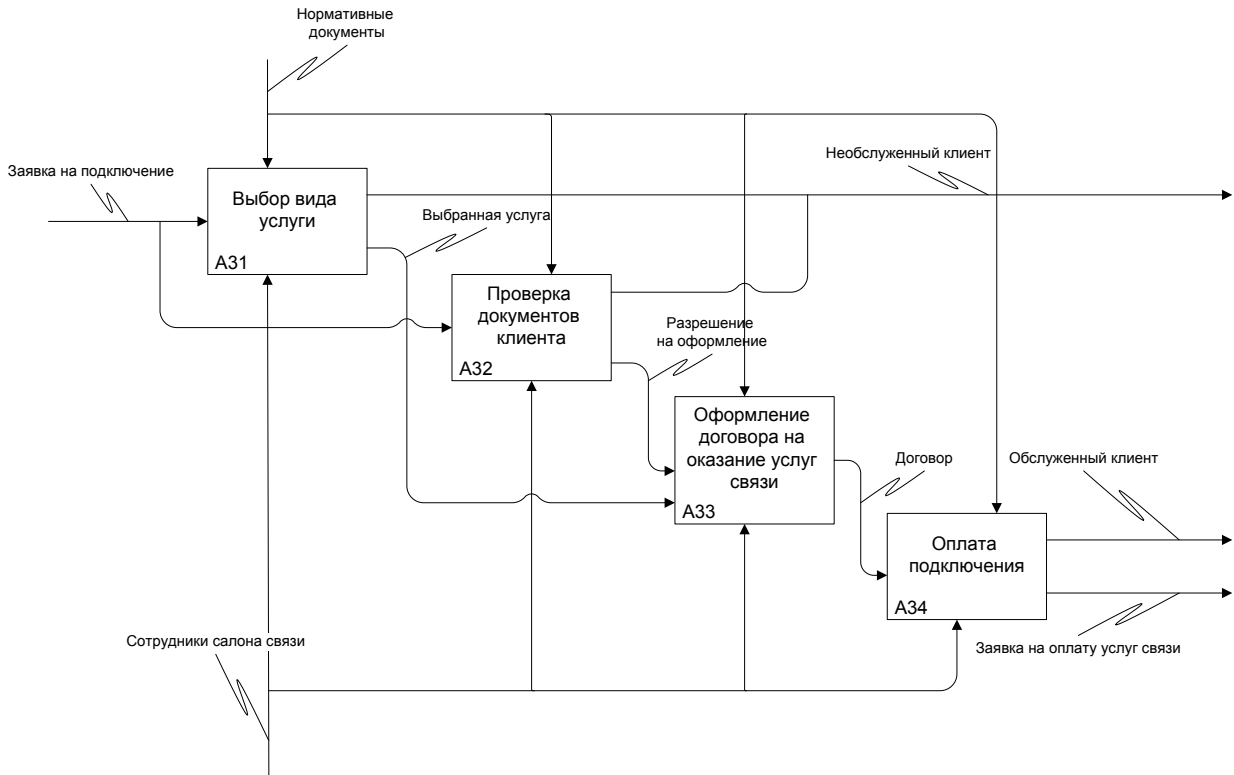


Рис. 3. Диаграмма декомпозиции функции «Подключение опций и тарифов»

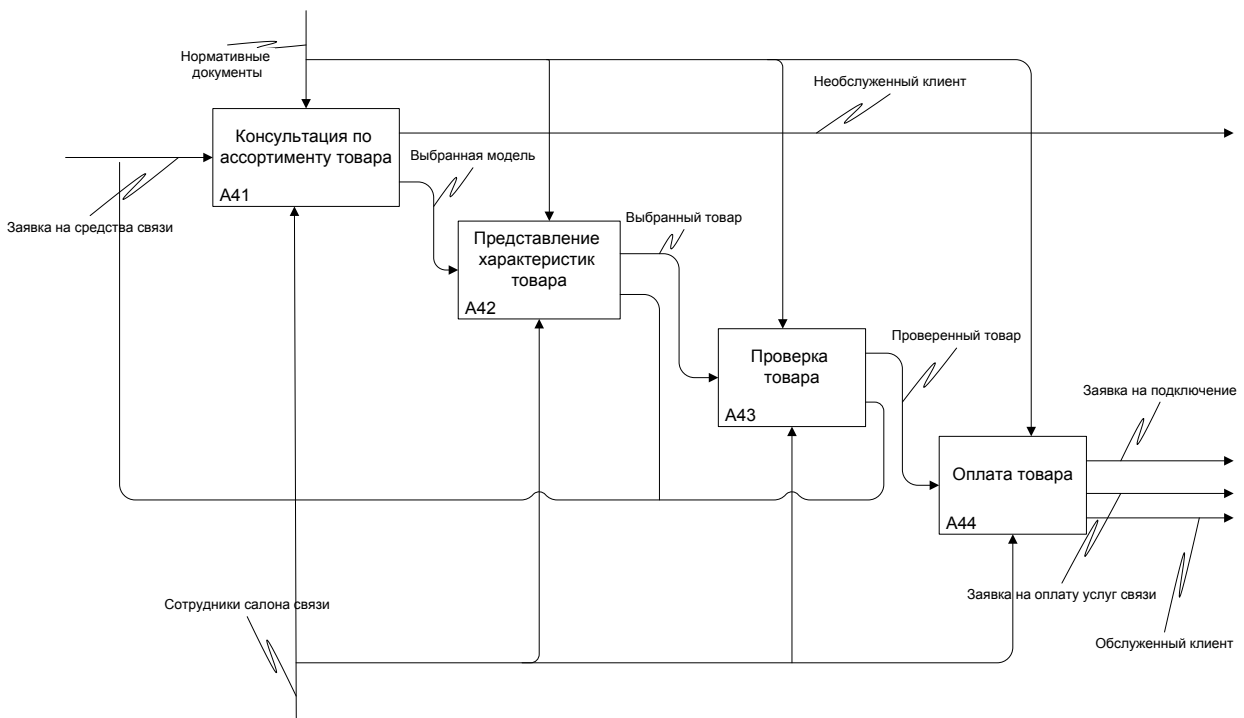


Рис. 4. Диаграмма декомпозиции функции «Реализация средств связи»

Одной из основных целей анализа существующих бизнес-процессов является определения оптимального режима работы сотрудников салона связи. Для оптимизации процесса функционирования салона связи предполага-

ется проведение имитационного моделирования его работы.

Проведем формализацию модели, представив её в виде системы массового обслуживания рис. 5. Для этого введем

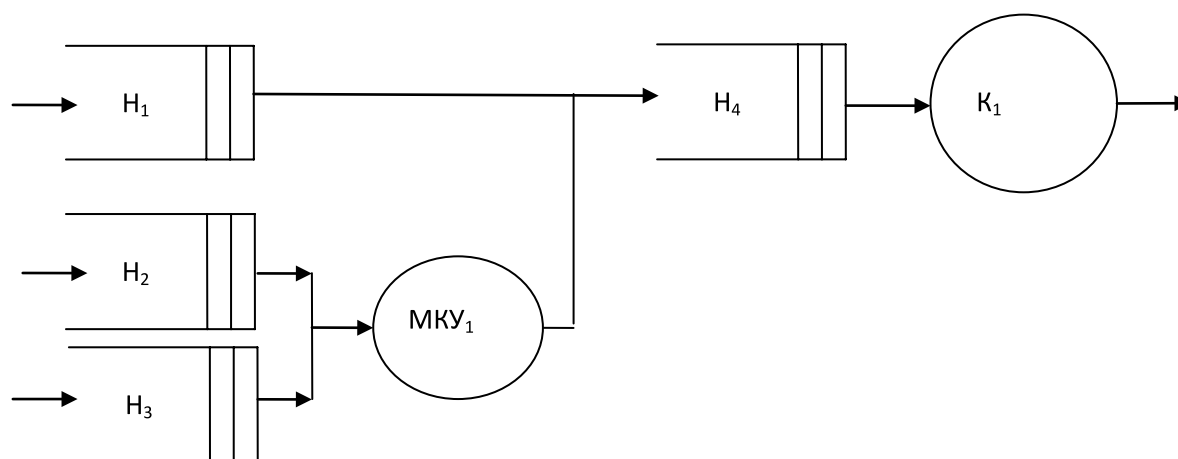


Рис. 5. Система массового обслуживания

следующие обозначения:  $МКУ_1$  — многоканальное устройство обслуживания;  $K_1$  — одноканальное обслуживающее устройство;  $H_1, H_2, H_3, H_4$  — накопители, используемые для хранения заявок.

Каналы  $МКУ_1$  и  $K_1$  моделируют деятельность сотрудников салона связи.  $МКУ_1$  моделирует работу продавцов консультантов, а  $K_1$  — кассира.

Моделирование функционирования салона связи необходимо провести для заявок, поступающих на обслуживание, в соответствии с видом поступающих запросов. При этом необходимо учесть структуру заявок: заявки на оплату услуг связи составляют 50% всех поступающих заявок. При этом 5% заявок получают отказ в обслуживании; заявки на подключение тарифов и опций составляют 30%; заявки на реализацию средств связи составляют 20%.

Интенсивность поступления заявок составляет до 50–90 заявок в день, что составляет 6–12 заявок в час. Время, затрачиваемое кассиром на прием оплаты составляет 5–7 минут, продавцом — консультантом на выполнение заявки по подключению тарифов и опций составляет 10–20 минут, при выполнении заявки на реализацию средств связи 20–50 мин. Количество продавцов-консультантов составляет 2 человека.

С учетом проведенного функционального анализа для реализации имитационной модели оптимизации функционирования отделения ОАО «МегаФон-Поволжье» в г. Балаково необходимо выбрать инструментальное средство имитационного моделирования.

Существует несколько подходов к выбору языка, на котором будет реализовываться разрабатываемая имитационная модель. Рассмотрим классическую двухэтапную схему выбора, имеющую широкое практическое применение.

На первом этапе определяют: наличие руководств и инструкций для пользователей; совместимость языка транслятора с имеющимися вычислительными системами; возможность использовать данный язык на других

вычислительных системах, способных решать задачи пользователя; возможность транслятора языка выдавать информации об ошибках и глубокую их диагностику; эффективность данного языка с учетом общего времени подготовки, программирования, отладки программы, компиляции и прогона ее на ЭВМ; стоимость внедрения, эксплуатации и обновления программного обеспечения для данного языка; использование языка в различных будущих моделях затраты на его изучение и освоение.

В результате первого этапа, как правило, отбираются несколько языков. Окончательный выбор основывается на учете характеристик конкретной задачи при ее решении на определенной машине и осуществляется на втором этапе.

Второй этап основан на определении критериев: область применения языка и его пригодность для описания явлений реального мира (методы прогнозирования; ориентация; способность генерировать случайные факторы); возможность хранения и извлечения данных, характеризующих состояния системы и работу отдельных ее частей; обеспечение гибкости и возможности языка в отношении модифицирования состояний системы; легкость данного языка при описании динамического поведения; выходные формы документов, их полезность и статистический анализ на основе этих данных; возможность внедрения в модель стандартных подпрограмм, написанных пользователями.

При выборе программного средства моделирования следует руководствоваться известным критерием «эффективность — время — стоимость», причем зачастую важность каждого из этих частных показателей меняется в зависимости от существа задачи; объема располагаемых ресурсов; резерва (дефицита) времени; сложившихся условий, что в условиях конкурентной среды на мезоуровне экономики оказывает существенное влияние на эффективность деятельности организации [2]

На основе классификации, приведенной в таблице 1 [3], при исследовании систем, представимых в виде си-

стем массового обслуживания наиболее целесообразно использование системы имитационного моделирования GPSS (англ. General Purpose Simulation System — общецелевая система моделирования)

Данный язык соответствует принципам транзактного имитационного моделирования дискретных динамических систем. Он является языком высокого уровня, ориентирован на описание функционирования дискретных во времени систем с детерминированными или стохастическими параметрами [4].

Встроенные средства GPSS World обеспечивают моделирование случайных величин 24 видов законов распределения. GPSS World обладает высокой интерактивностью, диалоговыми возможностями, многозадачностью, средствами наладки, возможностью работы в пошаговом режиме [5]. Для визуализации процесса моделирования предусмотрены динамические окна, со стилизованным отображением объектов любого существующего типа. Для доступа к микросостояниям процесса моделирования предусмотрен механизм кадров. GPSS World не имеет встроенных графических средств проектирования модели, а также средств анимации модельного эксперимента [6]. Концепция, заложенная при разработке GPSS World, для осуществления данных задач предусматривает использование специальных приложений, при этом средства GPSS World позволяют обеспечить эффективный процесс взаимодействия с такими приложениями (использование потоков данных и возможность вызова исполняемых файлов).

Для моделирования полученной системы массового обслуживания представим её в виде программы на языке GPSS.

Исходная программа состоит из пяти сегментов:

Первый используется для определения данных, необходимых для функционирования системы. Здесь определяется функция, используемая для определения вида заявки, и проводится моделирование потока клиентов.

Второй сегмент предназначен для моделирования процесса прохождения транзакта (поступление заявления)

через канал обслуживания, моделирующий работу, выполняемую кассиром при обслуживании клиентов, осуществляющих оплату услуг связи.

Третий сегмент предназначен для моделирования процесса прохождения транзакта (поступление заявления) через многоканальное устройство, моделирующее работы, выполняемые продавцом-консультантом при подключении опций и тарифов.

Четвертый сегмент предназначен для моделирования процесса прохождения транзакта (поступление заявления) через многоканальное устройство, моделирующее работы, выполняемые продавцом-консультантом при реализации средств связи.

Пятый сегмент: таймер-сегмент, используется для задания времени моделирования системы.

Промоделируем работу салона связи в течение 8 часов (рабочий день) для следующих входных условий:

Генерирование входных заявок происходит по равномерному закону со средним количеством 70 заявок в день, среднее время поступления заявки 5 мин.

Время обслуживания заявки каналом KASSIR распределено по равномерному закону распределения со средним временем обслуживания 5 мин. Время обслуживания заявки многоканальным устройством KONSULTANT распределено по равномерному закону распределения со средним временем обслуживания 15 или 35 мин в зависимости от вида заявки клиента.

Результаты работы программы представлены на рис. 6

Рассмотрим результаты моделирования:

START TIME (время начала моделирования) 0.000

END TIME (время окончания моделирования) 480.000

BLOCKS (число блоков, используемых в программе) 29

FACILITIES (число каналов обслуживания) 1

STORAGES (число накопителей для многоканальных устройств) 1

Ниже перечисляются блоки модели и количество входов в них требований (BLOCK TYPE). При этом

Таблица 1. Классификация систем моделирования по области приложения

Система моделирования	Приложения
ARENA	Производство, анализ бизнес-процессов, дискретное моделирование
EXTEND	Стратегическое планирование, бизнес-моделирование
GPSS	Общего назначения, производство, транспорт, оказание услуг. Процессы, представляемые в виде СМО.
IThINK ANALYST	Управление финансовыми потоками, реинжиниринг предприятий, банков, инвестиционных компаний и др.
PROCESS MODEL	Общее производство, реинжиниринг
SIMULA	Универсальное средство имитации дискретных процессов
TAYLOR SIMULATION SOFTWARE	Производство, стоимостный анализ
WITNESS	Бизнес-планирование, производство, финансы
VENSIM	Модели системной динамики
POWERSIM	Непрерывное моделирование
DYNAMO	Модели системной динамики вычислительного типа

GPSS World Simulation Report - Мерофом.46.1

Sunday, May 18, 2014 09:11:42

START TIME	END TIME	BLOCKS	FACILITIES	STORAGES
0.000	480.000	29	1	1

NAME	VALUE
FUEL_TYPE	10001.000
KASSIR	10004.000
KONSULTANT	10000.000
LB_EXIT	27.000
LB_KASSA	22.000
LB_NEXT_1	4.000
PODKL	10.000
PRODAJA	16.000
Q_KASSA	10003.000
Q_KONSULTANT	10002.000
USLUGI	3.000

LABEL	LOC	BLOCK TYPE	ENTRY COUNT	CURRENT COUNT	RETRY
	1	GENERATE	64	0	0
	2	TRANSFER	64	0	0
USLUGI	3	TRANSFER	33	0	0
LB_NEXT_1	4	QUEUE	32	1	0
	5	SEIZE	31	0	0
	6	DEPART	31	0	0
	7	ADVANCE	31	0	0
	8	RELEASE	31	0	0
	9	TRANSFER	31	0	0
PODKL	10	QUEUE	20	0	0
	11	ENTER	20	0	0
	12	DEPART	20	0	0
	13	ADVANCE	20	1	0
	14	LEAVE	19	0	0
	15	TRANSFER	19	0	0
PRODAJA	16	QUEUE	11	0	0
	17	ENTER	11	0	0
	18	DEPART	11	0	0
	19	ADVANCE	11	0	0
	20	LEAVE	11	0	0
	21	TRANSFER	11	0	0
LB_KASSA	22	QUEUE	30	1	0
	23	SEIZE	29	0	0
	24	DEPART	29	0	0
	25	ADVANCE	29	1	0
	26	RELEASE	28	0	0
LB_EXIT	27	TERMINATE	60	0	0
	28	GENERATE	1	0	0
	29	TERMINATE	1	0	0

FACILITY	ENTRIES	UTIL.	AVE. TIME	AVAIL.	OWNER	PEND	INTER	RETRY	DELAY
KASSIR	60	0.762	6.098	1	63	0	0	0	2

QUEUE	MAX CONT.	ENTRY	ENTRY(0)	AVE. CONT.	AVE. TIME	AVE. (-0)	RETRY
Q_KONSULTANT	4	0	31	14	0.547	8.476	15.457
Q_KASSA	5	2	62	15	0.978	7.569	9.985

STORAGE	CAP.	REM.	MIN.	MAX.	ENTRIES	AVL.	AVE.C.	UTIL.	RETRY	DELAY
KONSULTANT	2	1	0	2	31	1	1.492	0.746	0	0

Рис. 6. Результаты моделирования

каждый блок имеет свой числовой номер (LOC). Указывается количество транзактов, прошедших через соответствующий блок (ENTRY COUNT), количество транзактов, задержанных в блоке (CURRENT COUNT) и количество

транзактов, ожидающих специальных условий для прохождения через блок (RETRY).

Проанализируем результаты моделирования используя данные окна Report.

Общее количество клиентов, обратившихся в салон связи составило 64 человека. Из них 31 человек оплачивали услуги связи, 20 — подключали опции и тарифы, 12 человек консультировались по вопросу приобретения средств связи. 1 человек не стал дожидаться обслуживания.

Проанализируем статистику канала обслуживания KASSIR: число клиентов, обратившихся на обслуживание, составило 60 человек, причем 31 человек оплачивали услуги связи и не консультировались у продавцов-консультантов; кассир занят обслуживанием клиентов 76,2% рабочего времени (коэффициент использования канала KASSIR составляет 0,762); среднее время обслуживания заявки кассиром составляет 6 минут.

Проанализируем статистику для каждой из очередей: максимальная очередь к продавцу-консультанту составила 4 человека. Количество нулевых входов — 14 из 31. Следовательно, вероятность того, что заявка не будет сразу обслужена, составляет 55%. Клиентам приходится ожидать в очереди более 15 минут; максимальная оче-

редь к кассиру, составила 5 человек. Количество нулевых входов — 15 из 62. Следовательно, вероятность того, что заявка не будет сразу обслужена, составляет 76%. Среднее время нахождения заявки в очереди составляет около 10 минут.

Проанализируем статистику МКУ: число клиентов, обратившихся на обслуживание, составило 31 человек. Причем 20 человек консультировались по тарифам и услугам, а 12 — по средствам связи; продавцы-консультанты заняты обслуживанием клиентов 74,6% рабочего времени (коэффициент использования накопителя KONSULTANT составляет 0,746).

Проведенный анализ деятельности сотрудников салона связи показал, что сотрудники салона заняты обслуживанием клиентов большую часть рабочего времени. При этом время ожидания в очереди достигает 15 минут. Подобная ситуация является недопустимой для салонов связи в условиях повышенной конкуренции. При этом продавцы-консультанты должны выполнять дополнительные функции по организации работы салона.

#### Литература:

1. Оптимизация функционирования склада управления закупок ОАО «Балаковорезинотехника»/Горшков Е. А., Панько Ю. В., Краснов А. Г. Казань.: Молодой ученый. 2014. №8. с. 446–448.
2. Панько, Ю.В. Особенности конкурентной среды на мезоуровне экономики. Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2007. № 15. с. 39–42.
3. Шеннон Роберт Имитационное моделирование систем: искусство и наука. М.: Мир, 1978 г.
4. Бычков, С. П., Храмов А. А. Разработка моделей в системе моделирования GPSS. Учебное пособие. М.: МИФИ, 2003. — 32 с.
5. Бражник, А. Н, Имитационное моделирование: возможности GPSS WORLD. — СПб.: Реноме, 2006. — 439 с.
6. Томашевский, В. Н., Жданова Е. Г. Имитационное моделирование в среде GPSS. — М.: Бестселлер, 2009, — 416 с.

## Внедрение принципов «зеленой» экономики ТНК, на примере Apple Inc.

Громова Анна Игоревна, аспирант  
Санкт-Петербургский государственный университет

На сегодняшний день среди ТНК формируется новая логика бизнеса, которая заключается в процветании и успехе компании, которые могут быть основаны только на принципах социальной справедливости и заботы об окружающей среде. Мотивы к прибыли не исчезли, но изменилось постепенно видение того, как можно производить прибыль. Развитие компании стало пониматься как развитие бизнеса в целом комплексе сложных и взаимосвязанных составляющих. Например, как можно добиться успеха при одновременной экономии ресурсов? Или как можно увеличить сбыт продукции при меньшем воздействии на окружающую среду? Как можно улучшить качество продукции при увеличении безопасности труда? Все эти вопросы стали восприниматься как нор-

мальные в ежедневной практике деятельности ТНК. В данной статье будет рассмотрено, как эти принципы работают и используются крупнейший производитель персональных и планшетных компьютеров, аудиоплееров, телефонов, а также программного обеспечения.

Компания Apple Computers Inc. была основана Стивом Джобсом и Стивом Возняком в 1976 г. Уже в самой модели производственного продукта был заложен «зеленый» принцип экономии — вместо огромного, размером с комнату, компьютера, что изготавливала ИВМ (в самом названии Business Machine предназначение компьютера для потребностей бизнеса, а не человека), персональный, миниатюризированный компьютер, который можно разместить каждому на рабочем столе. Понятное дело,



что такой компьютер требовал меньше места, меньше затрат и материалов, меньше потреблял энергии. Однако Apple конечно не ставили такой экологической цели в начале своей деятельности, просто попали на волну этой экономии 70-х, когда все продукты стали меньше и экономнее — вместо катушечных магнитофонов кассетные, вместо полноразмерных автомобилей — малолитражные, вместо больших квартир — малогабаритные. Тем не менее, экономия остается важной чертой деятельности компании с самого начала и до сих пор: новый Mac mini представляет сегодня самый экономичный компьютер в мире, он требует всего 10 ватт электроэнергии для работы, что меньше, чем потребляет электрическая лампочка энергосберегающего типа.

Сознательно планировать действия по охране окружающей среды и устойчивому развитию Apple начала в 1990 г., именно тогда была утверждена программа компании по охране окружающей среды. Эту деятельность компании можно разделить на несколько частей: во-первых, это отказ применения в производстве вредных для здоровья людей компонентов; во-вторых, это политика отслеживания воздействия на окружающую среду продукции компании (во время всего жизненного цикла продукции — например, энергопотребление компьютеров или телефонов, или утилизация компьютеров и планшетов); в-третьих, это экономичность и экологичность самого производства или обслуживания компьютеров и программ (например, принципы обслуживания серверов, где хранится информация iCloud); в-четвертых, экологическая политика в отношении внешних поставщиков компонентов. Рассмотрим по порядку эти направления деятельности в области «зеленой» экономики.

1) Apple постепенно отказывается от всех вредных для здоровья человека веществ в составе своей продукции. С 1991 г. компания не использует свинец в производстве аккумуляторов, а с 1994 г. постепенно отказывается от никелево-кадмиевых аккумуляторов, свинец и кадмий в строго ограниченных количествах используются при производстве кабелей в компьютерах, с 2000-х гг. компания отказывается от применения вредных веществ (тетрабромобисфенола А) в производстве пластиковых деталей корпусов компьютеров и телефонов, с 2007 г. компания не выпускает печатных плат содержащих бром, также отказывается от ртути и мышьяка в производстве дисплеев (Apple была первой компьютерной компанией, которая полностью перешла на жидкокристаллические дисплеи вместо электронно-лучевых, которые содержат много больше вредных веществ и потребляют больше энергии [1]). Кроме того, Apple с 1990-х гг. не использует фреона, разрушающего озоновый слой планеты, в производстве компьютеров и телефонов, а поливинилхлориды не используются в упаковке продукции. Например, сегодня iPhone последнего поколения занимает второе место в ряду самых безопасных телефонов для потребителя.

2) Каждый элемент в производстве продукции компании систематически рассматривается с точки зрения влияния на окружающую среду: производство, эксплуатация и утилизация продукта оцениваются с позиции выброса парниковых газов. Производство, добыча сырья и транспортировка ответственны за 60% суммарного объема выбросов парниковых газов. Вот примеры новых экологических технологий Apple: корпус unibody позволяет сделать MacBook и iPad более тонкими, и в то же время — более прочными; при производстве новейшего iMac используется технология ротационной сварки (трением) что требует на 68% меньше материалов. С 2009 г. внедрена система анализа выбросов парниковых газов за весь жизненный цикл каждого продукта компании. Это важно, поскольку существенная часть парниковых газов получается не вследствие производства продукта, а его эксплуатации. Поэтому все продукты Apple почти в 2 раза превышают требования национальных законодательств к энергоэффективности продукции, а некоторые — iPad mini, в 6 раз [1].

3) С 1996 г. все производство компании сертифицировано по стандарту ISO 14001. Это значит, что не сам продукт, а производственный процесс организован с точки зрения экологического менеджмента. Учитываются все возможные средства и методы экономии ресурсов и издержек, технологии для уменьшения влияния на окружающую среду. Уровень вторичной переработки достигает 66% (от выпущенных в 2003 г. товаров компании). Многие производственные площадки — в Купертино, в Остине, в Мюнхене — используют возобновляемые источники энергии. Средний уровень использования энергосовозобновляемых источников — 75%, а в будущем компания предполагает полностью перейти на использование только возобновляемых источников энергии — солнечные, ветровые, гидроэнергетические и геотермальные источники.

4) В 2005 г. Apple вводит свои правила для поставщиков компонентов (большинство их расположено в КНР — около 400, для сравнения в США — 60, в Канаде — 1, во Франции — 5), все они обязаны придерживаться общей политики экологической и социальной ответственности Apple. Только в 2012 г. компания провела больше 200 аудиторских проверок своих поставщиков, и в том числе с позиции соблюдения поставщиками социальных гарантий и влияния на окружающую среду. Компания проводит Worker Rights Trainings, обучая работников своих поставщиков знаниям своих социальных прав и обязанностей, предлагая свое понимание принципов справедливых взаимоотношений работника и работодателя. Apple считает, что каждый работник имеет право на безопасное для здоровья рабочее место и на справедливую и честную оплату труда [2]. В области охраны окружающей среды в деятельности поставщиков Apple проводит политику совместного анализа и оценки рисков воздействия на природную среду, а также внедряет программу чистой воды (Clean Water Program), которая обес-

печивает рециркуляцию и повторное использование воды в производстве.

Однако не все согласны с тем, что продукция Apple отвечает зеленым стандартам. Например, не смотря на высокие оценки MacBookPro (Retina), некоторые замечают, что этот продукт никак не может считаться «зеленым», поскольку все элементы (например, аккумулятор) намертво вклеены в плату, они не могут быть заменены при ремонте. Это касается и iPhone и iPad, при этом иногда аккумулятор может «умереть» после 12 месяцев работы. [3]. Организация Greenpeace даже обвиняет Apple в намеренном экологическом обмане покупателей, что получило название «greenwashing». Сам этот термин был разработан в 80-х, когда многие сетевые отели в мире установили таблички в номерах, призывающие постояльцев гостиниц воздерживаться от требования ежедневной смены полотенец. Так якобы достигается экономия воды и снижается загрязнение стиральным порошком окружающей

среды. На деле все было сделано просто чтобы принести дополнительную прибыль владельцам отелей, эти сетевые отели не сделали ничего, чтобы в реальности продвигаться к принципам «зеленой» экономики [4]. Так и Apple, подчеркивая экологичность своей продукции, вводит покупателей в заблуждение, не обеспечивая широкой возможность ремонта своей продукции. Это прямой отклонение от принципов устойчивого развития. Тем не менее, прогресс Apple в сфере устойчивого развития и «зеленой» экономики очевиден. Из команды отстающих в сфере «зеленой» электроники Apple превратилась в лидера, утверждая прежде всего принцип «green glasnost» — «зеленой гласности» (термин ввел Todd Woody, журналист Forbes в статье «How Apple Went From Environmental Laggard To Leader» [5], Apple делает много для того, чтобы перейти на возобновляемые источники энергии и снизить вредное воздействие на природу производственных мощностей, расположенных главным образом в Китае.

Литература:

1. Официальный сайт Apple <http://www.apple.com/ru/environment/our-footprint>
2. Официальный сайт Apple <http://www.apple.com/supplier-responsibility>
3. <http://ifixit.org/blog/3525/the-retina-macbook-pro-was-verified-epeat-gold-but-its-not-green>
4. Greenwashing — <http://en.wikipedia.org/wiki/Greenwashing>
5. How Apple Went From Environmental Laggard To Leader, 2/22/2012 [www.forbes.com/sites/toddwoody/2012/02/22/how-apple-went-from-environmental-laggard-to-leader](http://www.forbes.com/sites/toddwoody/2012/02/22/how-apple-went-from-environmental-laggard-to-leader)

## The Resource-competency approach to the external environment analysis of the trade organisation

Златарева Надежда Детелинова, студент;  
Чернова Виктория Александровна, старший преподаватель  
Российский университет дружбы народов (г. Москва)

*The present article contains a review of the current problems concerning the strategic analysis of the commercial organization's external environment. A processing algorithm for the external environment strategic analysis of the trade organization is proposed, taking into account the resource-competency approach to the matter. The article also includes a methodical recommendations for the execution of a such analysis.*

The complicated internal and external environment in which the modern trade organization is functioning is a key variable for its successful financial and economic activities and its relations with its suppliers and clients. There's a constant resource exchange with the external environment in order to provide the organization's economic survival and also a constant risk of not accumulating the key resources from the external environment which can turn into a great threat to the potential and the very existence of the organization.

In the conditions of a market economy in development, it's crucial for the organization's successful management

to find an elaborate growth strategy, based on the strategic analysis of its key strengths, priorities and goals and their relation to both the internal and external environment of the organization.

The external environment analysis can provide vital information in order for the management to take key decisions for the organization's successful short and long term interaction with its external environment, therefore keeping the potential of the organization at a level, sufficient enough to achieve its strategic goals or to react swiftly to the changes of the environment. This is why we find the strategic analysis of the external environment to be a very important tool available

to the trade organization's management in order to establish a control system for the external processes and resources, minimizing the entrepreneurship risk, gaining influence on its suppliers and competitors and increasing its product demand.

The elaboration of a scientific basis for the strategic analysis of the organization's external environment on a national market level comes down to the implementation of suitable methodology and approach to the research of the matter. The general theoretical problems of a such analysis are already studied and can be found in the works of such internationally recognized authors as Henry Mintzberg, Henry Porter, Peter Doyle, Arthur Thompson, Alfred Chandler, Kenneth Andrews and others. The strategic management problems are subject of the publications of many Russian scientists as well, such as V. Ahripov, O. Vikhanskii, B. Riseberg, V. Markov, V. Harchenko, S. Kuznetzov and others. A study of the current problems of the trade organization's activity, resource and expertise analysis has been conducted and can be found on the works of some contemporary Russian authors: M. Abriutin, L. Volkov, L. Zinin, A. Karpov, L. Petrov, M. Sorokin, E. Karpenko, A. Friedman, L. Pidlipin and others.

However, despite the numerous research works in the abovementioned field, the problems of processing such analysis in the conditions of a limited financial capability and unstable legislation governing a local market hasn't been done.

In the field of economics, a stable definition of the term «strategic analysis» has yet to be defined. Some authors describe the term as an aggregate of functions, elements and stages. This logical «looseness» of the definition of the term is due to the lack of consensus among the authors regarding the nature of the strategic analysis with its abovementioned stages, functions and elements, how should it be differentiated from other types of economic analysis of the external environment like the competitor analysis or the portfolio analysis.

The majority of the authors however share the same view over the purpose of the strategic analysis — to obtain an evaluation on the key factors influencing the present and future state of the organization and the influence over the organization's strategic choices. According to some of the abovementioned authors (Pidlipin, Zinin, Karpov and others) the strategic analysis of the trade organization's external environment contains several stages roughly described as preparative, analytical, ranking or arranging, and final or conclusive.

The «preparative» stage is the basis of the analysis. The focus here is on the information gathering, the goals of the organization, the relevance of that information to the goals defined, rather than on the actual analytical actions. An input information mass is therefore created, defined, structured even shaped by the aims of the organization. The second stage is the actual analysis of that input information, its indicators, exponentials and key factor interactions. This is when the key variables and directions of influence are defined. An analysis and evaluation of both the internal and external

competitive factors is to be executed as well on this stage of the strategic analysis in order to achieve a complex view and possibly an estimation of the organization's financial and nonfinancial indicators. [3. p80]

This complex approach can provide support basis for the strategic decisions that are to be taken, throwing light on the relations between the unstable external environment factors and the internal ones (resources, expertise, competency, know-how and others). Therefore the complex systematical approach to the strategic analysis should be considered a worthy alternative to other approaches.

Taking into consideration the diversity of the methods an approaches to the strategic analysis, for its successful execution an algorithm implementing the Resource-competitive approach, STEP-analysis, Michael Porter model and main competitor' s pivot diagram can be used. Applying such an algorithm will allow one to make deductions from both the external and internal environment of the trade organization.

A brief resume of the strategic analysis and all of its stages of the commercial organization's external environment is provided below. It's developed on the basis of the different methods of analysis conduction.

The first preliminary or preparative stage encloses the actions of gathering and systematization of the information concerning the organization's resources (ex. equipment, human resources, innovation and finance potential, market state and requirements and the organization's competitiveness on that market) so a consistent input is to be formed.

The aim of second stage of strategic analysis is to obtain an evaluation of the organization's potential, this includes its resources, management system, the main markers of its financial and economic activity and to determine the main directions of further analysis of the external environment. That's why we find appropriate to analyze as follows: the availability and application of the organization's equipment, its current assets, intangible assets, it's sales areas, management system, human resource potential, the structure and dynamics of its turnover, its main financial and economics markers and the organization's marketing system.

The third stage — the strategic analysis of the organization's competitive advantages we find most appropriate to implement the following methods: STEP-analysis of the organization's activity, in order to obtain an estimation of the range of the external environment's influence on the organization; external environment analysis implementing the Michael Porter model, in order to provide an overview of the competitive forces on the market and therefore to set a milestone for the organization's competitiveness; main competitor' s pivot diagram allowing to visualize end to perceive the organization's market positioning compared to its main competitors.

The selection of analysis method is determined mainly by the need to estimate the organizations key advantages, so both quantitative and qualitative approaches are needed in order to obtain a high reliability of the analysis' deductions and results. On their basis as a result of that third stage, one

can reliably estimate the resources needed and to define the organization's competency end expertise.

The fourth stage — the resource-competency analysis contains as follows: a definition and evaluation of the organization's threshold resources and competencies, of its unique resources and key competencies, a matrix analysis of the interconnections between the separate resources and competencies. The prioritization of the organization's competencies and resources depends mainly on the organization's size and some other factors.

The ranking or arranging of the key competency related to the competitiveness of the organization is the final stage on the basis of which the prioritization of the strategic directions of development of the organizations can be done.

Given the present conditions, the strategic analysis of the commercial organization's activity is a complex study, aimed at the evaluation of the organization's perspectives. Its main goal is to provide a sound base, a support for the strategic management decisions. The external environment analysis can help the making those decisions in a more effective and successful way and to establish successful algorithm of interaction between the organization and its external environment, both in short and long term perspective.

At present, the resource-competency approach is closely examined in the works of both foreign and local Russian authors. The implementation relevance of the resource competency approach in the external environment analysis is determined most of all by the search for new long-term competitive advantages on the stock and services markets and for new solutions in the field of the resource theory. As a scientific field of research in management it is focused on the explanation of the possible differences in the results of the activity of the different organizations with market positions determined by their current resources and competencies.

The difference of the approach is determined by the estimation of more than one source of success for the organization, the resource theory determines that the organization itself is a key factor for that success, and therefore it's not that closely tied only to market positioning. The organization is viewed as an aggregate of controllable material and ideal property, know-how, expertise and competencies.

The interlink between the organization's resources and competencies can be defined by use of different methods of analysis (matrix, model, etc.) which can provide one with a visual perspective of the organization's key priorities, its strategic goals compared to the present external environment at a given time. [5, p. 28]

Despite the relatively vast implementation of methods of economic analysis in the field of commerce, the sheer meth-

odology and organizational aspects of strategic analysis are still to be studied and implemented on a practical level. One of the main reasons for that is the lack of legislation and practices.

By the authors opinion, the threshold competencies of the retail trade organizations can be defined as follows: marketing competencies (market knowledge, key market players, market tendencies and perspectives, the ability to foretell, to make a reliable prognosis on the market development; organizational competencies (the expertise and skill required to assure proper staff organization at the sale points); branch competencies (knowledge on the basic principles of retail trade); corporate and organizational culture (formation of common values and rules among the staff); staff competencies (basic staff know-how and financial and economic knowledge).

The organization's basic key competencies can be defined as follows: marketing competencies — reliable market information; organizational competencies — the presence of an effective planning system an effective trade process management; branch competencies — knowledge and expertise over the trade process on all levels of the structure of the organization; corporate culture — the definition and implementation of common values among the staff; personal competencies — the availability of a staff with an appropriate trade formation and the possibility of obtaining such.

On a practical level the main goal is for the organization to define its most important resources and competencies which then will serve as a sound base for its economic success. The defining process is in fact a proces of estimation of the key external and internal factors and their interaction. This interaction can be described by the means of a different methods of mathematical analysis. The authors find however most suitable for that purpose the method of matrix analysis. It can provide valuable date on the stock properties and their relation and dependence on the expertise, knowledge, know-how, of the staff both as a team of individuals and individuals. On the base of matrix analysis one can make deductions and conclusions on the organization's key competencies [2, p74].

The result of the analysis should therefore contain not only conclusions on the current configuration of the business system, but a determination of the key points of optimal effectiveness of the resources and efforts applied in the field of commerce as well.

The resource-competency approach provides a reliable estimation on both the present competencies and resources of an organization and the optimal future ones, that the organization should develop in order to achieve effectively its strategic goals.

#### References:

1. Арзуманова Т. И. Экономика и планирование на предприятиях торговли и питания/Т. И. Арзуманова, М. Ш. Мачабели. — Москва: Дашков и К°, 2009. — 272 с.
2. Архипов В. М. Стратегический менеджмент/В. М. Архипов, О. Р. Верховская. — СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2007. — 264 с.



3. Дойль П. Менеджмент: стратегия и тактика/П. Дойль. — Спб.: Питер, 2009. — 560 с.
4. Ефремов В.С. Ключевая компетенция организации как объект стратегического анализа/В.С. Ефремов, И.А. Ханыхов // Менеджмент в России и за рубежом. — 2012. — №2. — с. 74–79.
5. Зинина Л.М. Стратегическое управление предприятием: структурно-функциональная модель/Л.М. Зинина, Л.Н. Ефремова // Менеджмент и маркетинг. — 2011. — №9. — с. 79–81.
6. Карпов А.Л. Стратегическое и тактическое в конкурентном поведении предприятия/А.Л. Карпов // Проблемы современной экономики. — 2010. — №2 (34). — с. 65–69.
7. Мицберг Г. Стратегический процесс/Г. Мицберг, Дж.Б. Куин, С. Гошал. — СПб.: Питер, 2001. — 698 с.
8. Пидлыпна Р.П. Анализ стратегий деятельности торговых предприятий/Р.П. Пидлыпна // [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://be5.biz/ekonomika1/2010/10prpdtpr.htm>.
9. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов/М. Портер. — М.: Альпина Паблишер, 2011. — 454 с.
10. Проскура Н.В. Оценка эффективности функционирования розничной торговли/Н.В. Проскура // Проблемы современной экономики. — 2009. — №3 (31). — с. 19–22.

## Повышение экономической эффективности деятельности образовательного учреждения

Зяблов Андрей Александрович, кандидат экономических наук, доцент;  
Васюков Руслан Владимирович, студент  
Московский государственный университет пищевых производств

Эффективность производства — является ключевой категорией современной рыночной экономики, которая напрямую связана с достижением цели развития как каждого предприятия в отдельности, так и общества в целом. Чтобы провести измерения эффективности работы организации используется определение экономической эффективности. Это понятие показывает результат производственно-хозяйственной деятельности организации, которая определяется путем соотношения полученных результатов и затрат, расходуемых на реализацию будущих результатов. Под результатами в экономике понимается итог использования или применения ресурсов [1]. Результаты могут проявляться в различных формах, например: создание конкурентоспособного образца продукции, выручка от увеличивающегося объема производства, количество новых изделий. Они могут быть выражены в натуральных и стоимостных формах.

Вопросы, которые связаны с возможным повышением экономической эффективности производственно-хозяйственной деятельности организации, являются широко разработанными, но в нашем случае эта тема является достаточно актуальной. Стоит уделить большее внимание аспектам экономической эффективности производственно-хозяйственной деятельности организации и путям ее повышения.

Экономическая эффективность это результативность экономической системы, выраженная в отношении полезных конечных результатов ее функционирования к затраченным ресурсам. Она складывается как интегральный показатель эффективности на разных уровнях экономиче-

ской системы. Является итоговой характеристикой функционирования национальной экономики [2].

Важным критерием социально-экономической эффективности является уровень удовлетворения конечных потребностей общества и прежде всего, потребностей, которые связаны с развитием личности. Социально-экономической эффективностью обладает та экономическая система, которая в наибольшей степени обеспечивает удовлетворение многообразных потребностей людей: материальных, социальных, духовных, гарантирует высокий уровень и качество жизни. Основой такой эффективности служит оптимальное распределение имеющихся у общества ресурсов между отраслями, секторами и сферами национальной экономики.

Эффективность экономической системы напрямую зависит от эффективности процесса реализации поставленных целей учреждением, социальной сферы (систем образования, здравоохранения, культуры), эффективности государственного управления. Эффективность каждой из этих сфер определяется отношением полученных результатов к затратам и измеряется совокупностью количественных показателей [3].

В настоящее время важную роль играет нахождение всевозможных путей повышения экономической эффективности деятельности организации. В качестве примера было рассмотрено нахождение путей повышения экономической эффективности в Московском государственном университете пищевых производств.

Экономическая эффективность выражается в таком показателе как прибыль, он является основным и одним из главных итогом работы любой коммерческой органи-



зации. Но так как бюджетное учреждение это некоммерческая организацией, то экономический эффект играет второстепенную роль. Для некоммерческих организаций, социальный эффект является главным показателем эффективности, так как именно от него зависит уровень финансирования со стороны государства. Как итог, показатели величины и значимости социального эффекта работы организации для общества, должны отвечать перед государством за достижение намеченного социального эффекта. Но так как современные бюджетные учреждения не могут существовать только за счет бюджетного финансирования, следует уделить большое внимание повышению количества финансовых средств за счет ведения деятельности, которая приносит дополнительный доход в бюджет организации.

Сперва был проведен анализ экономической эффективности деятельности университета.

Экономическая эффективность бюджетного учреждения:

- 1) Социальная эффективность;
- 2) Финансово-экономическая эффективность.

По итогам проведения анализа была выявлена высокая социальная и финансово-экономическая эффективность. Два этих критерия способствуют дальнейшему развитию университета и повышению его экономической эффективности.

В качестве возможных путей повышения экономической эффективности были рассмотрены два пути. По первому пути университет должен повысить свою социальную эффективность, а второй путь направлен на повышение финансово-экономической деятельности университета.

### **Повышение социальной эффективности бюджетного учреждения**

Одним из возможных путей повышения социальной эффективности работы университета является создание стратегических партнерств. Из двух моделей партнерства: «ВУЗ» — «Предприятие» и «ВУЗ» — «ВУЗ» будет рассмотрено первое, то есть «ВУЗ» — «Предприятие».

Предприятие и высшее учебное заведение выступают двумя сторонами образовательного процесса. Вуз — производит специалистов, а предприятие — потребляет их. От эффективности реверсной связи между ними зависит степень соответствия качества подготовки специалистов пожеланиям работодателя, а значит, и востребованность выпускника вуза на предприятии пищевой промышленности.

Решение вопроса о подготовке нужных экономике специалистов реально реализовать лишь при тесном контакте учебного заведения и предприятий, необходимо создание системы, когда работодатель сможет влиять на состав образовательной программы и заказывать нужных ему специалистов, ориентированных на конкретное предприятие, а вуз иметь полигон, на котором в процессе обучения

сможет «опробовать» качество и степень подготовки своих студентов.

Такое взаимодействие позволит выявить перспективные направления деятельности вуза и создать на предприятиях интеллектуальный капитал, способный разработать, а затем и реализовать стратегическое направление развития предприятия.

Обе стороны имеют интерес в установлении тесных контактов. Они обеспечивают возможность вузу отслеживать меняющиеся требования предприятий различных отраслей к специалистам и быстро менять образовательные программы, что способствует повышению конкурентоспособности учебного заведения. При этом у предприятий появляется возможность, влияя на процесс обучения, получать специалистов, которые подготовлены по «специальному заказу», а так же принять участие в подготовке, направляя своих специалистов для преподавания в вузе.

Уровень подготовки специалиста подразумевает федеральные и региональные компоненты государственного образовательного стандарта и показатель качества, который отражает требования предприятия. Очевидно, что первые две компоненты являются стандартными и не могут быть изменены ни вузом, ни предприятием, так как устанавливаются и оплачиваются соответствующими бюджетами государства. Но третья составляющая является предметом диалога между предприятием и вузом и финансируется заказчиком проекта.

Иначе, показатель качества подготовки специалистов может быть представлен в двуединой форме, одна из сторон которой объединит параметры и свойства учебного процесса, в процессе которого обучающемуся преподаются определенные профессиональные качества, и определяется совокупность характеристик качества подготовки специалиста со стороны вуза («потенциальное качество»), а другая — определяется предприятием как интегральный показатель его требований к работнику интеллектуального труда, зависящий от показателей деятельности предприятия и уровня его развития («востребованное качество»).

Качество подготовки специалистов — один из основных показателей, определяющий конкурентоспособность высшего учебного заведения, поэтому позиционирование вуза на рынке образовательных услуг в решающей степени зависит от эффективности его взаимодействия с предприятиями-потребителями выпускников высших образовательных учреждений.

Но высшие учебные заведения заинтересованы в сотрудничестве с предприятием не только как с поставщиком информации, необходимой для подготовки полноценного специалиста, но и как с дополнительным источником внебюджетных доходов вуза.

Однако предприятие может быть не только потребителем выпускников образовательного учреждения, но и выступать в роли заказчика научно-исследовательских работ, поставщиком докторантов, аспирантов и соискателей, слушателей курсов переподготовки и по-

вышения квалификации, специалистов для получения второго образования и пр. Таким образом, предприятие заинтересовано в получении практически всех видов образовательных услуг, предоставляемых высшим учебным заведением.

### **Повышение финансово-экономической эффективности бюджетного учреждения**

Для некоммерческих организаций, которым является ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет пищевых производств», социальный эффект выступает в роли главного показателя эффективности, так как именно от него зависит уровень стимулирования и финансирования со стороны государства. В конечном счете, показатели величины и значимости социального эффекта работы организации для общества, должны отвечать перед учредителем (государством) за достижение намеченного социального эффекта. Но так как современные бюджетные учреждения не могут существовать только за счет бюджетного финансирования, стоит уделить большое внимание обогащению финансовыми средствами за счет ведения деятельности, приносящей доход в бюджет организации.

Федеральный закон от 08.05.2010 №83-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием правового положения государственных (муниципальных) учреждений» (далее — Закон №83-ФЗ) направлен не только на повышение эффективности предоставления государственных и муниципальных услуг при условии сохранения либо снижения темпов роста расходов бюджетов всех уровней бюджетной системы на их предоставление, но и на создание условий и стимулов для сокращения внутренних издержек учреждений и привлечения ими внебюджетных источников финансирования.

Необходимо обратить внимание на то, что внебюджетная деятельность образовательного учреждения, называемая ранее «предпринимательская и иная приносящая доход деятельность», согласно Закону №83-ФЗ стала называться «приносящая доход деятельность» — внесены соответствующие изменения в ст. 47 Закона РФ от 10.07.1992 №3266—1 «Об образовании» (далее —

Закон РФ «Об образовании»). То есть соотношения внебюджетной деятельности с деятельностью предпринимательской не происходит.

Для повышения финансово-экономической эффективности деятельности образовательного учреждения было решено рассмотреть модель повышения деятельности приносящей дополнительный доход.

Виды платных услуг, которые регламентируются в соответствии с п. 1 ст. 45 Закона РФ «Об образовании» к ним относятся:

1. Обучение по дополнительным образовательным программам;
2. Репетиторство;
3. Преподавание специальных курсов и дисциплин;
4. Занятия со слушателями по углубленному изучению предметов.

Одним из перспективных направлений интеграции науки и образования в современных российских вузах стало создание научно-образовательных центров. Обычно такие центры открываются под какие-либо направления, которое характерно либо для того, либо для иного региона, либо для вуза, либо для конкретной научной школы. Их целями являются достижение научных результатов мирового уровня по широкому спектру научных исследований, закрепление в сфере науки и образования научных и научно-педагогических кадров, формирование эффективных и жизнеспособных научных коллективов.

Посредством научно-образовательного центра создается специфическая среда, мотивирующая молодежь к научно-исследовательской работе, которая аккумулирует опыт ученых и ведущих исследователей, передовых научных центров, академических структур, региональных вузов. Формы сотрудничества могут изменяться от круглых столов, дискуссионных симпозиумов, разноуровневых конференций до создания творческих лабораторий, объединенных научных коллективов, созданных под конкретный исследовательский проект или грантовую программу, и др. Основными составляющими работы научно-образовательного центра являются инновационная (конкретная реализация и внедрение в практику фундаментальных исследований, которые реализуются в классических университетах) и интеграционная (объединение науки и образования).

### **Литература:**

1. Греков, А. С. Оценка эффективности управления производством на предприятии // Экономика и производство, 2009
2. Экономическая эффективность и конкурентоспособность: учебное пособие / Д. Ю. Муромцев, Ю. Л. Муромцев, В. М. Тютюнник, О. А. Белоусов, — Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2010
3. Юрьева, Т. В., Экономика некоммерческих организаций — М.: Юристъ, 2009

## Проблемы государственной поддержки бизнеса

Ишбулатова Ильмира Альбертовна, магистрант

Башкирская академия государственной службы и управления при президенте Республики Башкортостан (г. Уфа)

Развитие малого и среднего бизнеса является актуальной проблемой в условиях модернизации существующей экономики России. Предпринимательство играет важную роль в любой стране: обеспечивает занятость населения, порождает здоровую конкуренцию, насыщает рынок новыми товарами и услугами и обеспечивает ресурсные потребности крупных предприятий. В условиях медленного и неустойчивого выхода экономики из кризиса государственная политика поддержки малого предпринимательства на федеральном уровне остается противоречивой и несбалансированной.

Общие проблемы в России, возникающие при поддержке государства малому и среднему предпринимательству — это проблемы макро-уровня. В литературе выделяют следующие проблемы, связанные с мерами государственной поддержки рассматриваемого сегмента рынка:

1) Несовершенство налоговой системы имеет отрицательное влияние на бизнес в целом и малые предприятия в частности. Уровень действующих ставок налогов превышает все разумные пределы, а перечень налоговых льгот для субъектов малого предпринимательства ограничен. Эта ситуация вынуждает предпринимателей искать способы уклонения от налогов.

2) Несовершенство нормативной правовой базы в сфере малого предпринимательства является фактором избыточных административных барьеров и коррупции в системе государственных и контролирующих органов.

3) Слабость государственной финансово-кредитной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства. Несовершенство финансово-кредитной системы. Многим малым предприятиям не хватает внешнего финансирования, причем главным препятствием к получению кредита являются условия, выдвигаемые банками. Процент по кредитам непомерно высок и примерно в 10 раз выше европейской ставки по кредиту. При этом срок рассмотрения запроса на кредит может достигать до нескольких месяцев и потребовать предоставления большого количества документов [1].

Российскими учеными и исследователями уже было написано немало работ по развитию малого и среднего предпринимательства в стране и предложены различные меры по его модернизации. Уровень развития малого и среднего бизнеса в России существенно отстает от экономически развитых стран. Можно констатировать, что государственная поддержка малых и средних предприятий у нас находится на довольно слабом уровне. Развитие малого и среднего бизнеса в экономически развитых странах идет более быстрыми темпами [2].

В Гражданском кодексе Российской Федерации закреплены определенные организационно-правовые формы

отечественного предпринимательства, осуществляемого хозяйствующими товариществами и обществами, производственными кооперативами, государственными и муниципальными предприятиями [3]. В условиях современного финансово-экономического кризиса особое внимание уделяется в России малому и среднему предпринимательству как основе рыночного хозяйства. Так, в 2007 году был принят Федеральный закон №209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [4]. В декабре 2009 года принят нормативный правовой акт Основные направления антикризисных действий Правительства Российской Федерации на 2010 год, где отмечается роль малого и среднего предпринимательства в реализации антикризисных мер [5]. Реализация целей и задач, предусмотренных Основными направлениями антикризисных действий Правительства Российской Федерации на 2010 год осуществляется в настоящее время Основными направлениями налоговой политики на 2011 год и плановый период 2012 и 2013 годов и Основными направлениями налоговой политики на 2012 год и плановый период 2013 и 2014 годов, а также Концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года [6].

Поддержку малому предпринимательству оказывают негосударственные структуры: банки, страховые и лизинговые компании, факторинговые компании, консалтинговые фирмы, венчурные фонды, холдинговые компании, аудиторские фирмы, арбитражные суды. Мер поддержки малого предпринимательства достаточно много, но не все они осуществляются на должном уровне.

Считаем, что реализация государственной поддержки малого предпринимательства позволила снизить социальную напряженность на рынке труда через увеличение количества рабочих мест на вновь создаваемых малых предприятиях, привлечь дополнительные инвестиционные ресурсы в российскую экономику, но этого еще недостаточно.

Можно согласиться с А. Ф. Пьянковой, которая признает субъект малого предпринимательства слабой стороной в договорных отношениях с крупными компаниями [7].

Одной из основных проблем, решаемых гражданским правом, является защита слабой стороны в договорном обязательстве. Для выявления слабой стороны требуется более гибкий подход.

Л. Гарвин в результате экономико-юридического анализа пришел к выводу о том, что бизнес, который составляет сейчас весьма значительную долю субъектов гражданского оборота, не вписывается ни в категорию потребителей, ни в категорию коммерсантов. По его

мнению, предпочтителен гибкий правовой режим, основанный на стандартах: суд, рассматривая конкретное дело, должен учитывать относительную опытность, издержки на получение информации, когнитивные способности и другие характеристики [7].

Договорные отношения отличаются значительным разнообразием, в том числе и неоднородностью участников таких отношений. Поэтому нецелесообразно жесткое установление единого критерия «слабости» стороны договора — соотношение договорных возможностей должно определяться применительно к конкретной ситуации. При определении субъекта малого предпринимательства за основу могут быть взяты критерии, данные в ст. 4 Федерального закона от 24 июля 2007 года №209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации».

Отголоски рассматриваемого гибкого подхода нашли отражение в новейшей практике Высшего Арбитраж-

ного Суда Российской Федерации. Так, ВАС РФ признал, что если проект кредитного договора разработан банком и содержал в себе условия, существенным образом нарушающие баланс интересов сторон, то индивидуальный предприниматель — заемщик по договору — вправе сослаться на положения ст. 428 Гражданского Кодекса Российской Федерации о договоре присоединения.

Подводя итоги вышесказанного, можно отметить следующее, для того, чтобы разрабатываемые программы поддержки и развития малого предпринимательства стали действенными, необходимо учесть недостатки предыдущих программ и обеспечить более высокую их целенаправленность, посредством чего получится сократить безработицу и увеличить налоговые поступления в государственную казну. Во многих случаях решение проблем бизнеса, можно прибегнуть к практике западных стран, где на частных предпринимателей приходится до 60% ВВП.

#### Литература:

1. Любичев, Г. В. Перспективы венчурного финансирования малого бизнеса // Молодежный Научно-технический вестник. — 2012. — №9. — с. 2.
2. Глебова, И. С., Садырдинов Р. Р. Государственное регулирование малого и среднего предпринимательства: Учебное пособие. — Казань: Казанский государственный университет им. В.И. Ульянова-Ленина, 2008. — с. 29, с. 122, с. 154.
3. Гражданский кодекс РФ (часть первая) от 30.11.1994 №51-ФЗ (в ред. от 06.12.2011, с изм. от 27.06.2012) // Собрание зак-ва Рос. Федерации от 05.12.1994. — №32. — Ст. 3301.
4. Федеральный закон Российской Федерации от 24 июля 2007 г. №209-ФЗ (ред. от 06.12.2011) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» // Собрание зак-ва Рос. Федерации от 30.07.2007. — №31. — Ст. 4006.
5. План по реализации основных направлений антикризисных действий и политики модернизации российской экономики Правительства РФ на 2010 год, утв. Правительством РФ 02.03.2010 [Электронный ресурс] ИПС «Консультантплюс» — Дата обращения 18.10.2013
6. Основные направления налоговой политики Российской Федерации на 2013 год и на плановый период 2014 и 2015 годов; Распоряжение правительства РФ от 17.11.2008 №1662-р (ред. от 08.08.2009) «О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года» [Электронный ресурс] ИПС «Консультантплюс» — Дата обращения 18.10.2013
7. Пьянкова, А. Ф. Субъект малого предпринимательства как слабая сторона в договоре // Безопасность бизнеса. — 2012. — №3. — с. 38–39.

## Концептуальные основы анализа общего равновесия в открытой экономике

Кимолаева Айгерим Канатовна, магистрант

Магистратура Национального Банка Республики Казахстан (г. Алматы)

Общее экономическое равновесие представляет собой такое состояние экономики, в котором каждый экономический агент действует в соответствии со своей целью, и все рынки находятся в равновесии. Теория общего равновесия стремится объяснить в целом поведение спроса, предложения и цен в экономике с несколькими взаимодействующими рынками и доказать, что существует набор

цен, который приведет к общему равновесию. Общее равновесие, в отличие от частного равновесия, предполагает достижение равновесия на всех рынках одновременно. Теория общего равновесия, которая является влиятельным направлением в современной макроэкономике, ставит своей целью определить, в каких обстоятельствах будут выполняться условия общего равновесия. В модели



общего равновесия включаются экономические агенты, поведение которых отражается на динамике всей экономической системы. Обычно это домохозяйства, максимизирующие полезность получаемых ими благ, фирмы, максимизирующие свою прибыль, а также государственные органы. Сами модели общего равновесия представляют собой системы уравнений, решение которых определяет ситуацию, при которой достигается равновесие на каждом рынке. Технология расчетов по модели позволяет моделировать процесс движения к равновесию. Интерес к построению моделей общего равновесия возрос в связи с сильными колебаниями мировых цен на нефть. Они используются для оценки последствий принимаемых правительством решений, например, изменения налоговых ставок, таможенных пошлин на экономическую ситуацию.

Зарождение теории общего равновесия связывается с моделью французского экономиста Леона Вальраса [1]. Весь экономический мир делится на две большие группы: фирмы и домохозяйства. Фирмы выступают на рынке факторов как покупатели и на рынке потребительских товаров как продавцы. Домашние хозяйства являются владельцами факторов производства, они выступают в роли их продавцов и в то же время как покупатели потребительских товаров. Роли продавцов и покупателей постоянно меняются. В процессе обмена расходы производителей товаров превращаются в доходы домохозяйств, а все расходы домохозяйств в доходы производителей (фирм).

В 2000-е годы широкое распространение получили так называемые вычислимые модели общего равновесия. Они рассматривают экономику как набор рынков, на которых происходит взаимодействие различных экономических агентов. В «ВОР» моделях обычно выделяют 4 типа экономических агентов: потребители, производители, правительство и внешний мир. Появление «ВОР» моделей увязывается с моделью «затраты — выпуск» В. Леонтьева, но в вычислимых моделях общего равновесия цены играют более важную роль.

Следующим классом моделей в современном макроэкономическом анализе являются динамические стохастические модели общего равновесия. Они образуют ветвь прикладной теории общего равновесия. Методология ДСОР моделей пытается объяснить совокупность экономических явлений, таких как экономический рост, экономические циклы, и влияние денежно-кредитной и налогово-бюджетной политики путем использования макроэкономических моделей, основанных на микроэкономических принципах. В отличие от более традиционных макроэкономических моделей прогнозирования, модели, имеющие микроэкономические основания, не должны, в принципе, быть уязвимы для критики Лукаса. Эта критика выражает сомнение в том, что прогноз будет действительным при использовании традиционных макроэкономических моделей, так как эти модели основаны на наблюдаемых прошлом корреляциях между макроэкономическими переменными. Эти корреляции, как можно ожидать, изменятся, когда будут введены

в действие меры новой экономической политики, и прогнозы, основанные на прошлых наблюдениях, окажутся недействительными.

Выделились два основных направления в теории динамического стохастического общего равновесия: неоклассическая теория реальных бизнес циклов и неокейнсианская теория ДСОР моделей. Вначале рассмотрим неоклассическую теорию реальных бизнес-циклов. Исследования по деловым циклам ставят своей целью определить причины и характеристики бизнес циклов и ответить на вопросы: создает ли экономика колебания деловой активности сама или они возникают вследствие внешних шоков, через какие механизмы шоки распространяются в экономике? Важное место в этих исследованиях занимает статья Ф. Кидланда и Э. Прескотта [2]. Приверженцы данного направления разработали подходы по использованию моделей динамического стохастического общего равновесия для теоретического и эмпирического макроэкономического анализа. Поскольку реальные бизнес циклы связаны с флуктуациями относительно равновесного уровня выпуска, такие модели предоставляют естественный способ объединения анализа экономического роста и бизнес циклов.

Несмотря на структурные общности с неокейнсианскими моделями, модели реальных бизнес циклов представляют собой другой взгляд на деловые циклы. Особенно, это касается каналов распространения шоков в экономике. В моделях реальных бизнес циклов предполагается, что все агенты однородны, они оптимизируют предложение труда в отсутствии трений в экономике с совершенно конкурентными рынками. Внешние стохастические реальные шоки являются причиной бизнес циклов, монетарные шоки и шоки со стороны спроса не имеют реального воздействия на выпуск и занятость, т.е. денежно-кредитная политика нейтральна по отношению к реальному сектору экономики. Однако модели реальных бизнес циклов подвергаются критике за неспособность дать эмпирическое объяснение экономическим флуктуациям. Технологическими шоками не удастся объяснить рецессии, поскольку они ограничены отдельными отраслями и не имеют преобладающего воздействия на экономику в целом.

Одной из ДСОР моделей, дополненной предпосылками новой кейнсианской теории, является модель, изложенная в работе Дж. Гали, Т. Моначелли [3]. Новые кейнсианские модели динамического стохастического общего равновесия сочетают структуру моделей реальных бизнес циклов с предположениями далекими от положений классической теории. Эта теория пытается строить модели, основанные на рациональных ожиданиях оптимизирующих агентов и на микроэкономических элементах. В частности, неокейнсианские экономисты предполагают несовершенную конкуренцию (монополистическую конкуренцию) и номинальную жесткость цен и заработной платы, что подразумевает реальные эффекты монетарной политики.



В отличие от теории реальных бизнес циклов неокейнсианская теория динамического стохастического общего равновесия соответствует стилизованным фактам бизнес циклов: существуют повторяющиеся колебания выпуска, занятость колеблется в тех же направлениях, что и выпуск, инвестиции и приобретение товаров длительного использования процикличны и волатильны, инфляция проциклична и протекает с определенным лагом. Неокейнсианские модели обеспечивают эффективный канал для выполнения экспериментальных расчетов по определению наиболее приемлемых вариантов проведения экономической политики. В базовой неокейнсианской модели динамического стохастического общего равновесия [4] время дискретно, каждый период фирмы производят выпуск, используя труд в качестве единственного ресурса. Производственная функция упрощенная: совокупный объем производства равен совокупным затратам труда. Модель игнорирует правительство и международную торговлю, таким образом, совокупное потребление равно совокупному выпуску. Домохозяйства максимизируют полезность, принимая реальную заработную плату и реальную процентную ставку как данные. Фирмы, которые находятся в собственности домашних хозяйств, максимизируют дисконтированную приведенную величину их прибыли, с учетом ограничений на установление их цен (они варьируются в разных моделях). И, наконец, центральный банк определяет динамику реальной процентной ставки, через которую он проводит денежно-кредитную политику.

Таким образом, динамические модели предоставляют возможность проводить анализ макроэкономических показателей, характеризующих состояние экономики, и прогнозировать их динамику в ответ на те или иные варианты экономической политики. Оценки их параметров вычисляются путем использования статистических методов. На практике чаще всего используются линейные модели. Это связано с тем, что методы оценки параметров наиболее разработаны для линейных моделей. А нелинейные соотношения, которые формируются на основе макроэкономической теории, обычно, допускают линеаризацию.

Теперь перейдем к рассмотрению динамических вычислимых моделей общего равновесия. Данный класс моделей можно разделить на статические и динамические. Если необходимо установить краткосрочные последствия той или иной экономической реформы, то следует использовать статическую модель. Для этого используется метод сравнительной статики. К примеру, чтобы установить, к чему приведет изменение таможенных пошлин, следует найти равновесие в модели при старых и новых пошлинах и сравнить значения требуемых показателей. В этих целях и применяется статическая вычислимая модель общего равновесия. При анализе долгосрочных последствий требуется применять динамическую модель. Следует отметить, что чем более подробно модель описывает структуру

экономики, тем сложнее преобразовать ее в динамическую. Результатом решения динамических моделей будут уже не просто равновесные значения переменных, а равновесные траектории.

На основе динамической вычислимой модели общего равновесия, можно не только определить, как изменяются переменные потока (инвестиции, потребление, выпуск и др.), но и как меняются во времени переменные запаса (дефицит госбюджета, уровень капитала и др.) в зависимости от условий функционирования экономики. Это позволяет проследить, как те внешние воздействия, последствия которых изучаются с помощью модели, повлияют на динамику других экономических показателей. Изменение запасов в экономике происходит медленно и с запаздыванием, и часто возникает необходимость не только определить, какое равновесие будет достигнуто, но когда оно будет достигнуто. Также необходимо отметить, что на экономическую динамику влияют инвестиции, а они зависят от выбора домохозяйств между потреблением и сбережением. При этом нельзя не учесть влияния и других факторов: изменение государственного долга, прирост населения, внешние условия и т.д., которые обычно задаются экзогенно.

Среднемасштабные ДСОР модели, такие как «РМНР» модель Европейского Центрального Банка (ЕЦБ), «НМСМ» модель или же модель Кристиано — Мотто — Ростаньо, за последнее десятилетие стали стандартными инструментами центральных банков и других учреждений, занимающихся экономической политикой. Несмотря на всю критику, которая обрушилась на эти модели после финансового кризиса, по мнению генерального директора центра исследований Европейского Центрального Банка Ф. Сметса, на сегодняшний день данные инструменты анализа и прогнозирования денежно-кредитной политики являются наиболее актуальными. После финансового кризиса 2008—2010 гг. многие исследования были направлены на введение финансового посредничества в макроэкономические модели. Другим направлением постоянно проводимых исследований является моделирование того, как формируются ожидания и насколько разнообразны мнения хозяйствующих субъектов на те или иные меры денежно-кредитной политики. Оба этих направления создают определенные трудности, так как они вносят большую неоднородность и нелинейность в ДСОР модели. Из-за этого решение ДСОР модели становится более сложной и трудоемкой задачей. Стандартные новые кейнсианские линеаризованные ДСОР модели с их акцентом на жесткость заработной платы и цен будут продолжать играть важную роль, но они не предназначены для решения новых проблемных вопросов, которые возникли в условиях финансового кризиса. Некоторые из этих вопросов, такие как влияние финансовой нестабильности на трансмиссионный механизм может быть изучен благодаря расширенным динамическим стохастическим моделям общего равновесия.

Литература:

1. Вальрас, Л. Элементы чистой политической экономии или теория общественного богатства. — М.: Изограф, 2000. — 448 с.
2. Kydland, F. E., Prescott E. C. Time to build and aggregate fluctuations // *Econometrica*. — 1982. — №50 (6). — P. 1345–1370.
3. Gali, J., Monacelli T. Monetary policy and exchange rate volatility in a small open economy // *The Review of Economic Studies*. — 2005. — Vol. 72, №3. — P. 707–734.
4. Romer, D. *Advanced macroeconomics*. — USA, Berkeley: University of California, 2001.

## Проблемы управления персоналом (на примере ФГБОУ ВПО МГУПП)

Кожуров Никита Алексеевич, студент  
Московский государственный университет пищевых производств

Сегодня проблема управления персоналом актуальна как никогда. Нынешняя ситуация ставит организации в условия жесткой конкуренции. Теперь персонал — один из принципиально важных ресурсов в деятельности любой компании, фирмы. Именно качество персонала и его отношение к труду будут указывать на конкурентоспособность организации, учреждения. Человек стал главной движущей силой, определяющей успешность компании. Теперь работник — основной источник прибыли. Исходя из этой концепции, человек рассматривается как важнейший экономический элемент организации, а затраты на выплату заработной платы, переподготовку, повышение квалификации, создание благоприятных условий для трудовой деятельности — принципиально новый вид инвестиций. Решающая роль отводится персоналу, когда финансовые ресурсы ограничены, а технологии и методы организации деятельности весьма схожи [1]. Так же решающая и основная функция принадлежит персоналу в условиях экономической нестабильности. Именно профессионализм, лидерские качества, интуиция работника определяют важность и результативность принимаемых решений. Инвестиции в человеческий капитал — гарантия высоких конкурентоспособных качеств организации. Нужно отметить, что формирование и развитие персонала — весьма продолжительный и многозадачный процесс [2]. Современный стратегический курс развития — повышение уровня образования, этики и квалификации персонала. Среди принципиальных моментов, связанных с подходом «Персонал — главное достоинство организации», можно выделить следующие:

- организация процесса управления персоналом с поправкой на жизненный цикл работников;
- выявление возможностей, личностных и коллективных факторов поведения, потребностей и стимулировании, подхода к труду и реалистичная компоновка полученных данных с награждением за личные и коллективные заслуги;

— открытое управление организацией, определение и четкая постановка целей организации, забота о понимании и разрешении целей организации её персоналом и сочетании с целями работников;

— разработка внедрение индивидуальных программ развития сотрудников;

— базирование на трудовом праве, существующем законодательстве;

— разработка и внедрение многообразных социальных программ: развитие сотрудников, поощрение творческого подхода к труду, удовлетворение их нужд.

На сегодняшний день существует множество проблем, связанных с управлением персоналом. В качестве примера были рассмотрены проблемы управления персоналом Московского государственного университета пищевых производств.

В результате исследования данного вопроса были выявлено, что в целом механизм управления персоналом университета отвечает возложенным на него задачам. Действующая кадровая система обеспечивает университет сотрудниками необходимого уровня квалификации и практического опыта. Тем не менее, в работе исследуемого образовательного учреждения можно выделить ряд недостатков, присущих процессу управления персоналом.

1) В результате интервьюирования были выявлены проблемы в работе отдела кадров университета. Проблемы связаны с работой отчетного характера. Сотрудники отдела кадров тратят большое количество времени на ведение ежедневной статистической отчетности перед Министерством Образования и Науки РФ. В результате этого получается реальная нехватка времени на выполнение своих прямых задач. Сами сотрудники указывают на рутинность работы. Этот факт приводит к тому, что отдел кадров зачастую не в состоянии набрать полноценный штат сотрудников. В ближайшей перспективе ситуация должна измениться в лучшую сторону. Министерство Образования и Науки РФ планирует ввести автоматическую, а главное прозрачную систему отчетности

для отдела кадров. Суть данного нововведения будет заключаться в том, что результат ежедневно проделанной работы сотрудников отдела кадров будет находиться в доступном для мониторинга виде. Сбор информации будет происходить посредством компьютерных программ узкого спектра действий. В результате этого сотрудники данного отдела смогут направить основные усилия на выполнение следующих задач:

1. Стратегическая работа с персоналом;
2. Поиск и адаптация персонала;
3. Обучение и развитие персонала;
4. Оперативная работа с персоналом.

2) Еще одним явным пробелом в механизме управления персоналом университета является отсутствие четко выраженной и ясной системы продвижения по карьерной лестнице. Данный вопрос касается сотрудников административно-хозяйственного сектора. Подавляющее большинство сотрудников университета не проявляет интереса к карьерному продвижению и не имеет мотивации к нему. Описанное положение дел следует исправить с помощью внедрения в исследуемое образовательное учреждение системы мер по управлению карьерой сотрудников. Комплексная система управления карьерным процессом сотрудников административно-хозяйственного сектора должна сочетать взаимосвязанные между собой цели, функции, технологии, принципы, структуру управления карьерой. Цели системы управления карьерным процессом должны вытекать из общих целей системы управления персоналом, но вместе с этим иметь специфику данной сферы деятельности организации в области управления человеческими ресурсами.

Механизм развития карьеры сотрудников может формироваться из простых программ в виде обучения и более детализированных консультационных услуг по совершенствованию дальнейших планов продвижения по карьерной лестнице. Данные программы при рациональном подходе не требуют больших затрат, хотя и способны оказать существенное мотивирующее воздействие.

3) Основным недостатком является то, что существующая на сегодняшний день система оплаты труда не дает должного удовлетворения профессорско-преподавательского состава уровнем своей заработной платы. Сейчас зарплата преподавателей нашего университета состоит из двух частей — гарантированной и стимулирующей. Это итог внедрения системы эффективных контрактов. Важным отличием эффективного контракта от существующей ранее системы оплаты труда заключается в том, что сейчас сотрудник берет на себя обязательство выполнить те или иные показатели, добиться каких-то конкретных показателей. Определенных результатов работник обязуется достичь в будущем, в рамках срока действия контракта. До внедрения системы эффективных контрактов работник сам был волен заниматься определенным видом деятельности, который мог бы стимулировать увеличению надбавок к заработной плате.

Система эффективного контракта — шаг правительства РФ в сторону реализации программы поэтапного совершенствования системы оплаты труда в государственных учреждениях.

Нынешнее положение системы оплаты труда сотрудников вузов отличается дисбалансом распределения выплат стимулирующего характера между подразделениями и категориями работников. Отсутствуют рациональные количественные и качественные подходы в области определения выплат стимулирующего характера. Данный факт подтверждает необходимость исследования и ввода в практику алгоритма расчета стимулирующих выплат для профессорско-преподавательского состава университета. Нужно отметить, что существующие должностные оклады не берут в расчет стаж работы сотрудника. Выплаты компенсационного характера нацелены на весьма «узкий» круг сотрудников. Отмечается слабая разработанность системы выплат компенсационной направленности. Недостаточная проработанность механизма оценки интенсивности и результативности труда преподавателя. Не объективно оценивается качество работы сотрудников. Отсутствует система оценки количества выполненных работ, а так же итогов по ним. Руководство университета не имеет экономически-обоснованного инструментария стимулирования труда профессорско-преподавательского состава. Существует явная необходимость внедрения методики эффективной системы материального стимулирования труда преподавателей. Данная методика будет основываться на математических моделях. Будет определена величина стимулирующей выплаты в абсолютном выражении для каждого работника трудового коллектива. Процедура состоит из трех этапов. Первостепенной будет задача руководителя. Он проведет оценку деловых качеств каждого сотрудника коллектива. Так же будет определена квалификация работника. Далее сам трудовой коллектив вынесет индивидуальную оценку каждому преподавателю. После этого будет произведена промежуточная оценка. На финальном этапе произойдет интеграция результатов и вычисление итогового значения стимулирующей надбавки в отношении каждого сотрудника.

В ходе исследования должны быть проанализированы такие аспекты деловых качеств преподавателей, как:

1. Отношение к делу;
2. Ответственность и надежность;
3. Инициативность;
4. Качество работы;
5. Знание своего дела;
6. Эффективность.

Среди личностных качеств должны быть выделены следующие:

1. Ум;
2. Ответственность;
3. Пунктуальность;
4. Инициативность;
5. Упорство;
6. Лояльность;

## 7. Реалистичность.

Данная методика позволит:

- 1) Оперативно определять изменения в трудовой деятельности преподавателей;
- 2) Определять внутренний психологический климат коллектива;

3) Целесообразно распределять денежные ресурсы, направляемые на материальную мотивацию;

4) Избавиться от отрицательных явлений в трудовом коллективе, связанных с субъективной оценкой руководителя труда профессорско-преподавательского состава высшего учебного заведения.

## Литература:

1. Абрек, Моркович, Смолкин. Менеджмент: основы организации. Учебник/редактор С.М. Рыловский. Издательский Дом ИНФРА-М. Москва, 2009.
2. Кнорринг, В. Теория, практика и искусство управления. Издательство НОРМА — ИНФРА-М. Москва, 2010.

### Анализ рынка прямого маркетинга

Косикова Юлия Адольфовна, кандидат экономических наук, доцент, профессор;

Савушкина Мария Борисовна, студент

Московский государственный университет пищевых производств

В современных рыночных условиях, когда каждый день, буквально, происходят существенные изменения на мировом, и как следствие, на внутренних рынках. Прямой маркетинг тоже претерпел сильные преобразования. Профессионалы прямого маркетинга в сфере маркетинговых коммуникаций уже пришли к однозначному решению, что нужно уделять все внимание приоритетным направлениям. И в первую очередь оказывать максимальное воздействие на стратегию, интернет — маркетинг, инновационные достижения науки и техники и на жесткое клиент-ориентирование.

Однако, многие компании сегодня еще опасаются инновационных решений и продолжают использовать старые, привычные для них инструменты прямого маркетинга. Именно поэтому мы сейчас наблюдаем на рынке прямого маркетинга кардинальную разницу в представляемых потребителю коммуникациях. С одной стороны, мы видим коммуникации качественные, интересные, а с другой — старые, плохо запоминающиеся и до боли уже приевшиеся. Ведь не секрет, что в каждую рекламу закладываются некие сигналы для потенциального клиента. И эти сигналы могут быть достаточно многоуровневыми, но все равно на сегодняшний день у них есть общие схожие признаки. Как правило, это вопящие и очень эффективные сигналы, но не всегда эффективные, т. к. человеческий глаз уже прилично утомился от таких кричащих сигналов, и реклама просто перестает работать.

Передовые маркетологи постоянно находятся в поиске новых и нестандартных решений. Они стараются учитывать все факторы жизни, определяющие бытие современного человека. Им постоянно приходится быть в курсе самых последних достижений в области прямого маркетинга, внедряя их в свои маркетинговые коммуникации.

А отсюда мы и видим, как меняются виды и векторы информации. Маркетологи стали более гибко воздействовать на потенциальных клиентов. Перестали грубо навязывать потребителю рекламируемую продукцию, показывая неприкрытое желание втянуть ее. Люди стали образованнее, люди стали опытнее в потреблении рекламируемых продуктов. И маркетологи, я конечно говорю о настоящих профессионалах, перестали просто тупо продавать. Они стали уважать своего клиента. Они стали совершенствовать стиль рассказа клиенту о своем продукте. Они стали делать самое главное — они дают клиенту право выбора. И чтобы выбор был в пользу рекламируемого продукта, маркетологи стали использовать все новшества в сфере маркетинговых коммуникаций, делая из простого рассказа о продукте поэму, мечту. Но это легко сказать, и очень тяжело реализовывать на практике. Чтобы заложить в подкорку потенциального потребителя желание именно рекламируемого продукта, маркетологами проводится титанический труд исследователя и аналитика. Так, например, чтобы увеличить количество клиентов, маркетологи выделили 4 глобальные цели:

Цель №1. Определение целевой группы для дальнейшего выделения потенциальных клиентов.

Приведу один из способов реализации этой цели. Создавать рекламные приложения или купоны к журналам, газете, объявлениям. Все заинтересовавшиеся этими предложениями и будут в дальнейшем целевой группой, на которую будет направлена вся мощь современного инструментария маркетинговых коммуникаций.

Цель №2. Перевод потенциального потребителя в реального клиента.

Вычленившаяся целевая группа в результате предыдущих действий по выполнению Цели №1, далее обрабатывается адресными рекламными посланиями, что яв-



ляется уже более точной пристрелкой, так сказать, местности, где попадание в цель вероятно будет иметь более высокий процент, чем в случае простых безадресных объявлений.

Цель №3. Привлечение новых клиентов.

Здесь очень интересен эффект спонтанной реакции. Самый распространенный пример такой реакции — это реакция на существенные скидки, т. е. на низкую цену известного дорогостоящего продукта, что, понятно, не требует предварительных трудозатрат на вычленение целевой группы. Однако, как выяснилось, целевые группы с хорошей покупательной способностью тоже подвержены эффекту спонтанной реакции, если им подкидывают предложения о товаре уникальном и дорогом. Тоже самое верно и на рынке услуг.

Цель №4. Конфайнмент (самое сильное взаимодействие).

Аксиома: «Дешевле удержать клиента, чем приобрести нового».

Главная задача каждой фирмы — удержать своего клиента.

Вот некоторые примеры используемых сегодня приемов на удержание клиента:

- клиент сделал новую покупку — обязательно поздравить;

- обязательные поздравления с Днем Рождения клиента и по случаю других праздников, традиционно отмечающихся в данном конкретном регионе;

- обязательно иметь программу для клиента в случае, если продукция предусматривает многократное приобретение (пример: зубные щетки);

- постоянно информировать клиента о поступлении новых товаров и смене линейки на более совершенную или модную;

- информировать клиента на регулярной основе и о другой продукции компании;

- стараться удовлетворять недовольство клиента в максимально сжатые сроки и с максимальным для него комфортом;

- всеми доступными способами (однако, без утомительной навязчивости) регулярно клиенту напоминать о себе (о фирме, о компании и т. п.).

Общие изменения в прямом маркетинге в 2014 году.

Абсолютным и безусловным трендом в прямом маркетинге в 2014 году практически всеми профессионалами маркетинга признаются следующие направления:

1. Контент-маркетинг, как важный инструмент для взаимодействия с потенциальным потребителем.

2. Вирусный потенциал инфографики.

3. Упрощение рекламной информации.

4. Диверсификация SMM.

5. Наступательное расширение Mobile.

6. Ретаргетинг и его устойчивый рост эффективности.

7. Социальные сигналы и SEO объединятся в более плотном взаимодействии.

Разберем каждое направление более детально.

1. Контент-маркетинг, как важный инструмент для взаимодействия с потенциальным потребителем.

Более актуальным сегодня становится создание целевого контента, распространяемого через развлекательную и образовательную информацию о компании. Именно реакция потенциальных потребителей на такую информацию и дает маркетологу необходимый инструментарий для того, чтобы сделать потенциального клиента ближе, чтобы получить его доверие.

Особо хочу выделить такой аспект, как создание истории компании. На этом должна строиться целая стратегия привлечения клиентов, которая позволит в непринужденной форме доносить до клиента много интересного и полезного о продуктах компании. Именно эта история (или истории) и будет потом разноситься из уст в уста, друзьям, знакомым и близким. Именно это и дает, как показали статистические данные, рост упоминаний вашей компании в соцмедиа, которые, как известно, являются одной из составляющих в B2B — стратегиях.

2. Вирусный потенциал инфографики.

Картинка с краткой аннотацией набирает все большую популярность среди юзеров интернета. Все правильно. Происходит поглощение информации, буквально, одним взглядом. Минимум времени, максимум информации. Кстати, именно такой подход к подаче любой идеи и дает такую бешенную популярность на Западе комиксам.

Российские же маркетологи только сейчас по достоинству оценили эту форму общения с потенциальными потребителями и начали активно развивать этот вектор. Сайты, блоги, странички в соцсетях и т. п. просто с вирусной активностью сейчас размножаются на просторах интернета. Некоторые маркетологи вообще считают, что будущее прямого маркетинга именно за инфографикой.

3. Упрощение рекламной информации.

Интенсивный ритм жизни, большой поток информации, сильная загруженность работой, вот такие сегодня отличительные черты жизни средне статистического человека. И человеческая психика не готова принимать дополнительный пресс в виде сложной и перегруженной информации. Отсюда мы видим растущую популярность сайтов с упрощенной графикой. Этим отличается гигант Google. Это же направление взяли маркетологи Студии Артема Лебедева при создании упрощенной страницы Яндекс.

Однако, не надо путать упрощение с инфографикой. Каждое направление служит для своих целей. И то, и то работает одинаково хорошо. Если инфографика работает на привлечение и удержание клиентов, то упрощение работает исключительно с целевой группой, которой уже не нужны в определенных случаях дополнительные сигналы, а нужно максимально оперативно найти нужные продукты на их, уже ставшим родным, сайте. «Veni, vidi, vici»!!! Вот слоган для клиентов этого тренда в сфере прямого маркетинга.

4. Диверсификация SMM.

Здесь расширение на лицо. И продолжает стремительно набирать обороты. Мало того, что рекламные ком-



пании вышли за пределы таких, уже ставшими традиционными, соцсетей, как Facebook, ВКонтакте и Twitter, так еще и наметилась тенденция расширения непосредственно внутри самих соцсетей в виде различного вида приложений, страничек, групп. Они как бы кричат, что, мол, мы здесь с тобой в твоей любимой соцсети, мы свои!!! Все это увеличивает степень доверия к продукту у пользователей соцсетями. А для маркетологов — это рай, это непаханое поле для различных маркетинговых исследований и экспериментов, для создания на основе анализа нового маркетингового инструментария. Так, например, в Твиттере наблюдается ярко выраженный рост аудитории так называемого Поколения С, другими словами, Твиттер явно омолаживается. Маркетологи уже всерьез задумываются над созданием специальных целевых стратегий для этого сегмента рынка потребителей.

Выявилось и еще несколько преимуществ Твиттера. Стали активно налаживаться обратные связи. И маркетологи не преминули этим воспользоваться, перенесли функции кол-сервисов компаний на Твиттер. Эффект поразительный! Скорость реакции на запрос клиента сократилась до 10 минут. Был даже установлен своеобразный рекорд в 1,5 минуты! И все довольны, и компания и клиенты.

Маркетологи также отметили положительную тенденцию открытия аккаунтов в Твиттере руководителями компаний, что безусловно повысило степень доверия к компаниям и их продукции в разы. Клиент теперь может иметь канал коммуникации непосредственно с самым главным человеком фирмы, чью продукцию он потребляет.

Естественно, все эти преимущества Твиттера и других соцсетей маркетологи учитывают и успешно вставляют их в свои маркетинговые стратегии. В этом году маркетологи обратили внимание на такое интересное явление как Кейсы. Идея простая, но эффективная. Маркетологи отслеживают наиболее популярные темы и под нее создают очень броский контент, который, по данным статистики, разбегался в сети, буквально, за минуты. Думаю, что это направление будет применяться в дальнейшем более интенсивно, т. к. оно показало увеличение републикаций и одобрений в виде лайков более, чем на 200%.

И очень краткий анализ наиболее популярных остальных соцсетей:

Instagram. Очевидный прирост популярности, но тем не менее, находится у маркетологов в зоне поиска инструментария и стратегий. Думаю, найдут.

Tumblr. Отмечается огромным показателем сопричастности пользователей в публикуемых материалах. Вызывает большой интерес маркетологов. Перспективы развития на лицо.

ВКонтакте. Ценность сети падает из-за неоднозначной политики руководства и преобладания сомнительного контента. Рекламуемая в сети продукция не вызывает доверия у платежеспособной части пользователей этой сети.

Facebook. Находится в стадии стагнации. Мощная, уверенная и неповоротливая. Хорошо работает для долгосрочных маркетинговых программ, но плохо ладит с современными промо-акциями (эффект от таких промо-акций очень низкий).

А в целом по сети наблюдается мощное увеличение количества разных соцсетей, в том числе и целевых. Прогнозируется их дальнейшее увеличение и более узкая специализация.

#### 5. Наступательное расширение Mobile.

Смартфоны и планшеты уже стали обыденностью в нашем обществе. Увеличение их использования привело к расширению рынка мобильных приложений и мобильных версий сайтов. Тут, по-моему, все ясно. Только вперед! Все будет развиваться в геометрической прогрессии.

Однако, есть проблема. Не все еще сегодня маркетологи обращают должное внимание на этот сектор приложения маркетинговых стратегий. Но, думаю, прорвет. Хотя, их понять можно. Разные производители, разные оси. Да, пока трудозатраты на создание маркетингового продукта для Mobile достаточно велики, но время не стоит на месте. Разработчики думают над унификацией осей, ну, или вскорости определится безусловный монополист. В общем, маркетологи не торопятся пока в полной мере осваивать эту нишу, но в поле зрения ее держат.

#### 6. Ретаргетинг и его устойчивый рост эффективности.

Маркетинговые исследования показали, что первое посещение целевого контента не дает необходимого эффекта продаж. Статистические данные здесь колеблются от 1,5% до 2%. А вот регулярное напоминание потенциальному клиенту о продукте, дает эффект куда более высокий. Это и есть ретаргетинг. Он может проявляться не обязательно в демонстрации самого продукта, порой достаточно напомнить логотип компании, чтобы увеличить конверсию трафика. Видов ретаргетинга сегодня много, а приемов насчитывается более пятидесяти. Вот самые популярные виды ретаргетинга:

- социальный ретаргетинг;
- сайт-ретаргетинг;
- поведенческий ретаргетинг;
- поисковый ретаргетинг.

Прогноз, как в заглавии, — это устойчивый рост эффективности.

#### 7. Социальные сигналы и SEO объединятся в более плотном взаимодействии.

Поведение пользователей в соцсетях, вот что на сегодня стало объектом пристального изучения маркетологов. Очень важно, чем пользователь делится с окружающими в соцсетях. Этим самым он и подает маркетологам те самые социальные сигналы, проанализировав которые можно сделать довольно-таки точную карту предпочтений каждого конкретного юзера, что дает в руки специалистам прямых продаж бесценную информацию о потенциальном клиенте. Стремительное развитие этого вектора сдержи-

вает сегодня только отсутствие полного исследования социальных сигналов. Нарботки уже есть, но четкой и полной картины с статусе научного продукта пока нет. Хотя четкая цель и мечта каждого маркетолога уже наметилась. И это уже обозвали контекстуальными вычислениями. Но об этой технологии будущего пока рассказывать рановато. А прогноз на 2014-ый год по разработкам социальных сигналов видится очень оптимистичным. Маркетологи предсказывают рост эффективности использования социальных сигналов, как минимум, на уровне эффективности действия внешних ссылок, а то и выше.

И в заключение, хотелось бы остановиться на некоторых ожиданиях в конкретных деталях нашей маркетинговой «кухни»:

— более 70% маркетологов считают очень перспективным дальнейшее развитие СМО (Social Media Optimization), как техническую разработку оригинального контента для живого потребителя, они видят за ним будущее;

— маркетинговые команды потратят 135 миллиардов долларов на digital-маркетинг;

— интернет-реклама к 2015-му году завоюет четверть всего рекламного рынка;

— социальные медиа: бюджеты на SMM (Social Media Marketing) удвоятся, а сам он будет работать в тесной связке со СМО;

— контент: более 60% компаний разработают свои стратегии по контент-маркетингу;

— e-mail: кнопки социальных сетей в письмах увеличат КПД более, чем на 150%;

— ивент-маркетинг: более 65% B2B контент-маркетологов отдали свой голос за эту стратегию, как за одну из наиболее эффективных стратегий;

— PR: более 71% журналистов считают, что пресс-релизы должны содержать фото;

— PPC: более 72% маркетологов, думаю не безосновательно, надеются увеличить свой PPC бюджет в 2014-ом году;

— SEO: продолжает оставаться важной и поисковая оптимизация, т.к. более 30% трафика от результатов поисковой выдачи в Яндекс и Google сосредоточено на первой странице.

#### Литература:

1. Методологические положения по организации маркетинга на перерабатывающем предприятии/В.Д. Гончаров, Н.С. Тульская, Т.М. Панченко, Ю.А. Косикова//АПК: экономика, управление. 1995, №10, с. 23–32.
2. Методологические положения по организации маркетинга на перерабатывающем предприятии/В.Д. Гончаров, Н.С. Тульская, Т.М. Панченко, Ю.А. Косикова//АПК: экономика, управление. 1995, №11, с. 28–41.
3. Тульская, Н.С., Косикова Ю.А., Шифман З.Б., Косован А.П. Практические рекомендации по проведению маркетинговых исследований хлебопекарного предприятия.//Хлебопечение России, №3, 1998.
4. Косикова, Ю.А. Маркетинг в системе управления на предприятиях пищевой промышленности (на прим. пище-концентрат. отрасли) диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук/Москва, 1997.

## Аудит бухгалтерской отчетности

Кучеров Алексей Викторович, кандидат экономических наук, доцент;

Колмыкова Екатерина Сергеевна, студент

Мордовский государственный университет имени Н.П. Огарева (г. Саранск)

**В** настоящее время всё большее значение при вложении денежных средств в развитие экономического субъекта, стала играть бухгалтерской финансовой данного субъекта. Она должна быть прозрачной, достоверной и вызывать доверие у инвесторов.

Роль бухгалтерской отчетности невозможно переоценить, так как именно с помощью нее можно оценить стабильность развития экономического субъекта, финансовую устойчивость, имущественное и финансовое положение. Поэтому аудит бухгалтерской отчетности, приобретает всё большую значимость, так как отчетность проверенная аудиторами вызывает большее доверие.

Маловероятно, что какой либо банк предоставит кредит клиенту, не имеющему проверенную аудиторами

бухгалтерскую отчетность, так же как и ни один инвестор не будет иметь дело с организацией, отчеты которой за ряд лет не проверены аудитором.

Также следует отметить, что аудит бухгалтерской финансовой отчетности не только оценивает ее достоверность, но также поможет выявить ошибки допущенные при составлении отчетности.

*Под аудитом бухгалтерской отчетности* понимается независимая проверка, осуществляемая аудиторской организацией и имеющая своим результатом выражение мнения аудиторской организации о степени достоверности бухгалтерской отчетности экономического субъекта.

В Российском законодательстве, регулирующем аудиторскую деятельность, в частности с Федеральным за-

коном «Об аудиторской деятельности» целью аудита является выражение мнения о достоверности финансовой (бухгалтерской) отчетности аудируемых лиц и соответствии порядка ведения бухгалтерского учета законодательства Российской Федерации [1]

Для реализации данной цели необходимо выполнение следующих задач:

1. Проверить состав и содержание форм бухгалтерской отчетности;
2. Оценить соответствие отчетности данным синтетического и аналитического учета;
3. Подтвердить соответствие оформленных бухгалтерских операций действующему законодательству;
4. Подтвердить достоверность показателей отчетности;
5. Проверить правильность оценки статей отчетности;
6. Провести взаимосвязку показателей.
7. Предложить внести (при необходимости) изменения в формы отчетности на основе оценки количественного влияния на ее показатели существенных отклонений, выявленных в процессе аудита;

Порядок проверки на соответствие предполагает проведение анализа соблюдения отчетности организации следующим актом:

1. Федеральному закону №402-ФЗ от 06.12.2011 г. «О бухгалтерском учете»;
  2. Положению по бухгалтерскому учету 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации»;
  3. Налоговому кодексу РФ;
- Соответствие Федеральному закону №402-ФЗ от 06.12.2011 г. «О бухгалтерском учете»

Главный бухгалтер любой организации обязан обеспечивать соответствие всех совершенных хозяйственных операций законодательству Российской Федерации, осуществлять контроль за движением имущества и выполнением обязательств. Требования главного бухгалтера по оформлению хозяйственных операций, представления в бухгалтерию сведений обязательны для всех работников организации.

Без подписи главного бухгалтера денежные расчетные документы считаются недействительными и не должны приниматься к исполнению.

Аудитор проверяет наличие подписи главного бухгалтера во всех документах, где обязательна ее подпись.

В случае разногласий между руководителем и главным бухгалтером по осуществлению хозяйственных операций документы по ним могут быть приняты к исполнению с письменного распоряжения руководителя, который несет полную ответственность за все совершаемые операции.

Во всех организациях должны быть первичные документы, на основании которых заполняются учетные регистры.

Годовая финансовая (бухгалтерская) отчетность включает следующие формы:

1. Бухгалтерский баланс;
2. Отчет финансовых результатах;
3. Отчет об изменениях капитала;
4. Отчет о движении денежных средств;
5. Приложения к бухгалтерскому балансу;
6. Отчет о целевом использовании средств;
7. Итоговая часть аудиторского заключения [2]

Соответствие Положению по бухгалтерскому учету 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации»

Аудитор проверяет состав, содержание и порядок формирования бухгалтерской отчетности, устанавливает соответствие применяемых форм типовым формам и соблюдение Инструкции о порядке составления отчетности. Выясняет раскрыты ли в пояснениях следующие данные:

- 1) наличие отдельных видов нематериальных активов, отдельных видов основных средств, арендованных основных средств;
- 2) наличие финансовых вложений;
- 3) наличие изменений в капитале;
- 4) чрезвычайные факты хозяйственной деятельности

Аудитор также проверяет правила оценки отдельных статей отчетности и наличие их подтверждения результатами инвентаризации активов и обязательств

Соответствие Налоговому кодексу РФ

Аудитор проверяет следующие моменты:

- 1) каждый налогоплательщик обязан представлять налоговую декларацию по каждому отдельному налогу в налоговый орган по месту регистрации налогоплательщика по установленной форме;
- 2) качество составления налоговой декларации;
- 3) наличие всех реквизитов в налоговой декларации;
- 4) соблюдение сроков предоставления налоговой декларации;

Изучая состав и содержание форм бухгалтерской отчетности предприятия, аудитор выясняет их соответствие требованиям нормативных документов (наличие всех установленных форм, полноту их заполнения, присутствие необходимых реквизитов), осуществляет арифметический контроль и проверяет их взаимосвязь. Увязка показателей предполагает соответствие значений одинаковых показателей, отраженных в различных формах отчетности.

При анализе достоверности показателей отчетности аудитору следует изучить результаты инвентаризации, проводимой перед составлением годового отчета. Все расхождения с данными бухгалтерского учета, а также все ошибки и нарушения, выявленные в ходе инвентаризации, должны быть исправлены и отражены в соответствующих учетных регистрах до представления годового отчета. Суммы статей баланса по расчетам с финансовыми, налоговыми органами должны быть согласованы с ними и тождественны. Целесообразно проконтролировать соответствие данных по всем отчетам Главной книги показателям форм бухгалтерской отчетности [5]

Проверяя правильность оценки статей отчетности, аудитор должен удостовериться в соблюдении следующих принципиальных положений при ее составлении:

— отражение в отчетности стоимости имущества и обязательств предприятия должно производиться в рублях;

— оценка имущества и обязательств должна осуществляться путем суммирования произведенных расходов;

— зачет между статьями активов и пассивов, статьями прибылей и убытков не допускается (кроме случаев, специально оговоренных в нормативных документах);

— отражение в балансе числовых показателей должно осуществляться в нетто-оценке, т.е. за вычетом регулирующих величин;

— методики формирования показателей отчетности должны соответствовать требованиям нормативных документов. При наличии отклонений их следует раскрыть в пояснительной записке с указанием причин и количественных влияния этих отклонений на формируемые показатели отчетности [4].

#### Литература:

1. Федеральный закон от 30.12.2008 г. №307-ФЗ «Об аудиторской деятельности». [Электронный ресурс] — Режим доступа — <http://base.garant.ru/12123860/>
2. Федеральный Закон «О бухгалтерском учете» 402-ФЗ от 06.12.2011 г. [Электронный ресурс]: // Консультант-Плюс: [сайт информ.-правовой компании].
3. Кибиткин, А.И. Финансовый анализ: риски, кредитоспособность, инвестиции: учебник/А.И. Кибиткин, Н.М. Рапницкая.-М.: Академия Естествознания — 2013.
4. Рябова, М.А. Аудит: учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»/М.А. Рябова, Н.А. Богданова. — Ульяновск: УлГТУ, 2009. — 199 с.

В результате аудита могут быть выявлены следующие ошибки:

— неполное заполнение реквизитов отчетности;

— нераскрыты в отчетности существенные показатели;

— показатели отчетности не подвержены результатам инвентаризации;

— существует несопоставимость данных отчетности с данными предыдущей отчетности;

— отсутствует взаимосвязка некоторых форм отчетности;

— недостаточное пояснения отчетности.

Таким образом, аудит бухгалтерской финансовой отчетности, является неотъемлемым элементом рыночной экономики, помогая экономически субъектам находить новые источники финансирования и предотвращать возможные ошибки при ведении бухгалтерского учета.

## Управленческая коммуникация в документообороте организации

Легачёва Анастасия Александровна, студент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Деятельность организации, включая управленческое взаимодействие, в настоящее время не может обходиться без невербального взаимодействия. Отчеты, приказы, распоряжения, электронный документооборот — присутствуют в каждой организации. Управление происходит за счет постоянного перемещения большого количества документов, которые, для наилучшего функционирования организации, должны быть составлены, распространены, а также храниться согласно определенным требованиям.

*Документ* — это письменное юридическое доказательство, дающее право на совершение хозяйственной операции или подтверждающее факт ее исполнения.

*Документооборот* — процесс, целью которого является движение документов между моментами их создания, получения, завершения пользования, отправкой в архив.

На каждом этапе деятельности организации, с момента создания, до ликвидации, существует необходимость до-

кументирования деятельности. При отсутствии необходимой документации деятельность фирмы может быть прервана, поставщики, потребители, сотрудники фирмы могут не получить необходимую информацию, прерывается нормальное функционирование предприятия.

Особо велико значение документов для предварительного и последующего контроля за законностью хозяйственных операций, а также для более эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов предприятия. Документы являются письменным доказательством при рассмотрении исков и претензий. Важную роль играют документы в контроле за сохранностью частной и коллективной собственности, не говоря о государственной. Прием и отпуск товарно-материальных ценностей и денежных средств, производимой на основании правильно оформленных документов, предотвращает возможность злоупотреблений.

Всю существующую в организации документацию по направленности можно разделить на две категории:



во внешнюю среду (как входящие, так и исходящие), во внутреннюю среду.

К *входящей документации* можно отнести всю документацию, поступающую на имя фирмы: распоряжения и приказы от вышестоящих инстанций, решения суда, письма от налоговой инспекции, деловую корреспонденцию, коммерческие предложения, обращения граждан и т. п. Складывается входящий документооборот из:

— документов вышестоящих организаций (органов власти и управления, центральных аппаратов министерств и др.);

— документов от подведомственных организаций, содержащих сведения о выполнении распорядительных действий, запросы о путях выполнения заданий и отчетные сведения о своей деятельности;

— документов от несоподчиненных организаций, направляемых с целью согласования совместных действий или побуждения к ним, с целью консультирования, получения информации [1].

*Исходящая документация* включает в себя документы, отправляемые от имени фирмы: доклады об исполнении приказов, иски, кассации, деловая почта, ответы на запросы и жалобы.

К *документации направленной во внешнюю среду* можно отнести документы — не выходящие за пределы предприятия. К ним можно отнести распорядительную документацию (приказы, распоряжения, постановления, решения, указания, постановления), финансово-бухгалтерскую (баланс, годовой отчет и т. д.), организационно-правовую (устав, штатное расписание, должностные инструкции и т. д.) и другую.

Документ полифункционален, т. е. содержит в себе различные функции, которые с течением времени меняют свое доминирующее значение.

Информативная функция — потребность в запечатлении информации, для того чтобы сохранить и передать её, присуща всем, без исключения документам. Причина появления любого документа — необходимость фиксировать информацию о фактах, событиях, явлениях, практической и мыслительной деятельности.

Социальная функция, присуща многим документам, так как изначально документ создается для удовлетворения различных потребностей как общества в целом, так и отдельных его членов.

Коммуникативная функция выполняет задачу передачи информации во времени и пространстве, информационной связи между членами общества [2].

Можно выделить две категории документов, в которых ярко выражена коммуникативная функция:

— документы, ориентированные в одном направлении (законы, указы, распоряжения, приказы, инструкции, жалобы, докладные записки и др.);

— документы двустороннего действия (деловая и личная переписка, договорные документы и т. д.) [3].

Управленческая функция выполняется официальными документами, которые специально созданы для целей и в процессе управления (законы, положения, уставы, протоколы, решения, сводки, отчеты и др.). Эти документы играют большую роль в информационном обеспечении управления, они многообразны, отражают различные уровни принятия решений.

Правовая функция присуща документам, в которых закрепляются изменения правовых норм и правонарушений.

Функция учета дает не качественную, а количественную характеристику информации, связанной с хозяйственными, демографическими и иными социальными процессами с целью их анализа и контроля.

Документооборот организации, включая электронный документооборот, позволяет управленцу быстрее реагировать на происходящие изменения, доводить необходимую информацию до исполнителей. Также документация позволяет стандартизировать процессы, происходящие в организации.

В процессе существования организации создается огромное количество документов, и каждый из них функционирует совместно с другими. Рационально организованный комплекс взаимосвязанных документов, созданный по единым правилам и требованиям, применяемый в определенной области деятельности, называют *унифицированной системой документации (УСД)* [4].

В настоящее время в Российской Федерации действует ряд общегосударственных нормативно-правовых актов, регламентирующих наиболее общие правила подготовки, оформления и организации работы с документами в организациях и учреждениях.

*Унификация документов* — установление единого комплекса видов и разновидностей документов для аналогичных управленческих ситуаций, разработка единых форм и правил их составления, оформление и создание трафаретных текстов [2].

Проводиться унификация с целью сокращения количества используемых документов, и достижения совместимости различных систем документации.

В свою очередь *стандартизация* управленческой документации необходима для того чтобы каждый отдельный документ соответствовал существующим нормам и правилам по оформлению, принятых в виде стандартов ГОСТ.

Итак, мы можем сделать вывод, что управленческая коммуникация в современной организации тесно связана с существующим документооборотом фирмы, и воздействие управленца на происходящие изменения происходит при помощи документов, также как большинство принятых решений остается документировано.

#### Литература:

1. Кузнецова, Т. В. Делопроизводство — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. — 215 с.



2. Шишин, И. О. Корпоративный документооборот: Учебное пособие. — СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2008. — 88 с.
3. В. Е. Рева. Деловое общение: Учебное пособие. — Пенза, ПГУ, 2009. — 240 с.
4. Делопроизводство в бухгалтерии. Электронный ресурс. Режим доступа, <http://abc.vvsu.ru/Books/delopro/pag e0004. asp>, свободный. Дата обращения (05.06.2014)

## Банковский сектор Российской Федерации: тенденция консолидации

Мазикова Екатерина Владимировна, кандидат экономических наук, доцент;

Исхакова Ксения Фаимовна, студент-магистр

Тюменский государственный университет

В последние годы наметилась тенденция политики правительства РФ на консолидацию — укрупнение регионального банковского сектора. Данное направление развития проводится в соответствии со «Стратегией развития банковского сектора Российской Федерации на период до 2015 года», в которой особое внимание уделяется «активизации процессов консолидации в банковском секторе с формированием более крупных банковских структур, в том числе контролирующих значительную долю рынка банковских услуг». [1]

Вышеупомянутая тенденция консолидации в финансовом секторе в банковском бизнесе выражается через слияния и поглощение.

В соответствии с общепринятыми за рубежом подходами под слиянием подразумевается любое объединение хозяйствующих субъектов, в результате которого образуется единая экономическая единица из двух или более ранее существовавших структур.

В соответствии же с российским законодательством под слиянием понимается реорганизация юридических лиц, при которой права и обязанности каждого из них переходят ко вновь возникшему юридическому лицу в соответствии с передаточным актом. Следовательно, необходимым условием оформления сделки слияния компаний является появление нового юридического лица, при этом новая компания образуется на основе двух или нескольких прежних фирм, утрачивающих полностью свое самостоятельное существование. Новая компания берет под свой контроль и управление все активы и обязательства перед клиентами компаний — своих составных частей, после чего последние распускаются. Например, если компания А объединяется с компаниями В и С, то в результате на рынке может появиться новая компания D ( $D=A+B+C$ ), а все остальные ликвидируются.

В зарубежной же практике под слиянием может пониматься объединение нескольких фирм, в результате которого одна из них выживает, а остальные утрачивают свою самостоятельность и прекращают существование. В российском законодательстве этот случай попадает под термин «присоединение», подразумевающий, что происходит прекращение деятельности одного или нескольких юридических лиц с передачей всех их прав и обя-

занностей обществу, к которому они присоединяются ( $A=A+B+C$ ).

В зависимости от механизма слияния или поглощения выделяют: слияния или поглощения с присоединением всех активов и обязательств; покупку некоторых или всех активов поглощаемого банка; покупку акций с оплатой в денежной форме; покупку акций с оплатой акциями или др. ценными бумагами. [4]

Тип слияний зависит от ситуации на рынке, а также от стратегии деятельности банков и ресурсов, которыми они располагают. Слияния и поглощения банков имеют свои особенности в разных странах или регионах мира. Так, например, в Европе идет поглощение мелких и средних банков, в США происходят, прежде всего, слияния или поглощения крупных банков, в России имеет место поглощение мелких и средних банков и единичные случаи поглощения крупных банков.

Основными мотивами банковских сделок по слиянию и поглощению можно назвать:

- Диверсификация и интеграция с целью быстрого доступа на новые рынки, расширения диапазона услуг и др.

- Экономия на масштабах деятельности
- Преодоление недостаточной капитализации
- Налоговые мотивы
- Комбинирование взаимодополняющих ресурсов
- Возможность использования избыточных ресурсов
- Уменьшение или устранение неэффективности деятельности

- Покупка банка для последующей распродажи его по частям с целью извлечения прибыли. [6]

Причем при совершении сделок по слиянию или поглощению банки могут преследовать сразу несколько из перечисленных целей, например, экономию от масштабов деятельности и выход на новые рынки за счет расширения диапазона предоставляемых услуг.

Рассмотрим состояние банковской системы России за последние несколько лет.

Из таблицы 1 видно, что количество банков в России за последние пять лет постоянно снижается. За данный период количество кредитных организаций в Российской Федерации сократилось на 135, или на 12,8%. Причем

Таблица 1. Количество действующих кредитных организации в период с 01.01.2010 по 01.01.2014 гг.  
(по данным ЦБ РФ) [5]

	01.01.2010	01.01.2011	01.01.2012	01.01.2013	01.01.2014
Кредитные организации, имеющие право на осуществление банковских операций, всего	1058	1012	978	956	923
в том числе:					
— банки	1007	955	922	897	859
— небанковские кредитные организации	51	57	56	59	64

наибольшее влияние на данный показатель оказало уменьшение числа банков на 148, или на 14,7% по сравнению с началом 2010 года.

Если более подробно рассматривать данную информацию в территориальном разрезе, то можно сделать вывод, о неравномерном распределении количества кредитных организации по территории Российской Федерации. (табл.2.)

Основное количество банков (более 50%) зарегистрировано в европейской части страны, и очень мало региональных банков. Особенно низкое число банков на протяжении всего анализируемого периода наблюдается в Северо-Кавказском, Уральском и Дальневосточном Федеральных округах, и их число продолжает стремительно снижаться. Так, например, в Дальневосточном федеральном округе за последние пять лет состав кредитных организаций сократился более чем 30%, с 36 до 23.

На протяжении последних лет основным импульсом к сокращению числа кредитных организаций и к укрупнению банковского сектора России является требование об увеличении минимального уставного капитала банка.

Согласно статьи 11 Федерального закона №395–1 «О банках и банковской деятельности» от 02.12.1990 года:

Минимальный размер уставного капитала банка на день подачи ходатайства о государственной регистрации и выдаче лицензии на осуществление банковских операций устанавливается в сумме 300 миллионов рублей.

Минимальный размер уставного капитала вновь регистрируемой не банковской кредитной организации, ходатайствующей о получении лицензии, предусматривающей право на осуществление расчетов по поручению

юридических лиц, в том числе банков-корреспондентов, по их банковским счетам, на день подачи ходатайства о государственной регистрации и выдаче лицензии на осуществление банковских операций устанавливается в сумме 90 миллионов рублей.

Минимальный размер уставного капитала вновь регистрируемой не банковской кредитной организации, не ходатайствующей о получении такой лицензии, на день подачи ходатайства о государственной регистрации и выдаче лицензии на осуществление банковских операций устанавливается в сумме 18 миллионов рублей.

Действующие банки, размер собственных средств (капитала) которых не соответствует этим нормам, для продолжения своей деятельности должны соблюдать следующее требование:

— с 1 января 2010 года капитал должен быть не менее 90 миллионов рублей

— с 1 января 2012 года их капитал должен составить не менее 180 миллионов рублей

— с 1 января 2015 года капитал должен быть не менее 300 миллионов рублей. [2]

Исходя из требований Банка России к уставному капиталу, многие банки претерпевают следующие трансформации:

— Объединяются с целью увеличения и сохранения капиталов, т. е. происходит слияние капиталов;

— Крупные банки покупают более мелкие банки, т. е. происходит поглощение;

— Закрываются в связи с банкротством или в связи с невозможностью мелких банков выполнять требования ЦБ по работе и размеру уставного капитала, т. е. осуще-

Таблица 2. Количество действующих банков России (по данным ЦБ РФ) [5]

Федеральный округ	На 01.01.2010 г.	На 01.01.2011 г.	На 01.01.2012 г.	На 01.01.2013 г.	На 01.01.2014 г.
1. Центральный	621	598	585	572	564
2. Северо-Западный	79	75	71	69	70
3. Южный	115	113	47	45	46
4. Северо-Кавказский	-	-	57	56	50
5. Приволжский	131	125	118	111	106
6. Уральский	58	54	51	45	44
7. Сибирский	68	62	56	54	53
8. Дальневосточный	36	31	27	26	23
Всего по РФ	1108	1058	1012	978	956

ствляется самоликвидация или ликвидация по решению суда.

По данным ЦБ РФ, на 1 января 2014 года лишь 669 банков из 923 имеют зарегистрированный уставный капитал свыше 150 миллионов рублей, и лишь 418 из них отвечают требованиям, которые вступят с 1 января 2015 года. [5]

Литература:

1. Заявление Правительства РФ и ЦБР от 5 апреля 2011 г. «О Стратегии развития банковского сектора Российской Федерации на период до 2015 года» — ИА «ГАРАНТ»: [Электронный ресурс].-Режим доступа: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/491345/#ixzz31VfhUsTN>
2. Федеральный закон №395–1 «О банках и банковской деятельности» от 02.12.1990 года [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://www.consultant.ru/popular/bank/46\\_1.html#p192](http://www.consultant.ru/popular/bank/46_1.html#p192)
3. Аналитический бюллетень «Банковская система России: тенденции и прогнозы: итоги января-июня 2013 года» — РИА Рейтинг [Электронный ресурс].-Режим доступа: [http://vid1.rjan.ru/ig/ratings/b\\_banki\\_14.pdf](http://vid1.rjan.ru/ig/ratings/b_banki_14.pdf)
4. Владимирова, И. Г «Слияния и поглощения компаний», Журнал «Менеджмент в России и за рубежом», № 1. — 1999
5. Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации [Электронный ресурс].-Режим доступа: <http://www.cbr.ru>
6. Седин, А. И. «Некоторые практические аспекты слияний и поглощений банков», [Электронный ресурс].-Режим доступа: [www.cfn.ru](http://www.cfn.ru).

По прогнозам экспертов, начавший процесс укрупнения банковской системы Российской Федерации и сокращения количества банков продолжится. [3] Пока невозможно точно предсказать, какое количество банков останется и будет ли такое сокращение эффективно для стабильного развития банковского сектора.

## Трансфертное ценообразование на примере ОАО «ММЗ»

Маковчук Игорь Васильевич, магистрант;

Турганова Ак-ерке Толегеновна, студент

Магнитогорский государственный технический университет имени Г. И. Носова (Челябинская область)

В условиях вертикальной экономической интеграции, создания транснациональных и трансконтинентальных корпораций, различного рода совместных фирм и предприятий одной из важнейших задач управления становится определение трансфертных цен.

Под трансфертным ценообразованием понимают процесс установления трансфертной цены («внутренней», отличающейся от рыночной), которая всегда привязана к конкретному товару (услуге) и субъекту, который этот товар (услугу) продает/покупает. Практически в любой организации существует обмен полуфабрикатами (услугами) между отдельными подразделениями. Трансфертное ценообразование как система представляет собой совокупность элементов (центров ответственности) и связей между ними (трансфертная цена). [1]

Использование нерыночных цен связано с рациональной организацией деятельности групп компаний, поскольку нередко крупные холдинги включают в себя компании, разделенные по функциональному признаку. Здесь трансфертное ценообразование порой выступает как результат организации бизнеса, основанного на разделении труда. [2] А так как группы компаний могут использовать трансфертные цены в целях налоговой экономии, для целей налогообложения контролируется соответствие

применяемых цен рыночному уровню. Наглядным примером являются металлургические комбинаты и заводы. Процесс производства металлопроката и металлургических изделий очень сложный и капиталоемкий, требующий огромного количества трудо-, энерго- и материалозатрат. Кроме традиционных полезных ископаемых (руды, угля, огнеупоров, флюсов) требуется ещё много вспомогательного сырья и материалов. В бытность образования основных металлургических заводов и комбинатов, которое происходило в период Советской индустриализации, никто и предположить не мог о такой проблемной процедуре, как трансфертное ценообразование во взаимозависимых обществах. Раньше любое предприятие, производившее какие-либо комплектующие, материалы, оборудование, применяемое в различных секторах народного хозяйства, само цены не устанавливало, так как в рамках тотальной командной экономики был единый тарифный орган, который и устанавливал цены на все виды работ, услуг, товаров. После развала такой мощной державы как Советский союз, предприятия мгновенно перешли в рыночную экономику, при которой цены диктуются рыночной конъюнктурой, себестоимостью понесённых затрат и просто аппетитами владельцев предприятий. Для возможности выживания в условиях жёсткой рыночной конкуренции

предприятия, относящиеся к той или иной отрасли стали объединяться в холдинги, что называется «по интересам», более крупные игроки стали поглощать более мелких, образовывать дочерние общества, выводить из своего состава непрофильные активы. Несовершенная налоговая система переходного периода позволяла холдингам создавать центры прибыли в зонах с наименьшими налоговыми преференциями, допуская при производстве компонентов различных стадий передела в металлургической промышленности установление заниженных цен, отличных от рыночных. Таким образом, стоимость готового металлопроката, который передавался для реализации в торговые дома холдингов, зарегистрированных в зонах с пониженными ставками налогообложения, была очень низкой, в России соответственно уплачивались незначительные налоги. Основную надбавку при реализации через оффшоры удавалось вывести из под российского налогообложения. После вступления в законную силу 227-ФЗ юридические лица, подпадающие под определение взаимозависимых, обязаны всю реализацию работ, услуг, товаров между собой производить по ценам, не отличающимся от цен, установленных на рынке.

Рассмотрим производство металлургических изделий на простейшем примере: Конечную металлургическую

продукцию, например, лист с полимерным покрытием выпускает крупное предприятие с известным брендом ОАО «ММЗ», для начала производства требуется железная руда, которую добывает одно из дочерних обществ холдинга ООО «Горняк». Из добытой сырой руды без первичного обогащения получить ничего нельзя, поэтому ООО «Горняк» реализует её ООО «Фабрика обогащения и агломерации» («ФОА»), на которой происходят дополнительные переделы сырья, после выполнения которых агломерат реализуется подразделению, входящему в основное производство холдинга. В основных цехах происходит выплавка чугуна, далее чугун как незавершённое производство попадает в сталеплавильный цех, где из него варят сталь, и разливают стальные заготовки, предназначенные для прокатного производства. После производства в листопрокатном цехе стальной рулон ещё не является конечным продуктом, он поступает в цех для нанесения полимерного покрытия. После его нанесения изделие почти готово, но в таком виде оно к конечному потребителю не попадёт, так как требуется провести упаковку данного рулона. Для выполнения указанной процедуры рулон передаётся в ещё одно дочернее общество ЗАО «Упаковка», после чего рулон готов к реализации. Но ЗАО «Упаковка» по видам экономической деятель-

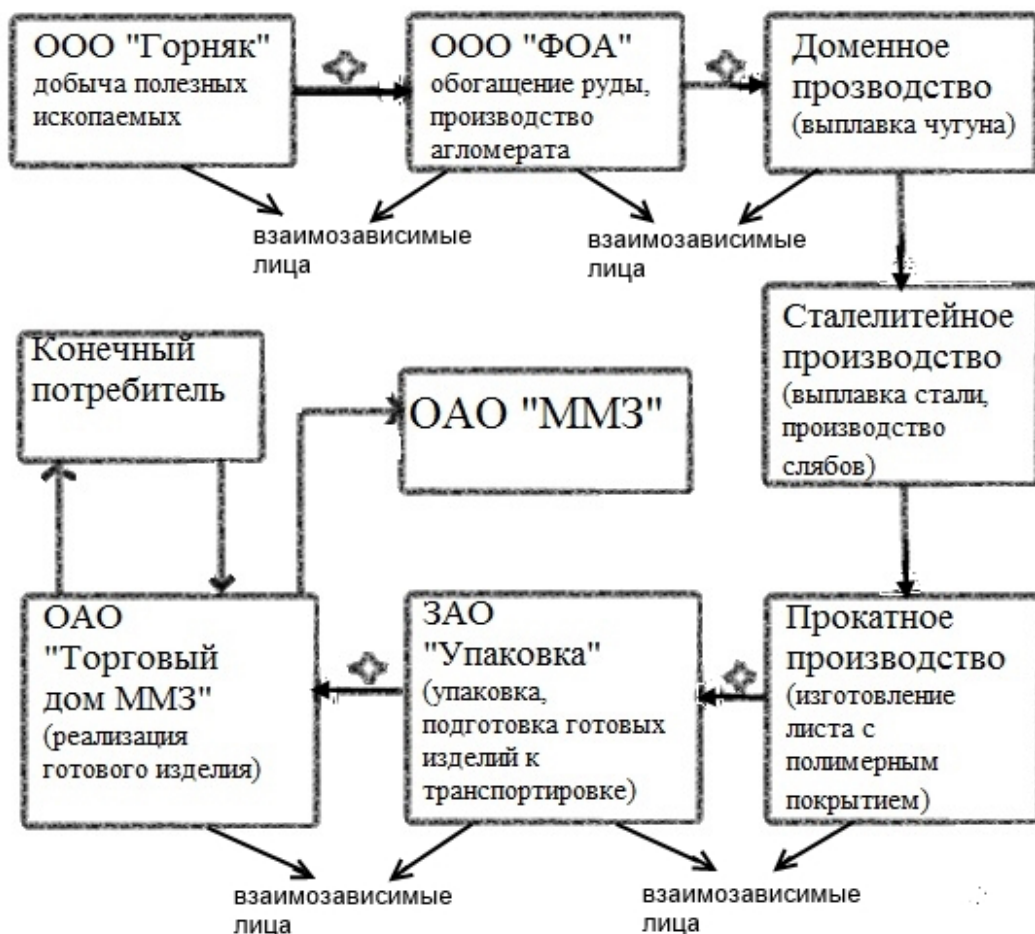


Рис. 1. Схема потоков сырья и материалов в ОАО «ММЗ»



ности не может заниматься оптово-розничной торговлей, поэтому надбавив цену за выполненные работы, передаёт его в ООО «Торговый дом «ММЗ», также являющийся дочерним обществом холдинга.

Во всей цепочке производства, продукт подвергся нескольким стадиям обработки и передавался взаимозависимыми обществами друг другу, то как товар (реализовывался по цене входящей + стоимость произведённого передела), то как незавершённое производство — переходил из одного цеха в другой с последовательной обработкой и всё более становился похожим на конечный продукт, то снова передавался дочерним обществам холдинга для проведения завершающих этапов производства. С точки зрения налогообложения наиболее интересующими во всём этом производстве, являются моменты передачи (реализации) от одного общества другому: от ООО «Горняк» к ООО «ФОА», далее реализация основным цехам ОАО «ММЗ», после прохождения переделов в основных цехах холдинга дальнейшая доработка в ЗАО «Упаковка» и конечная реализация через ООО «ТД «ММЗ». Налоговая контролирует при этом, чтобы стоимость сырья (руды) в момент передачи от ООО «Горняк» к ООО «ФОА» соответствовала уровню рыночных цен на аналогичный вид продукции, также цена должна соответствовать рыночной в момент передачи продукции

от ООО «ФОА» в основные цеха «ММЗ» и от них в ЗАО «Упаковка» и «ТД «ММЗ». В общем, при любой передаче продукции от одного взаимозависимого общества к другому, несмотря на разные формы собственности, цена продукции должна соответствовать рыночному уровню цен и налогооблагаемая база не должна быть занижена.

Также все услуги по ремонту, обслуживанию основного и вспомогательного оборудования, выводящиеся на крупных предприятиях в аутсорсинг, если их выполняют взаимозависимые общества (общества в которых доля участия холдингов прямо или косвенно превышает 25%), должны предоставляться по рыночным ценам. Обоснованность рыночной стоимости должна соответствовать изложенным в законе способам определения рыночных цен.

Представим схему потоков сырья и материалов в металлургическом холдинге на рисунке 1.

Таким образом, применение трансфертных цен при внутрифирменной передаче товаров, работ, услуг является очень эффективным механизмом при распределении прибыли между элементами холдинга — материнской компанией и дочерними обществами, распределять рынки сбыта и сферы влияния между различными подразделениями, позволяет не только определить финансовый результат деятельности отдельных центров ответственности, но и формировать их управленческие балансы.

#### Литература:

1. [www.ippou.ru](http://www.ippou.ru) [электронный ресурс], Статья «Теория трансфертного ценообразования в современной организации: понятия, модели, проблемы». Пашкус В. Ю./2004 г.
2. Статья: Трансфертное ценообразование и контроль за применением трансфертных цен в России./Юр-машев Р. С. (Аудиторские ведомости, № 11)/2007 г.

## Спонсорство на Олимпийских играх как основной источник финансирования и эффективный инструмент развития бизнеса компаний-партнеров

Марченко Виктория Николаевна, старший преподаватель;  
Нияскина Анна Владимировна, студент;  
Шилова Вилия Рамилевна, студент  
Оренбургский государственный университет

*В статье приведены результаты анализа партнерства международного олимпийского комитета и оргкомитетов Олимпийских игр с компаниями-спонсорами. По результатам исследования были сделаны выводы о степени эффективности партнерства для обеих сторон.*

**Ключевые слова:** олимпийское движение, спонсорство, партнерство, финансирование, прибыль, имидж.

**Keywords:** Olympic movement, sponsorship, partnership, financing, increase, image.

В современном мире олимпийское движение играет немаловажную роль в развитии общества. Зародившись в сфере спорта высших достижений, олимпийское движение занимает все более значимые позиции в области

искусства, гуманизма, милосердия и благотворительности, борьбы за мир и равноправие. Более того, олимпийская идея становится объединяющей для большинства людей во всем мире. Она несет им надежду на светлое бу-



дущее, благополучие, добрососедство и процветание. Основопологающая цель олимпизма закреплена в Олимпийской хартии: «...повсеместное становление спорта на службу гармоничного развития человека с тем, чтобы способствовать созданию мирного общества, заботящегося о сохранении человеческого достоинства» [1].

Под руководством президента Хуана Антонио Самаранча с 1980 г. международный олимпийский комитет добился значительных результатов в области финансов, переведя Игры в разряд мероприятий, приносящих прибыль. Олимпийское движение, за последнее тридцатилетие прочно занявшее место среди лидеров мировой экономики, является одной из наиболее динамично развивающихся областей бизнеса [1].

Первыми в истории полностью себя окупили игры 1932 года в Лос-Анджелесе. Официальная информация так и не была опубликована, но и «New York Times» оценила чистую прибыль в размере около \$ 1 млн. Один из самых запомнившихся проектов — «олимпийский хлеб», выпекавшийся для гостей местной пекарней «Helms Bakery». Спустя 52 года в том же Лос-Анджелесе Олимпиада принесла организаторам уже \$ 222,7 млн. чистой прибыли.

На Олимпийских играх в 1952 г. в Хельсинки в составе Оргкомитета был организован специальный коммерческий отдел, который сумел привлечь спонсоров из 11 стран. Так по существу начала действовать международная маркетинговая программа на Играх.

Затем от олимпиады к олимпиаде число спонсоров постоянно увеличивалось: в 1960 г. в Риме принимало участие 46 компаний, в 1964 г. в Токио — 250, в 1976 г. в Монреале — 628 фирм-спонсоров и поставщиков, доход от спонсорской программы которых составил около \$ 150 млн.

Начиная с Игр 1984 г. в Лос-Анджелесе число спонсоров резко сокращается до 163 компаний-партнеров. Но это были в основном транснациональные и крупные американские корпорации.

В настоящее время Олимпийские игры — самая большая мировая арена, уникальная платформа, где компании могут представить новые технологии и новые идеи. Конечно же, такую привилегию получает не каждая компания. Важнейший критерий — приверженность олимпийским принципам. Но, безусловно, требуются и весьма серьезные инвестиции. Игры 2004 года в Афинах поддержали 38 национальных спонсоров на общую сумму \$ 302 млн. Совокупный объем национальных инвестиций в зимние олимпийские игры в Турине 2006 года составил \$ 348 млн., игры поддержали 57 компаний-партнеров. В Сочи Олимпийские игры проспонсировали 87 компаний на сумму около \$ 1,4 млрд. На рисунке 1 представлена динамика количества спонсоров олимпийских игр с 1932 года по 2014 год.

В таблице 1 представлена сравнительная характеристика количества партнеров и суммы доходов на Олимпийских играх.

Почему компании стремятся получить эксклюзивные права ассоциировать себя с олимпийским движением? Ответ очевиден. Сегодня, в эпоху брендмании, сотни и сотни брендов завоевывают лояльность своего потребителя, стараются создать условия, при которых бренд воспринимался бы как уникальный. И ассоциация с олимпийскими кольцами, одним из самых узнаваемых брендов в мире — весьма перспективное и выгодное с точки зрения инвестиций мероприятие.

У компаний, вкладывающих средства в Игры и получающих эксклюзивное право использовать олимпийскую и паралимпийскую символику, есть все основания рассчитывать на то, что организационный комитет защитит их инвестиции. Прежде всего, от так называемого «паразитического маркетинга» — несанкционированных попыток некоторых брендов ассоциировать себя с олимпийским движением или Олимпийскими играми.

В подтверждение тому, что основным источником финансирования Олимпийских игр являются средства ком-

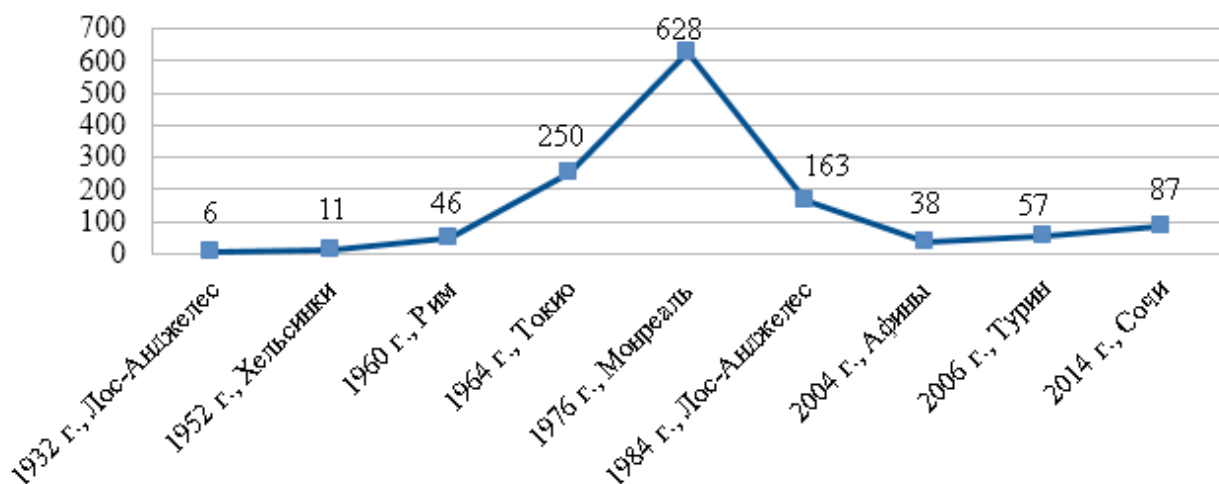


Рис. 1. Динамика количества спонсоров на Олимпийских играх с 1932 по 2014 гг.

Таблица 1. Сравнительная характеристика количества компаний-партнеров и доходов от спонсорских программ на Олимпийских играх

Город и год проведения Олимпийских игр	Количество компаний-партнеров	Доход от спонсорской программы
Лос-Анджелес, 1932 г.	6	\$ 1 млн.
Монреаль, 1976 г.	628	\$ 150 млн.
Лос-Анджелес, 1984 г.	163	\$ 222,7 млн.
Афины, 2004 г.	38	\$ 302 млн.
Турин, 2006 г.	57	\$ 348 млн.
Сочи, 2014 г.	87	\$ 1,4 млрд.

паний-партнеров, проанализируем игры, прошедшие в Сочи. [2]

Итак, следует начать с того, что Оргкомитет «Сочи — 2014» с 2009 г. подписал маркетинговые договоры с восемью национальными партнерами — компаниями «Мегафон», «Ростелеком», РЖД, «Роснефть», «Bosco Sport», «Сбербанк», «Аэрофлот» и «Volkswagen». К примеру, у последних проведенных по сроку Олимпийский игр — летних в Лондоне в 2012 г. было семь национальных партнеров.

Сумму контрактов официально раскрыли лишь некоторые из партнеров Сочи, но, по данным источников в компаниях и чиновников, эти спонсоры совокупно обязались предоставить организаторам денежные средства, товары и услуги более чем на \$1,2 млрд. Сопоставимую сумму от национальных спонсоров до сих пор получили только одни летние Игры — в Пекине, тогда как доходы последних зимних Игр, в Ванкувере, по оценке Университета Оттавы, составили около \$760 млн. Доходы летних и зимних Олимпийских игр сравнивать некорректно, так как в летних Играх участвует больше спортсменов, они собирают большую аудиторию телезрителей, а значит — и привлекают больше спонсоров. Поэтому то, что зимнему Сочи удалось догнать летний Пекин, — большая победа, это подчеркивает значимость Игр для государства и крупного бизнеса.

Помимо национальных спонсоров у оргкомитета «Сочи — 2014» было три маркетинговых партнера («Ингосстрах», «PricewaterhouseCoopers» («PwC») и «Спортлото»), 31 поставщик и 46 лицензиатов — компаний, отчисляющих оргкомитету лицензионные платежи за производство сувенирной продукции с символикой Игр. В число последних входит Центробанк, отвечающий за монетную программу — выпуск памятных монет и купюр.

Подсчеты газеты «Ведомости», основанные на опросах компаний-партнеров, показывают, что общая сумма маркетинговых доходов Игр, с учетом доходов от поставщиков и лицензиатов, составила \$1,4 млрд. — это на \$100 млн больше запланированного оргкомитетом «Сочи — 2014» общего дохода.

Компании-спонсоры Олимпийских игр утверждают, что главное для них в олимпийском партнерстве — положительный имиджевый эффект.

Для «Фольксваген групп рус» (ФГР) поддержка Игр в Сочи — логичный шаг по укреплению позиций на российском рынке и знак приверженности России, отмечает ее представитель. Для группы поддержка Игр в Сочи — четвертая по размеру инвестиция в Россию после вложений в два калужских завода и один в Нижнем Новгороде: для обслуживания Олимпиады — 2014 ФГР поставил в Сочи более 3000 автомобилей, 60% из которых сделаны в России. [3]

Эффективность любого партнерства оценить непросто, но несомненно, что причастность к такому событию имеет долговременный положительный эффект, объясняет представитель компании «Ростелекома» Андрей Поляков.

Для пивоваренной компании «Балтика» участие в Олимпиаде — это вопрос имиджа, а не коммерческой выгоды, вложения в подобные мероприятия полностью не окупаются продажами пива, как считает представитель компании. «При этом наши исследования показывают, что степень ассоциации у потребителя нашего бренда с Олимпиадой достаточно высока, поэтому в целом такое партнерство мы оцениваем как эффективное».

«Пять олимпийских колец — один из самых сильных и узнаваемых брендов в мире, и наша причастность к Олимпийским играм является гарантом качества. А маркетинговые и спонсорские кампании дают нам возможность построить более крепкие отношения с обществом, бизнесом, организациями», — добавляет гендиректор Эдуард Балдаков компании EF Corporate Language Learning Solutions, поставившей для «Сочи — 2014» услуги по обучению английскому языку. Компания уже 25 лет старается участвовать в подготовке крупнейших международных событий. Участие в олимпийском движении — это вопрос репутации компании, которая часто гораздо важнее и ценнее окупаемости, уверен Э. Балдаков.

Поддерживая олимпийское движение, компании «McDonalds» и «Coca-Cola» в первую очередь стремятся установить доверительные отношения с потребителями, рассчитывая, что положительное отношение к Олимпиаде в конечном счете перенесется и на бренд, объясняет вице-президент брендингового агентства «Millward Brown Optimum» Анастасия Куровская.

Сбербанк выпустил карту Visa (платежная система является международным партнером Олимпийских игр) с изображениями талисманов, карту с благотворительной программой для олимпийцев, 40 наименований памятных и шесть — инвестиционных монет из золота и серебра. Сеть банкоматов Сбербанка в Сочи выросла до 500 устройств.

Итак, подводя итоги исследования, следует сказать о том, что партнерство оргкомитетов Олимпийских игр с компаниями-спонсорами имеет двустороннюю выгоду. Так, для организаторов спортивных мероприятий спонсорство — один из главных источников дохода.

Литература:

1. Литвинова, М. Олимпийский маркетинг/М. Литвинова // «СЕО». — 2009. — №6. — с. 23–28.
2. www.sochi — 2014. com: Информационный портал [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — Дата обращения: [10.04.14 г.]
3. www.vedomosti.ru: Информационный портал [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — Дата обращения: [12.04.2014 г.]

## Финансовое планирование коммерческих предприятий

Насунова Лариса Анатольевна, главный бухгалтер  
ОАО «Ростелеком», Калмыцкий филиал (г. Элиста)

*В статье отмечено, что бюджетирование является детализированным уровнем финансового планирования предприятия. Также определено главное условие внедрения бюджетирования на предприятии.*

**Ключевые слова:** Бюджетирование, бюджетный процесс, принципы бюджетирования, финансовое планирование.

В условиях современных рыночных отношений в нашей стране предприятие получило экономическую и юридическую самостоятельность. От уровня информационного обеспечения и его отдельных подразделений и служб все более зависит эффективное управление производственной деятельности предприятия.

«И сегодня, пытаясь сформулировать экономическую стратегию конкретного предприятия, мы по-прежнему зависим не просто от каких-либо конкретных факторов экономической деятельности, мы зависим и от факторов неопределенности, как экономического, так и неэкономического характера [1.]»

Финансовое планирование является разновидностью управленческой деятельности, которая направлена на определение необходимого объема финансовых ресурсов, их оптимальное использование и распределение с целью финансовой устойчивости хозяйствующего субъекта. В условиях рынка предприятия сами заинтересованы в том, чтобы реально представлять свое финансовое положение сегодня и на перспективу. Это необходимо, во-первых, для того, чтобы преуспеть в хозяйственной деятельности, а во-вторых, чтобы своевременно выполнять обязательства перед бюджетом, внебюджетными фондами,

А для спонсоров такое партнерство — мощное средство наращивания своих нематериальных активов, увеличения прибыли, получения долговременного лояльного отношения потребителей к компаниям за счет ассоциации с Олимпийским движением, и главное — это получение положительного имиджевого эффекта. Отметим, что такое партнерство имеет тенденции к дальнейшему развитию в будущем, являясь важнейшим условием распространения и укрепления спонсорского направления на Олимпийских играх как источника финансирования.

банками, и другими кредиторами и тем самым защищать себя от финансовых санкций, снижать риск банкротства.

Финансовое планирование одно из важных элементов корпоративного планового процесса. Независимо от своих функциональных интересов, каждый менеджер должен быть знаком со смыслом и механикой выполнения и контроля финансовых планов, по крайней мере, настолько, насколько это касается его деятельности

Первым этапом разработки системы регулярного экономического управления является бюджетирование, и оно оказывает положительное влияние на оптимизацию финансовых ресурсов и потоков предприятия, и все это значительно влияет на снижение объемов и потребность в них, себестоимость и повышение конкурентоспособности предприятия.

Внедрение системы бюджетного планирования и контроля актуально для предприятий тем, что эффективность процесса управления деятельностью компании и его структурных подразделений может быть обеспечена только с помощью составления, исполнения и контроля статей бюджета.

Как отмечено в статье Демченко А.Г. «Каждая компания, создающая систему бюджетирования, хочет до-

биться максимального эффекта от ее внедрения [2, с. 56]».

Бюджетирование необходимо рассматривать, как связующее звено между оперативным и стратегическим управлением между всеми хозяйственными операциями, которое направлено на консолидацию экономических процессов предприятия и, как следствие, на повышение его конкурентоспособности.

«Бюджетный процесс предусматривает определение функций, их распределение и установление ответственности — персонификацию ответственности его субъектов в рамках краткосрочного планирования, контроля и анализа финансово-хозяйственной деятельности. Система бюджетирования основана на административно-организационных и информационно-аналитических процедурах, которые непосредственно определяют и распределяют функции, а также устанавливают персональную ответственность субъектов бюджетного процесса на каждом из его этапов [3]».

Главное условие внедрения бюджетирования — это вовлечение основных звеньев организационной структуры предприятия. Основными подразделениями пред-

приятия можно считать коммерческие, производственные, экономические подразделения предприятия. При взаимной увязке всех производственных процессов бюджет будет достоверным и выполнимым для коллектива предприятия.

Бюджет предприятия, является инструментом в управлении финансами, также он обеспечивает гармонию производственного процесса как внутри предприятия, так и во внешней среде

При внедрении бюджетирования коммерческое предприятие повышает зону ответственности структурных подразделений за конечный результат.

Деятельность каждого специалиста предприятия в центре ответственности может быть измерена в виде таких показателей, как результативность и эффективность работы центра. Внедрение центров ответственности, которое необходимо при внедрении бюджетирования, позволит предприятию децентрализовать управление предприятием, ориентировать подразделения на достижение финансовых целей, повысить эффективность управления затратами и в целом — улучшить конкурентоспособность предприятия в условиях рыночной экономики.

#### Литература:

1. Шарина, Г. А. Стратегия инвестиционного выбора предприятия // Современные научные исследования и инновации. — Ноябрь 2013. — № 11 [Электронный ресурс]. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2013/11/28377> (дата обращения: 23.02.2014).
2. Демченко Анастасия Геннадьевна, консультант Iteam, журнал Финансовый менеджмент, 2008 № 1, с. 56–59
3. Шарина, Г. А. Система бюджетирования в коммерческом предприятии // Экономика и менеджмент инновационных технологий. — Октябрь 2013. — № 10 [Электронный ресурс]. URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2013/10/3092> (дата обращения: 08.10.2013).

## Модернизация экономики как главный фактор экономического роста России

Ноттосова Туйаара Джулустановна, студент

Северо-Восточный федеральный университет имени М. К. Аммосова (г. Якутск)

*В данной статье рассмотрены проблемы экономического роста Российской Федерации. Проанализированы состояние экономики России и отдельного ее региона Республики Саха (Якутия) и характерные особенности ее развития. Выявлена и обоснована необходимость модернизации экономики России и преодоление ее отставания в техническом плане от других развитых стран. На основе проведенного исследования автором предлагается обратить особое внимание на факторы, негативно влияющие на экономику России, для осуществления роста экономики страны.*

**Ключевые слова:** ВВП России, ВРП Республики Саха (Якутия), уровень инфляции, уровень безработицы, инвестиции в основной капитал, отток капитала.

Перед экономикой всех стран, в частности и экономики России, стоит задача увеличения валового внутреннего продукта, его величина определяет место страны в мировой и региональной экономике. Прирост ВВП России обуславливается, прежде всего, за счет производства и продажи сырьевых ресурсов на мировых и вну-

тренных рынках. Однако в последнее время производство терпит значительные трудности, в частности, застойность и недостаточное финансирование.

Темпы прироста ВВП России снизились, несмотря на то, что он был выше, чем у большинства стран посткризисного периода.

Аналогом ВВП на региональном уровне является валовой региональный продукт (ВРП). Темпы роста ВРП Якутии значительно превышали среднероссийские и набирали обороты.

После кризиса 2009 г. экономика России быстро восстановилась. Так, уровень валового внутреннего продукта докризисного года был достигнут уже в 2012 г. Также к этому году Россия восстановила и другие показатели: уровень промышленности, грузооборота, розничной торговли, внешнеторговый оборот, инвестиции. В то же время, темпы роста экономики РС (Я) в 2012 г. снизились. Это было вызвано замедлением темпов роста промышленности более чем в 2 раза (по сравнению с предыдущим 2011 г.), снижением притока капитала, низким темпом роста таких отраслей как строительство и транспорт, в сельском хозяйстве также наблюдалось снижение производства.

Уровень безработицы в РФ после кризиса достаточно быстро пошел на спад, занятость населения восстановилась. Но в 2013 г. в экономике произошел спад. Промышленность показала нулевой рост<sup>1</sup>.

Для преодоления негативных последствий, наметившихся в республике Саха (Якутия) в 2012 г. были раз-

работаны долгосрочные планы и проекты, направленные на рост экономики республики. По итогам 2013 г. экономика республики восстановилась и улучшила свои прежние показатели роста на 1,8%<sup>2</sup>.

С 2013 года темпы прироста ВВП России значительно снизились с 3,5% до 1,3%, и продолжают снижаться, а темпы прироста ВРП РС (Я) в том же году увеличились (График 1).

Уровень безработицы в РФ увеличился на 0,5% по сравнению с предыдущим годом. Что полностью удовлетворяет закону Оукена о том, что более низкие темпы прироста ВВП ведут к росту безработицы, а более высокие темпы прироста ВВП — к сокращению. Уровень безработицы Якутии значительно превышает уровень безработицы по стране, несмотря на то, что с 2011 г. в республике наблюдается его снижение (график 2).

После кризиса темп инфляции в стране начал расти. Наивысшую точку он достиг в 2012 г. (около 6,7%), далее идет постепенный спад, но по-прежнему остается высоким. Сочетание низких темпов прироста ВВП с высокой инфляцией называется стагфляцией. Именно во мнении о том, что Россия на данный момент находится в ситуации

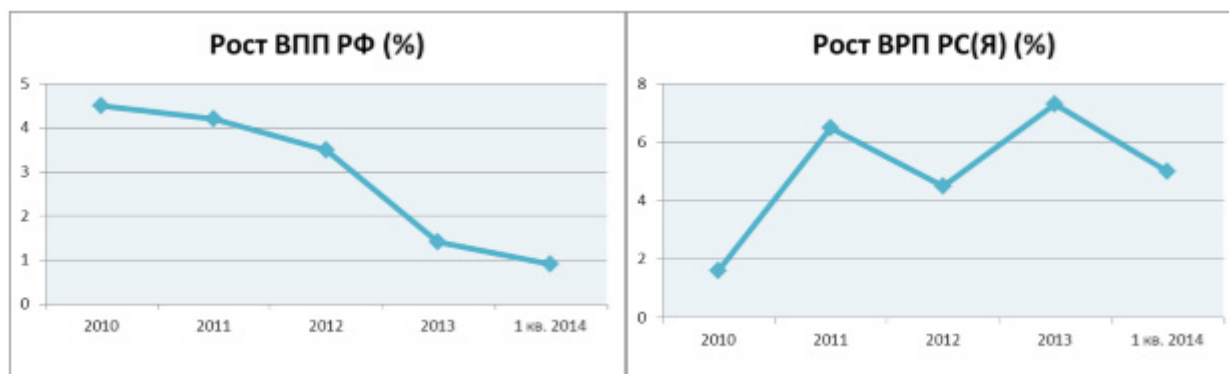


Рис. 1

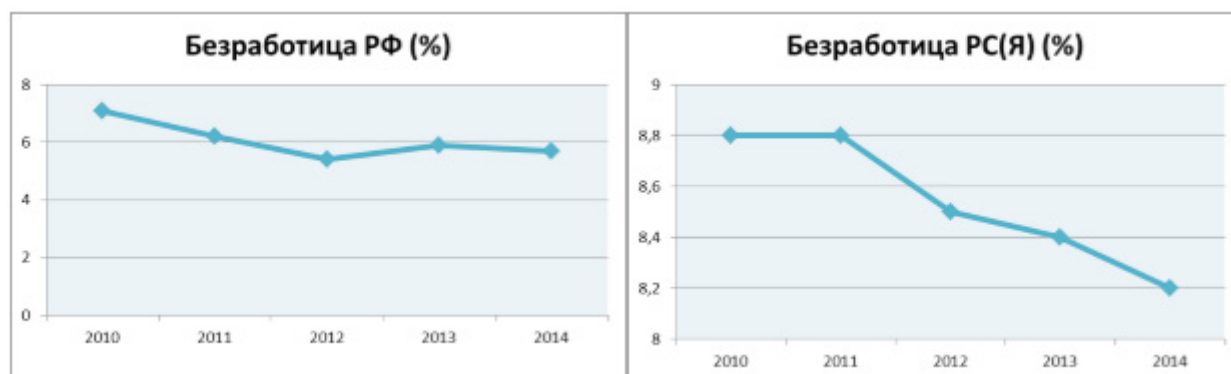


Рис. 2

<sup>1</sup> Данные Центрального Банка РФ [13].

<sup>2</sup> Данные Информационного меморандума БК «РЕГИОН» [3].



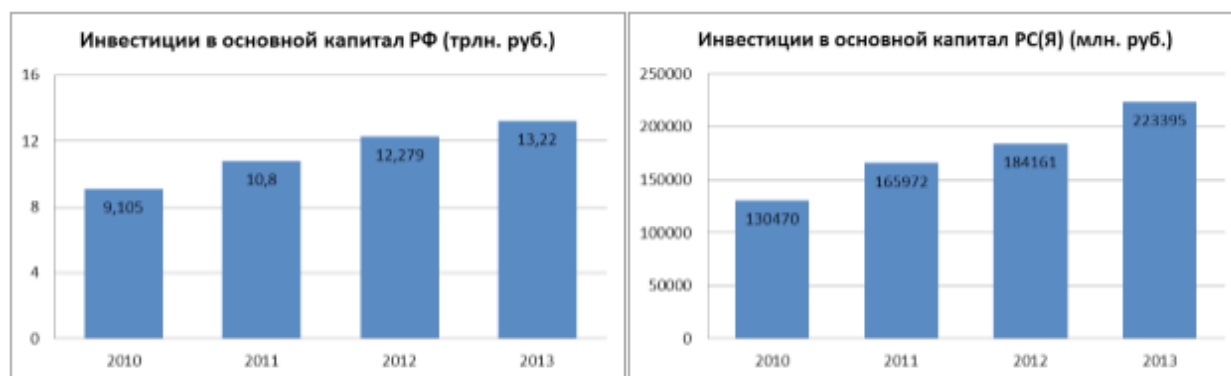


Рис. 3

стагфляции, сходится большинство экспертов. Попадание страны в стагфляцию сужает доступные меры, направленные на стимулирование экономического роста.

Темп инфляции в РС (Я) значительно меньше. В 2012 г. инфляция в республике приняла наименьшую точку (около 5,1%), но с этого года наблюдается ее постепенный рост, близкий к средним показателям по стране.

В последнее время, негативные явления, наблюдающиеся в экономике РФ, влияют на условия, определяющие, каким образом будет осуществляться социальный и экономический рост страны. Изменились многие факторы, влияющие на ее рост.

Но в тоже время, одним из основных негативных факторов является техническое и технологическое отставание нашей страны от других развитых стран. Устаревшие технологии и оборудование с низкой производительностью, причина трети отставания.

Отток капитала ведет к спаду в экономике. За последние годы заметно увеличился внешнеэкономический долг предприятий и организаций нашей страны. В первом квартале 2014 года чистый отток капитала из России составил \$50,6 млрд., превысив прошлогодний показатель в 1,8 раза. С каждым годом он растет, т.к. предприятия и организации отдают долги за границу с процентами на все большую сумму. Внешнеэкономический долг лежит в основе оттока капитала. Государственный долг РС (Я) увеличился на 9443,4 млн. рублей, в связи с применением комплексных мер по развитию экономики в 2013 г., и составил 24308,6 млн. рублей<sup>1</sup>.

Одним из главных факторов спада экономики РФ является снижение инвестиций. Государство увеличивает

инвестиции с целью извлечения дохода в будущем. Инвестиции в основной капитал с каждым годом растут, но в связи с низким ростом ВВП государство не может обеспечить нормальные капиталобразующие инвестиции, их процент снижается (график 3).

Для модернизации экономики страны и преодоления отставания в техническом плане от других развитых стран нужно стремиться к импортозамещению. Высокий уровень инфляции, снижение курса рубля приводят к повышению уровня цен на импортные товары, а это побуждает население покупать отечественные товары, т.к. их стоимость становится значительно меньше импортных, что наблюдалось при финансовом кризисе 2008 г. Это позволит решить две проблемы: снизит безработицу, в результате создания новых рабочих мест, и обеспечить технологическое переоснащение производства.

Эксперты полагают, что ситуация в российской экономике в ближайшее время будет ухудшаться. В 1 квартале 2014 года рост ВВП составит около 0,9% (по данным Росстата), во 2 квартале ожидается уменьшение роста ВВП до 0,5%. ВРП Якутии в 1 квартале 2014 года снизился до 5%, но остался высоким по сравнению с другими регионами, во 2 квартале рост ВРП составит не менее 4,5%.

В ближайшем будущем не стоит ожидать значительного экономического роста экономики страны. Прогнозы роста ВВП на 2014 г. колеблются в районе 0–0,5%. В связи с последними событиями, инвестиции в экономику России сократятся, ожидается рост уровня инфляции и отток капитала. Для повышения темпов экономического роста необходима значительная поддержка модернизации, повышение эффективности производства.

#### Литература:

1. Время для новой индустриализации: перспективы России // Экономист. — 2013. — №8. с. 10–13.
2. Индустриальная стагнация и индустриальный рост ВВП в странах G7 // Экономист. — 2013. — №7. — с. 43–45.
3. Информационный меморандум БК «РЕГИОН» URL: [http://www.region.ru/produkty-i-uslugi/analitika/dolgovoy-gnyok/operational-notes/MEMO\\_RS\(Y\)\\_04-2013.pdf](http://www.region.ru/produkty-i-uslugi/analitika/dolgovoy-gnyok/operational-notes/MEMO_RS(Y)_04-2013.pdf)

<sup>1</sup> По данным отчета исполнительных органов государственной власти Республики Саха (Якутия) [4].

4. Официальный информационный портал РС(Я) — <http://sakha.gov.ru/node/150876> (дата обращения: 12.05.14)
5. Официальный информационный портал РС (Я) — URL: <http://sakha.gov.ru/node/19115> (дата обращения: 24.05.14)
6. Официальный информационный портал РС (Я) — URL: <http://sakha.gov.ru/node/74742> (дата обращения: 24.05.14)
7. Официальный информационный портал РС (Я) — URL: <http://sakha.gov.ru/node/84288> (дата обращения: 24.05.14)
8. Портал информационного агентства Bankir. Ru. — URL: <http://bankir.ru/novosti/s/ebrr-predrekaet-ekonomike-rossii-stagnatsiyu-v-2014-godu-iz-za-ukrainskogo-krizisa-10075840/> (дата обращения: 12.05.14)
9. Сайт всемирного банка — URL: <http://www.worldbank.org/ru/country/russia> (дата обращения: 12.05.14)
10. Сайт международного валютного фонда (МВФ) — URL: <http://www.imf.org/external/russian/np/ms/2013/121013r.pdf> (дата обращения: 12.05.14)
11. Сайт министерства экономического развития РФ — URL: [http://www.economy.gov.ru/wps/wcm/connect/economylib4/mer/press/massmedia/doc20120417\\_003](http://www.economy.gov.ru/wps/wcm/connect/economylib4/mer/press/massmedia/doc20120417_003) (дата обращения: 12.05.14)
12. Сайт Российского агентства международной информации «РИА Новости» — URL: <http://ria.ru/economy/20140214/994906948.html> (дата обращения: 12.05.14)
13. Сайт Центрального Банка РФ — URL: [http://www.cbr.ru/pw.aspx?file=/press/press\\_centre/nabiullina\\_itartass\\_03092013.htm](http://www.cbr.ru/pw.aspx?file=/press/press_centre/nabiullina_itartass_03092013.htm) (дата обращения: 12.05.14)
14. Шабалин, А. Масштабы и динамика внешнего корпоративного долга/А. Шабалин // Экономист. — 2013. — №4. — с. 35–37.

## Особенности организации и анализа процесса товародвижения в рамках подразделений крупных торговых сетей

Подольная Снежана Игоревна, студент  
Научный руководитель: к. э. н., доцент Кукина С. Д.  
Поволжский государственный университет сервиса (г. о. Тольятти)

Налаженная организация товародвижения является серьёзным конкурентным преимуществом для торговой сети, так как это позволяет достигнуть своевременного пополнения товарных запасов, обеспечить необходимую широту ассортимента, сократить издержки на доставку товара до подразделений сети. Достижение максимальной ритмичности организационных процессов в цепи товародвижения, составление наиболее эффективных маршрутов доставки, определение наиболее оптимальных объёма и периода поставок товаров в подразделения — те вопросы, на которых сосредоточено основное внимание логистических служб крупных торговых сетей.

Процесс товародвижения направлен на обеспечение товароснабжения конечных звеньев на пути товарного потока от производителя к потребителю, которыми, как правило, являются предприятия розничной торговли. Данная категория является объектом изучения дисциплин «Торговое дело», «Логистика» и «Маркетинг» и в каждой из них присутствует своё специфическое толкование (см. табл. 1).

Приведённые точки зрения подразумевают, что с поступлением в розничное торговое предприятие (место продажи) является конечным пунктом процесса товародвижения. Однако, оказавшись на складе розницы, товар не сразу попадает в сферу потребления. Ему предстоит

пройти ещё ряд складских операций прежде, чем он окажется у потребителя. В некоторых случаях предстоит его редиистрибуция, то есть его движение будет продолжено. Поэтому важно добавить, что конечным этапом процесса товародвижения следует считать передачу товара конечному потребителю. В этом случае он уже перестаёт быть товаром и не является частью товарного потока.

Таким образом, для получения определения, наиболее полно отражающего смысл исследуемого понятия, общим смыслом, заложенный в каждом из трёх приведённых выше.

Итак, товародвижение — это процесс доведения товаров от производителей в сферу потребления, представляющий собой совокупность операций транспортировки и складирования, с целью максимально полного удовлетворения потребностей потребителей.

Большинство розничных предприятий на сегодняшний день — это подразделения розничных сетей.

Организация товародвижения в рамках компании у различных торговых сетей имеет схожий принцип. Схемы организации товародвижения в розничных сетях представлены на рис. 2.2.

Организация товародвижения розничной торговой сети на уровне компании (движение товарного потока до обособленного подразделения) осуществляется по сле-

Таблица 1. Толкование категории «товародвижение» с различных научных точек зрения

Автор	Толкование	Источник	Достоинства и недостатки
ГОСТ Р	Процесс физического перемещения товара от производителя в места продажи или потребления	[1, с. 8]	обозначено, что это «процесс», его начало и окончание
Торговое дело	процесс доведения товаров от предприятий-изготовителей до торговых залов предприятий розничной торговли или до внерыночных потребителей	[2, с. 231]	определение аналогично предыдущему, только добавлено уточнение конечных пунктов
Логистика	организация хранения, транспортирования и складирования готовых изделий	[3, с. 216]	отражает только операции, проводимые на пути перемещения товара, не включает цель движения товаров
Маркетинг	система обеспечения доставки продукции к месту продажи или эксплуатации (установки) в точно обусловленное время и с максимально высоким уровнем обслуживания	[4, с. 245]	представлено как сложное понятие — система — набор элементов, указана цель движения, отсутствует понятие, что в себя включает товародвижение

дующей схеме. Товары от производителей (как отечественных, так и зарубежных) поступают на центральные распределительные склады. В зависимости от специфики продаваемого ассортимента товаров, количество и расположение складов может быть различным. Так, например, в сегменте продуктов питания, центральные распределительные склады могут находиться как в районе штаб-квартиры сети в количестве 2–3 объектов, так и региональных центрах (регионы в соответствии с экономико-географическим районированием территории РФ). Для сетей, реализующих бытовую технику и электронику, одежду и большинство непродовольственных товаров, характерно расположение центральных складов в количестве 2–3 объектов.

С центральных распределительных складов товары отгружаются для пополнения региональных складов, которые располагаются, как правило, в областных центрах, либо крупных городах, в зависимости от плотности торговой сети. Уже непосредственно с региональных складов

товары поступают в розничные подразделения. В зависимости от специфики ассортимента часть товаров может сразу поступать в розницу, а часть на региональный склад, для пополнения запасов или продажи со склада в случае недостатка товара на складе подразделения.

Движение товарного потока, поступающего на склады розницы, ещё не заканчивается. Приёмка товара является конечным пунктом товародвижения в рамках сети и его началом в рамках подразделения. На данном этапе происходит первичная проверка соответствия количества товара приведённому в товарно-транспортной накладной. Этап перераспределения предполагает определение места хранения товара — склад или торговый зал — и размещение его по соответствующим зонам, а также включает складские операции по подготовке товаров к продаже.

Для предприятий, являющихся обособленными подразделениями розничных сетей, организация перемещения товаров до подразделений осуществляется централизованно ответственным подразделением сети

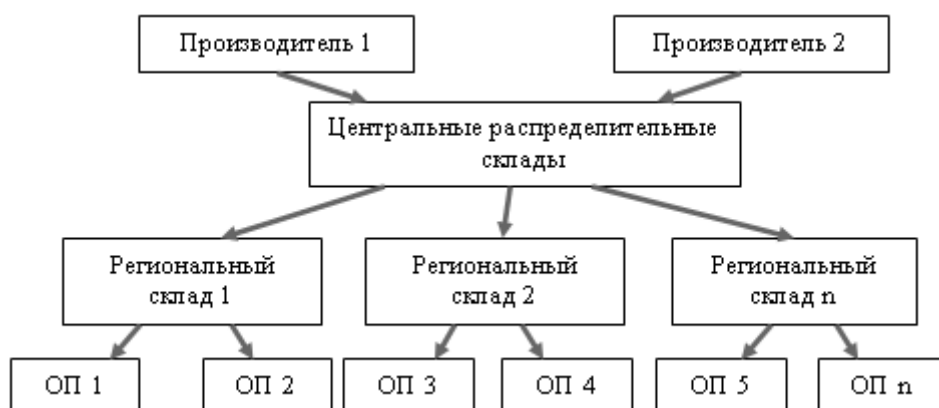


Рис. 2. Схема организации товародвижения розничной торговой сети

Таблица 2. Методика анализа организации товародвижения в рамках подразделения торговой сети

Аспект	Показатель	Расчёт	Примечание
Эффективность организации цепи товародвижения	Коэффициент звенности	$K_{зв} = \frac{T_{об\ роз}}{T_{об\ общ}}$ <p>где <math>T_{об\ роз}</math> — оптовая продажа непосредственно розничным торговым организациям (товарооборот без посредников), тыс. руб.;</p> <p><math>T_{об\ общ}</math> — общая реализация розничным торговым организациям без посредников и оптовым организациям торговли — посредникам между производителями и розничными торговыми организациями, тыс. руб.</p>	Значение стремится к единице, если оптовые звенья уменьшают количество посредников на пути товародвижения, соответственно значение коэффициента, равного одному, означает, что реализация происходит без посредников.
Эффективность складского хозяйства	Коэффициент полезной площади склада	$K_{СП} = \frac{S_{xp}}{S_{общ}}$ <p>где <math>S_{xp}</math> — площадь склада, используемая для хранения товаров <math>m^2</math>; <math>S_{общ}</math> — общая площадь склада предприятия, <math>m^2</math></p>	Характеризует степень эффективности использования складской площади
	Коэффициент оборачиваемости товаров на складе	$K_{об} = \frac{T_{об}}{TЗ_{ск}}$ <p><math>T_{об}</math> — товарооборот за определённый период, тыс. руб.;</p> <p><math>TЗ_{ск}</math> — средний товарный запас склада за определённый период, тыс. руб.</p>	Увеличение данного показателя в динамике свидетельствует об ускорении цикла товародвижения посредством мероприятий, стимулирующих реализацию товаров
	Средняя продолжительность хранения товаров на складе	$T_{xp} = \frac{TЗ_{ск}}{T_{об}} \times T_{пер}$ <p>где <math>T_{пер}</math> — количество дней в исследуемом периоде, дни</p>	Уменьшение данного показателя свидетельствует об ускорении оборачиваемости поступаемых товаров, снижении риска затоваривания складов
Анализ эффективности работы торгового зала	Коэффициент установочной площади	$K_{у} = \frac{S_{об}}{S_{торг}}$ <p>где <math>S_{об}</math> — площадь, занятая торговым оборудованием, <math>m^2</math></p>	Оптимальное значение 0, 27–0,3
	Коэффициент оборачиваемости товаров в торговом зале	$K_{об} = \frac{T_{об}}{TЗ_{ТЗ}}$ <p>где <math>TЗ_{ТЗ}</math> — средний товарный запас торгового зала за определённый период, тыс. руб.</p>	Увеличение данного показателя свидетельствует об ускорении оборачиваемости товарных запасов в торговом зале
	Средняя продолжительность хранения товаров в торговом зале	$T_{xp} = \frac{TЗ_{ТЗ}}{T_{об}} \times T_{пер}$	Уменьшение показателя свидетельствует об ускорении цикла товародвижения
	Коэффициент наполнения витрины	$K_{ВТ} = \frac{Q_{в}}{Q_{общ}}$ <p>где <math>Q_{в}</math> — количество товарных позиций определённого вида, выставленных на витрине;</p> <p><math>Q_{общ}</math> — общее количество товарных позиций определённого вида, имеющихся на предприятии</p>	Значение, равное единице, означает, что на витрине полностью представлен имеющийся ассортимент

и транслируется на другие подразделения. В этом случае организация товародвижения в рамках подразделений сводится к следующим мероприятиям:

- мониторинг товарных запасов;
- управление ассортиментом для обеспечения наличия витрин для их заполнения вновь поступающим товаром;
- мониторинг ассортиментной матрицы и её корректировка;
- анализ потребительского спроса для определения потребительских предпочтений, а, следовательно, тех товаров, которые будут востребованы и не будут препятствовать движению товарного потока до потребителя.

Сложность процесса товародвижения в рамках подразделений розничных предприятий представляется как с точки зрения его организации, так и с точки зрения анализа его организации. На теоретическом уровне данная проблема, а именно, система оценки эффективности организации товародвижения в рамках подразделения торговой сети, недостаточно разработана, поэтому возникают трудности в определении количественных показателей, которые могли бы служить базисом для анализа. Однако, проводя более глубокий анализ составляющих процесса товародвижения в рамках подразделения, можно использовать систему показателей, представленных в табл. 2.

К числу показателей эффективности складского хозяйства, позволяющих проанализировать организацию внутри обособленного подразделения розничной торговли относятся следующие:

- коэффициент полезной площади склада;

Литература:

1. ГОСТ Р 51303–99 «Торговля. Термины и определения» (Принят и введен в действие постановлением Госстандарта РФ от 11 августа 1999 г. N 242-ст).
2. Егоров, В. Ф. Организация торговли [текст]: учебник для вузов/В. Ф. Егоров. — СПб.: Питер, 2006. — 352 с.
3. Афанасенко, И. Д., Борисова В. В. Экономическая логистика [текст]: учебник для вузов/И. Д. Афанасенко, В. В. Борисова.-СПб.: Питер, 2013 г. — 432 с.
4. Цахаев, Р. К. Муртузалиева, Т. В. Маркетинг [электронный ресурс]: учебник для вузов/Р. К. Цахаев, Т. В. Муртузалиева — М.: Дашков и Ко, 2013 г. — 550 с. — Режим доступа: [http://uchebniki.ws/15840720/marketing/marketing\\_-\\_tsahaev\\_rk](http://uchebniki.ws/15840720/marketing/marketing_-_tsahaev_rk)

## Информационная безопасность денежных переводов

Репин Андрей Викторович, аспирант  
Северо-Кавказский федеральный университет (г. Ставрополь)

Несмотря на довольно большое количество работ, посвященных информационной безопасности в целом, вопрос обеспечения безопасности денежных переводов и систем их обеспечивающих, был, есть и остается одним из наиболее важных. Этот вопрос интересует каждого из нас, прежде всего, как потенци-

- коэффициент оборачиваемости товаров на складе;
- средняя продолжительность хранения товаров на складе.

Аналогично расчёту оборачиваемости товарного запаса и средней продолжительности его хранения для склада рассчитываются аналогичные показатели для торгового зала.

Обеспечение выставления всех товаров, имеющихся в наличии, позволяет стимулировать продажи, а, следовательно, позволяет ускорять движение товаров и сокращать цикл товародвижения и увеличивать товарооборотность. Для анализа степени выставления товара на витрине можно использовать коэффициент наполнения витрины, рассчитываемый в первую очередь для наиболее оборотообразующих товарных групп. Для того, чтобы определить, какие именно товарные группы являются таковыми, используется инструмент ABC-анализ.

Таким образом, вопрос организации товародвижения в рамках подразделения розничной торговой сети является важным аспектом изучения технологических процессов сетевой розничной торговли и нуждается в наиболее подробном изучении в таких дисциплинах, как маркетинг, логистика, торговое дело. Важным также является разработка алгоритма анализа организации товародвижения на подразделениях. Предложенная в данной статье методика может быть использована как базис при анализе эффективности процессов товародвижения, осуществляемых на этапах перемещения товарного потока внутри предприятия, начиная с приёмки товара и заканчивая его поступлением в сферу потребления.

альных потребителей услуг данного рода: мы хотим, чтобы наши денежные средства гарантированно и своевременно дошли до своего получателя. Это также важно и для так называемых операторов, осуществляющих денежные переводы, коими выступают кредитные организации.



В соответствии с Федеральным законом от 02.12.1990 N 395-1 «О банках и банковской деятельности» и Федеральным законом от 10.07.2002 N 86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)», основными элементами банковской системы являются собственно Банк России и кредитные организации [3]. К кредитным организациям относят банки и небанковские кредитные организации. Возвращаясь к вопросу о денежных переводах, отметим, что переводами в основном занимаются банки, возможно и с привлечением подрядных организаций [2]. Примером тому можно назвать перевод Сберегательного банка ранее известный как перевод Блиц, теперь же называемый Колибри. Данный перевод вслед за изменением названия поменял тарифы и время доставки денежных средств. Для простоты изложения будем называть банковские и упоминаемые выше подрядные организации для осуществления денежных переводов — операторами. В соответствии с федеральными законами, называемыми ранее, операторы денежных переводов на регулярной основе предоставляют в ЦБ РФ отчетность [2].

Для изучения вопроса информационной безопасности обратимся к Аналитическому обзору инцидентов, связанных с нарушением требований к обеспечению защиты информации при осуществлении переводов денежных средств, размещенному на сайте Банка России. Обзор подготовлен на основании отчетности по форме 0403203 «Сведения о выявлении инцидентов, связанных с нарушением требований к обеспечению защиты информации при осуществлении переводов денежных средств», предоставленной операторами по переводу денежных средств, операторами услуг платежной инфраструктуры в соответствии с Указанием Банка России от 09.06.2012 №2831-У «Об отчетности по обеспечению защиты информации при осуществлении переводов денежных

средств операторов платежных систем, операторов платежной инфраструктуры, операторов по переводу денежных средств» в первом полугодии 2013 года.

Прежде отметим сразу, что количество выявленных инцидентов за анализируемый период — первое полугодие 2013 года — сохраняется на довольно высоком уровне. Динамика их общего количества представлена на рисунке ниже.

Сопоставление с данными за второе полугодие 2012 года позволяет сделать вывод о сохранении тенденции увеличения количества инцидентов в период с июля 2012 по июнь 2013 года.

Не менее важным в вопросе обеспечения информационной безопасности денежных переводов является практика выявления инцидентов. Динамика доли операторов, не выявивших нарушений информационной безопасности, приведена на графике.

График позволяет сделать определенные выводы: наблюдается определенная взаимосвязь между долей операторов, выявивших инциденты, и количеством инцидентов — например, в том же июне видно, что количество нарушений увеличилось, однако это в некоторой степени не соответствует динамике их обнаружения: то ли о нарушениях умолчали, то ли они просто не были обнаружены операторами — человеческий фактор исключать нельзя.

Распределение количества операторов, сообщивших о выявлении инцидентов, по количеству инцидентов, приходящемуся на одного оператора, в среднем за анализируемый период может быть представлено следующим образом.

На представленной диаграмме применяется следующая система системы градаций по количеству инцидентов:

— Единственный инцидент;

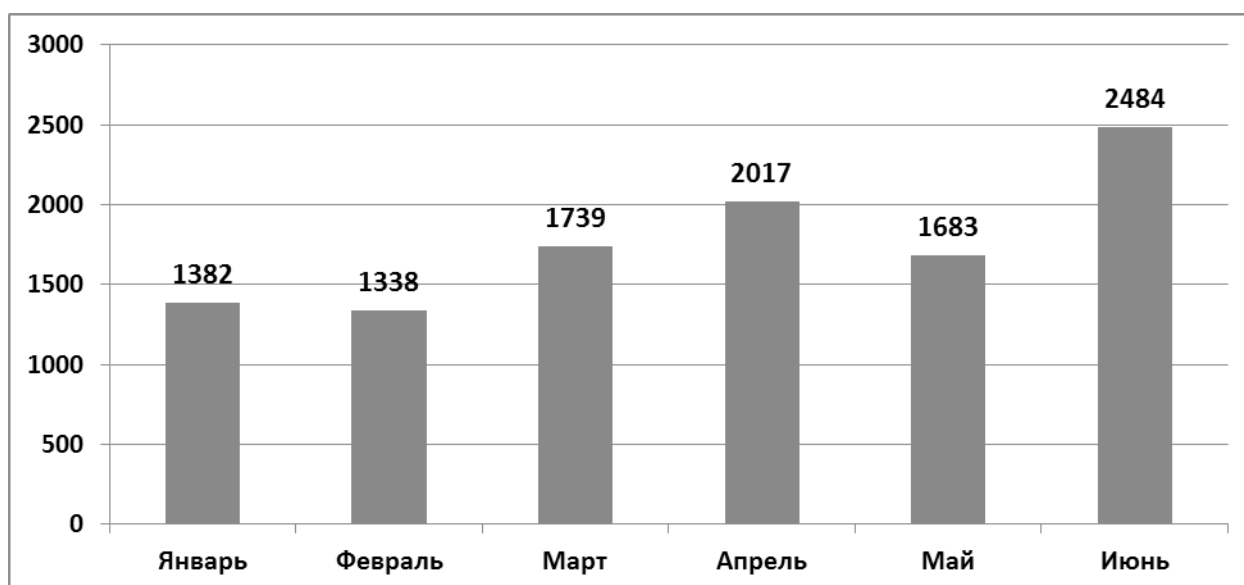


Рис. 1. Количество инцидентов за первое полугодие 2013 года [1, с. 3]

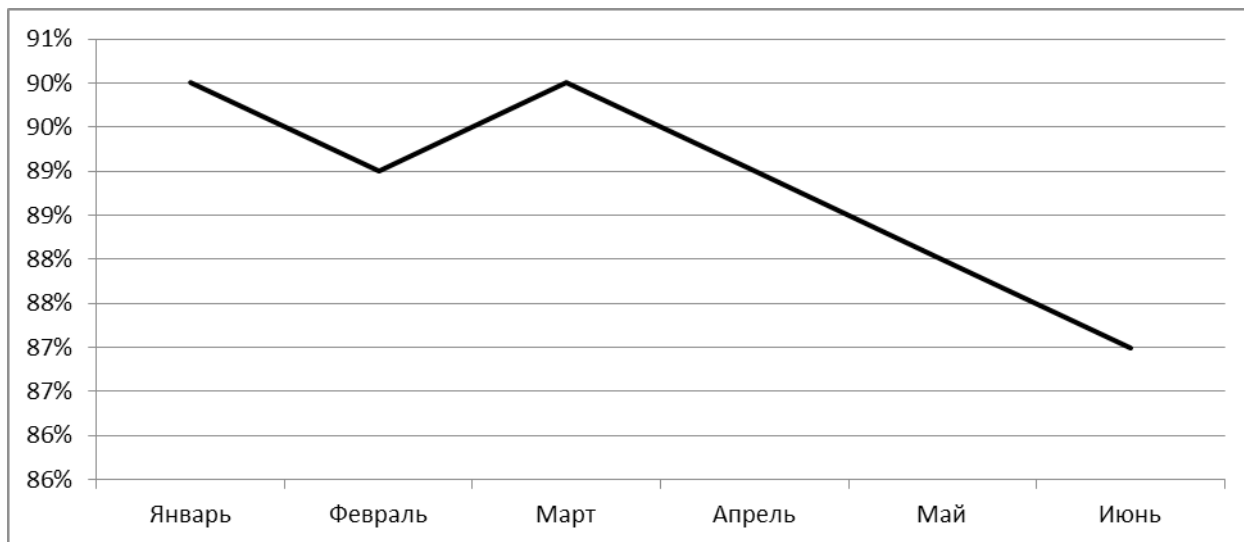


Рис. 2. Доля операторов, не выявивших инциденты, в общем количестве операторов [1, с. 4]

- Больше одного, но меньше 10;
- Больше 10, но меньше 20;
- Больше 20, но меньше 50;
- Больше 50, но меньше 100;
- Больше 100 инцидентов.

Исходя из представленного рисунка, видно, что порядка 80% отчитывающихся операторов, выявивших инциденты, выявляют менее 10 инцидентов в месяц, при этом 38,5% операторов сообщают только об одном

инциденте — по месяцам это цифра колеблется от 29% до 42%. Радует статистика по доле операторов, выявивших более 100 инцидентов — не превышает 5%. Однако стремиться все же есть к чему [1, с. 4].

Интересна статистика распределения инцидентов по территории России. Наглядно она может быть представлена следующим образом.

Отметим сразу, что на представленной диаграмме не представлен Северо-Кавказский федеральный округ.

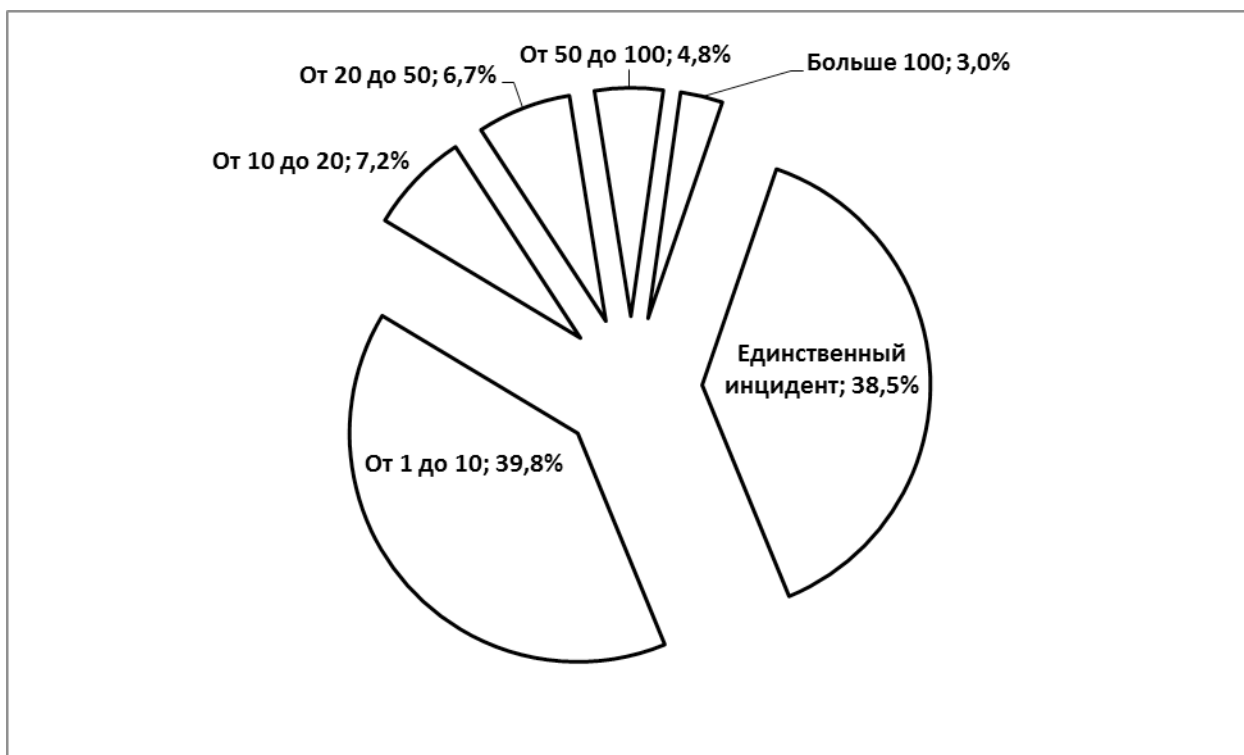


Рис. 3. Распределение количества операторов, сообщивших о выявлении инцидентов, по количеству инцидентов [1, с. 4, 5]

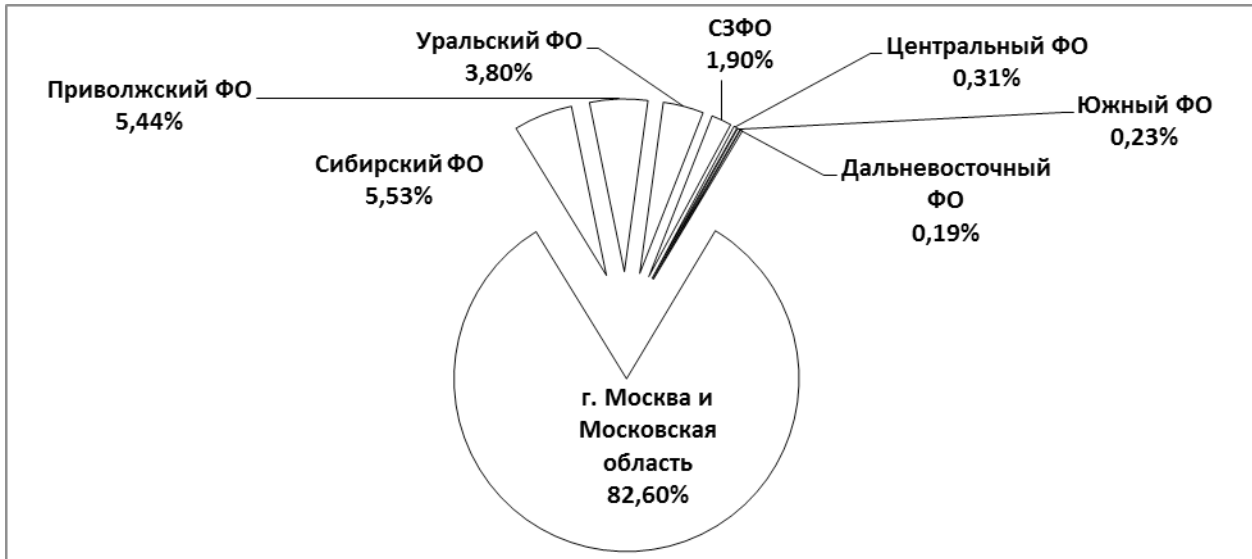


Рис. 4. Распределение количества по федеральным округам за первое полугодие 2013 г. [1, с. 5, 6]

За анализируемый период, а также за предшествующее ему второе полугодие 2012 года в данном федеральном округе подобных инцидентов выявлено не было. Наибольшее количество инцидентов пришлось на город Москву и Московскую область: по данным статистики Банка России таких случаев было выявлено 8791. Второе место занимает Сибирский федеральный округ и 589 случаев, третье — Приволжский федеральный округ и 579 случаев соответственно, далее Уральский федеральный округ с 404 инцидентами, у Северо-Западного Федерального округа (СЗФО) 202, Центральный федеральный округ (рассматривается без Москвы и Московской области) набрал 33 случая, Южный и Дальневосточный федеральный округа показали 25 и 20 инцидентов соответственно.

В сравнении со вторым полугодием 2012 динамика выявления инцидентов информационной безопасности выглядит следующим образом (рис. 5).

На данной гистограмме представлены данные об изменении количества выявленных инцидентов по Федеральным округам, за исключением Северо-Кавказского федерального округа (СКФО) и города Москвы и Московской области. В СКФО инцидентов ни в анализируемом периоде, ни во втором полугодии 2012 года выявлено не было. В городе Москве и Московской области во втором полугодии было выявлено 6497 инцидентов против 8791 — в первом полугодии 2013 года.

Сравнение представленных данных с аналогичными сведениями за вторую половину 2012 года говорит о повышении количества выявленных инцидентов. Данная тенденция обусловлена, в том числе, и повышением качества составления отчетности отчитывающимися операторами, что является несомненным плюсом.

В соответствии с федеральным законодательством, операторы денежных переводов предоставляют также отчетность по динамике распределения инцидентов ин-

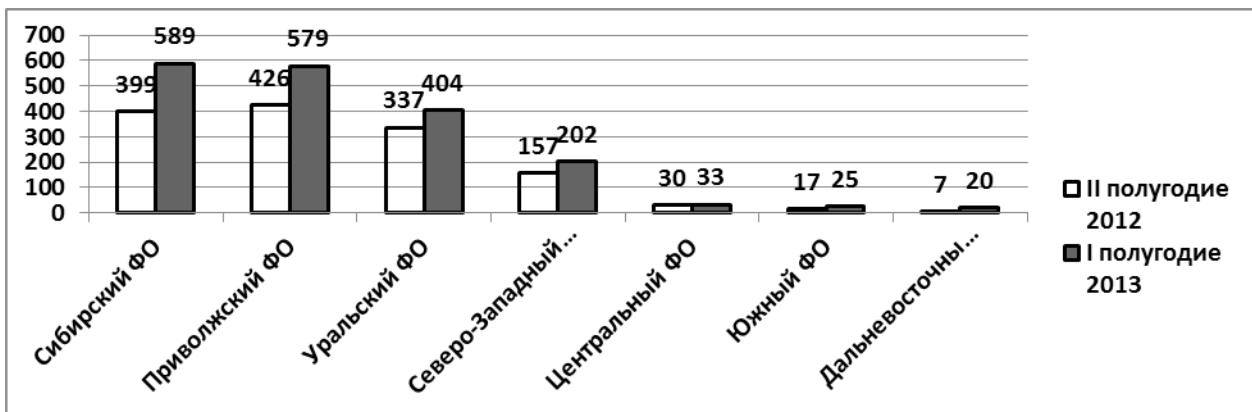


Рис. 5. Выявление инцидентов за второе полугодие 2012 г. и первое полугодие 2013 г. [1, с. 5]

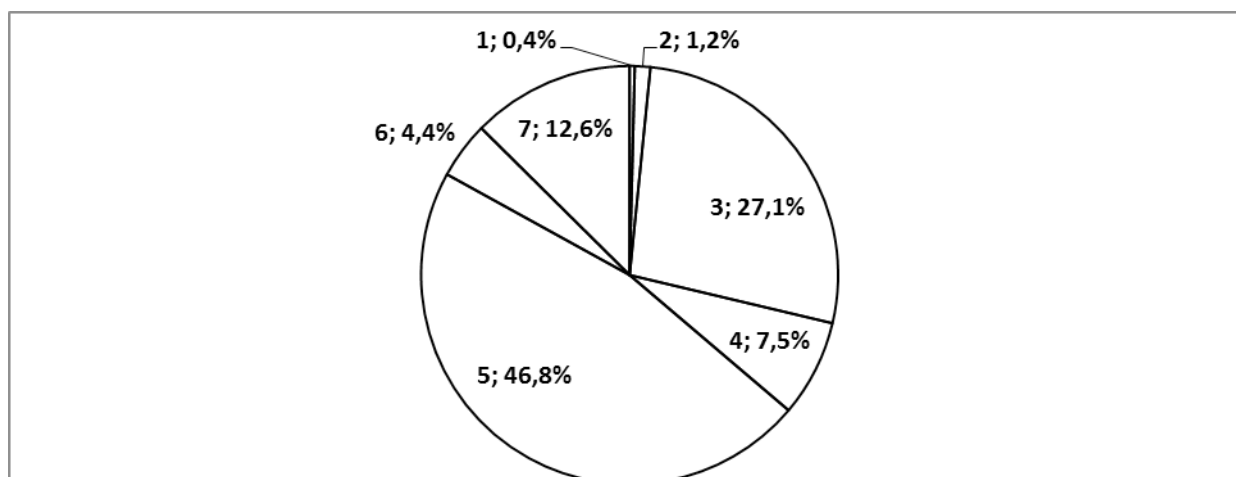


Рис. 6. Распределение количества инцидентов по типам их последствий [1, с. 8]

формационной безопасности по видам их последствий и по объектам информационной инфраструктуры, на которых они были выявлены.

Данные по распределению инцидентов по типам их последствий за анализируемый период времени приведен на диаграмме ниже (рис. 6).

На диаграмме представлены следующие типы последствий инцидентов:

1) Воздействие вредоносного кода, приводящее к нарушению штатного функционирования средства вычислительной техники, результатом которого является нарушение предоставления услуг по переводу денежных средств или несвоевременности осуществления переводов денежных средств.

2) Реализация воздействий с целью создания условий невозможности предоставления услуг по переводу де-

нежных средств или несвоевременности осуществления переводов денежных средств.

3) Нарушение конфиденциальности информации, необходимой для удостоверения клиентами операторов по переводу денежных средств права распоряжения денежными средствами.

4) Компрометация ключевой информации средств криптографической защиты информации, используемых при осуществлении переводов денежных средств.

5) Осуществление переводов денежных средств лицами, не обладающими правом распоряжения этими денежными средствами.

6) Воздействие вредоносного кода, приводящее к осуществлению переводов денежных средств с использованием искаженной информации, содержащейся в распоряжениях клиентов.

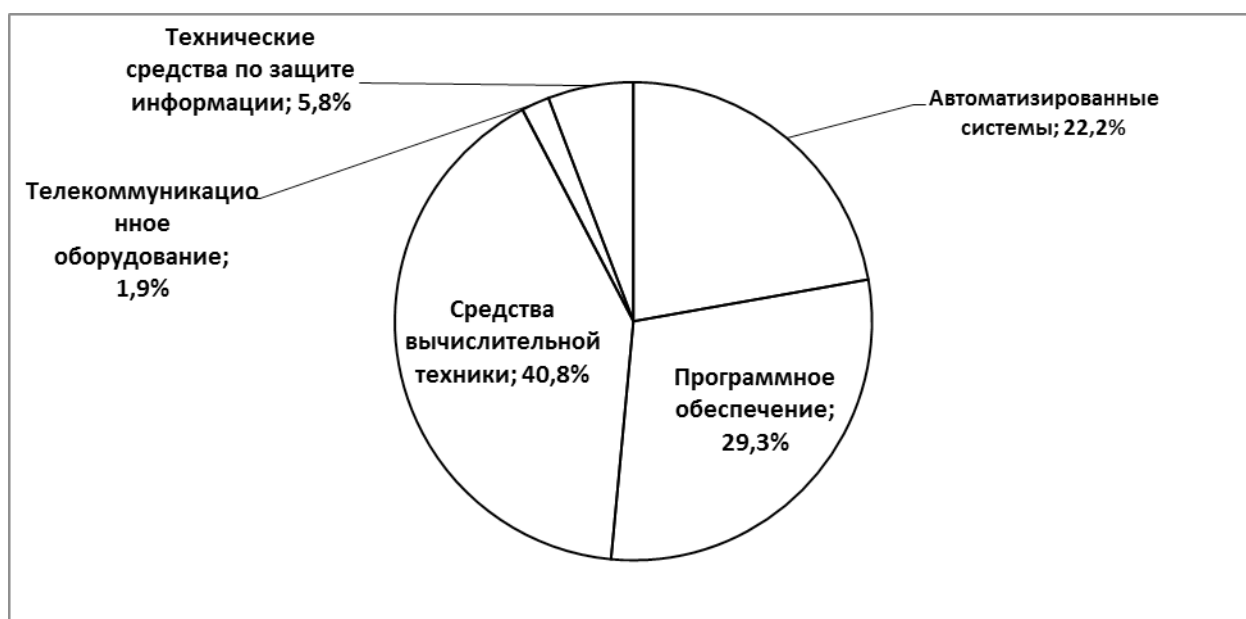


Рис. 7. Распределение инцидентов по типам объектов информационной инфраструктуры [1, с. 9]

Невозможность предоставления услуг по переводу денежных средств в платежной системе в течение трех часов и более.

За анализируемый период доли инцидентов по типам объектов информационной инфраструктуры распределились следующим образом (рис. 7).

На данной диаграмме представлены следующие объекты информационной инфраструктуры, на которые воздействовали инциденты:

- 1) Автоматизированные системы, используемые для осуществления переводов денежных средств.
- 2) Программное обеспечение, используемое для осуществления переводов денежных средств.
- 3) Средства вычислительной техники, используемые для осуществления переводов денежных средств.
- 4) Телекоммуникационное оборудование, используемое для осуществления переводов денежных средств.
- 5) Технические средства по защите информации, используемые для осуществления переводов денежных средств.

В описании объектов информационной инфраструктуры отчитывающиеся операторы в основном указывают системы дистанционного банковского обслуживания (в том числе на автоматизированном рабочем месте кли-

ента), банкоматы и платежные терминалы, платежные карты.

В завершение обзора, представленного в данной статье, вновь обратим внимание, что вопрос информационной, а вероятно даже информационно-экономической безопасности, остается и по настоящее время актуальным. Это достаточно наглядно подтверждают сведения, представленные в данной работе, а также ряд других статистических данных, предоставляемых операторами денежных переводов в Банк России. Обзор позволяет сделать несколько выводов. Прежде всего, динамика инцидентов пусть и незначительно, но растет — это можно назвать в качестве одного из самых существенных минусов информационной безопасности. Однако, в утешение можно назвать следующее. Во-первых, практика выявления инцидентов постоянно совершенствуется. Об этом говорит увеличение количества выявленных инцидентов. Во-вторых, статистика по объектам информационной инфраструктуры, на которых были выявлены инциденты, позволяет операторам денежных переводов сократить время на поиск, так скажем, прорех в информационной безопасности; а статистика по количеству инцидентов по типам последствий говорит о необходимости постоянного совершенствования технического и программного обеспечения.

Литература:

1. Аналитический обзор инцидентов, связанных с нарушением требований к обеспечению защиты информации при осуществлении переводов денежных средств (первое полугодие 2013)
2. Федеральный закон от 2 декабря 1990 N 395–1 «О банках и банковской деятельности»
3. Федеральный закон от 10.07.2002 N 86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)».

## Проблемы выбора системы управления запасами в производстве железобетонных конструкций

Свешникова Ольга Николаевна, кандидат экономических наук, доцент;  
Кондрашина Мария Игоревна, студент  
Мордовский государственный университет имени Н. П. Огарева (г. Саранск)

Любое предприятие для обеспечения удовлетворения своих и общественных потребностей в соответствующих видах товаров должно иметь необходимые запасы материалов, готовой продукции. Образование запасов определяется множеством причин. Например, сезонность производства и потребления; несоответствие спроса предложению; намеренное сбережение готовой продукции и т.д. Ни для кого не секрет, что содержание складов с запасами и их обслуживание не очень выгодно производителю. Хранение запасов связано с издержками, которые, естественно, уменьшат потенциальную прибыль. Соответственно, предприятиям, реализующим продукцию покупателям со складов, необходимо рацио-

нальное управление ими, а для этого следует подобрать приемлемую систему управления запасами.

Исследования в этом направлении актуальны на настоящий момент, тем более для средних и малых предприятий. Это обусловлено тем, что предприятия данного типа не оказывают должного внимания данному вопросу из-за его кажущейся незначительности. Однако это не верно, так как именно правильный выбор системы управления запасами не только рационализирует процесс управления сбытовой деятельности, но и позволит экономить ресурсы в будущем.

Главной целью управления любыми запасами (материалами, готовой продукцией, товарами) является опреде-



ление оптимальной величины конечного остатка запасов. Стремление к этому и привело к созданию систем управления запасами. Создание и совершенствование систем управления запасами является следствием наличия проблем в складской деятельности. Поэтому системы возникли для того, чтобы: не допустить образование избыточного уровня запасов готовой продукции, который может привести к излишней иммобилизации средств предприятия и дополнительным складским затратам; обеспечить нормальную ритмичности производственно-финансового цикла.

Особый практический интерес представляет выбор систем управления запасами в производствах железобетонных конструкций.

В России производство неметаллических минеральных продуктов, в которые входят и железобетонные конструкции, ежегодно возрастает, так же как и количество предприятий, занимающихся этим. Так, на начало 2013 года в России зарегистрировано 18699 действующих организаций по производству прочих неметаллических минеральных продуктов. Ими было произведено 25,6 млн. м. куб. конструкций и деталей из сборного железобетона, что на 8,5% больше, чем в предыдущем периоде. Из них в Республике Мордовия произведено 180 тыс. м. куб., то есть доля нашего рынка составляет всего 0,7% в общероссийском. В целом по России индекс производства неметаллических минеральных продуктов на начало 2013 года составил 105,6% [5].

В Республике Мордовия доля производства строительных материалов, изделий и конструкций в общем объеме реализации промышленной продукции республики составляет более 15% (справочно: в конце 80-х годов — 5%). Численность работающих 9,5% от числа занятых в целом в промышленности республики. Основная номенклатура выпускаемых изделий — цемент, асбестоцементные и железобетонные изделия и конструкции, стеновые и теплоизоляционные материалы. Продукция предприятий отрасли пользуется постоянным спросом на республиканском, российском рынке, а также в странах СНГ. За пределы Мордовии реализуется около 85% выпускаемой продукции [3].

Таким образом, мы видим, что данная отрасль имеет тенденцию к росту, пусть и незначительными темпами. Это объясняется тем, что железобетонные изделия возможно использовать практически во всех видах строительства. Тот факт, что именно эти изделия так востребованы, определяется их надежностью и долговечностью. Соединение бетона и металла дает отличный материал для строительства, характеризующийся огнестойкостью, прочностью, которая только увеличивается со временем, и неподверженностью коррозии, защитой от воздействия окружающей среды.

Естественно, каждое железобетонное изделие изготавливается по свойственным только для него системам армирования, рецептуре бетона и общей технологии, однако принципы изготовления везде одинаковые.

В производстве железобетона можно выделить два укрупненных передела (стадии): 1) производство бетона, арматуры, накладных и закладных деталей и 2) формовка изделий. В первом переделе происходит приготовление бетона и изготовление арматуры, во втором — формовка изделий.

Предприятиям, специализирующимся на выпуске железобетонных изделий и конструкций, свойственны особенности производства продукции и ее хранения, что следует учитывать при выборе системы управления запасами.

Во-первых, это сезонное производство. В теплые периоды года данная продукция имеет большой спрос, которому должно соответствовать и предложение, тогда как зимой работа таких предприятий практически «замораживается». Летом же строительство набирает обороты и заказов на железобетонные изделия становится достаточно много. Некоторые предприятия не справляются со слишком высоким спросом в короткий период времени, поэтому заранее изготавливают определенные виды продукции, которые способны удовлетворить будущие потребности покупателей.

Во-вторых, в этих производствах отсутствуют запасы полуфабрикатов собственного изготовления, так как полуфабрикатом является бетон, который по своим техническим свойствам и качествам не может храниться более нескольких часов.

В-третьих, предприятия по изготовлению железобетонных изделий преимущественно работают на заказ. За исключением небольших запасов на летний сезон, данная готовая продукция редко хранится на складе, так как заказчик сразу же после изготовления отгружает ее.

В-четвертых, закупать материалы таким предприятиям заранее в больших количествах нецелесообразно, потому что поведение покупателей и заказчиков нельзя предугадать в полной мере. Поэтому, на складах обычно долгосрочно хранятся только щебень и песок, а вот такие запасы как цемент и металл поступают только по мере их необходимости.

Произведенная готовая продукция из формовочного производства сдается либо на склад готовой продукции, либо сразу же отгружается на сторону. На этом этапе движения железобетонных изделий и возникает необходимость использования системы управления запасами. Склады железобетонных изделий на заводах вплотную примыкают к цехам, где они изготавливаются. Как правило, оборудуются мостовыми, козловыми и башенными кранами для производства погрузочно-разгрузочных работ. Размеры складов принимаются в зависимости от грузооборота.

В настоящее время существует множество разнообразных систем по управлению материально-производственными запасами, которые смогут помочь принять правильное решение и разумно управлять ими. Системы управления запасами относятся к логистическим системам.

Существо логистического подхода к управлению материальными потоками заключается в интеграции отдельных участников логистического процесса в единую систему, способную быстро и экономично доставить необходимый товар в нужное место. Сложность здесь заключается в том, что в рамках единой логистической системы необходимо объединить различных собственников, т.е. субъектов с различными экономическими интересами [2].

Рассмотрим принципиальную схему логистической системы организации потоков железобетонных конструкций с заводов на строительные объекты.

В отделе маркетинга сосредотачивается и обрабатывается информация о потребности строительных объектов в тех или иных железобетонных изделиях, информация о производственных мощностях заводов. Отдел должен ежедневно разрабатывать графики доставки железобетонных конструкций с указанием поставщика и получателя каждой детали. Графики разрабатываются с точностью до минут. Железобетонное изделие доставляется с завода на строительную площадку к тому моменту, когда монтажникам нужно устанавливать именно ее, и подается на возводимый этаж здания прямо «с колес», т.е. непосредственно из транспорта.

Логистическая система доставки железобетона позволяет устранить необходимость выгрузки и хранения конструкций на строительной площадке, уменьшить потребность в запасах, в размерах самой площадки. Дом может возводиться среди деревьев, а не среди территории, заставленной не вовремя завезенными или бракованными строительными конструкциями. Сокращается потребность в людях, технике, финансах [2].

Соответственно и на предприятиях, производящих железобетонные конструкции, должна применяться система управления запасами, которая позволит изготавливать продукцию точно к моменту ее необходимости у заказчика. Это позволит снизить площадь складских помещений не только у фирмы-застройщика, но и на самом предприятии.

Таким образом, можно сформулировать необходимые условия функционирования системы управления запасами по следующим минимальным элементам:

- техника — наличие транспорта, технических средств на заводах и строительных объектах, технологически сопряженных друг с другом, а также с параметрами железобетонных изделий;
- технология — четкое понимание того, кто и что должен делать, как делать, в какой последовательности;
- математика — решена транспортная задача, т.е. задача оптимизации маршрутов движения автомобильного транспорта, составлены графики доставки;
- экономика — экономические интересы участников взаимосвязаны.

Результатом функционирования системы является наличие нужного изделия, в нужном количестве, нужного

качества, в нужное время, в нужном месте, с минимальными затратами [2].

Рассмотрев проблемы, с которыми могут столкнуться предприятия по производству железобетонных изделий и конструкций, и специфику их производства, мы можем предложить следующие системы управления материально-производственными запасами, наиболее подходящие именно этой сфере деятельности и способные обеспечить своевременное наличие на складах железобетонных изделий нужной номенклатуры и бесперебойное снабжение ими строительных объектов.

MRP-системы (Manufacturing Resource Planning, или планирование производственных ресурсов) целесообразны для тех случаев, когда спрос на материальные ресурсы сильно зависит от спроса потребителя на готовую продукцию, или когда надо работать с большой номенклатурой материальных ресурсов. Эта система полностью отвечает требованиям предприятий по производству ЖБИ.

MRP обеспечивают:

- увеличение эффективности и качества планирования потребности в ресурсах;
- планирование производственного процесса, графика доставки, закупок;
- сокращение уровня материально-производственных запасов;
- улучшение мероприятий по контролю за уровнем запасов;
- снижение затрат, связанных с логистическими функциями.

Sage ERP X3 — комплексная информационная система управления. Sage ERP X3 позволяет планировать ресурсы организации, наблюдать за бизнес-процессами и финансовыми показателями, формировать управленческую отчетность, прогнозировать спрос, планировать продажи, контролировать качество продукции, вести складской учет и т.д.

Система Sage ERP X3 стала использоваться в России только с 2010 году и является новой для отечественных предпринимателей. Пользователями являются компании, работающие в двух сегментах — дискретное производство и логистика, а масштаб крупнейшего внедрения составляет 28 пользователей, один из клиентов производит фильтры для энергетики. Возможно, данная система способна удовлетворить интересы производств прочих неметаллических минеральных продуктов, так как она комплексно оценивает и планирует весь сложный производственный процесс на предприятии. Но на данный момент эта система слишком дорогостоящая для российского рынка.

Системы класса SCM. SCM (Supply Chain Management) — автоматизированные системы управления цепочками поставок.

Основной задачей систем класса SCM является — повышение эффективности логистики. Они позволяют:

- рассчитывать затраты на поставки;

- эффективно управлять перевозкой грузов и выбирать для исполнения заказа наиболее оптимальный маршрут и самого подходящего исполнителя;

- оптимизировать процессы поставок;

- обеспечить качество поставки, быстроту и ее прогнозируемость [6].

Системы класса SCM могут быть использованы: для производства; для дистрибьюторских компаний; для магазина; для логистических организаций; для транспортных организаций. В настоящее время единственно доступной системой из класса SCM в России является Галактика АММ (Advanced Manufacturing Management) — комплексное решение по управлению промышленным предприятием, в основе которого лежит качественно новый подход к реализации проектов по созданию эффективных моделей управления производственными и обеспечивающими процессами промышленных предприятий. Одной из отраслей, в которой может использоваться Галактика АММ, является строительство и промышленность строительных материалов [1].

Одной из классических является система управления запасами «Точно-в-срок» (Just-in-time, JIT). Первоначальным девизом данной системы было возможное исключение материально-производственных запасов в производственном процессе. Суть этой системы в том, что если производственный план задан, то наладить движение запасов можно так, что все ресурсы, материалы и полуфабрикаты будут поступать в требуемом количестве, в требуемое место и к определенному сроку, назначенному для производства или сборки готовой продукции. При этом запасы, а, следовательно, и склады, оказываются вовсе не нужны, а материалы должны по-

ступать по мере возникновения необходимости производства в них. Принципы функционирования JIT системы можно рассмотреть на примере системы KANBAN, в которой на основании изучения спроса формируется производственная программа. Принципы управления запасами по системе KANBAN были разработаны в Японии в 50-е годы на автомобильных заводах фирмы Тойота. С начала 80-х годов эта концепция стала использоваться в Германии. По этой программе последнее в производственной цепочке подразделение (например, сборочный цех) получает заказ на изготовление определенного количества готовой продукции. Это подразделение посылает заказ на комплектующие (аналогичную карточку (яп. «канбан» — карточка, табличка)) предыдущему в производственной цепочке подразделению и получает в указанный срок нужные комплектующие в заданном количестве. Если подразделений много, то процесс заказывания итеративно повторяется, пока не будет сформирован заказ на готовую продукцию внешнему поставщику [4].

Таким образом, внедрение любого новшества, в частности, системы управления запасами является достаточно сложным и многогранным процессом, затрагивающим вопросы организационной структуры предприятия, финансового обеспечения, информационных потоков, автоматизации управления. Однако, для сохранения и расширения производства данного вида строительных материалов, пользующихся спросом в связи со значительными темпами строительного бизнеса, для снижения складских расходов следует обратить внимание на широкий спектр применяемых систем управления запасами с учетом конкретных возможностей экономического субъекта.

#### Литература:

1. Галактика\_АММ [Электронный ресурс], 2013. — Режим доступа: <http://www.tadviser.ru>
2. Гаджинский, А. М. Взаимосвязь логистики и маркетинга [Электронный ресурс], 2013. — Режим доступа: <http://piter-consult.ru/home/Articles/logistics-managment-articles/logistic-marketing-connection.html>
3. Информация об итогах работы строительного комплекса Республики Мордовия за 2012 год [Электронный ресурс], 2013. — Режим доступа: <http://www.e-mordovia.ru/news/view/11692>
4. Описание общепризнанных логистических систем и концепций управления [Электронный ресурс], 2013. — Режим доступа: <http://logist.ru/articles/opisanie-obshchepriznannyh-logisticheskikh-sistem-i-koncepciy-upravleniya#sthash.L3ebbsy.dpuf>
5. Российский статистический ежегодник — 2013 г. [Электронный ресурс], 2014. — Режим доступа: <http://www.gks.ru>
6. Система планирования ресурсов предприятия ERP [Электронный ресурс], 2012. — Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/erp-sistema.html>

## Современный статус бухгалтера

Свешникова Ольга Николаевна, кандидат экономических наук, доцент;

Начаркин Валентин Валентинович, студент

Мордовский государственный университет имени Н. П. Огарева (г. Саранск)

Статус современного бухгалтера, начиная с 17–18 веков, описывали и наполняли содержанием не только законодательные и нормативные документы, но и ученые различных отраслей и областей наук. Не потеряв свою значимость, проблематика о статусе бухгалтера и по сей день остается актуальной темой, так как данный специалист — значимый сотрудник современной организации, чей ежедневный вклад в фирме нельзя недооценить и оставить без внимания.

Прежде чем описывать статус современного бухгалтера, необходимо раскрыть понятие «статус» и его содержание. Статус (лат. *status* «состояние, положение») — многозначный термин, в общем смысле обозначающий совокупность стабильных значений параметров объекта или субъекта. С упрощённой точки зрения статус объекта или субъекта — это его состояние либо позиция, ранг в любой иерархии, структуре, системе [1].

То есть статус включает в себя перечень аспектов, определяющих положение какого-либо субъекта, в нашем случае — бухгалтера в организации.

Чтобы определить статус современного бухгалтера необходимо рассмотреть и оценить следующие качественные и количественные характеристики:

— «исходные» личностные качества и способности, предопределяющие возможность стать бухгалтером;

— знания и образование, какое следует иметь бухгалтеру — профессионалу;

— права и обязанности бухгалтера на современном этапе развития общества.

«Исходные» личностные качества можно расценивать не столько как врожденные черты характера человека, сколько приобретенные в процессе социализации общества до момента осознания своей будущей профессии или до момента вступления в «ряды» бухгалтеров. Ими, безусловно, являются: аккуратность; внимательность; ответственность; честность; объективность; стрессоустойчивость; осознанное положительное отношение к монотонной работе.

Этот спектр качеств, предопределяющих будущую профессию бухгалтера, не является закрытым. Однако на современном этапе развития общества, характеризующемся стремительностью социально-экономических и технологических процессов, всеобщей автоматизацией, которое часто называют информационно-индустриальным обществом, вышеперечисленные качества требуют дополнения.

Поэтому, к исходным личностным качествам целесообразно добавить следующие:

— аналитический склад ума, что связано с необходимостью анализа в реальном времени всех действий, по-

строения логических цепочек. Аналитическое мышление позволяет предугадывать последствия принимаемых решений, что очень важно для бухгалтера в современной организации;

— быстрая обучаемость (экономические циклы сжимаются, происходит постоянно ускоряющиеся изменения в обществе и в бухгалтерском учёте соответственно, что приводит к необходимости максимально быстрой адаптации к новым условиям);

— умение работать с большим объемом информации. Современное общество немисливо без информации, объемы которой неспособен проанализировать ни один человек. Данное умение позволяет правильно селективировать информацию, выбирая из нее самое необходимое в конкретный момент времени;

— набор лидерских качеств (для выживания в высококонкурентной среде).

Данный набор, с некоторой оговоркой, не только определяет некоторый визуальный образ, исходя из представленных качеств и способностей, но и пол. Статистика и практика показывают, что доминирующее число бухгалтеров России — представительницы женской половины населения, что вполне оправдывает себя.

Исходя из вышеперечисленного набора характеристик, можно предположить, насколько сложно быть бухгалтером. Сложность предопределяет его значимость.

Важное значение, предопределяющее статус бухгалтера, имеет его образование (знания), квалификация (аттестация), самосовершенствование.

Формирование качеств, необходимых для экономической работы, в частности, бухгалтера перешло на новый этап развития. Базисные навыки бухгалтера (коучинга способностей) следует развивать уже на стадии дошкольного и школьного образования (сады, школы, лицеи, гимназии с экономическим профилем). Следующей ступенью профессионального образования являются специальное среднее и высшее (очное, заочное, в том числе дистанционное). Несомненно, наилучший вариант — это очное высшее экономическое образование по соответствующему профилю, так как оно предоставляет возможность для активного глубокого усвоения знаний. Но мало получить образование, необходимо постоянно совершенствовать имеющийся запас знаний, постоянно актуализировать его.

Конечно, можно иметь и менее серьезное образование и быть успешным бухгалтером. Сейчас широко распространены различные экспресс-курсы, специальные профессиональные программы. Однако здесь необходимо учитывать предел роста.



В организациях всех типов собственности и видов экономической деятельности при формировании штатов, присвоении управленческому персоналу категорий обычно руководствуются Квалификационным справочником должностей руководителей, специалистов и других служащих (Постановление Минтруда РФ от 21.08.1998 г. №37, в ред. от 12.02.2014). В соответствии с ним в перечень должностей, требующих профессиональных бухгалтерских знаний, включены: главный бухгалтер — должность руководителя; экономист по бухгалтерскому учету и анализу хозяйственной деятельности, бухгалтер, бухгалтер-ревизор, аналитик, аудитор — должности специалистов. Кроме того, категория «Другие служащие» содержит должности кассира, калькулятора, учетчика. По каждой должности отражаются должностные обязанности, требуемые знания, квалификационные требования (уровень образования, стаж). При этом требования различаются по видам и категориям должностей. Экономист по бухгалтерскому учету и анализу хозяйственной деятельности, бухгалтер, бухгалтер-ревизор, аналитик имеют несколько квалификационных уровней, зависящих от уровня образования (высшее или среднее профессиональное), стажа работы. Специалисты по этим должностям могут: а) не иметь категорию; б) иметь первую категорию; в) иметь вторую категорию. Для специалистов без категории достаточно либо среднего профессионального экономического образования без требований к стажу работы, либо специальной подготовки по профильной программе и наличия соответствующего профилю стажа не менее 3 лет. Для всех остальных должностей и первой, и второй категории высшее образование является обязательным. На сегодняшний день отсутствуют категории для занятия должностей главного бухгалтера, аудитора, кассира, калькулятора, учетчика.

Особые требования ФЗ №402 «О бухгалтерском учете» предъявляются к главному бухгалтеру (или лицу, на которое возлагается ведение бухгалтерского учета) открытых акционерных обществ (за исключением кредитных организаций), страховых организаций и негосударственных пенсионных фондов, акционерных инвестиционных фондов, и иных экономических субъектов, ценные бумаги которых допущены к обращению на организованных торгах (за исключением кредитных организаций), органов управления государственных внебюджетных фондов, органов управления государственных территориальных внебюджетных фондов. Он должен:

- иметь высшее профессиональное образование;
- иметь стаж работы, связанный с ведением бухгалтерского учета, составлением бухгалтерской (финансовой) отчетности либо с аудиторской деятельностью, не менее трех лет из последних пяти календарных лет, а при отсутствии высшего образования в области бухгалтерского учета и аудита — не менее пяти лет из последних семи календарных лет;
- не иметь неснятой или непогашенной судимости за преступления в сфере экономики.

Несмотря на существенные требования, данный перечень не является закрытым, так как возможны дополнительные требования, обусловленные другими федеральными законами [2].

Но образование — это лишь начало пути бухгалтера. Далее необходимо получение соответствующей квалификации. При этом надо иметь в виду, что высшее профессиональное образование (направление «Экономика» профиль «Бухгалтерский учет, анализ, аудит») требуется не только для получения чисто бухгалтерских должностей. Оно обязательно для аудиторов (профессиональных бухгалтеров). Компании, желающие сохранить свой бизнес, все чаще вводят в свой штат внутренних аудиторов, причем это не является своеобразной данью моде, а потребностями корпоративного управления. Кроме того, многие финансовые аналитики, финансовые директора — это бывшие отличные главные бухгалтеры.

Бухгалтерский учет является такой областью знаний, которая не терпит «отпуска», так как происходят постоянные изменения, дополнения, корректировки нормативно-законодательных документов, автоматизированных программ управления, учета, анализа, аудита. Достижение определенного профессионального уровня в карьерном росте требует постоянного его подтверждения и не только официального для многих, но и исходя из удовлетворения собственной значимости, имиджа. На достижение этой цели ориентированы программы подготовки и переподготовки бухгалтеров, в т. ч. и профессиональных. Итак, согласно второму аспекту, статусность бухгалтера подчеркивается тем, что он существует в высококонкурентной среде, что требует от него для перспективного роста прохождения периодических аттестаций, требуемых для получения соответствующей квалификации.

Далее перейдем к последнему аспекту определения статуса бухгалтера и его значимости: полномочия, права и обязанности бухгалтера на современном этапе (на основе базовых полномочий, прав и обязанностей) и кодекс поведения бухгалтера.

На сегодняшний день действующим нормативным документом, раскрывающим работы, которые вменяются бухгалтеру, главному бухгалтеру, экономисту по бухгалтерскому учету и анализу хозяйственной деятельности, аналитику, аудитору и т. п., является Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих. Представленные в нем форматизированные перечни обязанностей бухгалтера и главного бухгалтера, позволяют понять, что бухгалтер — основа, базис, «аналитический мозг» организации. Его деятельность, так или иначе, влияет на деятельность всех подразделений организации, его ошибки могут принести огромные потери компании.

Но в настоящее время все большую актуальность в теории и практике управления персоналом приобретает компетентностный подход, предполагающий уста-



новление совокупности требований относительно того, что должен знать, уметь, чем владеть работник компании, занимающий соответствующую должность. Так, в ФЗ от 03.12.2012 г. № 236-ФЗ «О внесении изменений в Трудовой Кодекс Российской Федерации и статью 1 Федерального Закона «О техническом регулировании» была введена новая статья 195.1 «Понятие квалификации работника, профессионального стандарта». Дальнейшее развитие данная новация получила в соответствующем Постановлении Правительства и Приказе Минтруда РФ. Идя в ногу со временем, эксперты издательской группы «Главбух» (журнал «Главбух», в частности определен в качестве официального печатного издания для публикации МСФО, действующих на территории РФ) в 2013 г. разработали проекты двух профессиональных стандартов: бухгалтера и главного бухгалтера, на базе макета профессионального стандарта Минтруда РФ. Несомненным преимуществом представленных документов является: четкое разграничение требований к данным категориям персонала на трудовые действия, необходимые умения, необходимые знания; увязка выполняемых работ с существующими классификаторами (ОКЗ — Общероссийский классификатор знаний; ЕТКС — Единый тарифно-квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих; ОКСО — Общероссийский классификатор специальностей по образованию; ОКСВНК — Общероссийский классификатор специальностей высшей научной квалификации; ОКНПО — Общероссийский классификатор начального профессионального образования).

Ценность бухгалтера проявляется и в уровне его заработной платы. Например, в Москве зарплата главного бухгалтера в среднем 74 тыс. рублей, а рядового бухгалтера — не менее 45 тыс. руб. В других регионах она меньше, но редко падает ниже среднероссийского размера оплаты труда — 27340 руб. [5].

Профессия бухгалтера оправданно расценивается как сложная монотонная работа. Согласно статистике более 85% бухгалтеров — представительницы женской части населения, из которых 86% имеют высшее или неполное высшее образование. Мужчинам также интересна данная профессия, но часто она оказывается для них крайне сложна. Что касается возрастных рамок, то согласно анализу рынка Кадрового Дома, более востребованы бухгалтеры от 23 до 45 лет. Но чем опытнее бухгалтер, тем более он более ценен как специалист. Конечно, учитывая физиологические особенности человека относительно жизненного цикла (т.е. у работника после 65 лет производительность труда сокращается примерно вдвое).

В будущем, согласно авторитетному мнению, численность бухгалтеров должна сократиться, как минимум, вдвое. Возможно, в том числе, и в связи с законодательными ограничениями и возрастающими требованиями к перечню выполняемых работ, необходимостью обя-

зательного подтверждения своего квалификационного уровня. Строгость отбора связана с предельно большим числом бухгалтеров (статистики такой нет, но в интервью официальных лиц РФ упоминаются цифры 3–5 млн. человек), относительно многие из которых обладают весьма размытыми способностями [6]. Но все это несколько не умаляет статуса бухгалтера, а скорее делает его ещё более значимым сотрудником фирмы, так как это говорит о высокой востребованности профессии, о стабильном развитии и карьерном росте в данной сфере, и, конечно же, об уважении со стороны других работников фирмы и руководством. Причем, в ближайшем будущем количество сфер деятельности бухгалтера будет расширено, что связано с дополнением ряда базовых функции работой в качестве налогового консультанта. Скорее всего, бухгалтер должен будет выполнять двойную роль на предприятии, прежде всего, на небольшом и среднем, что ещё больше подчеркнет его необходимость [7].

В современном мире бухгалтерский учет максимально автоматизирован с целью устранения монотонности работы, бухгалтерских ошибок, повышения привлекательности профессии. Но не стоит расценивать бухгалтера как некоего человека, управляющего лишь программой, которая все делает за него. Не одно технологическое новшество не заменит хорошего бухгалтера, оно лишь позволит упростить его сложную повседневную работу. Поэтому спрос на хороших бухгалтеров в будущем не упадет, даже несмотря на ограничение приема в высшие учебные заведения на бюджетной основе, высоких требований к профессиональному уровню, большую ответственность за принимаемые решения. Учитывая широкий спектр экономических субъектов, подпадающих под действие ФЗ № 402 «О бухгалтерском учете», можно однозначно утверждать, что бухгалтер обязателен для всех них (даже если на условиях аутсорсинга).

Необычное событие ближайшего будущего, расширяющего границы общественной значимости бухгалтера как специалиста, является открытие скульптуры, посвященной бухгалтерам мира. Да, бухгалтеры имеют свою символику, герб, различные песни, посвященные их деятельности, но скульптуры — нет. И вот, совсем скоро, в московском парке Сокольники появиться первая скульптура бухгалтерам — Золотая Фея [8]. Это знаменательное событие не просто открытие очередного памятника профессии, это новый этап, характеризующий несомненную актуальность столь древней профессии и соответственно, ее значимости.

Исходя из всего вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что бухгалтер — значимое лицо организации, занимающийся важной ежедневной работой, связанной с формированием и анализом значительного информационного потока финансового характера. Поступательное развитие общества, применение технологий замещения человека с целью упрощения его жизни не отменяет роль бухгалтера в деятельности организации.

Литература:

1. Ньюстром, Д., Дэвис К. Организационное поведение/Глоссарий по книге. — [Электронный ресурс]. — 2014. — Режим доступа: <http://vocabulary.ru/dictionary/801/word/status>.
2. Федеральный закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ «О бухгалтерском учёте»: [Официальный Сайт Министерства финансов РФ — [Электронный ресурс]. — 2014. — Режим доступа: <http://www.minfin.ru>
3. Постановление «Об утверждении Квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и других служащих» (с изменениями на 12 февраля 2014 года): [Электронный ресурс]. — 2014. — Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/58839553>. (Дата обращения: 27.05.2014).
4. Профессиональные стандарты бухгалтера. Приглашаем принять участие в обсуждении. [Электронный ресурс]. — 2014. — Режим доступа: <http://forum.glavbukh.ru/showthread.php/82136>
5. Об уровне среднемесячной зарплаты по регионам на 2013 год ежеквартально/Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики — [Электронный ресурс]. — 2014. — Режим доступа: <http://www.gks.ru>
6. Бирин, А. О. Нашествие счетоводов/Российская газета — 2012. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.rg.ru/2012/03/06/buhgalter.html>
7. Ряды бухгалтеров поредеют втрое/РБК daily — Ежедневная деловая газета. — 2014. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://rbcdaily.ru/economy/562949987060654>
8. Фея Главбух — скульптура, посвященная бухгалтерам. Скоро открытие!/Главбух — электронный и бумажный журнал. — 2014. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.glavbukh.ru/art/21093-feya-glavbuh> — edinstvennaya-v-mire-skulptura-posvyashchennaya-buhgalteram-skoro-otkrytie#axzz32w7G1Q5p

## Особенности государственного строительного заказа в рамках Федерального закона № 44-ФЗ

Фабрика Евгений Владимирович, магистрант  
Челябинский государственный университет

Глобальный экономический кризис потребовал радикальной смены парадигмы развития строительной отрасли. Если в докризисный период высокие цены на энергоресурсы, постоянный приток финансов поддерживали уровень спроса, давая возможность функционирования высокозатратной, экстенсивной модели развития строительного комплекса, то в настоящее время платежеспособность потенциальных клиентов существенно снизилась. Резко сократились программы ипотечного кредитования, финансовые возможности промышленных предприятий — заказчиков строительных работ, как за счет падения экспортной выручки, так и за счет общего кредитного кризиса.

Это требует перехода на режим строгой экономии, применения научно обоснованной стратегии по контролю себестоимости всех этапов строительства, детальной комплексной проработки инвестиционно-строительных программ.

Проводимые в России реформы изменили структуру сметного нормирования: в связи с либерализацией цен произошли изменения, которые коренным образом перестроили систему цен и методику ценообразования в строительстве. Госстроем России введена сметно-нормативная база, позволяющая определять сметную стоимость строительства в текущих и прогнозных ценах.

В условиях резкого сокращения возможностей населения и промышленности по инвестированию строительства роль инвестора вновь может взять на себя государство, решая как социальные (улучшение жилищных условий социально незащищенных групп граждан), так и экономические (инвестиции в строительство являются эффективным механизмом оживления деловой активности в экономике в целом, т.к. строительство предъявляет спрос на значительный объем сырья, материалов, людских ресурсов) задачи. Кроме этого, в период кризиса важным средством стимулирования экономики являются государственные инвестиции в инфраструктуру. Развитие государственных строительных заказов требует в качестве обязательного условия развития методического инструментария объективной оценки себестоимости строительства и разработки антикоррупционного механизма проведения тендеров.

Государственное регулирование строительной отрасли является одной из управленческих функций, реализуемых на макроуровне.

Государственный строительный заказ (ГСЗ) является одним из главных элементов всех государственных закупок в регионах РФ и его можно определить в виде перечня строительного-монтажных работ и услуг в строительстве, планируемых к закупке за счет средств бюджета субъектов Российской Федерации.

Потребность в строительных работах и услугах проявляется во всех сферах хозяйственного комплекса. Это означает, что все институты, в ведении которых находятся сферы, подлежащие государственному регулированию, вынуждены решать задачу по обеспечению строительной продукцией (работами, услугами) в управляемой ими сфере. Такие институты формируют требования, отражающие общественную потребность в строительной продукции, и, в принципе, являются базовыми субъектами государственного строительного заказа (ГСЗ).

Если характеризовать государственный заказ с позиций субъектно-объектных отношений, то в качестве объекта выступает собственно госзаказ, а в качестве основных субъектов:

- государственные заказчики;
- исполнители госзаказа.

Грамотное и правильное применение закона в государственном и муниципальном заказе является достаточно сложной задачей. Одним из самых сложных вопросов применения является порядок формирования начальной (максимальной) цены контракта (НМЦК), которая используется обязательно в таких формах размещения заказа, как торги и запрос котировок цен. Начальная (максимальная) цена контракта (НМЦК) — это установленная заказчиком, уполномоченным органом в извещении о размещении заказа и документации о размещении заказа предельная цена по контракту (по одному лоту).

Сложившийся к 2014 году механизм размещения и реализации государственного строительного заказа позволяет сделать вывод о том, что система управления госзаказом недостаточна и требует дальнейшего совершенствования, исходя из приоритетов развития инновационной среды и инвестиционной привлекательности строительных инвестиционных проектов. В частности, одной из основных составляющих для размещения государственного строительного заказа является определение начальной максимальной цены контракта, которая влияет на условия реализации государственного строительного заказа. Существующий подход к формированию начальной максимальной цены не отвечает современным реалиям. До 2014 года начальная максимальная цена контракта на строительство объектов недвижимости формировалась проектно-сметным методом определения стоимости. Этот метод зачастую не учитывает качество применяемых строительных материалов, квалифицированность рабочей силы и как следствие качество выполняемых работ.

В соответствии с п. 1 ст. 432 Гражданского кодекса РФ существенными условиями договора являются условия о предмете договора, условия, которые названы в законе или иных правовых актах как существенные или необходимые для договоров данного вида, а также условия, относительно которых по заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение.

По общему правилу цена не является существенным условием договора.

Однако для государственного и муниципального контракта цена является существенным условием, на чем акцентируют внимание многие специалисты. [1]

Начальная (максимальная) цена контракта определяется расчетным способом посредством использования следующих методов:

- 1) метод сопоставимых рыночных цен;
- 2) нормативный метод;
- 3) тарифный метод;
- 4) проектно-сметный метод,
- 5) затратный метод.

Для того чтобы точно определить, обосновать и указать источники для установления НМЦК, необходимо учитывать следующие условия:

1. НМЦК должна устанавливаться на уровне действующих цен периода исполнения контракта.

2. В зависимости от особенностей предмета и условий контракта, для расчета НМЦК может использоваться:

- планируемая дата публикации извещения о размещении заказа;
- дата истечения срока подачи заявок на участие в торгах, запросе котировок;
- дата заключения контракта;
- дата выполнения работ, оказания услуг;
- либо даты завершения этапов выполнения контракта.

При определении НМЦК должны учитываться следующие факторы, влияющие на цену:

- сроки (периоды) поставки товаров, выполнения работ, оказания услуг;
- место поставки товаров, выполнения работ, оказания услуг;
- срок и условия оплаты поставок товаров, выполнения работ, оказания услуг;
- конъюнктура рынка;
- наличие сопутствующих услуг;
- индексы-дефляторы, индексы роста цен на потребительские товары и отраслевые индексы цен.

Эксперты по государственному и муниципальному заказу выделяют следующие наиболее проблемные ситуации формирования и обоснования начальной (максимальной) цены контракта:

— Формирование НМЦК на работы и услуги. Формирование начальной цены на товар практически всегда связано с конкретными его характеристиками и параметрами, поэтому зачастую намного проще при обосновании. В случае с работами и услугами заказчик не всегда может четко определить как объем, так и характеристики закупаемой продукции. Часто НМЦК работы и услуги в дальнейшем влияет на качество, которое также сложно измерить. При этом на рынке зачастую нет четких цен на определенные виды работ и услуг, и все напрямую зависит их качества и уровня сложности.

— Формирование НМЦК в строительной отрасли.

— Использование анонимных источников при обосновании НМЦК.

— Правомерность использования ценового предложения одного поставщика.

— Использование сайтов при обосновании НМЦК.

В структуру начальной максимальной цены контракта государственного строительного заказа входят, так называемые основные затраты, которые включают в себя: затраты на подготовку территории строительства; затраты по основным объектам строительства (стоимость строительных материалов, затраты на эксплуатацию строительных машин и механизмов, заработную плату рабочих строителей); затраты на объекты энергетического и транспортного хозяйства; затраты на объекты инженерной инфраструктуры, благоустройство и озеленение территории; дополнительные, лимитированные и непредвиденные затраты, а также затраты на строительный контроль и надзор. Строительная практика показывает, что при реализации инвестиционно-строительного проекта подрядчики вынуждены снижать основные затраты, за счет качества и количества применяемых строительных материалов,

не квалифицированной рабочей силы, не эффективных и не современных технических средств и как следствие заниженного качества выполняемых работ. Это приводит к негативным последствиям в строительной отрасли и снижению темпов и качества инвестиционно-строительных проектов.

Стоимость земельного участка, затраты на подключение объекта к инженерным сетям, затраты на социальную инфраструктуру, затраты на преодоление административных барьеров, затраты на обеспечение гарантийного срока эксплуатации объекта, затраты жизненного цикла объекта — эти факторы оказывают непосредственное влияние на формирование начальной максимальной цены контракта, отдельно нормами не учитываются, но имеют огромное влияние на конечный результат формирования цены.

Таким образом, определен перечень затрат относящихся в составе сметной стоимости государственного строительного заказа к базовым и управляемым составляющим при формировании начальной максимальной цены контракта, что отличается от существующей системы определения затрат в составе цены контракта.

Литература:

1. Тарабаев, П. С. Гражданско-правовое регулирование поставки товаров для федеральных государственных нужд/П. С. Тарабаев. — Автореф. дис. канд. юрид. наук. Екатеринбург, — 2009.
2. Федеральный закон «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» № 44-ФЗ от 05.04.2013.

## Модель расчета начальной (максимальной) цены контракта на дорожные работы

Фабрика Евгений Владимирович, магистрант  
Челябинский государственный университет

Грамотное и правильное применение закона в государственном и муниципальном заказе является достаточно сложной задачей. Одним из самых сложных вопросов применения является порядок формирования начальной (максимальной) цены контракта (НМЦК), которая используется обязательно в таких формах размещения заказа, как торги и запрос котировок цен. Начальная (максимальная) цена контракта (НМЦК) — это установленная заказчиком, уполномоченным органом в извещении о размещении заказа и документации о размещении заказа предельная цена по контракту (по одному лоту).

Государственный и муниципальный заказчик может допустить следующие ошибки при формировании НМЦК:

- цена завышена в сравнении со справедливой стоимостью;
- цена занижена в сравнении со справедливой стоимостью;
- цена не обоснована или неверно обоснована.

Все предложенные ситуации могут привести как к ограничению конкуренции, так и к снижению эффективности закупочной деятельности, что будет противоречить целям ФЗ.

Поскольку сложности при формировании и обосновании НМЦК не являются единичными и зачастую определяются, как наиболее сложные аспекты Федеральных законов № 94-ФЗ и № 44-ФЗ, эксперты рекомендуют обращать особое внимание на решение таких задач. Государственные и муниципальные власти в свою очередь издадут большое количество разъяснительных документов по формированию НМЦК.

Эксперты по государственному и муниципальному заказу выделяют следующие наиболее проблемные ситуации формирования и обоснования начальной (максимальной) цены контракта:

Формирование НМЦК на работы и услуги. Формирование начальной цены на товар практически всегда связано с конкретными его характеристиками и параметрами, поэтому зачастую намного проще при обосновании. В случае с работами и услугами заказчик не всегда может четко определить как объем, так и характеристики закупаемой продукции. Часто НМЦК работы и услуги в дальнейшем влияет на качество, которое также сложно измерить. При этом на рынке зачастую нет четких цен на определенные виды работ и услуг, и все напрямую зависит их качества и уровня сложности.

- Формирование НМЦК в строительной отрасли.
- Использование анонимных источников при обосновании НМЦК.
- Правомерность использования ценового предложения одного поставщика.
- Использование сайтов при обосновании НМЦК.

На практике формирование НМЦК приводит к некоторой заикленности и влияет на эффективность закупочной деятельности. Начальная (максимальная) цена контракта формируется в зависимости от объема, типа продукции и даже сферы деятельности организации заказчика.

НМЦК влияет на количество участников торгов (заниженная цена приведет к меньшему количеству участников, завышенная к большему).

Также чем выше количество, тем ниже итоговая цена и, соответственно, тем больше остатки денежных средств. Поэтому чем ниже окажется итоговая цена, тем меньше бюджетных средств мы получаем в следующем периоде, что соответственно приводит к снижению НМЦК.

С введением в действие Федерального закона № 44-ФЗ, ряд исследователей, уже изучает методику обоснования начальной (максимальной) цены контракта (НМЦК). В частности, с целью обоснования НМЦК строительного заказа в Иркутске были выделены две группы составляющих цены: базовые и управляемые [1].

Базовые составляющие (факторы) образуют малоподвижную компоненту в составе начальной максимальной цены контракта, которая рассчитывается на основе нормативных затрат проектно-сметным методом расчета стоимости. Управляемые составляющие (факторы) образуют динамичную компоненту, которая обладает большей изменчивостью за счет качественных и соответствующих им количественных составляющих.

К базовым компонентам Пинчук Т. О. относит подготовку территории строительства, основные затраты по объекту, затраты на объекты энергетического хозяйства, затраты на объекты транспортного хозяйства, на объекты инженерной инфраструктуры, благоустройство и озеленение территории, лимитированные и дополнительные затраты, затраты на строительный контроль, проектные и изыскательские работы, непредвиденные затраты; к условно управляемым компонентам: стоимость земельного участка, затраты на подключение объекта к инженерным сетям, затраты на социальную инфраструктуру, затраты на преодоление административных барьеров, затраты на обеспечение гарантийного срока эксплуатации объекта, затраты жизненного цикла объекта.

Количественные показатели в составе управляемых составляющих устанавливаются в процентном отношении от кв. м и ориентируются на статистические данные. По количественным показателям устанавливаются диапазоны, которые принимаются в расчет.

Весовые коэффициенты качественных показателей устанавливаются исходя из экспертной оценки и эмпирических данных.

Разовьем рассматриваемую модель: с учетом введенного в действие закона № 44-ФЗ, мы должны рассчитывать начальную максимальную цену контракта на строительство (дорожные работы), как среднюю цену среди аналогов и поставщиков. [2]

Обратим внимание на то, что по нашей модели корректирующие показатели не будут зависеть от поставщиков, т. к. относятся к объекту строительства/ремонта/прокладки, а не к исполнителю. Выведем формулу расчета начальной максимальной цены контракта по  $M$  поставщикам.

$$\bar{W} = \frac{W_1 + W_2 + \dots + W_M}{M} = \left[ \sum_{i=1}^0 \bar{B}_i \right] + \frac{\sum_{j=1}^M \left( F_1^{K_1^G K_2^G K_3^G K_4^G} + \sum_{i=1}^6 F_{2j} K_i^R + F_{3j} K^U + \sum_{i=1}^4 F_{4j}^{K_i^A} + F_{5j}^{K^C} + F_{6j}^{K^F} \right)}{M}$$

Уже можно видеть, что при имеющихся коммерческих предложениях, подкрепленных сметами, базовая часть НМЦК будет определяться не только как среднее значение между предложениями, но и как сумма средних по каждой базовой операции.

Рассмотрим вариант формирования НМЦК на дорожное строительство. В этом случае:

$$\begin{cases} F_i^R = 0, & i = \overline{1,6}. \\ F_1 = 0, \\ F_3 = 0 \end{cases}$$



При определении базовых факторов также не надо учитывать при дорожном строительстве затраты на благоустройство и озеленение территории, объекты энергетического хозяйства и инженерной инфраструктуры.

Для дорожного строительства формула принимает вид:

$$W_{\text{иоё}} = [\bar{B}_1 + \bar{B}_2 + \bar{B}_4 + \bar{B}_7 + \bar{B}_8 + \bar{B}_9 + \bar{B}_{10}] + \left( \sum_{i=1}^4 F_{4j}^{K_i^A} \right) + \left( F_{3j}^{K^C} \right) + \left( F_{6j}^{K^F} \right)$$

Пример расчета НМЦК для ремонтных дорожных работ.

Можем построить в MS Excel форму для расчета НМЦК по M предложениям.

Таблица 1. Форма расчета части НМЦК по базовым показателям

		«Поставщик» 1	«Поставщик» M	Среднее по фактору
Подготовка территории строительства	B1			=СРЗНАЧ (C2: J2)
Основные затраты по объекту	B2	=СУММ (C6: C10)	=СУММ (J6: J10)	=СРЗНАЧ (C4: J4)
в том числе:				
стоимость эксплуатации строительных машин				
заработная плата рабочих-строителей				
стоимость материалов				
накладные расходы				
сметная прибыль				
Затраты на объекты транспортного хозяйства	B5			=СРЗНАЧ (C12: J12)
Лимитированные и дополнительные затраты	B7			=СРЗНАЧ (C14: J14)
Затраты на строительный контроль	B8			=СРЗНАЧ (C16: J16)
Затраты на проектные и изыскательские работы	B9			=СРЗНАЧ (C18: J18)
Непредвиденные затраты	B10			=СРЗНАЧ (C20: J20)
Сумма по предложению		=C20+C18+ C16+C14+ C12+C4+C2	=J20+J18+ J16+J14+J12+ J4+J2	=K20+K18+ K16+K14+ K12+K4+K2

Таблица 2. Форма расчета части НМЦК по качественным показателям

Компонента		«Поставщик» К	Весовой показатель		Среднее по компоненте
Затраты на преодоление административных барьеров		=СТЕПЕНЬ (C3;\$L3) + СТЕПЕНЬ (C4;\$L4) + СТЕПЕНЬ (C5;\$L5) + СТЕПЕНЬ (C6;\$L6)			=СРЗНАЧ (C2: J2)
на предпроектной стадии	F <sub>41</sub>		K <sub>1</sub> <sup>A</sup>	1,1	
на стадии согласования проектно-сметной документации (ПСД),	F <sub>42</sub>		K <sub>2</sub> <sup>A</sup>	1,1	
на стадии строительства,	F <sub>43</sub>		K <sub>3</sub> <sup>A</sup>	1,1	
на стадии сдачи объекта в эксплуатацию	F <sub>44</sub>		K <sub>4</sub> <sup>A</sup>	1,1	
Стоимость мероприятий по подготовке объектов недвижимости к сдаче в эксплуатацию		=СТЕПЕНЬ (C8;\$L8)			=СРЗНАЧ (C7: J7)
	F <sub>51</sub>		K <sup>C</sup>	1	
Стоимость постгарантийного обслуживания		=СТЕПЕНЬ (C10;\$L10)			=СРЗНАЧ (C9: J9)
	F <sub>61</sub>		K <sup>P</sup>	0,99	
					=N9+N7+N2

Литература:

1. Пинчук, Т.О. Развитие механизмов системы государственных закупок инновационной строительной продукции/Т.О. Пинчук // Современные технологии. Системный анализ. Моделирование. — Иркутск. — 2013. — № 4. — с. 182–186.
2. Федеральный закон «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» № 44-ФЗ от 05.04.2013.

## Нужен ли единой системе городского пассажирского транспорта «Организатор перевозок»?

Федоров Владимир Анатольевич, кандидат экономических наук, доцент  
Высшая школа экономики (г. Санкт-Петербург)

Социальные результаты работы городского пассажирского транспорта, как одной из основных отраслей городского хозяйства, можно оценить по опросам общественного мнения, которые достаточно четко отражают как структуру, так и количественные значения удовлетворенности населения города. В соответствии с этими результатами, наибольшее беспокойство у населения вызывают: время ожидания общественного транспорта, регулярность движения и комфортность поездок в нем, и в последнюю очередь — стоимость услуги. Улучшение этих параметров является целью предстоящей реформы городского пассажирского транспорта, задачей которой в кратчайшие сроки изменить ситуацию в лучшую сторону, и приблизить эту социально важную сферу к европейским стандартам качества.

Чтобы аргументировать стратегические мероприятия предлагаемой реформы, проанализируем основные факторы, сформировавшие сегодняшнюю критическую ситуацию на городском пассажирском транспорте. Одной из главных причин является то, что все без исключения российские города с конца 90-х годов прошлого столетия шли по пути дерегулирования сферы транспортных услуг и разрушения интеграции между системами общественного транспорта. За этот период были полностью или частично утрачены элементы комплексного планирования развития транспорта, применяемого в период плановой экономики. Как положительную тенденцию последних лет можно считать отход от концепции дерегулирования городского пассажирского транспорта и в первую очередь потому, что последняя не принесла ожидаемых результатов. В настоящее время все больше специалистов в области городских пассажирских перевозок сходятся во мнении о необходимости применения логистической концепции в управлении сквозным пассажиропотоком. А для этого необходимо объединить транспортные системы отдельных видов транспорта в единую транспортную систему.

Городской пассажирский транспорт ни в одном из российских городов никогда не представлял единой системы, состоящей из различных видов транспорта, взаимодей-

ствующих друг с другом для достижения общей цели. В настоящее время элементы будущей единой системы связаны между собой на макроуровне через управляющий орган городской администрации — комитет по транспорту, который является заказчиком перевозок. Основой связи между перевозчиком и заказчиком перевозок служит договор на оказание перевозок и отдельные виды совместных билетов на проезд. Кроме того, элементы системы городского пассажирского транспорта частично связывает маршрутная сеть, которая, какой бы рациональной она не была, не может обеспечить беспересадочные поездки. На этом признаки, необходимые для существования единой системы городского пассажирского транспорта, исчерпываются. Отсутствует единая система, значит, отсутствует системный синергетический эффект, который должен превышать сумму результатов функционирования отдельных ее элементов, подсистем различных видов транспорта.

Анализируя формы существования рынка пассажирских перевозок в западных городах, можно констатировать, что данный рынок в своем эволюционном развитии может существовать в трех базовых организационных моделях: монополия, регулируемая конкуренция и свободный доступ на рынок. Наиболее эффективной моделью, по мнению западных специалистов в области городского пассажирского транспорта, в 80-е годы прошлого века считалась регулируемая конкуренция, или «конкуренция за рынок». В тот исторический период, когда консервативные власти проводили жесткую социальную и экономическую политику для выхода из системного кризиса, вариант организации регулируемого рынка зарекомендовал себя во многих странах Европы как наиболее эффективный, в первую, из-за более низкого объема бюджетных субсидий, который достигался путем привлечения инвестиций в подвижной состав частными перевозчиками. В этот период даже существовало принудительное законодательство, которым устанавливался процент объема перевозки, на конкурсной основе, например Парламентский Пакт 1984 г. в Великобритании, а также в ряде штатов Америки 1988 г.

Для управления этой организационной моделью рынка перевозок городским пассажирским транспортом создавались специальные органы управления — агентства городского транспорта. Под управлением транспортным обслуживанием в данной статье мы понимаем совокупность действий, выбранных на основании определенной информации и направленных на поддержание или улучшение функционирования объекта в соответствии с имеющейся программой (алгоритмом), который включает выполнение известных функций: планирование, организация, мотивация, контроль. Российская практика создания таких моделей началась с Санкт-Петербурга. основополагающим документом, определяющими развитие системы городского пассажирского транспорта Санкт-Петербурга стал принятый Правительством города в 2002 году «Комплекс программных мероприятий по стабилизации и развитию наземного пассажирского транспорта общего пользования Санкт-Петербурга до 2015 года», согласно которому, была введена трехуровневая схема управления (Комитет по транспорту — «Организатор перевозок» — предприятия-перевозчики). Данная схема управления городским пассажирским по замыслу разработчиков должна была обеспечивать компромисс между централизованным управлением городскими пассажирскими перевозками и конкуренцией между перевозчиками всех форм собственности при обеспечении равного доступа перевозчиков на рынок пассажирских перевозок (в первую очередь автомобильным транспортом) и равные права на использование инфраструктуры маршрутной сети.

Прототипом «Организатора перевозок» были координирующие организации, созданными властями западных метрополий: в Барселоне — ATM, в Праге — ROPID, в Лондоне — «London Buses plc», в Мюнхене — MVV GmbH, в Берлине — VBB GmbH, в Копенгагене — HUR Traffic, в Гамбурге — HVV GmbH, во Франкфурте — RMV GmbH, в Парижском районе — STIF, в Риме — ATAC S. p. a., в Стокгольме — SL AB, в Афинах — OASA.

Однако необходимо отметить, что все перечисленные координирующие организации были созданы для выполнения различного набора функций и к тому же имеют различные организационно-правовые формы. Ряд этих организаций действует как подразделения городских или региональных исполнительных властей (HUR Transport), или государственные учреждения (ATM, STIF), другие являются принадлежащими регионам и муниципалитетам предприятиями (HVV GmbH, SL AB, ROPID, «Transport for London», «London Buses plc», MVV GmbH, VBB GmbH, RMV, ATAC S. p. A.).

В российских городах агентство городского транспорта получило название Организатора перевозок, что не совсем правильно отражает его задачи, значительно их сужая. По своей сущности данный орган управления является агентом, которому частично могут быть делегированы отдельные функции управления ГПТ, а не только организатором перевозок. Ведь организация перевозок является только одной из функций управления.

Нужно сказать, что для своего времени трехуровневая модель управления городским пассажирским транспортом общего пользования, с использованием на втором уровне агента городской администрации, была одним из передовых достижений в транспортной отрасли. Впервые в нашей стране она была реализованная в Санкт-Петербурге в 2005 году с созданием на базе ГУП «Центральное агентство городского пассажирского транспорта» государственного учреждения «Организатор перевозок», в дальнейшем Учреждение. В тот период данная модель воплощала в себе все передовые достижения. Во-первых, потому, что она была преемником «Службы единого заказчика», получившей развитие в 90-е годы прошлого столетия в стране. До этого различные виды городского пассажирского транспорта подчинялись различным министерства, то есть новацией являлось создание единого заказчика. Функции «Службы единого заказчика» в Ленинграде-Санкт-Петербурге выполняло ГУП «Центральное агентство городского пассажирского транспорта, созданное для этих целей в 1987 году. Во-вторых, в этой модели нашли отражение модные тогда в европейских государствах принципы приватизации транспортных предприятий и процедуры конкурсного отбора перевозчиков на право работы на маршруте. Развитие этих моделей в европейских государствах было столь значительным, что в некоторых странах они охватили даже рынок так называемых «последовательных» видов транспорта (метрополитены и наземный электрический транспорт, в которых предметом конкурсных процедур являлось право эксплуатации предприятий в данном секторе перевозок). Теоретически трехуровневая модель была безупречна, однако в практике европейских стран не всегда успешно реализовывалась.

В настоящее время ГКУ «Организатор перевозок» представляет собой достаточно крупную организацию с численностью работающих 1121 человек и годовым бюджетом 918,2 миллиона рублей таблица 1.

Из 40 видов услуг, оказанных Учреждением в 2012 году, 11 видов услуг оказывалось Комитету по транспорту, основными из которых являлись обследование пассажиропотоков и диспетчеризация перевозок наземным маршрутным транспортом; 13 видов услуг оказывалось перевозчикам, основными из которых являлись разработка предложений по развитию маршрутной сети и временных схем движения, согласование расписаний, предоставление оборудования и программного обеспечения, электронный контроль исполненного движения; 10 видов услуг оказывалось населению Санкт-Петербурга, основными из которых являлись, такие как: реализация проездных билетов, анализ обращений граждан и предоставление информационных услуг. Некоторые элементы данной структуры услуг является довольно спорными в отношении их потребителя, а значит и источника оплаты.

Авторская оценка целесообразности уставных видов деятельности ГКУ «Организатор перевозок» для единой системы городского пассажирского транспорта Санкт-Петербурга представлен в таблице 2.

Таблица 1. Структура бюджета КГУ «Организатор перевозок» на 2013 год

Наименование статьи	Сумма на 2013 год (тыс. руб.)
Всего:	918159,2
в том числе:	
Расходы на содержание государственного казенного учреждения «Организатор перевозок»	749795,9
в том числе:	
Заработная плата	444609,0
Прочие выплаты	82,6
Начисления на выплаты по оплате труда	132490,7
Услуги связи	81,0
Транспортные услуги	2858,7
Коммунальные услуги	24928,5
Арендная плата за пользование имуществом	1571,9
Работы, услуги по содержанию имущества	66117,3
Прочие работы, услуги	49326,5
Прочие расходы	1916,8
Увеличение стоимости основных средств	5004,9
Увеличение стоимости материальных запасов	20808,0
Расходы на разработку и внедрение автоматизированной системы управления и системы электронных платежей городского и пассажирского транспорта	151776,5
Расходы на капитальные вложения по отрасли «Транспорт» в соответствии с Адресной инвестиционной программой	16200,0
Расходы на эксплуатацию и развитие программных продуктов автоматизированного ведения бюджетного учета	386,8
Прочие работы, услуги	386,8

Таблица 2. Оценка целесообразности уставных видов деятельности КГУ «Организатор перевозок» для единой системы городского пассажирского транспорта Санкт-Петербурга

№ п/п	Основные виды деятельности Учреждения по Уставу	Оценка целесообразности выполнения данного вида деятельности учреждением
1.	Организация и проведение обследований пассажиропотоков на территории Санкт-Петербурга с целью определения спроса населения на услуги городского пассажирского и пригородного транспорта (ГППТ) Санкт-Петербурга;	0
2.	Разработка предложений по комплексному развитию системы ГППТ Санкт-Петербурга и повышению качества транспортного обслуживания населения;	0
3.	Разработка предложений по системе оплаты проезда и тарифной политике Санкт-Петербурга в отношении системы ГППТ Санкт-Петербурга;	0
4.	Планирование перевозок ГППТ в соответствии со спросом на перевозки и стандартами транспортного обслуживания населения в Санкт-Петербурге;	0
5.	Разработка предложений по видам перевозок и развитию маршрутной сети ГППТ в Санкт-Петербурге;	0
6.	Разработка временных схем движения наземного ГППТ и мероприятий по их реализации;	0
7.	Проверка и согласование паспортов маршрутов ГППТ;	1
8.	Разработка и согласование в установленном порядке расписаний и графиков движения маршрутов наземного ГППТ в Санкт-Петербурге;	1

9	Учет выполнения транспортной работы маршрутными перевозчиками в соответствии с условиями договоров на осуществление пассажирских перевозок;	1
10.	Организация предоставления населению различных видов информационно-справочных услуг в системе ГППТ Санкт-Петербурга;	1
11.	Сбор, регистрация, обработка и анализ обращений граждан и организаций по вопросам деятельности ГППТ Санкт-Петербурга;	1
12.	Мониторинг и анализ качества транспортных услуг, предоставляемых населению Санкт-Петербурга;	1
13.	Анализ экономических показателей системы ГППТ Санкт-Петербурга;	0
14.	Мониторинг движения и организация оперативного регулирования работы наземного пассажирского транспорта в системе ГППТ Санкт-Петербурга, в том числе с использованием автоматизированной системы управления ГППТ;	?
15.	Осуществление диспетчерского руководства и контроль над работой подвижного состава на линии;	?
16.	Организация изготовления и реализация в установленном порядке проездных документов, в том числе на электронных носителях, используемых в системе ГППТ Санкт-Петербурга, и осуществление расчетов с перевозчиками;	?
17.	Организация в установленном порядке оформления, выдачи и замены документов на право льготного проезда в соответствии с законодательством РФ и Санкт-Петербурга;	1
18.	Проведение проверок выполнения маршрутными перевозчиками условий договора на осуществление пассажирских перевозок ГППТ в Санкт-Петербурге;	1
19.	Организация и проведение работ по проектированию, строительству, содержанию и обслуживанию инфраструктуры ГППТ Санкт-Петербурга;	0
20.	Организация работ по проектированию, изготовлению, установке, содержанию и обслуживанию информационного оборудования остановочных пунктов ГППТ Санкт-Петербурга;	0
21.	Участие в деятельности рабочих групп и экспертных комиссий по вопросам деятельности ГППТ Санкт-Петербурга;	0
22.	Организация работ по разработке, проектированию, изготовлению, внедрению и эксплуатации системы электронного контроля оплаты проезда и автоматизированной системы управления ГППТ ОП, а также их элементов;	1
23.	Предоставление организациям, осуществляющим перевозку пассажиров ГППТ ОП, оборудования и программного обеспечения, принадлежащего Учреждению, для целей функционирования системы электронного контроля оплаты проезда и автоматизированной системы управления ГППТ ОП, а также их элементов;	1
24.	Организация в установленном порядке оформления, выдачи и замены разрешительных документов по договорам на осуществление транспортного обслуживания населения Санкт-Петербурга;	1
25.	Проведение проверок соблюдения пассажирами правил пользования ГППТ ОП, включая контроль оплаты проезда;	0
26.	Подготовка и проведение семинаров, конференций и иных мероприятий, проводимых в Санкт-Петербурге и за рубежом по вопросам совершенствования деятельности ГППТ;	0
27.	Осуществление издания и распространения информационно-справочных, методических и иных материалов, относящихся к компетенции Учреждения;	0
28	Предоставление перевозчикам, работающим по договорам на перевозку пассажиров на городском и пригородном транспорте общего пользования Санкт-Петербурга конечных станций маршрута наземного пассажирского транспорта, оборудования и программного обеспечения, принадлежащего Учреждению;	1
29	Предоставление организациям, осуществляющим реализацию проездных документов по договорам с Учреждением, оборудования системы продажи проездных документов и учета поездок, а также ее элементов.	1

где:

«1» — деятельность необходима;

«0» — деятельность может быть передана Перевозчику;

«?» — деятельность не должна исполняться Учреждением.



Необходимо отметить, что из 28 видов деятельности, 12 начинаются со слов «организация» или «предоставление», то есть фактически означают посредническую деятельность. Как следует, из приведенного в таблице анализа за Учреждением предполагается сохранить только контрольные и сопутствующие им функции. Ниже, для обоснования данного вывода, приводится анализ исполнения уставных функций Учреждением в настоящее время.

Проанализируем ключевые функции, выполняемые ГКУ «Организатор перевозок» для городского пассажирского транспорта Санкт-Петербурга в соответствии со следующим алгоритмом: объект управления (рынок пассажирских перевозок, содержание транспортной инфраструктуры), способы управления (диспетчеризация, реализация проездных билетов, контроль за исполнением условий заключенных договоров, контроль за выполнением Правил перевозок и оплаты проезда). В соответствии с данным алгоритмом на первом этапе проанализируем роль и возможности Учреждения в процедурах конкурсного отбора перевозчиков на право работы на маршруте.

Общепризнанным является то, что сегодня самый коррупциогенный механизм — это формирование маршрутной сети и допуск перевозчиков. Причиной этому является то, что чиновники хотят сами решать, какие маршруты открывать, какие закрывать или изменять и какие перевозчики их должны обслуживать. Этому способствует то, в законодательстве Российской Федерации до настоящего времени не определен порядок проведения конкурсов на право осуществления пассажирских перевозок. Отсутствие на федеральном уровне закона, который бы регулировал административно-правовые отношения между региональными властями как заказчиками услуг и перевозчиками, создает правовой вакуум и позволяет при формальном соблюдении конкурсных процедур менять рынок городских пассажирских перевозок в интересах узкого круга лиц.

Идеология конкурса на обслуживание маршрутов городского пассажирского транспорта заключается в проведении отбора перевозчиков на право работы в «ограниченном ресурсе» — установленной городом маршрутной сети. Практика организации и проведения подобных конкурсов в соответствии с законодательством субъекта Российской Федерации в Санкт-Петербурге существует с 2001 года и в данном направлении работы город существенно опередил другие города России. Наиболее ярким примером такого опережения был подход, в котором предметом конкурса выступали социальные (субсидируемые) маршруты в совокупности с коммерческими. Указанное положение зафиксировано постановлением Правительства Санкт-Петербурга от 20.09.2005 № 1386 «О порядке организации и проведения открытых конкурсов на право осуществления пассажирских перевозок по маршрутам наземного пассажирского транспорта общего пользования». При этом была предложена задача ровно половины городских автобусных маршрутов

частным компаниям, что бы высвободить подвижной состав базового перевозчика СПб ГУП «Пассажиравто-транс» для уменьшения интервалов движения на системообразующих социальных маршрутах. Кроме того существует большой блок проблем *организации регулярных перевозок пассажиров по межрегиональным маршрутам. И здесь, как и для городских перевозок, на федеральном уровне нет закона, регулирующего эту сферу, хотя законопроект «Об организации регулярных перевозок пассажиров и багажа автомобильным транспортом по межрегиональным маршрутам и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» находится на рассмотрении в Госдуме довольно продолжительное время.*

Следующей ключевой функцией, подвергаемой анализу в соответствии с принятым алгоритмом, является диспетчерское регулирование движения. По нашему мнению исполнение данной функции Учреждением, является самой спорной в рамках исследуемой трехуровневой системы управления. К тому же эта функция является и самой емкой. Так, согласно отчетным данным, из списочной численности работающих в ГКУ «Организатор перевозок» по состоянию на 01.01.2014 год из 1121 человек, 559 человек (50%) составляет диспетчерская служба, в том числе 296 человек — диспетчерская служба автомобильного транспорта, 160 человек — диспетчерская служба электротранспорта, 75 человек — центральная диспетчерская станция и 28 человек — единый центр управления наземным транспортом.

В идеальном смысле предприятия перевозчики должны сосредоточить свои усилия на выпуске на маршруты исправного подвижного состава, работу которого на линии координировала бы диспетчерская служба Учреждения, и несли ответственность за принятые решения. В настоящее время действия диспетчерской службы не подразумевают ответственности за принятые ею решения. Ответственность за невыполненную транспортную работу (рейсы) несет по условиям договора перевозчик. Таким образом создается довольно парадоксальная ситуация принимает решение одна структура, а ответственность за это решение несет другая. К тому же необходимо содержать две диспетчерские службы — центральную в Учреждении и технологическую у перевозчика, аналогично Генеральному штабу Вооруженных сил и штабам войсковых частей, с той лишь разницей, что перевозчики являются самостоятельными игроками на рынке перевозок, а не элементами единой транспортной системы. Получается, что в лучшем случае они могли бы на условиях договора оплачивать услугу диспетчерского сопровождения.

Кроме того заслуживает анализа объект диспетчеризации, то есть то чем может оперативно управлять центральная диспетчерская служба Учреждения. Так технологический процесс управления состоит из трех последовательно выполняемых этапов: информации, контроля и регулирования. Элементы процесса перемещения

наземного пассажирского транспорта, которыми может оперативно управлять диспетчер:

- интервал движения;
- перераспределение подвижного состава на маршруте;
- координацией с другими видами транспорта;
- резервом.

Базовой методикой для оперативного управления подвижным составом на маршрутах является методика работы с резервом транспортных средств. Большая часть нарушений, приводящих к низкой надежности процесса перевозок, может устраняться за счет правильно организованной системы резервирования и эффективного информационного обеспечения системы управления резервом. Это положение является ключевым для всей системы управления наземным городским пассажирским транспортом (НГПТ).

Поиск резервного транспортного средства может осуществляться среди резервных машин парка или резервных машин центральной диспетчерской службы (ЦДС). Оптимальное решение для местоположения резерва ЦДС исходит из минимизации потерь транспортной работы при ликвидации нарушений. Однако из-за действия других факторов препятствующих организации стоянки резервных транспортных средств, расположить резерв ЦДС в найденном расчетным путем месте окажется практически невозможным.

Таким образом, оперативное управление НГПТ в мегаполисах с помощью спутниковых радионавигационных систем и элементов ИТС на современном этапе, с одной стороны расширяет круг решаемых задач, так как кроме местонахождения, бортовое устройство может передавать множество параметров, например, таких как уровень топлива, скорость, фиксировать количество пассажиров и происходящее в подвижном составе, то есть дает больше возможностей для принятия решений, способствуя комплексному учету всех факторов, с другой стороны ограничено слабыми возможностями перевозчиков по выделению резерва транспортных средств, а расположение резерва ЦДС в найденных расчетным путем местах для мегаполисов является практически невыполнимой задачей.

Кроме того бюджетная система не позволяет оплачивать работу частных перевозчиков привлекаемых для перевозок по оперативным заданиям. Данные ограничения снижают эффективность использования практически неограниченных возможностей ИТС в области оперативного управления подвижным составом на городских маршрутах.

Однако вместо понимания бесперспективности развития процесса вмешательства через диспетчеризацию в хозяйственную деятельность компаний перевозчиков, и отказа от него в пользу поиска других способов управления перевозками, Учреждение городской администрации избирается путь совершенствования структуры самой диспетчерской службы, путем сокращения диспетчеров на конечных станциях и замены их инструментальным контролем. Так в июле 2013 года в ЦДС «пилотный» диспетчерский пост преобразован в пост «Мониторинг — 1» и с июля по сентябрь проводилась организация работы еще пяти постов.

Следующей функцией, подвергаемой анализу, является функция обслуживания и предоставления перевозчикам транспортной инфраструктуры. Как свидетельствует распределение объемов работ по содержанию информационных знаков остановок (ИЗО) между участком содержания ИЗО и подрядной организацией, представленное в таблице 3, деятельность Учреждения вполне может заменить подрядная организация.

Что касается содержания конечных станций, то по нашему мнению эту деятельность, в условиях единой транспортной системы, необходимо передать объединенному предприятию наземного транспорта, в том числе и из-за преимуществ организационно — правовой формы последнего, позволяющей более оперативно, чем Учреждение проводить необходимые мероприятия по их содержанию.

Следующей из анализируемых ключевых функций Учреждения, является реализация проездных билетов. Данные о реализации проездных билетов на наземные виды транспорта через сеть специализированных киосков, по безналичному расчету и через кассы ГУП «Петербургский метрополитен» представлены в таблице 4.

Таблица 3. Распределение объема работ по содержанию ИЗО между участком содержания ИЗО и подрядной организацией

Исполнитель	Наименование воздействий	Количество воздействий, шт.	
		9 мес. 2013 года	9 мес. 2012 года
Участок ИЗО	Обслуживание ИЗО	6757	6636
	Обслуживание собственных опор ИЗО	796	752
	Мойка, чистка ИЗО и собственных опор	1243	1597
Подрядная организация	Обслуживание ИЗО	970	1144
	Обслуживание собственных опор ИЗО	33	287
	Мойка, чистка ИЗО и собственных опор	0	485
<b>Всего</b>		<b>9799</b>	<b>10901</b>

Таблица 4. Анализ реализации проездных билетов на наземные виды транспорта через сеть специализированных киосков, по безналичному расчету и через кассы ГУП «Петербургский метрополитен»

Место продажи	Показатели	9 мес. 2012 года	9 мес. 2013 года
ГУП «Петербургский метрополитен»	Количество реализованных проездных билетов, шт.	840789 (66,64%)	788613 (74,40%)
	Выручка от реализованных билетов, тыс. руб.	543399,0 (71,85%)	676388,2 (77,31%)
Сеть специализированных киосков	Количество реализованных проездных билетов, шт.	400016 (31,70%)	251041 (23,69%)
	Выручка от реализованных билетов, тыс. руб.	197066,2 (26,06%)	177525,7 (20,29%)
По безналичному расчету	Количество реализованных проездных билетов, шт.	20921 (1,66%)	20268 (1,91%)
	Выручка от реализованных билетов, тыс. руб.	15811,9 (2,09%)	20938,9 (2,40%)
Всего:	Количество реализованных проездных билетов, шт.	1261726	1059922
	Выручка от реализованных билетов, тыс. руб.	756277,1	874852,8

Анализ данных о реализации проездных билетов Учреждением, приведенный в таблице, свидетельствует о том, что основная доля (более 77 % выручки и 74 % от общего количества) реализуется через кассы метрополитена. К тому же Учреждение показывает отрицательную динамику реализации по отношению к предыдущему году.

Если поручить реализацию билетов специализированному предприятию, то обязательно возникает вопрос об ответственности. Перевозчики всегда будут считать, что они сделали бы это лучше, и что у специализированного предприятия нет достаточной ответственности и заинтересованности в реализации большего количества билетов. И в этом никакие доводы не смогут их переубедить, поэтому правильнее всего идти по пути исключения повода у перевозчиков так считать. Сделать это можно единственным способом — передать ответственность за реализацию проездных билетов перевозчикам. В случае, если совместные билеты будут реализовывать объединенное предприятие наземного транспорта (трамвай, троллейбус, автобус) и метрополитен то здесь должен действовать принцип: перевозчик должен реализовать количество проездных билетов в объеме своей доли, либо платить вознаграждение тому, кто это будет делать за него.

Анализ количества выданных бесплатных проездных документов, по сериям представленный в таблице 5, свидетельствует о том, что эту функцию целесообразно передать органам социального обеспечения.

Завершается предложенный алгоритм анализом функции контроля за работой перевозчиков, которую в единой транспортной системе должно исполнять специализированное Учреждение. Необходимость исполнения данной функции возникла, с переходом на контрактную форму взаимоотношений между заказчиком перевозок и перевозчиком. Заказчик перевозок (администрация го-

рода в лице Комитета по транспорту) обязана контролировать исполнение перевозчиками условий договоров в части соблюдения, установленных для обслуживаемых маршрутов реестров рейсов, графиков движения и качества пассажирского обслуживания. Отсутствие контроля за работой перевозчиков приводило к излишним расходам бюджета в части предоставления субсидий на перевозку пассажиров. Так согласно данным Учреждения, в те дни, когда проводились им проверки работы перевозчиков на линии, выполнение заказа осуществлялось на 70–80 % планового, а в предыдущие и последующие дни перевозчик отчитывался о 95–100 % выполнении.

В настоящее время в Санкт-Петербурге действует система полного охвата инструментальным контролем работы перевозчиков, которая стала возможной за счет оснащения подвижного состава перевозчиков навигационным оборудованием, которое позволяет в реальном режиме времени отслеживать передвижение подвижного состава по маршруту, выполнение расписания и количество перевозимых пассажиров.

Однако, «заторовые» ситуации на дорогах потребовали от Комитета по транспорту установить категоричность маршрутов, позволяющую выплачивать весь объем субсидий при неполном исполнении объема перевозок.

Анализируя эффективность осуществления Учреждением функции контроля за соблюдением пассажирами Правил пользования наземным пассажирским транспортом, включая контроль оплаты проезда было выявлено, что за 9 месяцев 2013 года, согласно графикам контроля, отработано 3385 человеко-дней по контролю соблюдения Правил пользования наземным пассажирским транспортом при односменном и полуторасменном режиме работы. Результаты работы контрольно-ревизорского управления ГКУ «Организатор перевозок за 9 месяцев 2013 года представлены в Таблице 6.

Таблица 5. Анализ количества выданных бесплатных проездных документов по сериям

Категория граждан	Виды проездных документов	9 месяцев 2012 года (на 2011–2012 и 2012–2013 учебные годы), шт.		9 месяцев 2013 года (на 2012–2013 и посл. продления на 2013–2014 учебный год), шт.		
		Первичные/продление льготы	Дубликаты	Первичные/продление льготы	Дубликаты	Замена бумажных носителей на пластиковые
Дети из многодетных семей	«МС»	17289	734	7420	1966	19998
Дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей	«ДС»	5834	480	2211	977	7297
Дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей и обучающихся в федеральных общеобразовательных учреждениях Санкт-Петербурга	«ДСф»	815	60	724	105	1733
Дети-инвалиды и одно лицо, сопровождающее ребенка-инвалида	«ДИ» <sup>1</sup>	3638	172	3468	119	0
Дети, получающие пенсию по причине потери кормильца	«ДК»	12167	775	7416	1628	16998
	Всего	39743	2221	21239	4795	46026

Таблица 6. Результаты работы контрольно-ревизорского управления ГКУ «Организатор перевозок за 9 месяцев 2013

Наименование Перевозчика	По выявленным нарушениям:	
	Составлено актов	Выявлено безбилетных пассажиров
СПб ГУП «Горэлектротранс»	86	557
СПб ГУП «Пассажиравтотранс»	437	1202
ООО «ПТК»	61	63
ООО «Питеравто»	520	342
ОАО «Третий парк»	233	1276
ООО «Вест — Сервис»	98	46
ЗАО «Такси — 2»	7	82
ООО АТП «Барс — 2»	71	36
ООО «АвтоЛайн»	5	1
ООО «Шпунт Северо-Запад»	23	7
ООО «Пальмира»	25	10
ОАО «АТП — 31»	16	15
ООО «УП «СЛК»	6	3
ООО «5 парк»	5	18
ООО «Пассажиртранс»	3	14
ООО «М. А. К. С».	1	0
Итого:	1597	3672

<sup>1</sup> Документы серии «ДИ», в соответствии с распоряжением Комитета по транспорту от 26.08.2005 № 129-р, выдаются на срок, указанный в справке медико-социальной экспертизы.

Контрольно-ревизорским управлением (КРУ) СПб ГКУ «Организатор перевозок» было выявлено 3672 нарушения правил пользования наземным пассажирским транспортом с занесением нарушений (провоз безбилетного пассажира) в билетно-учетный лист кондуктора и водителя. Приведенные в таблице показатели работы службы контроля достаточно низкие. К примеру, за год работы службы контроля по оплате проезда пассажирами в наземном пассажирском городском транспорте московским ГКУ «Организатор перевозок» собрано штрафов на сумму более 70 миллионов рублей. По мнению транспортников из-за безбилетных пассажиров наземный транспорт Москвы недополучает от четырёх до восьми миллиардов рублей в год; к примеру, в европейских городах, таких как Берлин, не «добирают» 30 миллионов евро, а в Париже — 50 миллионов евро. [1]

Оценка количества безбилетных пассажиров всегда будет спорной. Она будет оспариваться как политиками, от которых зависит объем выделяемых бюджетных средств, так и перевозчиками, в случае если эта функция выполняется специализированной организацией. В этом случае перевозчики считают, что они несут потери в выручке. Чтобы исключить данную ситуацию необходимо придерживаться подхода, когда контроль за оплатой проезда осуществляет тот, кто отвечает за сбор выручки. Для единой транспортной системы, когда за сбор проездной платы отвечает перевозчик, он же и должен контролировать оплату проезда.

Анализ ключевых функции ГКУ «Организатор перевозок», приведенный в данной статье, позволил выявить тенденции к сокращению объемов, оказываемых им услуг, а так же ограниченность возможностей централизованного управления движением подвижного состава на маршрутах. И напротив, подтвердил наличие огромного потенциала в развитии деятельности по контролю за исполнением перевозчиками договоров на перевозку пассажиров, включая инструментальный контроль и предоставление навигационного оборудования и программного обеспечения и обеспечения пассажиров транспортной информацией.

ГКУ «Организатор перевозок» был необходим для формирования цивилизованного рынка городских пассажирских перевозок. Это происходило в период массового спроса на перевозки общественным транспортом

и рассматривалось городской администрацией как один из способов привлечения инвестиций в подвижной состав. Роль заключалась в организации конкурсных процедур по отбору перевозчиков и осуществлении контроля за исполнением условий заключенных с администрацией города заключенных договоров, а так же содержанием необходимой для перевозок транспортной инфраструктуры и обеспечении информацией пассажиров.

В условиях массовой автомобилизации и сокращения объемов перевозок, новой стратегической задачей становится привлечение пассажиров в общественный транспорт, что может быть достигнуто только путем объединения отдельных видов городского пассажирского транспорта в единую систему. В условиях единой транспортной системы Учреждение теряет свои ключевые функции, связанные с организацией перевозок, их диспетчеризацией, а так же содержанием транспортной инфраструктуры.

Для Санкт-Петербурга, по нашему мнению, наиболее целесообразно поэтапное формирование системы городского пассажирского транспорта путем укрупнения элементов системы, по аналогии с сингапурскими холдинговыми компаниями. На первом этапе из СПб ГУП «Горэлектротранс» и ГУП «Пассажиравтотранс» создается, объединенное транспортное предприятие. На втором этапе, когда будут построены транспортные узлы для мультимодальных перевозок, можно будет сформировать вторую холдинговую компанию, объединяющую метрополитен, пригородные железнодорожные перевозки и легкорельсовый транспорт. С точки зрения оптимизации процедуры реорганизации целесообразно присоединение ГУП «Пассажиравтотранс» к СПб ГУП «Горэлектротранс», поскольку у последнего на балансе больше объектов инфраструктуры (тяговых подстанций, путевого хозяйства, депо и так далее).

Для сохранения структуры управления, объединенное предприятие остается в ведении Комитета по транспорту, КГУ «Организатор перевозок» ликвидируется за ненужностью функции организации перевозок межотраслевой организацией. Вместо него создаются два учреждения: одно, отвечающее за эмиссию проездных билетов и расчеты за выполненную транспортную работу — КГУ «Эмиссионно-расчетный центр пассажирского транспорта», другое по контролю за перевозками и пассажиропотоками — КГУ «Служба мониторинга на транспорте».

#### Литература:

1. Российская газета [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rg.ru/2012/07/03/zaycev-site-anons.html>



## Курс на сокращение числа вузов в современной России: шаг к справедливости или к эффективности?

Чуприянов Максим Вадимович, студент;

Субботина Валерия Вадимовна, студент

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», филиал в г. Перми

Образование есть важнейший процесс развития личности, по законодательству РФ — «целенаправленный процесс воспитания и обучения в интересах человека, общества, государства, сопровождающийся констатацией достижения обучающимся гражданином установленных государством образовательных уровней». Именно сфера образования определяет прогресс общества: насколько высок уровень образования населения, следовательно, насколько квалифицированы и компетентны специалисты в определенной области, настолько велико экономическое, а впоследствии и социальное развитие данной страны. Образование является некой отправной точкой в жизни каждого человека, а в совокупности это отправная точка всей страны, поэтому очень важно различать «корочку высшего учебного заведения» и качественное высшее образование. Исходя из этих соображений, вполне объяснима тревога об образованности современного российского населения: действительно ли все высшие учебные заведения удовлетворяют «установленным государством образовательным уровням» и в случае отрицательного ответа на данный вопрос, какие необходимо предпринять меры, чтобы улучшить уровень образования в России?

Не секрет, что расходы на высшее образование в России в разы ниже, чем в зарубежных вузах, позиции в мировых рейтингах малы: ни один российский вуз не входит в рейтинг качества образования ста лучших вузов мира, цитируемость трудов российских авторов снизилась, а доля специалистов с высшим образованием, работающих не по своей специальности, очень велика [2, с. 9–10]. Данные проблемы существуют не только сейчас, они существовали и один, два, три и пять лет назад, но в последние годы они только усугубляются. И государство, в свою очередь, чрезвычайно обеспокоено данным положением в сфере образования. Почему же так происходит? Какие основные факторы деградации российского образования? Одним из ключевых факторов отмечают недостаточное финансирование. Согласно академику Евгению Примакову, в расчете на душу населения на 2010 год в США траты на образования составляли 3,6 тысяч долларов, Японии — 1,5 тысячи долларов, Бразилии — 550 долларов, России — 400 долларов. Также следует отметить, что расходы на науку в России очень малы [2, с. 10]. Следствием из этого послужил уезд большого количества ученых и преподавателей за рубеж, что явилось невосполнимой потерей научно-педагогического потенциала страны [2, с. 10]. Другим, не менее важным фактором, выступает система управления вузами: в России она по-

строена таким образом, что все вузы подчинены Министерству образования и науки. «Можно определенно утверждать о закономерности: качество образования обратно пропорционально уровню вертикализации власти, а именно чем больше подчинены сферы образования правительству, тем хуже качество образования» [2, с. 10]. Остальные факторы тоже по-своему важны, например упадок методической работы, непонятные для студентов учебники и многое другое.

Данные проблемы вызывают множество споров между политиками, соответственно появляется ряд вопросов: как улучшить сферу образования, как повлиять на качество образования, другими словами, как увеличить эффективность работы вузов. Так, власти предприняли ряд мер, одной из которых является сокращение вузов, которые по определенным оценкам не удовлетворяют стандартам образования. В «Концепции Федеральной целевой программы развития образования на 2011–2015 гг.» говорится, что сеть вузов, не вошедших в число федеральных и национальных исследовательских университетов, будет обновлена с целью совершенствования высшей школы [4]. По заявлению Министерства образования, к марту 2013 по их оценкам количество вузов России должно было сократиться на 20%: часть вузов должна быть полностью ликвидирована, а некоторые учебные заведения присоединиться к более эффективным. Сокращения и присоединения действительно произошли, но отнюдь не на 20%. Следует также отметить, что за 1,5 года (с марта 2010 г. по сентябрь 2011 г.) было реорганизовано и полностью ликвидировано более 10% общего числа вузов — это составило порядка 40. Кроме того, было закрыто в общей сложности несколько сотен филиалов [3].

Каждое решение правительства имеет определенные последствия. Рассмотрим курс на сокращение вузов с позиции теорий благосостояния и попытаемся дать оценку, насколько он эффективен и справедлив.

Для того чтобы оценить эффективность и справедливость программы сокращения высших учебных заведений, оценим влияние данной программы на благосостояние общества. Важно заметить, что любые мнения на тему справедливости базируются исходя из личной системы ценностей человека. В экономике существует несколько способов и подходов, как оценить влияние изменения на функцию общественного благосостояния.

Со стороны «Максимаксной функции благосостояния», данная политика справедлива и эффективна. Довод в поддержку данного курса приводит Евгений Кожокин, ректор Академии труда и социальных отношений.

Он говорит о том, что сокращение вузов может повлиять на проблему «элитной миграции», которая часто обсуждается на данный момент в России. По мнению Е. Кожкина, для того, чтобы люди не уезжали из страны, необходимы жесткие перемены, поддерживающие социальную справедливость в сфере образования. По его словам, в связи с сокращением «липовых вузов» заработок оставшегося квалифицированного преподавательского состава возрастет, станет престижным заниматься наукой, и качество образования в целом улучшится. Но для этого нужно, чтобы «бывший сельскохозяйственный колледж перестал быть университетом» [5]. В связи с данными улучшениями, можно ожидать повышения благосостояния людей, получивших более качественное высшее образование, преподавателей, которые по прогнозам станут более квалифицированными, а как следствие и укрепление позиции России на международном рынке. В соответствии с данной концепцией, будет справедливым то, что только некоторая часть населения сможет получить высшее образование: если человек стремится к этому, то он будет работать над собой, улучшать свои знания, идти к своей цели и в итоге войдет в число тех, кто получит высшее образование. Дети, изначально неспособные обучаться в хороших школах, обделенные средствами на получение дополнительной помощи в подготовке к ЕГЭ, а так же те, чьи семьи не могут себе позволить оплачивать образование своего ребенка, по мнению сторонников данного подхода, не влияют на общее благосостояние общества. Потому что общее благосостояние общества в целом увеличивается только благодаря улучшению благосостояния наиболее обеспеченной части населения.

Сторонники утилитаристского подхода возразили бы им: а как же быть с остальной частью населения, которое, в силу ограниченности мест в высших учебных заведениях, не сможет получить высшего образования? По мнению основателя данного подхода, английского философа И. Бентама, единственным возможным моральным принципом может быть предоставление наибольшего счастья для наибольшего числа людей [1, с. 310]. То есть, данная политика является несправедливой по отношению к обделенной части населения. Сокращение вузов по социологическим оценкам в большей степени негативно воздействует на большую часть граждан Российской Федерации. Так, по подсчетам социологов, данная образовательная политика приведет не только к социальному расслоению и к увеличению безработицы, в связи с потерей работы преподавателей, но и к демографическому кризису в долгосрочной перспективе, так как у родителей пропадет вера в то, что они смогут дать своему ребенку достойное образование и перспективное будущее.

Если же рассмотреть эффективность и справедливость данной политики с точки зрения современного американского философа Дж. Роулза, то программа по сокращению числа вузов так же будет считаться несправедливой. По мнению Роулза, распределение может считаться справедливым только тогда, когда, во-первых, изначально об-

щество обеспечено абсолютно равным распределением основных свобод и возможностей достижения социального успеха, что, разумеется, уже недостижимо. То есть, не допускается ситуация, при которой увеличивается степень свободы одного индивида за счет уменьшения свободы другого на том основании, что это увеличивает общую сумму свободы в обществе. И, во-вторых, после выполнения первого условия, нужно стараться максимизировать благосостояние своих наименее обеспеченных членов. По мнению Дж. Роулза, именно тогда все граждане получают максимально возможную защиту от случайного распределения социальных и природных выгод [1, с. 323–327]. И ведь, действительно, если вузов становится меньше, конкурс, чтобы получить место в вузе, а, соответственно, и высшее образование, возрастет, значит, неизбежным следствием станет то, что какая-то часть населения будет обделена возможностью получения образования. Но тут, скорее всего, проблема справедливости не в самой программе сокращения вузов, а в изначальном неравенстве распределения свобод. То есть у детей, обделенных возможностью получения образования, нет достойных альтернатив и перспектив для будущего, более того, чтобы уравнивать изначальные возможности, программа требует доработок и дополнений, в направлении поддержки малообеспеченной части населения. Это может проявляться в предоставлении пособий малообеспеченным семьям на дополнительное довузовское образование и подготовку к ЕГЭ. Так же для уравнивания возможностей поступления в вузы, должно быть улучшено качество преподавания в школах, находящихся в малонаселенных городах, поселках, деревнях.

Так же курс на сокращение числа вузов не будет считаться справедливым, по мнению сторонников эгалитарного подхода. Они глубоко убеждены, что справедливо только равное распределение полезностей между членами общества. В случае же уменьшения числа вузов, увеличится социальное неравенство общества. Несправедливым является то, что, число мест для обучения студентов уменьшится, конкурс при поступлении увеличится. Таким образом, показатель доступности высшего образования, который сейчас в России составляет 88%, существенно сократится. Все это может привести к социальным последствиям, так как за ограничением возможности получения высшего образования, может последовать социальное расслоение и формирование в обществе социальных аутсайдеров, которым будет отведена роль «работы за кусок хлеба». Особенно это отразится на регионах, так как реализация программы сокращения вузов, приведет к полной ликвидации вузов среднего звена, на которых и держится региональное образование. [3]

Еще одним из основных критериев благосостояния, и подходу в выборе эффективности и справедливости, с точки зрения которой, мы рассмотрим нашу программу, является Теория процедурной справедливости. Ее сторонники, включая наиболее яркого ее представителя со-

временности Р. Нозика, признают справедливым любой результат, если был справедливым процесс достижения этого результата [1, с. 313–315]. Это значит, что если все абитуриенты честно поступили в высшее учебное заведение (в силу своих знаний, способностей и умений), то в программе сокращения числа вузов нет несправедливости. Но теория процедурной справедливости сталкивается с серьезными неприятностями, если же мы будем говорить не о справедливости распределения талантов и способностей, а о неравном распределении материальных и финансовых благ. Но если же государство перераспределит эти блага, мы отойдем от принципа процедурной справедливости.

Итак, мы рассмотрели различные представления о благосостоянии общества и тем самым возможные подходы к выбору между эффективностью и справед-

ливостью. В случае с суждением о программе сокращения числа вузов, можно сказать, что существует множество мнений, которые базируются на определенном ценностном суждении: какое распределение благ является справедливым и эффективным, а какое нет. Мы же склоны считать, что данная политика может принести большую пользу всему народу России, так как с ростом квалификации выпускников вузов следствием является развитие экономики, науки, научно-исследовательской сферы России, и, соответственно, увеличение благосостояния страны в целом. Но данная программа требует доработок, таких как поддержка малообеспеченных слоев населения, улучшение качества школьной программы, и улучшение образования в школах в малонаселенных городах, а так же увеличение бюджетных мест в высших учебных заведениях.

#### Литература:

1. 50 лекций по микроэкономике: Учебник СПб.: «Экономическая школа». 2000. Том 2. Лекция 43.
2. Аванесов, В. С. Определение качества работы вузов на основе педагогических измерений// Образовательные технологии (г. Москва). №4, 2013. с. 8–18
3. Дружилов, С. А. Сокращение числа вузов в России: Прогнозируемые социальные последствия.// Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований №8, 2012. с. 28–31.
4. «Незаконченное высшее» (от редакции). «Ведомости. Москва»: 2012: 23 ноября, выпуск 223. [Эл. ресурс]. Режим доступа: <http://aafnet.integrum.ru/artefact3/ia/ia5.aspx?lv=6&si=ljpWHH2R&qu=271&st=0&bi=17645&xi=&nd=1&tnd=0&srt=0&i=0>
5. ИА REGNUM, Новости, Ректор вуза: Сокращение числа вузов решил проблему «элитной миграции». [Эл. ресурс]. Режим доступа: <http://pda.regnum.ru/news/1621497.html>

## Генезис международной миграции капитала в мировой экономике

Шоев Алим Халмуратович, магистр экономических наук, преподаватель;

Халимжанов Дилшод Эргашбекович, магистр экономических наук, преподаватель;

Обидов Расул Абулхаевич, магистр экономических наук, преподаватель

Гулистанский государственный университет (Республика Узбекистан)

Международная миграция капитала является неотъемлемой частью мировой экономики и важной формой современных международных экономических отношений, которая выражается в вывозе капитала. Под вывозом капитала понимается изъятие части капитала национальных хозяйств и перемещение его в товарной и денежной форме в производстве и обращении в другой стране. Становление и развитие международной миграции капитала и как следствие вывоз капитала приходится на период империализма развития мировой экономики, когда переход капитализма в монополистическую стадию привёл к формированию транснациональных компаний. Начиная с 1870 года в мировой экономике, в частности на западе наблюдается активный процесс поглощения мелких производственных структур более крупными, когда набирающий оборот внутриотраслевая

конкурентная борьба между производителями привела к неадекватности слабых с финансовой и маркетинговой точки зрения производственных структур, которые в конечном счёте слились с более сильными производителями. Данное обстоятельство и насыщенность внутренних рынков национальных экономик необходимыми средствами производства в частности капиталом побудило к перемещению его в другие страны. Более того непропорциональный спрос и предложение на капитал в различных звеньях мировой экономики, а также растущая взаимосвязь национальных экономик и интернационализация производства явились побудительными факторами и катализаторами перелива капитала в региональном и государственном разрезе. Вывоз и размещение капитала в отдельных странах с целью её приумножения конечно же является естественным в деятельности ТНК, когда инве-

стирование в свои дочерние предприятия головными компаниями является важным аргументом расширения географии производства и сбыта их продукции. Так согласно подсчётам экспертов в современной мировой экономике функционируют около 400 млрд. долларов США свободного капитала (80% из которых приходится на долю ТНК), которые стирая национальные границы государств, перемещаются в направлении потенциальных с точки зрения прибыльности рынков и высоко рентабельные производственные комплексы. При этом вектор их направления во многом определяется со сложившейся политической и экономической ситуацией в стране и регионе, а также созданных благоприятных условий для инвестора.

Анализ деятельности ТНК и теорий иностранных инвестиций позволяет выделить следующие основные источники эффективной деятельности ТНК в области миграции капитала:

- использование преимуществ владения природными ресурсами (или доступа к ним), капиталов, и знаниями, особенно результатами НИОКР по сравнению с национальными фирмами;

- возможность оптимального расположения своих предприятий в разных странах с учётом размеров их внутреннего рынка, темпов экономического роста, цены и квалификации рабочей силы, цен и доступности остальных экономических ресурсов, развитости инфраструктуры, а также политико-правовых факторов;

- возможность аккумуляции капитала в рамках всей системы ТНК, включая заёмные средства в странах расположения зарубежных филиалов и приложение его в наиболее выгодных для компаний обстоятельствах и местах;

- использование в своих целях финансовых ресурсов всего мира;

- постоянная информированность о конъюнктуре товарных, валютных и финансовых рынков в разных странах, что позволяет оперативно переводить потоки капиталов в те государства, где складываются условия для получения максимальной прибыли, и одновременно распределять финансовые ресурсы с минимальными рисками (включая риски от колебания курсов национальных валют);

- рациональная организационная структура, которая постоянно совершенствуется;

- опыт международного менеджмента, включая оптимальную организацию производства и сбыта, поддержание высокой репутации фирмы. [1, с. 280]

Процесс вывоза капитала за границу осуществляется в различных формах. Капиталы, которые вывозятся и функционируют за рубежом, различаются по:

- видам — в денежной и товарной форме;
- источникам происхождения — в форме государственного и частного капиталов;
- характеру использования — в ссудной и предпринимательской форме;
- срокам — в краткосрочной (обычно до одного года) и долгосрочной формам;

- целям — прямые и портфельные инвестиции. [2, с. 232]

Следует отметить миграция капитала это встречное движение последнего между странами, которое приносит каждому доход, следовательно, любая страна одновременно может быть и экспортёром и импортёром капитала. [3, с. 31]

Если на начальных стадиях вывозом капитала занимались в основном развитые страны, в последующем данная форма МЭО стала характерной чертой и для большинства развивающихся стран. При этом можно выделить две группы этих стран:

- 1) новые индустриальные страны (Азии и Латинской Америки), где процесс первоначального накопления капитала завершился быстрее, а также их национальные рынки стали узкими для местных предпринимателей;

- 2) нефтеэкспортирующие страны-члены ОПЕК, в которых полученная прибыль от экспорта нефти не нашла своего применения в национальной экономике.

Выше было отмечено, что миграция капитала постоянно меняет свою географию в сторону наиболее перспективных рынков. Так в частности, если обратить внимание на географию миграции капитала в послевоенный период (имеется ввиду вторая мировая война) можно выявить ряд специфических её направлений;

- в конце 70х начале 80х годов XX века одним из центров притяжения международного капитала явилась юго-восточная Азия, в частности НИС (Азиатские тигры), основанная высокими темпами экономического роста и открывающимися широкими горизонтами для ведения предпринимательства в этих странах, когда свободный капитал в большинстве развитых стран был устремлён в данный регион мира. Финансовый кризис разразившийся в 1998 году в юго-восточной Азии, который по мнению некоторых экспертов был спровоцирован американскими экономистами (Дж. Сорос и другие), когда кризис в банковской сфере Индонезии по эффекту «Домино» шокировал все экономики расположенные в данном регионе, вследствие чего зарубежные инвесторы спешно принялись выводить свои денежные средства из этого региона в более стабильные и благоприятные с инвестиционной точки зрения экономики;

- в конце 90х, начале 2000х годов одним из центров притяжения международного капитала явились США, в связи с тем, что в этот период экономика США находилась на стадии подъёма, география капитала высвободившегося из юго-восточной Азии была направлена в США. Став центром притяжения мирового капитала, в связи со сложившимися обстоятельствами, правительство США сконцентрировало своё внимание на привлечение международного свободного капитала в фондовый рынок своей страны, поощряя портфельные инвестиции. Именно данное обстоятельство на наш взгляд и стало причиной мирового финансово-экономического кризиса 2008 года. Здесь следует отметить, в назревании кризиса внесли свой весомый вклад и такие международные рей-



тинговые агентства как Moody's, Standard & Poors и Fitch, оценившие в рейтинговый балл AAA ценные бумаги, основанные на ипотеку с высокой долей риска. При этом в первой половине 2000 годов в фондовом рынке США наблюдаются спекулятивные операции с ценными бумагами, результатом которых явилось появление своеобразных «Мыльных пузырей» (ничем не обеспеченных денежных средств), которые в конечном счёте лопнули спровоцировав крах на финансовых рынках США. Проанализировав причины и ход развития кризиса, мы пришли к выводу, что развязка мирового финансово-экономического кризиса не обошлась и без человеческого фактора (в данном случае в лице конкретного человека). В частности, после прихода к власти президент США Дж. Буш младший, с целью получения разрешения и одобрения у населения США права проведения военной операции против существующей власти в Ираке во главе с С. Хусейном (довести до конца начатое дело Буша старшего, потерпевшего крах во время первой Иракской компании в начале 1990х годов), под его предводительством проводилась слишком прозрачная денежно-кредитная политика, а именно, начиная с 2002 года ФРЗ США понизила до исторически низкого уровня (1,25 %) ставку рефинансирования ЦБ для коммерческих банков, преследующего цель демонстрации наилучших условий жизни населения и формирования облика глава государства народного любимца, заботившегося и живущего проблемами народа. Результатом чего явилось лёгкая доступность кредитных линий, и формирование у большинства слоев населения привычки жить в кредит, отрицательные аспекты которого проявили себя в конце 2008 года в виде кризиса ипотечного кредита. Заметим после свержения диктатуры С. Хусейна в Ираке облик главы государства народо-мыслителя постепенно начал угасать, что опять таки подтверждает наши предположения о человеческом факторе, в частности в период 2004–2006 гг. ставка рефинансирования ФРЗ поднялась до 6,25 %.

Известно, в кризисные годы на долю одних только США приходилось 20 % производства мирового ВВП и около 40 % его потребления, данное обстоятельство и является объяснением перехода финансового кризиса в экономический, представленного кризисом спроса в мировой экономике. Глобализация мировой экономики и переплетение экономических связей национальных экономик и характеризует масштабы данного кризиса, который не обошёл стороной ни одно государство.

Финансово-экономический кризис 2008 года внёс свои коррективы в географию и структуру международной ми-

грации капитала, наиболее важными из которых являются следующие:

- международные инвесторы, осуществляя капиталовложение в определённые отрасли экономики и национальные хозяйства в целом, отдают предпочтение инвестированию в реальный сектор экономики в виде ПИИ, избегая при этом портфельные;

- направление миграции капитала изменило свой курс в сторону азиатского рынка, как более потенциального и высокорентабельного;

- в послекризисный период наблюдается активизация процесса слияния крупных ТНК, что особенно заметно проявляется на рынке коммуникаций и связи;

- наблюдается активизация внедрения международного капитала в топливно-энергетический комплекс, в частности в добычу и транспортировку углеводородного сырья, связанного на наш взгляд с программами антикризисных мер, стран — членов G — 20 и развивающихся стран, направленных на оживление экономики, путёмощерения платежеспособного спроса и как следствие развитие промышленного производства;

- в большинстве стран мира наблюдается процесс активизации строительной промышленности, как наиболее эффективного рычага выхода из ситуации депрессии, с точки зрения мультипликационного эффекта. При этом главным инвестором является государство (как это было отмечено ещё 1930х годах Дж. Кейнсом).

Миграция капитала являясь важной формой современных международных экономических отношений постоянно видоизменяется и совершенствуется, в зависимости от сложившейся конъюнктуры в мировой экономике, и действия ряда объективных и субъективных факторов.

Выполненная нами исследование в области миграции капитала предопределяет следующие выводы:

- процесс миграции капитала на стадии своего формирования был напрямую связан с первоначальным накоплением капитала в отдельных западных странах;

- миграция капитала в мировой экономике усиливает отраслевую монополизацию в национальных экономиках;

- вектор развития взаимоотношений отдельных национальных экономик в области миграции капитала во многом определяется деятельностью ТНК и МНК (слияния и приобретения уже существующих компаний);

- по мере эволюции мировой экономики меняются причины, а также появляются новые качественные характеристики в процессах накопления и вывоза капитала;

- направление и структура миграции капитала в отдельных случаях не обходится и без человеческого фактора.

#### Литература:

1. «Мировая экономика» учебник под редакцией проф. А. С. Булатова, Москва.: 2002 год.
2. Махмудов, Э.Р. «Мировая экономика: современные экономические системы» учебное пособие Ташкент.: УМЭД 2005 год.
3. Нурназаров, М. Н. «Мировая экономика, международные экономические отношения» учебное пособие Гулистан.: 2003 год.



## Добровольная сертификация профессиональных квалификаций как элемент индивидуального плана подготовки участников кадрового резерва

Якимова Зоя Владимировна, кандидат психологических наук, доцент  
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса

*В статье приведены результаты анкетирования и опроса работодателей г. Владивостока относительно их отношения к добровольной сертификации профессиональных квалификаций. Предлагается рассматривать сертификацию как элемент индивидуального плана подготовки сотрудников, входящих в кадровый резерв организации с целью выявления наиболее замотивированных, готовых к профессиональному развитию и достойных инвестирования в их обучение и повышение квалификации.*

**Ключевые слова:** добровольная сертификация профессиональных квалификаций, кадровый резерв, индивидуальный план развития резервиста.

Многие российские предприятия начинают всерьез задумываться о перспективах своего существования в связи с неутешительными прогнозами рынка труда: практически во всех отраслях и сферах деятельности рынок труда исчерпан.

«Исчерпанность» рынка труда выражается в двух ключевых аспектах: либо нет нужного количества работников необходимого уровня квалификации и профиля, способных удовлетворить потребности предприятий и организаций; либо нет таких работодателей, которые готовы принять на работу сотрудников с имеющимся у них уровнем квалификации и профилем. В каждом из перечисленных вариантов — проблема одна: несовпадение спроса и предложения.

Бесспорно, миграционные потоки из стран Ближнего Зарубежья (бывших республик СССР) позволяют большинству российских предприятий успешно бороться с кадровым дефицитом. Однако, опыт прошедших двух десятилетий показывает, что за счет трудовых мигрантов легко удается утолить лишь количественный уровень кадрового голода. Качественный уровень кадрового голода, к сожалению, с каждым годом только усиливается. В связи с этим одной из современных тенденций в отечественной HR-индустрии можно считать программы формирования кадрового резерва организаций.

В современных российских условиях «простые решения» по переманиванию готовых специалистов от конкурентов, как правило, уже не срабатывают. Однако эти «простые решения» по принципу «загляни к соседу-конкуренту» провоцируют негативные последствия для рынка труда [1]. В частности, можно отметить искусственный рост заработной платы малоквалифицированных, но востребованных сотрудников и повышение мобильности персонала, постоянно перемещающегося между работодателями-конкурентами.

Чаша весов в выборе между решением «брать готовых специалистов» и «вращивать кадры самостоятельно» начинает перевешивать в пользу «вращивания» с каждым шагом по иерархической лестнице должностей организации. Иначе говоря, организациям выгодно при-

влечение нового персонала лишь на стартовые позиции, не требующие высокого уровня квалификации, где цена ошибки персонала не слишком велика, а риск простоя из-за утраты специалиста минимален — так как рынок труда переполнен такими же неопытным, малоквалифицированными и низкооплачиваемыми кандидатами. Чем выше цена ошибки, заработная плата и уровень ответственности за процесс и результат — тем труднее найти готового специалиста, удовлетворяющего требованиям работодателя. Именно поэтому многие работодатели приходят к выводу о необходимости формирования и развития кадрового резерва в организации. При этом кадровый резерв формирует не только пул будущих управленческих кадров, но и прослойку будущих ключевых специалистов с перспективой на профессиональное развитие и карьерный рост в ближайшие несколько лет.

Одним из ключевых аспектов в работе с кадровым резервом является формирование и реализация индивидуальных планов развития резервистов. Разрыв между существующими в данный момент у кандидата достижениями и требованиями к должности, на которую претендует резервист, будет во многом определять структуру, содержание и насыщенность программы индивидуального развития резервиста. Как правило, индивидуальные планы резервистов включают несколько аспектов развития: начиная от повышения квалификации и стажировок, участия в планировании, разработке и реализации конкретных мероприятий и заканчивая временным замещением должности руководителей, занимающих вышестоящие должности на период их командировок, отпусков, отсутствия из-за болезни и т. д.

При этом, практически каждый раз работодателя терзают сомнения: вкладывать ли деньги в развитие «резервистов», в какого сотрудника сколько инвестировать и есть ли какие-нибудь гарантии окупаемости инвестиций в развитие персонала, находящегося на «скамейке запасных»? Ведь кадровый резерв — это лишь потенциал, который может быть проявиться в самое ближайшее время, а может и не проявиться вовсе, не-

смотря на вложенные время и инвестиции. Соответственно, когда речь заходит о потребности «проявить» скрытый талант сотрудника — работодатель начинает очень тщательно взвешивать все «за» и «против» капиталовложений в развитие каждого конкретного сотрудника, рассчитывать социально-экономическую эффективность инвестирования и окупаемость затрат на обучение персонала. И эти сомнения работодателя вполне оправданы. К сожалению, далеко не всегда пройденное обучение или стажировка, оплаченные работодателем, дают ожидаемый эффект. Особенно отсутствие экономического эффекта ощущается, когда сотрудник посещает тренинги, курсы или мероприятия «из-под палки» в соответствии с графиком повышения квалификации, а не в соответствии со своими внутренними потребностями. В некоторых случаях самообучение и самообразование при сильной внутренней мотивации способны дать гораздо большую экономическую отдачу, нежели организованное работодателем обучение при отсутствии мотивации обучаемого. Но возникает ещё и другая проблема — как выявить из общего контингента потенциально талантливых сотрудников, оценить уровень сформированности их компетенций, приобретённых по средствам самообразования и саморазвития и не подтверждённых документами о «прослушанных» лекциях или пройденных тренингах.

В попытке найти решения на поставленные вопросы были проанкетированы и опрошены работодатели г. Владивостока. Исследование происходило в 1-м квартале 2014 года. Взаимодействие осуществлялось с руководителями предприятий либо с их представителями в лице менеджеров и директоров по персоналу, руководителями кадровых служб. Всего в исследовании приняли участие более 30 работодателей, в их числе такие организации как ОАО «МТС», ОАО АКБ «Росбанк», ООО «2ГИС», ООО «Этикет-ДВ», ООО «ИМО», ООО «Приморский Комбинат Рекламы», КА ООО «Келли Сервисез Си-Ай-Эс», ИП Трегубова (Домотехника), ООО «Бизнес Класс», ОАО СКБ Приморья «Примсоцбанк», ООО «Жемчужина», ООО «Странник», Hotel Hyundai, ООО «Аванта», ГК «Владивосток», ГК «Версаль», КА «Проспект», ООО «ТаймЛизинг», ООО «Эккер Консалтинг», ООО «Пять звезд», ООО «Экватор», ООО «Ренесанс», ГК Sunrise и другие.

Одной из задач проводимого исследования было выявить отношение работодателей к такому новому для российского HR-менталитета явлению как добровольная сертификация профессиональных квалификаций.

В самом широком смысле под добровольной сертификацией профессиональных квалификаций понимается механизм независимой оценки уровня квалификации по определённому направлению подготовки или специальности в соответствии с профессиональным стандартом вне зависимости от способа и условий приобретения компетенций, необходимых для успешной профессиональной деятельности. Такой механизм может быть выгоден сту-

дентам, находящимся в процессе обучения; гражданам, долгий период времени находящимся в статусе безработных; трудовым мигрантам и иммигрантам; гражданам, желающим работать по определенной профессии, имеющим практический опыт, но не располагающим документальным подтверждением квалификации по профилю деятельности [2].

Кроме того, механизм добровольной сертификации может помочь работодателям оценить уровень квалификации сотрудников, находящихся в кадровом резерве, что позволяет объективизировать управленческие решения относительно объема инвестирования в развитие каждого конкретного сотрудника. Принцип добровольности в этой схеме очень важен, так как позволяет выявить реальный уровень заинтересованности сотрудников, готовых к постоянному совершенствованию и обновлению компетенций и ориентированных на перспективы карьерного роста.

В основе проведённого исследования заложена идея о принципиальном различии сертификации и аттестации, отражённая в статье Жильцова В.А. [3]. Результаты проведённого исследования подтвердили выводы о том, что российские работодатели осознают разницу между сертификацией (как внешней независимой оценкой, проводимой экспертами от профессионального сообщества на основании профессиональных стандартов; результаты сертификации подтверждены документально и публичны) и аттестацией (как внутриорганизационной оценкой, проводимой должностными лицами на основании корпоративного стандарта; результат аттестации закрыт и, как правило, документально не подтверждён).

На вопрос об общем отношении работодателей к добровольной сертификации профессиональных квалификаций были получены следующие ответы, отражённые на рисунке 1.

В большинстве случаев (59,26 %) у опрошенных работодателей сформировано устойчивое положительное отношение к процедуре и результатам добровольной сертификации профессиональных квалификаций. Чуть больше 1/3 опрошенных работодателей (33,33 %) затруднились с ответом, так как считают своё отношение к добровольной сертификации либо нейтральным, либо не сформированным. Основная причина таких результатов в том, что в своей профессиональной деятельности данная категория работодателей ни разу не сталкивалась с данной процедурой и не имеют ярко выраженной потребности в сертификации своего персонала. Некоторые работодатели (7,41 %) напрямую выразили негативное отношение к добровольной сертификации, воспринимая её как рекламный трюк и обосновывая своё мнение тем, что у каждой организации есть своя уникальная специфика бизнеса и просто нереально создать такую унифицированную систему, которая бы учитывала все нюансы.

На вопрос о том повлияет ли наличие сертификата на принятие решения о приеме кандидата на вакантную

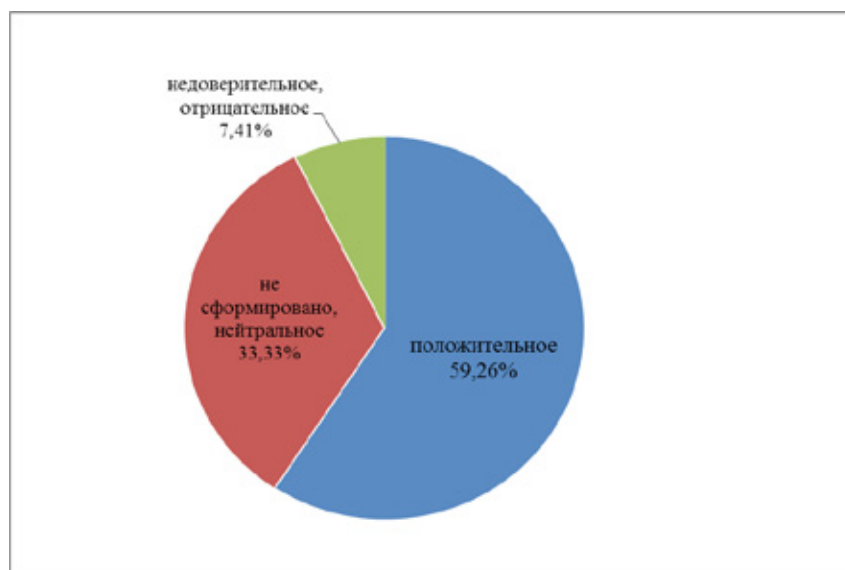


Рис. 1. Отношение работодателей к добровольной сертификации профессиональных квалификаций

должность, были получены следующие ответы, отражённые на рисунке 2.

Согласно полученным результатам 51,85% опрошенных работодателей склонны использовать данные о сертификации в пользу кандидата при решении о его трудоустройстве на вакантную должность. 37,04% опрошенных работодателей заявили, что на их мнение в большей степени влияют другие более объективные факторы такие, как например, наличие профильного образования и официально подтверждённого в трудовой книжке опыта работы. В эту же категорию были отнесены работодатели, более доверяющие рекомендациям коллег и знакомых, нежели документу о сертификации. Не менее

интересна категория работодателей, которые рассматривают добровольную сертификацию в качестве «козырной карты» при решении спорного вопроса о приеме того или иного кандидата на вакантную должность. Иначе говоря, для 11,11% опрошенных работодателей сертификация приобретает смысл лишь в ситуации выбора между несколькими кандидатами на одну вакантную должность при прочих равных условиях.

Однако, увеличивать заработную плату или вообще, в принципе, доплачивать за наличие сертификата готовы гораздо меньшее количество работодателей, даже при своем положительном отношении к добровольной сертификации. Результаты отражены на рисунке 3.

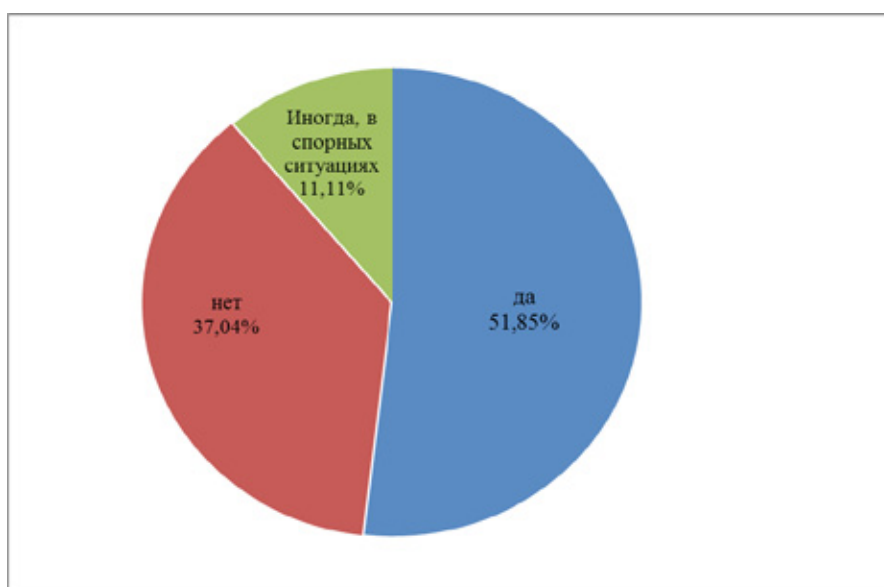


Рис. 2. Влияние наличия сертификата на решение о приеме кандидата на вакантную должность

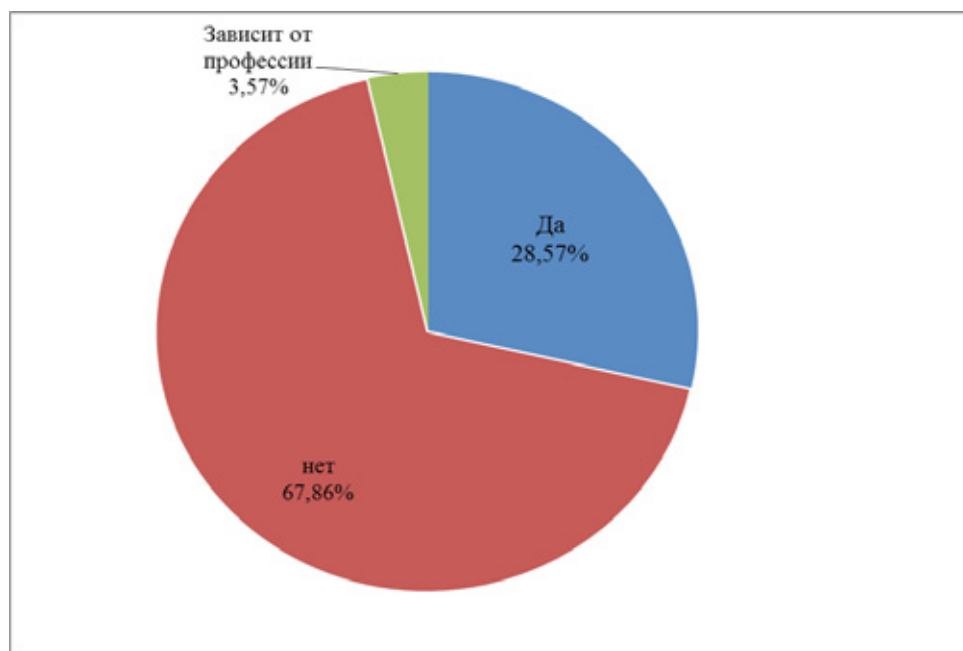


Рис. 3. Готовность работодателя доплачивать за пройденную сертификацию

Как видно из рисунка 3. Лишь 28,57% опрошенных работодателей потенциально готовы оценить старания сотрудников по прохождению добровольной сертификации в денежном эквиваленте в виде единовременной премии (в размере 5–10 тыс. руб.) либо увеличением заработной платы на 10–20% по сравнению с сотрудниками, не проходящими добровольную сертификацию. Ответы же большинства работодателей (67,86%) были категоричны. Они не рассматривают даже в перспективе дополнительные выплаты за факт прохождения сертификации. Однако некоторые работодатели (3,57%) оказались очень гибкими в рассматриваемом вопросе и ответили, что их окончательное решение будет зависеть от каждого конкретного случая в отдельности.

Но даже при таком категорическом отказе поощрять за прохождения сертификации. Большинство работодателей сочли необходимым поддержать инициативу сотрудников и разделить затраты на прохождения сертификации, что отражено на рисунке 4.

При этом 77,78% опрошенных работодателей считают, что затраты на прохождения добровольной сертификации профессиональных квалификаций должны быть поделены частично между сотрудником, частично между работодателем. Лишь 14,81% опрошенных работодателей готовы полностью возместить затраты на сертификацию. 7,41% работодателей считают, что если сертификация дело добровольное и осуществляется прежде всего в интересах работника, то и оплачивать эту услугу должен 100% сам работник.

Относительно вопросов, касающихся сертификации сотрудников в компаниях было выяснено, что к внешней сертификации прибегают лишь 16% опро-

шенных компаний. При этом сертификации подлежат преимущественно специалисты ИТ сектора и службы охраны/службы безопасности. В остальных случаях компании обходятся внутренними ресурсами по проведению аттестации персонала. При этом в большинстве случаев (более 62%) аттестации подлежит весь персонал компании от отдела продаж до водителей и технических специалистов. Особое внимание уделяется аттестации среднего менеджерского состава, проводимой так же силами самой организации.

К сожалению, был также отмечен факт того, что 22% опрошенных компаний вообще не прибегают в своей деятельности ни к сертификации, ни к аттестации сотрудников.

Не менее важными для формирования общей картины восприятия добровольной сертификации профессиональных квалификаций работодателями, оказалось, что более 80% опрошенных работодателей вообще никак не взаимодействуют с организациями, осуществляющими сертификацию и даже не ставят такое взаимодействие в планы ни на ближайшую, ни на отдалённую перспективу. Тем не менее, 11% опрошенных работодателей считают, что такую функцию по координации взаимодействия между работодателями и центрами сертификации должны выполнять именно структурные подразделения вуза, отвечающие за трудоустройство выпускников.

К аналогичным выводам о неосведомлённости работодателей приходит в своих исследованиях Горшкова О. В, отмечая, что на сегодняшний день в России отсутствует прозрачная, понятная работодателю и повсеместно внедрённая практика добровольной сертификации персонала.

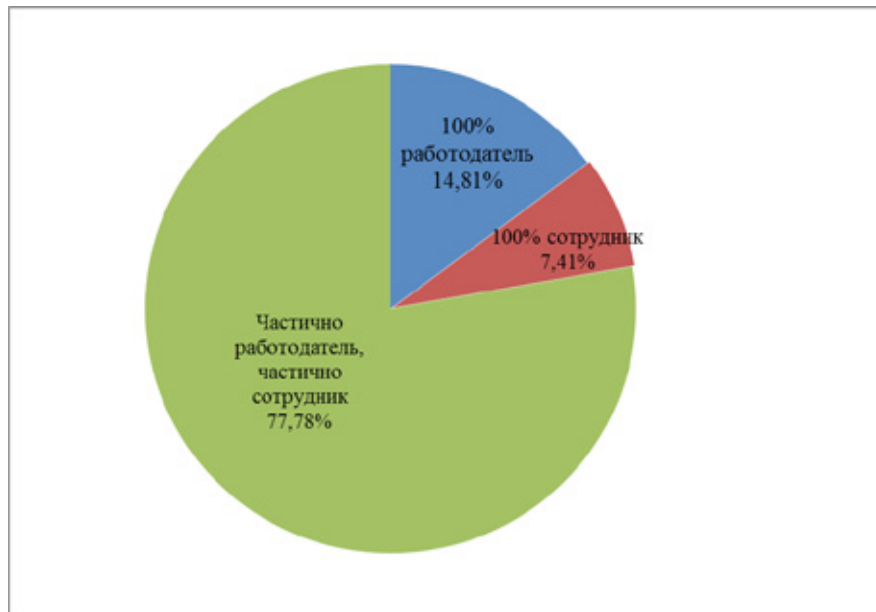


Рис. 4. Компенсация затрат на прохождение сертификации

Эта проблема относится не только к подтверждению компетенций отечественных специалистов, но и к признанию иностранных квалификаций. Ключевым фактором в сложившейся ситуации можно считать ликвидацию отраслевых министерств и ведомств, в обязанности которых ранее входило проведение политики в области профессиональной подготовки, переподготовки, повышения квалификации и оценки уровня квалификации кадров. Кроме того, отсутствие нормативной и методической документации в области развития персонала не позволяет создать систему оценки реального уровня квалификации работников [4].

Таким образом, подводя итоги проведённого исследования можно сделать следующие выводы:

1. Одной из современных и востребованных HR-технологий ликвидации кадрового голода на качественном уровне является формирование кадрового резерва организации.

2. Резервисты, входящие в состав кадрового резерва обладают определённым потенциалом, но этот потенциал ещё не достаточно проявлен и развит, поэтому работодатели каждый раз рискуют, инвестируя финансы и время в развитие каждого конкретного сотрудника из числа кадрового резерва.

3. В менталитете российских работодателей и HR-специалистов уже твердо укрепилось понимание различия между сертификацией и аттестацией персонала и сложилось устойчивое положительное отношение к феномену добровольной сертификации профессиональных квалификаций.

4. Положительное отношение к добровольной сертификации и наличие сертификатов, подтверждающих уро-

вень квалификации, в большинстве случаев способствует решению в пользу соискателя, при рассмотрении его кандидатуры на вакантную должность при трудоустройстве в организацию.

5. Работодатели не планируют дополнительно финансово поощрять сотрудников, прошедших добровольную сертификацию, хотя и готовы разделить расходы на компенсацию стоимости процедуры сертификации.

6. Работодатели практически не взаимодействуют с сертификационными центрами, не ставят налаживание такого взаимодействия в свои планы, но потенциально готовы рассмотреть перспективы сотрудничества, если все координационные и организационные аспекты возьмет на себя посредник, например, структурное подразделение вуза, отвечающее за трудоустройство выпускников.

7. Механизм добровольной сертификации может быть применён не только для решения вопроса о ценности кандидата при его трудоустройстве в организацию, но и использоваться для принятия решений о целесообразности инвестирования в персонал, входящего в состав кадрового резерва. При этом принцип добровольности прохождения сертификации позволяет выявить замотивированных и готовых к дальнейшему профессиональному росту и развитию сотрудников из числа резервистов кадрового резерва организации.

8. Внесение добровольной сертификации в качестве мероприятия в индивидуальный план развития резервиста является для работодателя своеобразной гарантией, повышающей уровень мотивации действительно заинтересованных в профессиональном росте сотрудников и повышающей вероятность отдачи от инвестирования в обучение и повышение квалификации резервистов.



Литература:

1. Даудрих, Н. И., Кацаурова С. Ю., Перова В. А. Не зарплатой единой: стратегии эффективного управления персоналом. // Мотивация и оплата труда. 2008, №3 (15), с. 224–236.
2. Якимова, З. В. Добровольная сертификация профессиональных квалификаций как диалог между вузом, студентом и работодателем. // Высшее образование сегодня. 2013, №12. с. 33–36.
3. Жильцов, В. А. Сертификация руководителей высшего звена на основе профессионального стандарта. // Кадры. 2011. №2. с. 41–47.
4. Горшкова, О. В. Профессиональные стандарты, сертификация персонала, общественно-профессиональная аккредитация: место и роль в развитии кадрового потенциала страны. // Власть и управление на Востоке России. 2012. №3. с. 98–104

## Интеграционные формирования как элемент повышения конкурентоспособности сырзаводов Украины

Яловега Людмила Васильевна, ассистент  
Полтавская государственная аграрная академия (Украина)

Исследование сущности интеграционных процессов, в частности, в молокопродуктовой отрасли дает основание рассматривать интеграцию как совокупность взаимосвязей, объединяющих действия отдельных предприятий и хозяйств аграрного, промышленного, инфраструктурного подкомплекса, направленных на создание целостной системы производства и переработки молочной продукции с целью обеспечения рационального использования потенциала отрасли сыроделия и повышение конкурентоспособности продукции.

Интеграция субъектов рынка молочной продукции Украины предусматривает создание интеграционных формирований на четырех уровнях: международном, национальном, региональном, локальном. Таким структурированным образованием международного типа является Международная Молочная Федерация (ММФ), что обеспечивает связь между 41 государством. Ее миссия заключается в сборе, накоплении и распространении научной, технической и экономической информации, а также в обмене профессиональными знаниями. Федерация способствует участию в международных проектах, в тематических семинарах, а также в координации организационных вопросов по продовольствию и сельскому хозяйству в рамках деятельности ВТО [3, с. 53].

Особая роль — как координатора национального уровня на рынке молочной продукции — принадлежит Министерству аграрной политики Украины, используя политику государственной поддержки товаропроизводителя, в частности, защиты его производственных и потребительских прав.

Локальный уровень интеграционных формирований на рынке молочной продукции представлен отдельными молокоперерабатывающими предприятиями и производителями молока сыра.

В экономической литературе выделяют два вида интеграции: горизонтальную и вертикальную. Сравнивая указанные виды интеграции, заметим, что организация вертикально построенных формирований, в отличие от горизонтальных объединений, охватывает весь хозяйственный процесс — от производства до реализации продукции. Более того, в условиях вертикальной интеграции связи ее подсистем становятся более разнообразными и влияют на конкурентоспособность отрасли.

Как пример горизонтальной интеграции в Украине в 2001 году был создан Союз молочных предприятий Украины. В него вошло четырнадцать молокоперерабатывающих предприятий, из которых: ОАО «Галактон», «Яготинский маслозавод», «Павлоградский милькомбинат», и «Кременчугский молокозавод» и другие.

Перед Союзом молочных предприятий Украины ставятся следующие задачи:

- координация деятельности его участников по формированию и развитию рынка молокопродуктов в Украине;
- представление и защита интересов членов Союза в государственных и местных органах власти;
- создание необходимых организационных, экономических, правовых и социальных условий для взаимодействия развития взаимовыгодных отношений между участниками Союза;
- участие в разработке и реализации программ развития молочной отрасли, повышения качества и увеличения объемов производства молока и молокопродуктов;
- проведение научно-практических семинаров, участие в выставках, организация конкурсов качества продукции и т. п. [1].

Еще одной из разновидностей горизонтальной интеграции являются молочные ассоциации, такие как «Полтавамолоко» — добровольное объединяющее звено

между потребителями, СМИ, товаропроизводителями и властью. В ассоциацию входят: АО «Пирятинский сыр-завод», ООО «Белоцерковская промышленная группа», ОАО «Решетилловский маслозавод», ОАО «Глобинский маслозавод», ОАО «Хорольский молочноконсервный комбинат детских продуктов» и другие. Кроме того с ассоциацией сотрудничают учебные заведения, в частности: Полтавский техникум пищевых технологий Киевского национального университета и Полтавская государственная аграрная академия (факультет переработки продуктов питания).

Принципы действия ассоциации «Полтавамолоко»: добровольность; открытость членства в ассоциации; сбор информации на рынке молокасырья; сбор информации на рынке молочной продукции; обмен информацией; проведения переговоров с органами государственной власти по вопросам, которые интересуют участников ассоциации.

Вертикальная интеграция в молокопродуктов подкомплекса Украины представлена такими формированиями: Холдинг «Террафуд» (Белоцерковский молочный комбинат, Тульчинский маслосырзавод, Новоодесский маслосырзавод, Могилев-Подольский молокозавод, Вапнярский молокозавод, Решетилловский маслозавод, Тульчинка. RU); Акционерное общество холдинг «Молочный альянс» (Пирятинский, Баштанский, Городенковский, Згуровский, Тростянецкий, Новоархангельский сырзаводы, Яготинский маслозавод, Золотоношский маслodelьный комбинат, «Варавамаслосирзавод» и компании «Эталонмолпродукт» и Торговый дом «Эталон»); Западная молочная группа и т. д.

Проведенные исследования показывают, что выше рассмотренные интеграционные формы определяют ряд преимуществ:

- содействие объединению сыроделов для завоевания новых ниш на отечественном и зарубежном рынках;
- представление и защита интересов участников в государственных и местных органах власти;
- создание необходимых условий для взаимодействия и развития взаимовыгодных отношений между участниками объединений;
- участие в разработке и реализации программ развития сыродельной отрасли;
- повышение качества и увеличение объемов производства сыров;
- содержание определенного уровня цен на молокосырье и сыры.

В связи с этим, отраслевые союзы — это достаточно эффективная маркетинговая стратегия в повышении конкурентоспособности украинских сыроделов. Однако эти положительные моменты касаются исключительно молокоперерабатывающих предприятий, а производители молокасырья не имеют от этих объединений никакой выгоды. Поэтому сложившаяся ситуация, обусловила необходимость функционирования молочных кластеров. Которые можно рассматривать как инструмент инновацион-

но-инвестиционного стимулирования развития отрасли и как важную детерминанту повышение маркетингового потенциала сыроделов Украины.

Кластер по производству молока и молочной продукции позволяет повысить эффективность взаимодействия молокоперерабатывающих предприятий, производителей молокасырья, частного сектора, торговых ассоциаций, научно-исследовательских учреждений, высших учебных заведений, консультационных служб, финансовых учреждений в инновационном процессе, являясь основой для конструктивного диалога между представителями кластера и государством.

Кроме того, кластер способствует повышению конкурентных преимуществ с помощью налаживания прямых связей между его участниками: с одной стороны, происходит интенсивный обмен информацией, а, с другой, развивается «здоровая» конкуренция между партнерами, которая стимулирует их к инновационным процессам. Взаимовыгодное партнерство на условиях кластеризации порождает интеграцию на высшем уровне, ведь объединяются малые, средние и крупные формы хозяйствования. К тому же, взаимовыгодное объединение обеспечивает удовлетворение интересов всех участников интеграционной структуры. Так, в частности, производители молока и его переработчики — от финансовых учреждений получают льготное кредитование; от перерабатывающих предприятий возможность своевременно и в полном объеме реализовать произведенную продукцию и получить инвестиции в производство качественной молокасырья; от высших учебных заведений — консультации.

В свою очередь научно-исследовательские учреждения и вузы получают базу для исследования и прохождения производственной практики для студентов. Предприятия оптовой и розничной торговли получают качественную продукцию и надежных поставщиков, а финансовые учреждения — потенциальных клиентов на кредитование. Вместе с тем молочные кластеры позволяют повысить конкурентоспособность сырзаводов. Основные направления влияния молочного кластера на конкурентоспособность сыроделов Украины представлены на рис. 1.

Несмотря на высокую степень заинтересованности ученых к развитию кластерных объединений, их количество довольно ограничено, что объясняется причинами:

- низкая производственно-хозяйственная активность предприятий АПК (наблюдается сокращение объемов производства молокасырья и молочной продукции);
- недостаточная информированность товаропроизводителей по вопросам формирования и функционирования молочных кластеров;
- инертное инвестирования (отсутствие финансовых ресурсов для создания молокоперерабатывающих кластеров);
- отсутствие нормативно-правового регулирования (законодательно процесс кластеризации не стимулируется);

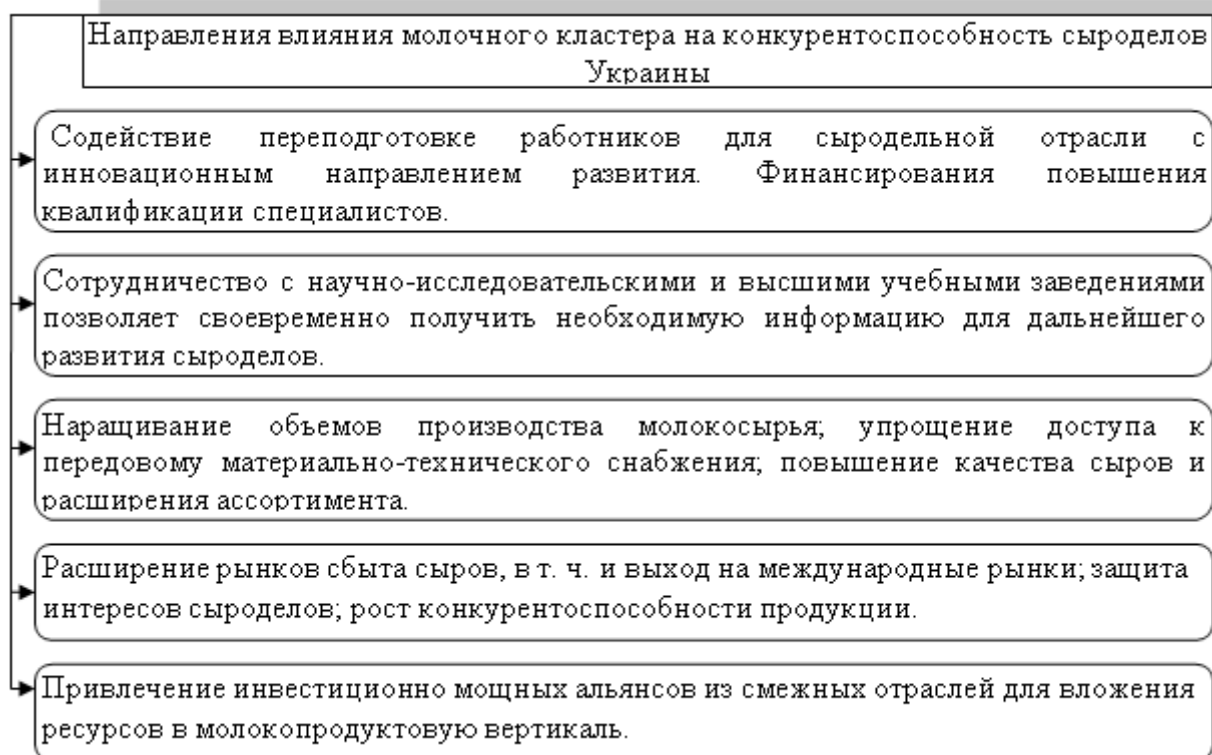


Рис. 1. Направления воздействия молочного кластера на конкурентоспособность сыроделов Украины

— несовершенство таможенной системы государства в защите украинского товаропроизводителя (контрольную функцию по всей вертикали и горизонтали интеграционной системы осуществляет государство).

В связи с вышеизложенным, нами предложены меры по стимулированию факторов влияния на формирование молочных кластеров:

— содействие повышению производственной активности агропромышленных предприятий путем внедрения схемы налогового стимулирования кластерного сотрудничества, в т. ч.:

а) льготное налогообложение кластеров, которые осуществляют финансирование проектов, отвечающих стратегии развития агропромышленного комплекса;

б) разработка программ и механизмов относительно возможностей применения налоговых каникул для малых и средних фирм в рамках кластеров;

— содействие информированности товаропроизводителей по вопросам формирования кластеров путем привлечения высших учебных заведений;

— внедрение кластерной модели развития в Украине на законодательном уровне.

Итак, в результате проведенного исследования установлено, что создание молочных кластеров в Украине является одним из приоритетных направлений развития национальной экономики и позволит получить следующие результаты: улучшение качества молока сырья; упрощение доступа к передовому материально-техническому снабжению; минимизация производственных и транспортных расходов; защита интересов участников рынка молока и молочной продукции; расширение рынков сбыта сыров, в том числе и выход на международные рынки; улучшение качества молочных продуктов и роста их конкурентоспособности на внутреннем и внешних рынках сбыта [2].

Литература:

1. Кравченко, С. А. Кластерная адаптивность сельськохозяйственных предприятий/С. А. Кравченко // Экономика АПК. — 2007. — №7. — с. 30–37.
2. Погребняк, І. Кластеризація молокопродуктового підкомплексу/І. Погребняк [Електронний ресурс]/Режим доступу: <http://confiapv.at.ua/publ/konf>.
3. Ходаківський, Є. І. Синергетичі підходи до формування інтеграційних структур/Ходаківський Є. І., Камінськ В. В., Мосієнко О. В. // Економіка АПК. — 2011. — №1. — с. 121–126.

# Молодой ученый

Ежемесячный научный журнал

№ 9 (68) / 2014

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

**Главный редактор:**

Ахметова Г. Д.

**Члены редакционной коллегии:**

Ахметова М. Н.  
Иванова Ю. В.  
Лактионов К. С.  
Сараева Н. М.  
Авдеюк О. А.  
Алиева Т. И.  
Ахметова В. В.  
Брезгин В. С.  
Данилов О. Е.  
Дёмин А. В.  
Дядюн К. В.  
Желнова К. В.  
Жуйкова Т. П.  
Игнатова М. А.  
Коварда В. В.  
Комогорцев М. Г.  
Котляров А. В.  
Кучерявенко С. А.  
Лескова Е. В.  
Макеева И. А.  
Мусаева У. А.  
Насимов М. О.  
Прончев Г. Б.  
Семахин А. М.  
Сенюшкин Н. С.  
Ткаченко И. Г.  
Яхина А. С.

**Ответственные редакторы:**

Кайнова Г. А., Осянина Е. И.

**Международный редакционный совет:**

Айрян З. Г. (Армения)  
Арошидзе П. Л. (Грузия)  
Атаев З. В. (Россия)  
Борисов В. В. (Украина)  
Велковска Г. Ц. (Болгария)  
Гайич Т. (Сербия)  
Данатаров А. (Туркменистан)  
Данилов А. М. (Россия)  
Досманбетова З. Р. (Казахстан)  
Ешиев А. М. (Кыргызстан)  
Игисинов Н. С. (Казахстан)  
Кадыров К. Б. (Узбекистан)  
Козырева О. А. (Россия)  
Лю Цзюань (Китай)  
Малес Л. В. (Украина)  
Нагервадзе М. А. (Грузия)  
Прокопьев Н. Я. (Россия)  
Прокофьева М. А. (Казахстан)  
Ребезов М. Б. (Россия)  
Сорока Ю. Г. (Украина)  
Узаков Г. Н. (Узбекистан)  
Хоналиев Н. Х. (Таджикистан)  
Хоссейни А. (Иран)  
Шарипов А. К. (Казахстан)

**Художник:** Шишков Е. А.

**Верстка:** Бурьянов П. Я.

Статьи, поступающие в редакцию, рецензируются.

За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.

Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов.

При перепечатке ссылка на журнал обязательна.

Материалы публикуются в авторской редакции.

**АДРЕС РЕДАКЦИИ:**

420126, г. Казань, ул. Амирхана, 10а, а/я 231.

E-mail: [info@moluch.ru](mailto:info@moluch.ru)

<http://www.moluch.ru/>

**Учредитель и издатель:**

ООО «Издательство Молодой ученый»

ISSN 2072-0297

Тираж 1000 экз.

Отпечатано в типографии «Конверс», г. Казань, ул. Сары Садыковой, д. 61