

МОЛОДОЙ

ISSN 2072-0297

УЧЁНЫЙ

ежемесячный научный журнал

ГОМОЛОГИЧЕСКИХ РЯДОВ
В НАСЛЕДСТВЕННОЙ ИЗМЕНЧИВОСТИ.

Доклад на 3-ем Всероссийском Селекционном
в г. Саратове 4 июня 1920 г.

САРАТОВ,
Губполитграфотдел 3 с отделе
1920 г. И. И.

БОТАНИКО-ГЕОГРАФИЧЕСКАЯ
ОСНОВЫ СЕЛЕКЦИИ

Н.И.Вавилов

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ
ОСНОВЫ
СЕЛЕКЦИИ

гомологические ряды наследственной изменчивости в семействе

	Наследственно варирующие признаки	Рожь	Пшеница	Ячмень	Овес	Пшело	Сорго
Плен-	Пленчатое (плот- но заключено в колосковых чешуйках) ... (для осво- ... от че...	+	+	+	+	+	+
	...	+	+	+	+	+	+
	...остинское	+	+	+	+	+	+

ОТКРЫТИЕ ПРОФЕССОРА Н. И. ВАВИЛОВА.

Профессору Н. И. Вавилову удалось
сделать выдающее
это открытие в области
станности, в области
изменчивости, в области
Благодаря этому, получается
формы растений, которые существуют
везде, где есть культура. Это вы-
даны, изучая в садовом саду в
Саратовской губернии. Иссле-
датель установил, что
дальнейшим путем

ру Н. И. Вавилову удалось
стать в его дальнейшее развитие
материалами его научной работы
доставления ему научной работы
важного Советского хозяйства
той в широком масштабе по сорто-
вой и селекционной работе
культуры растений и дать
важную работу Н. И. Вавилову
другим странам путем передачи уче-
бной литературы государственной

сообщение в печати об открытии Н. И. Вавило-
вических рядов. «Огни РОСТА» Саратов, 1920 г.

16
2014
Часть V

ISSN 2072-0297

Молодой учёный

Ежемесячный научный журнал

№ 18 (77) / 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*

Каленский Александр Васильевич, *доктор физико-математических наук*

Коварда Владимир Васильевич, *кандидат физико-математических наук*

Комогорцев Максим Геннадьевич, *кандидат технических наук*

Котляров Алексей Васильевич, *кандидат геолого-минералогических наук*

Кузьмина Виолетта Михайловна, *кандидат исторических наук, кандидат психологических наук*

Кучерявенко Светлана Алексеевна, *кандидат экономических наук*

Лескова Екатерина Викторовна, *кандидат физико-математических наук*

Макеева Ирина Александровна, *кандидат педагогических наук*

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 Николай Иванович Вавилов (1887–1943) — российский и советский учёный-генетик, ботаник, географ, создатель современных научных основ селекции.

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

АДРЕС РЕДАКЦИИ:

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

Учредитель и издатель: ООО «Издательство Молодой ученый»

Тираж 1000 экз.

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

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

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

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

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

Ответственные редакторы:

Кайнова Галина Анатольевна

Осянина Екатерина Игоревна

Международный редакционный совет:

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

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

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

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

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

Гайич Тамара, доктор экономических наук (Сербия)

Данатаров Агахан, кандидат технических наук (Туркменистан)

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

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

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

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

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

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

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

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

Лю Цзюань, доктор филологических наук, профессор (Китай)

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Хоссейни Амир, доктор филологических наук (Иран)

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

Художник: Евгений Шишков

Верстка: Максим Голубцов

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Мочулаев В. Е.

К вопросу о безразмерных показателях в теории оценки стоимости недвижимости 415

Нойкин К. И.

Проблема финансирования образовательных учреждений в России 420

Нурмухаметов А. В.

Банки и субъекты малого и среднего предпринимательства в условиях ограничения доступа к рынку капитала..... 424

Однокоз В. Г.

Современная характеристика системы безналичных расчетов в РФ 427

Ощепкова А. С.

Региональные механизмы негосударственного пенсионного страхования (обеспечения) работников бюджетной сферы..... 429

Полиит-Занизра Т. А.

Послы бренда — новое звено между бизнесом и потребителем..... 432

Пострелова А. В., Латыпова А. Э.

Принципы и основные этапы разработки инвестиционной стратегии 434

Пострелова А. В., Пенькова В. В.

Инвестиционная стратегия и политика Ульяновской области..... 437

Салихова И. Э.

Peculiarities of the finance in the construction industry 440

Салихова И. Э.

Financial control in construction sphere 442

Скрябин О. О.

Разработка и оценка эффективности инвестиционного проекта 444

Согачева О. В., Плохих Е. А.

Оценка социально-инфраструктурного потенциала региона (на примере Курской области) 446

Стельмачук В. А.

Бухгалтерский аутсорсинг 447

Степанов П. А.

Слияния и поглощения в банковской сфере: цели и мотивы 449

Сыроижко В. В., Кульнева И. И.

Оценка качества выпускаемой продукции и эффективность деятельности предприятия..... 452

Тарарышкина Е. Е.

Анализ активов фирмы и оценка ее имущественного положения 454

Тимотина С. С.

Особенности организации системы внутреннего контроля в строительстве..... 457

Унагаев Д. Л.

Совершенствование информатизации в деятельности органов государственного пожарного надзора МЧС России по Республике Бурятия 461

Федорова Е. С.

Банковские слияния и поглощения: мировая и российская практика..... 463

Фомина Т. А.

Анализ рынка операторов сотовой связи..... 466

Фролова Л. Н., Черкашина Е. А.

Налоговые источники формирования доходов бюджета Белгородской области и резервы увеличения их поступлений..... 468

Шаронова Е. В.

Подход к оценке экономической эффективности производства зерна..... 470

Щербаков М. А.
Применение международного опыта при построении современной национальной платежной системы России 473

Щербаков М. А.
Особенности политики антикризисного управления финансами организации 476

ПОЛИТОЛОГИЯ

Рожко О. А.
Регулирование рынка офтальмологических услуг как функция органов местного самоуправления..... 479

СОЦИОЛОГИЯ

Белоусова И. С.
Регулирование проблемы равенства при трудоустройстве на примере гостиничных предприятий 482

**Болдырев С. А., Арискин М. В.,
Медведева Л. М., Дмитриева Н. Е.**
Собеседование как первый этап в карьере..... 483

Гулько Е. Ю., Вишнякова М. В.
Особенности организации и проведения онлайн исследований 485

Гулько Е. Ю., Вишнякова М. В.
Рекрутинг как ключевая проблема социологических онлайн исследований 487

Никитина Д. Ю.
Компенсация части стоимости отдыха внутри страны как механизм развития внутреннего туризма 491

Пешкова Ю. Н.
Социальные аспекты русской и германоязычной литературы начала XX в. 492

Шатова Е. С.
Образовательные потребности школьников и родителей г. Читы: социологический анализ..... 494

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

К вопросу о безразмерных показателях в теории оценки стоимости недвижимости

Мочулаев Валерий Евгеньевич, кандидат экономических наук, доцент
Институт повышения квалификации «Конверсия» — Высшая школа бизнеса (г. Ярославль)

В зарубежной и отечественной учебной литературе по оценке рыночной стоимости недвижимости употребляются показатели, которые не имеют единиц измерения, т.е. являются безразмерными показателями. К числу таких показателей относятся валовой рентный мультипликатор, общий коэффициент капитализации, ставка дохода на капитал и ставка возврата капитала, ставка процента и ставка дисконтирования, число периодов накопления или дисконтирования, а также разновидности этих показателей.

Указанные выше показатели применяются в сравнительном и доходном подходах к оценке стоимости недвижимости, а также и в таких же подходах к оценке рыночной стоимости других объектов оценочной деятельности (предприятий, машин, оборудования, нематериальных активов и интеллектуальной собственности).

Однако использование приведенных выше показателей в качестве безразмерных не соответствует действительности, а их применение в оценочной деятельности может привести к искажению результатов определения стоимости, оцениваемых объектов недвижимости.

Целью настоящей статьи является рассмотрение неправомερных представлений о сущности безразмерных показателей, применяемых в учебной литературе по оценке стоимости объектов недвижимости.

В учебной литературе [1, 2, 3] в рамках сравнительного подхода в качестве единиц сравнения в методе соотне-

сения цены и дохода применяются два безразмерных показателя: валовой рентный мультипликатор и общий коэффициент капитализации.

Валовой рентный мультипликатор (GRM) — это отношение продажной цены либо к потенциальному валовому доходу, либо к действительному валовому доходу [1, с. 299].

Для того, чтобы показать как используется GRM авторы Д. Фридман, Н. Ордуэй в своем учебнике рассматривают следующий пример. «Предположим, что собраны данные по трем недавно проданным сопоставимым жилым комплексам:

Расчетный GRM составит около 6: комплекс 1 был продан с мультипликатором 6, комплекс 2 — с мультипликатором несколько ниже, а комплекс 3 — несколько выше 6. Если потенциальный валовой доход от оцениваемой собственности составляет 1000 000 долл., то его оценочная продажная цена будет в 6 раз больше 100 000, т.е. 600 000 долл. [1, с. 299].

В приведенном выше примере итоговый GRM не имеет единицы измерения, т.е. является безразмерной величиной, так как продажная цена и потенциальная валовая рента выражены в адекватных единицах измерения.

Аналогичные примеры расчета валового рентного мультипликатора, в которых GRM является безразмерной величиной, представлены и в других учебных работах [2, 3].

Сопоставимый объект	Продажная цена (в долл.)	Потенциальная валовая рента (в долл.)	Итоговый GRM
Жилой комплекс 1	600 000	100 000	6,00
Жилой комплекс 2	750 000	128 000	5,86
Жилой комплекс 3	450 000	74 000	6,08

Рис. 1

Однако следует отметить, что в представленном примере расчета GRM в единице измерения потенциального валового дохода не учитывается фактор времени, однако, как известно, любой доход измеряется во времени. Поэтому потенциальная валовая рента должна учитываться за временной период (год, месяц, неделю, сутки и даже часы). Это связано с разными периодами сдачи объектов недвижимости в аренду, которые довольно часто представлены на местных рынках аренды недвижимости. В этой связи при одних и тех же продажных ценах объектов и разных периодах потенциальной валовой ренты будут разные значения валовых рентных мультипликаторов.

Если в приведенном выше примере значение потенциальной валовой ренты учитывалось за годовой период, то GRM будет иметь сложную единицу измерения (размерность) — долл./ (долл./год). Тогда расчетный GRM будет

$$\text{равен } 6 \frac{\text{долл.}}{\text{долл./год}}. \text{ Причем, денежные единицы (долл.)}$$

в размерности GRM не сокращаются, так как они относятся к объектам, имеющим разную экономическую природу.

Если потенциальная валовая рента учитывается за месячный период, тогда GRM будет иметь размерность

$$\frac{\text{долл.}}{\text{долл./мес.}} \text{ или } \frac{\text{долл.} \cdot \text{мес.}}{\text{долл.}}. \text{ Такой показатель GRM назы-}$$

вают месячным рентным мультипликатором, так как он учитывает доход на ежемесячной основе, а не на годовой основе [1, с. 299]. Аналогичным образом можно рассчитать недельный рентный мультипликатор, суточный рентный мультипликатор и т.д.

Все приведенные выше валовые рентные мультипликаторы будут иметь разные размерности. Причем следует отметить, что временной период расчетного GRM должен соответствовать временному периоду потенциального валового дохода от оцениваемой собственности при определении ее рыночной стоимости. Нельзя при оценке рыночной стоимости собственности использовать месячный рентный мультипликатор и годовой потенциальный валовой доход от оцениваемой собственности без приведения этих показателей к адекватному временному периоду.

Общий коэффициент капитализации (*OAR*) определяется отношением чистого операционного дохода (*NOI*) сопоставимого аналога к его к продажной цене [2].

В указанном выше учебнике проиллюстрирован расчет этого показателя на основе данных, приведенных на рис. 2.

После сравнения качества сопоставимых объектов оценщик решает, что наиболее подходящее значение общей ставки дохода — 11,5%. Чистый операционный доход от оцениваемого объекта составляет 65 000 долл. Производится следующий расчет:

$$V = \frac{65000 \text{ долл.}}{0,115}; V = 565217 \text{ долл. Округленно до}$$

565 000 долл. [1, с. 301].

Следует отметить, что чистый операционный доход как и потенциальный валовой доход выражаются в адекватных единицах измерения, т.е. с учетом временного периода.

Поэтому расчетный *OAR* будет иметь сложную размерность, как и *GRM*.

Если в данном примере чистый операционный доход учитывался за годовой период, то расчетный

$$OAR = 0,115 \frac{\text{долл./год}}{\text{долл.}}. \text{ Аналогичным образом можно рас-}$$

считать общий коэффициент капитализации при учете значений чистого операционного дохода за другие временные периоды.

Общий коэффициент капитализации в процентах выражаться не может, так как адекватные денежные единицы, указанные в числителе и знаменателе, не сокращаются.

Чтобы убедить читателя в правоте своих суждений приведу следующий пример. Нужно определить сколько будет, если разделить 100 кг. каменного угля на 20 кг. сливочного масла. Если разделить число 100 на число 20, то получим число 5. Однако это число выражает соотношение объектов разной природы и в этой связи единицы измерения при делении указанных физических объемов каменного угля и сливочного масла не сокращаются. В результате деления получим 5 кг. каменного угля на кг. сливочного масла.

Сопоставимый объект	NOI (в долл.)	Продажная цена (в долл.)	Расчетный (OAR)
Многоквартирный комплекс 1	72 000	600 000	0,120
Многоквартирный комплекс 2	82 000	750 000	0,110
Многоквартирный комплекс 3	47 250	450 000	0,105

Рис. 2

Приведенный пример с делением объектов разной экономической природы показывает, что частное от деления этих объектов имеет сложную размерность и тем самым доказывает о наличии сложной размерности у *GRMi OAR*. Кроме того, *OAR* не может быть выражен в процентах, как это представлено в [1].

Если в рамках сравнительного подхода безразмерные показатели используются только в методе соотнесения затрат и доходов, то в доходном подходе безразмерные показатели используются, прежде всего, в методах капитализации дохода (прямой капитализации и капитализации по расчетным моделям) и методе дисконтированных денежных потоков.

Метод прямой капитализации пересчитывает величину годового дохода в стоимость путем деления дохода на коэффициент капитализации, либо путем умножения дохода на коэффициент дохода (4, с. 254). При оценке рыночной стоимости недвижимости, то есть полного права собственности, в качестве дохода применяется чистый операционный доход, а в качестве коэффициента капитализации — общий коэффициент капитализации [4, с. 255]. Но таким же образом рассчитывается общий коэффициент капитализации в методе соотнесения затрат и доходов в сравнительном подходе. Значит общий коэффициент капитализации в методе прямой капитализации доходного подхода имеет такую же размерность как и в методе соотнесения затрат и доходов сравнительного подхода.

В методе капитализации дохода по расчетным моделям в наиболее общем случае общий коэффициент капитализации состоит из двух составляющих: ставки дохода на капитал (инвестиции) и нормы возврата капитала (инвестиций). Он рассчитывается в зависимости от модели потока дохода и прогнозируемого изменения стоимости оцениваемой недвижимости в конце периода владения.

Измерителями ставки дохода на капитал (инвестиции) являются ставка (норма) процента, ставка (норма) дисконта или ставка (норма) конечной отдачи.

Рассмотрим, например, капитализацию дохода по модели бесконечного потока. «Применяется в двух случаях: либо имеется бесконечный поток дохода, либо поток дохода конечен, но цена продажи собственности равна начальной цене покупки, т.е. первоначальной инвестиции. Стоимость такой собственности определяется путем деления дохода на подходящую норму дисконтирования. Причем в этом случае норма дисконта и общий коэффициент капитализации численно равны, так как начальные инвестиции полностью возвращаются при окончании проекта» [4, с. 277].

Но не только норма дисконта и общий коэффициент капитализации численно равны, равны и их размерности, т.е. норма дисконта имеет такую же сложную размерность, как и коэффициент капитализации. Поэтому наряду с размерностью нормы дисконта, такие же размерности должны иметь и норма процента, и норма конечной отдачи, т.е. как и общий коэффициент капитализации.

Возврат инвестиций характеризуется нормой возврата (возмещения) капитала. Если, например, прогнозируется поступление постоянного потока доходов, но в конце периода владения происходит полное обесценение собственности, то возникает необходимость возврата инвестиций за счет формирования фонда возмещения. В этом случае общий коэффициент капитализации состоит из нормы дохода на капитал (нормы дисконта) и коэффициента фонда возмещения, который должен иметь такую же сложную размерность, как и норма дисконта. Таким образом, составляющие общего коэффициента капитализации в методе капитализации дохода по расчетным моделям должны иметь такую же размерность, как и общий коэффициент капитализации. При возрастающих или убывающих потоках доходов и различных значениях собственности в конце периода владения составляющие общего коэффициента капитализации будут иметь размерности аналогичные размерности общего коэффициента капитализации.

В теории оценки стоимости недвижимости методом дисконтированных денежных потоков (ДДП) используется ставка дисконтирования денежного потока конкретного периода в качестве безразмерной величины. В популярном отечественном учебнике по оценке недвижимости «расчет стоимости объекта недвижимости методом ДДП производится по формуле

$$PV = \sum_{i=1}^n \frac{C_i}{(1+i)^i} + M \cdot \frac{1}{(1+i)^n}, \quad (1)$$

где

V — текущая стоимость;

C_t — денежный поток периода t ;

i_t — ставка дисконтирования денежного потока периода t ;

M — стоимость реверсии, или остаточная стоимость» [2, с. 163].

Ставка дисконтирования в формуле (1) является безразмерной величиной, иначе нельзя суммировать ее с единицей. Однако ставка дисконтирования, как и ставка процента, устанавливаются на определенный период времени, например, год, квартал или месяц. Поэтому ставка дисконтирования должна содержать временную характеристику, т.е. быть размерной величиной. Например, 12%

годовых, т.е. $12 \frac{\%}{год}$ или $0,12 \frac{1}{год}$. При этих годовых значениях

месячная ставка дисконтирования будет

$$\frac{0,12}{12мес.} = 0,01 \frac{1}{мес.}$$

В этой связи некорректно складывать безразмерную величину (единицу) со ставкой дисконтирования, являющейся размерной величиной.

Кроме ставки дисконтирования в приведенной выше формуле используются временные периоды, которые не получили расшифровки и являются безразмерными ве-

личинами. Однако это не так, ставки дисконтирования и временные интервалы, на которые разделяется период владения объектом недвижимости, имеют одинаковые временные характеристики. Если, например, денежный поток прогнозируется по годам периода владения оцениваемой недвижимостью, то и ставки дисконтирования устанавливаются по годам этого периода. Таким же образом устанавливаются размерности ставок дисконтирования и временных интервалов периода владения объекта недвижимости и по другим временным интервалам (квартал, месяц и т.д.).

Приведенная выше формула оценки стоимости объекта недвижимости некорректна не только из-за отсутствия размерности ставок дисконтирования и наименований временных интервалов, на которые разделяется период владения объектом недвижимости. Даже, если бы ставки дисконтирования и временные интервалы периода владения были бы безразмерными величинами, то и в этом случае при дисконтировании текущего дохода каждого временного интервала периода владения будем получать приведенный денежный поток, а не текущую (капитальную) стоимость. Тогда как при дисконтировании остаточной стоимости недвижимости получим текущую (капитальную) стоимость, которую нельзя суммировать с суммарным приведенным денежным потоком из-за другой размерности.

Аналогичные модели оценки стоимости недвижимости методом ДДП приведены и в другой учебной литературе по оценке стоимости недвижимости. Общие недостатки этих моделей оценки стоимости недвижимости методом ДДП были подробно рассмотрены в работе [5].

В отечественной научной литературе по оценке недвижимости давно ведутся обсуждения сложности применения метода ДДП в практике оценки стоимости доходной недвижимости. Чаще всего ученые-исследователи обращают особое внимание на сложность обеспечения достоверности прогнозирования денежных потоков в прогнозном периоде и в конце периода владения и говорят о содержании и сложности прогнозирования ставки дисконтирования по интервалам времени (месяцам, годам и т.п.) прогнозного периода. В ряде случаев высказываются мнения о нецелесообразности применения метода ДДП в оценочной практике.

Создается впечатление, что теория дисконтирования будущих денежных потоков с целью их приведения к настоящему времени не является научно обоснованной и достоверной. Так, в работах [6, 7] достаточно аргументировано доказывалась полная несостоятельность применения метода ДДП в оценке инвестиционных проектов. И хотя в этих работах анализируются инвестиционные проекты, которыми являются предприятия, несостоятельность применения аппарата дисконтирования в полной мере относится и к оценке эффективности инвестиций в недвижимость.

В работе [5] автор предложил вместо метода ДДП применить метод накопления денежных доходов (метод НДД). Текущие денежные доходы от эксплуатации объ-

екта недвижимости в конце каждого расчетного периода передаются на банковский депозит с начислением по формуле сложных процентов (с капитализацией процентов). При таком способе накопления они в конце прогнозного периода приобретают форму капитала и измеряются в тех же единицах, что и остаточная стоимость объекта недвижимости. В таком виде обеспечивается реальный учет фактора времени, поскольку система банковского депозита деньги множит, а не обесценивает. Таким образом, происходит капитализация текущих денежных доходов и превращение их в капитальную стоимость в конце расчетного периода.

Предложенная в работе [5] модель оценки стоимости действующего объекта недвижимости методом НДД в случае использования собственного капитала инвестора имеет следующий вид

$$PV = \frac{\sum_{t=1}^n C_t(1+i_t)^{n-t} + M}{I_n}, \quad (2)$$

где

t — номер временного интервала прогнозного периода;

n — число временных интервалов прогнозного периода;

C_t — чистый операционный доход t -го прогнозного периода;

i_t — процентная банковская ставка по вкладам (депозитам) для t -го прогнозного периода;

M — стоимость реверсии в конце прогнозного периода;

I_n — коэффициент приведения будущих доходов от реализации объекта к дате оценки.

Однако, как указано выше, применение сложного процента в методе НДД не позволяет корректно складывать безразмерную величину (единицу) со ставкой дисконтирования, являющейся размерной величиной. Поэтому сложный процент следует заменить на простой процент. Тогда усовершенствованная модель оценки стоимости объекта недвижимости в случае использования собственного капитала инвестора будет иметь следующий вид

$$PV = \frac{\sum_{t=1}^n C_t[1+(n-1) \cdot i_t] + M}{(1+n \cdot i_n)}, \quad (3)$$

где

PV — текущая стоимость оцениваемого объекта недвижимости;

t — наименование интервала времени прогнозного периода;

n — число интервалов времени в прогнозном периоде;

C_t — чистый операционный доход t -го интервала времени прогнозного периода;

i_t — процентная банковская ставка по вкладам (депозитам) для t -го прогнозного периода;

i_n — процентная банковская ставка по вкладам (депозитам) для n -го прогнозного периода;

M — остаточная стоимость объекта недвижимости.

В числителе формулы (3) текущие доходы в конце каждого расчетного интервала времени передаются на банковский депозит с начислением дохода по формуле простых процентов, которые в конце прогнозного периода приобретают форму капитала и измеряются в тех же единицах, что и остаточная стоимость объекта недвижимости. Таким образом, происходит капитализация текущих денежных доходов и превращение их в капитальную стоимость в конце прогнозного периода. В знаменателе формулы (3) для приведения к дате оценки остаточной стоимости и капитализированных на конец прогнозного периода текущих денежных доходов используется коэффициент приведения (накопления) в виде простого процента, как величина обратная коэффициенту дисконтирования, основанному на простом проценте.

Проиллюстрируем практическое применение предложенной модели (3). В качестве примера оценки стоимости объекта по формуле (3) используем действующий объект недвижимости — улучшения. Прогнозируются следующие данные объекта оценки: прогнозный период (период владения объектом), чистый операционный доход (ЧОД) по временным интервалам прогнозного периода, процентные ставки (ставки дохода) по вкладам, остаточная стоимость объекта в конце прогнозного периода. Требуется определить капитализированный (текущий) доход от каждого вклада (депозита), сумму текущего (капитализированного) дохода и остаточной стоимости на конец прогнозного периода и текущую стоимость объекта.

При существующей практике сдачи объектов недвижимости в аренду на период сроком до одного года принимаем: прогнозный период — шесть месяцев, ЧОД — постоянный в течение прогнозного периода; годовая ставка дохода по вкладам — постоянная на уровне 8,0 процентов

$$\text{годовых или } 0.08 \frac{1}{\text{год}}, \text{ или } 0.0067 \frac{1}{\text{мес.}}$$

Исходные данные и результаты расчета текущей стоимости объекта оценки с применением формулы (3) для шести месяцев прогнозного периода приведены в табл. 1.

Приведем некоторые пояснения к представленным в табл. 1 результатам расчета некоторых показателей, например, результатам расчета периода накопления каждого вклада и расчета накопленного на конец прогнозного периода капитализированного дохода.

Накопление каждого вклада (ЧОД) при его передаче на депозит начинается с конца каждого месяца прогнозного периода. Поэтому период накопления для каждого вклада денежных средств определяется как разность между прогнозным периодом, выраженным числом месяцев, и номером месяца каждого вклада. Например, период накопления вклада, переданного на депозит в конце первого месяца прогнозного периода, будет равен:

$$6 - 1 = 5.$$

Коэффициент накопления для пятилетнего срока накопления при процентной ставке 0,0067 1/мес. составит 1,0335. Тогда капитализированный доход вклада первого месяца прогнозного периода составит 10 тыс. руб. $\times 1,0335 = 10,335$ тыс. руб. Аналогичным образом рассчитываются капитализированные доходы для остальных вкладов.

Таблица 1. Оценка текущей стоимости объекта по формуле (3)

Показатели	1-й мес.	2-й мес.	3-й мес.	4-й мес.	5-й мес.	6-й мес.
ЧОД, тыс. руб./мес.	10	10	10	10	10	10
Остаточная стоимость объекта, тыс. руб.	—	—	—	—	—	2400
Ставка по вкладам, 1/мес.	0,0067	0,0067	0,0067	0,0067	0,0067	0,0067
Коэффициент накопления t — го месяца	1,0335	1,0268	1,0201	1,0134	1,0067	1,0000
Текущий доход от каждого вклада на конец t — го месяца, тыс. руб.	10,335	10,268	10,201	10,134	10,067	10,000
Сумма текущего дохода на конец прогнозного периода, тыс. руб.	x	x	x	x	x	61,005
Сумма текущего дохода и остаточной стоимости на конец прогнозного периода, тыс. руб.	x	x	x	x	x	2461
Коэффициент приведения суммы текущего дохода и остаточной стоимости к дате оценки	x	x	x	x	x	1,0402
Текущая стоимость объекта недвижимости, тыс. руб.	2365,9	x	x	x	x	x

ВЫВОДЫ:

1. Валовой рентный мультипликатор, общий коэффициент капитализации, ставка дохода на капитал (ставка процента, ставка дисконтирования и ставка конечной отдачи), ставка возврата капитала и ее разновидности, наименование и число временных интервалов в прогнозном периоде являются не безразмерными, как в теории оценки стоимости недвижимости, а размерными показателями.

2. При расчете валового рентного мультипликатора и общего коэффициента капитализации необходимо учитывать фактор времени в показателях дохода: потенциального валового или действительного валового дохода для GRM и чистого операционного дохода для OAR.

3. Валовой рентный мультипликатор, общий коэффициент капитализации, ставка дохода на капитал, ставка возврата капитала и их разновидности имеют сложную размерность, в которой денежные единицы не сокращаются, так как они относятся к показателям разной экономической природы.

4. Предлагаемые в учебной литературе модели оценки стоимости недвижимости методом ДДП являются, в математическом отношении, некорректными и должны быть заменены.

5. Предложена усовершенствованная модель оценки стоимости улучшений недвижимости методом НДД, согласно которой текущие доходы в конце каждого расчетного интервала времени передаются на банковский депозит с начислением дохода по формуле простых процентов, которые в конце прогнозного периода приобретают форму капитала и измеряются в тех же единицах, что и остаточная стоимость объекта недвижимости.

6. Коэффициенты накопления и коэффициенты приведения к дате оценки являются безразмерными показателями, если они основаны на применении простого процента.

7. Коэффициент приведения суммы текущих доходов и остаточной стоимости к дате оценки является величиной обратной коэффициенту дисконтирования, если оба основаны на применении простого процента.

Литература:

1. Фридман Дж., Ордуэй Ник. Анализ и оценка приносящей доход недвижимости: Пер с англ., М.: «Дело Лтд», 1995. 480 с.
2. Оценка недвижимости: Учебник / Под ред. А.Г. Грязновой, М.А. Федотовой. М.: финансы и статистика, 2004. 496 с.
3. Оценка недвижимости: учебное пособие / Т.Г. Касьяненко, Г.А. Маховикова, В.Е. Есипов. С.К. Мирзажанов. М.: КНОРУС, 2010. 752 с.
4. Тарасевич, Е.И. Оценка недвижимости / СПбГТУ. СПб, 1967. 422 с.
5. Мочулаев, В.Е. Методические проблемы реализации метода дисконтированных денежных потоков в оценке стоимости недвижимости // Вопросы оценки. 2011. № 3. с. 2–8.
6. Дасковский, В. Об учете фактора времени при оценке эффективности инвестиционных проектов // Хранение и переработка сельхозсырья. 2003. № 3. с. 9–20.
7. Дасковский, В., Киселев В. Об учете эффективности инвестиций // Экономист. 2007. № 3. с. 38–48.

Проблема финансирования образовательных учреждений в России

Нойкин Кирилл Ильич, студент

Московский государственный университет экономики, статистики и информатики

Заданный в последние годы курс на модернизацию общества в целом и переход к инновационной экономике невозможен без качественного человеческого капитала, уровень которого непосредственно зависит от образованности граждан страны. Модернизация общества невозможна без квалифицированных специалистов, талантливых ученых, без овладения знаниями и без качественного образования людей, являющихся, в свою очередь, источниками обеспечения высоких и устойчивых темпов экономического роста страны.

За годы становления рыночных отношений во многом позиции в сфере образования были утрачены. Уровень образования в СССР считался одним из лучших в мире. Для сравнения, Санкт-Петербургский госуниверситет —

шестым после Оксфордского, Кембриджского, Гейдельбергского и других университетов, на данный момент Санкт-Петербургский госуниверситет занимает позицию в секции 301–400, МГУ — 79 [7].

Основной причиной считают недостаточное финансирование системы образования, однако за последние годы можно наблюдать последовательное увеличение государственных расходов на образование (см. Таблица 1):

Россия вышла по доле государственных расходов к ВВП на уровень стран ОЭСР (см. Таблица 2).

При этом доля публикаций российских авторов в научных журналах за последние годы постепенно сокращается (см. Рисунок 1.).

Таблица 1. Государственные расходы на образование по подразделам классификации расходов бюджетов (миллиарды рублей) [3, с. 13]

	2000	2005	2010	2011
Консолидированный бюджет РФ и бюджеты государственных внебюджетных фондов	214,7	801,8	1893,9	2231,8
Дошкольное образование	32	113	321	394,7
Общее образование	107,9	356	827,4	989,7
Начальное профессиональное образование	13,4	39,4	61,7	62,4
Среднее профессиональное образование	10,2	43,3	102,1	115,3
Высшее послевузовское профессиональное образование	24,4	125,9	377,8	416,8
Профессиональная подготовка, переподготовка и повышение квалификации	1,4	6,7	13,2	16
Молодежная политика и оздоровление детей	-	24,8	49,5	57,3
Прикладные научные исследования в области образования	-	1,8	15,7	20,2
Другие вопросы в области образования	25,4	90,8	126,1	159,2

Таблица 2. Государственные расходы на образование в процентах к ВВП. [3, с. 19]

	% от ВВП
Россия	4,1
Великобритания	5,3
Германия	4,5
Италия	4,5
Канада	4,8
Республика Корея	4,9
США	5,3
Франция	5,8
Швеция	6,6
Япония	3,6

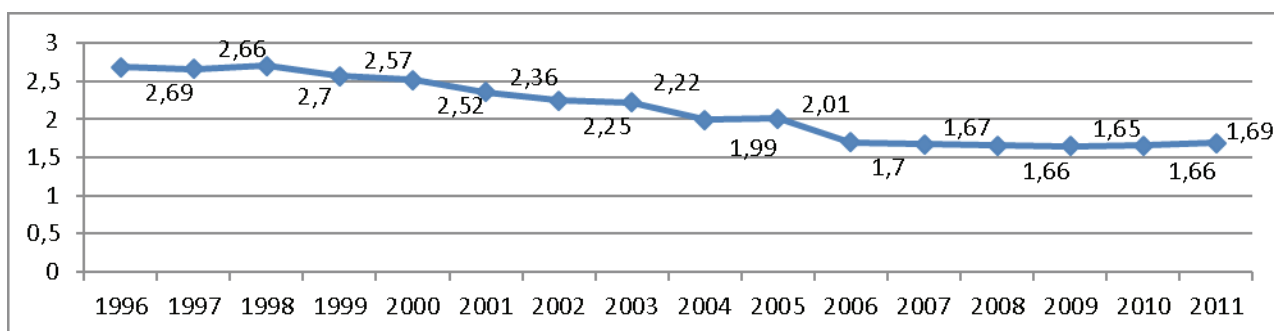


Рис. 1. Динамика удельного веса России в общемировом числе публикаций за 1996–2011 гг. в% [2, с. 253]

В результате мы можем наблюдать, что простое наращивание финансовой поддержки со стороны государства не является решением проблемы. Необходимо оценивать эффективность и рациональность использования выделенных средств. Для этого на наш взгляд необходима оценка сложившей системы финансирования образовательных учреждений и в первую очередь нормативной базы.

За последние годы произошли существенные изменения нормативной базы касающейся вопросов финансирования сферы образования, призванные устранить ограничения отдельных нормативных актов, а также провести реструктуризацию этого сектора на основе введения новых организационно-правовых форм и механизмов финансирования, обеспечивающих заинтересованность го-

сударственных органов и бюджетных учреждений в повышении качества предоставляемых услуг, также разумной экономии средств.

Так Федеральный закон РФ «Об образовании» 1992 г. был призван обеспечить экономическую самостоятельность всех образовательных учреждений за счет предоставления возможности заниматься приносящей доход деятельностью, в том числе предоставлять образовательные услуги на платной основе. Однако позже Бюджетный кодекс существенно ограничил экономическую свободу учебных заведений, было введено казначейское исполнение бюджета, учреждениям запретили брать кредиты, все внебюджетные средства были объявлены неналоговыми доходами бюджетной системы, это ограничивало свободу использования как бюджетных, так и внебюджетных средств. При этом начались работы по снятию введенных им ограничений.

За период с 2005 по 2014 гг. в бюджетном секторе РФ произошли существенные изменения, среди которых следует выделить принятие двух законодательных актов: ФЗ от 03.11.2006 № 174-ФЗ «Об автономных учреждениях» и ФЗ от 08.05.2010 № 83-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием правового положения государственных (муниципальных) учреждений». Таким образом, была создана правовая база, предусматривающая принципиально новую структуру и механизмы финансирования сектора государственных и муниципальных учреждений. Были созданы три типа государственных (муниципальных) учреждений: автономные, бюджетные и казенные. Организационно-правовая форма всех трех учреждений остается единой — государственное или муниципальное учреждение.

Автономные учреждения получили право открывать счета в кредитных организациях и брать кредиты, но лишались субсидиарной ответственности государства по их долгам. Финансируются не по смете, а на основе субсидии кроме того, подобные организации могли учреждать хозяйственные общества и участвовать в уставных капиталах коммерческих и некоммерческих организаций. Однако первые автономные учреждения в сфере образования появились лишь в 2010 г., в основном это учреждения высшего профессионального образования. Доля расходов федерального бюджета, направленных на функционирование автономных образовательных учреждений в общем объеме средств на функционирование государственных образовательных учреждений в 2010 и в 2011 гг. составила 3,6% и 7,4%. Не смотря на очевидные возможности для развития, которая дает данная форма, как видно особой популярностью она не пользуется.

Возможно, это в первую очередь связано с тем, что она порождает определенные значительные риски, как для самого учреждения, так и для его учредителя. В основном на форму автономного учреждения перешли Вузы, соответственно возникает вопрос — приведет ли ослабление ограничений по расходованию бюджетных средств к по-

вышению эффективности их использования. Ответ будет во многом зависеть от того, насколько жестко учредитель станет контролировать процесс составления и исполнения финансово-хозяйственного плана вуза. Следует отметить, что для вузов со значительными объемами внебюджетных доходов жесткость бюджетной сметы при возможности фактически свободно распоряжаться внебюджетными доходами и сейчас не выступает серьезным ограничением. За счет таких средств вузы способны повысить качество образовательных услуг. Повышение самостоятельности разумно лишь при серьезных предпосылках, которые во многих случаях отсутствуют. Большая свобода оправдана, если деятельность вуза направлена на достижение общественных целей. Ведь снятие ограничений создаст дополнительные возможности для краткосрочного обогащения без повышения эффективности для организаций, руководство которых стремится получить максимальный доход на относительно коротком промежутке времени. Для обеспечения правильного целеполагания необходимы радикальное преобразование системы лицензирования и аккредитации вузов. Действующая система аккредитации не выдерживает критики — 2 апреля 2012 г. проходил конкурс среди образовательных учреждений высшего профессионального образования, имеющих государственную аккредитацию, при этом в пояснительной записке к Федеральному закону № 318-ФЗ, число негосударственных вузов, которые смогут принимать участие в конкурсах по распределению контрольных цифр приема, не должно было превышать 40, а число бюджетных студентов, которые будут в них учиться, — 4,5 тыс. человек. Получается, что из всех аккредитованных государством вузов к обучению бюджетных студентов могут быть допущены только 40, что наглядно показывает и «цену» государственной аккредитации, и одновременно качество сложившегося в России негосударственного сектора высшего образования.

Начиная с 2012 г. в сфере образования в основном функционируют бюджетные учреждения, большая часть которых — это учреждения высшего и послевузовского профессионального образования. Доля расходов федерального бюджета, направленных на функционирование казенных учреждений, в общем объеме средств на функционирование государственных образовательных учреждений в плановом периоде 2012–2014 гг. снизится с 19% в 2012 до 16% в 2014 г., а доля расходов на функционирование бюджетных и автономных учреждений увеличится с 72,2% и 8,7% в 2012 г. до 74,5% и 9,5% в 2014 г. соответственно [6, с. 35–36].

Новый механизм финансирования в сфере образования заключается в ведении принципа нормативно-подушевного финансирования, в основном он касается высших учебных заведений. Решение о переходе на данную систему содержит Указ Президента Российской Федерации «О мерах по реализации государственной политики в области образования и науки» от 7 мая 2012 года № 599 в связи с необходимостью изменения стандартов высшего

образования страны таким образом, чтобы они отвечали требованиям сегодняшнего дня.

Указ предполагает действия, напрямую затрагивающие:

- проведение мониторинга деятельности вузов по оценке эффективности работы с целью реорганизации неэффективных вузов;

- реализация перехода к нормативно-подушевому способу финансирования вузов к июню 2013 г.;

- повышение к 2015 г. части занятого населения в возрасте от 25 до 65 лет, прошедшего повышение квалификации и (или) профессиональную подготовку, до 37%;

Данные мероприятия необходимы, поскольку в России сформировалась перенасыщенность системы образования негосударственными коммерческими ВУЗами. Плохая регулируемость и низкое качество образования привели к тому, что рынок труда получил большое количество специалистов с высшим образованием, которых государство просто не может обеспечить рабочими местами по специальности. В связи с этим возникла необходимость оценки эффективности деятельностью ВУЗов в РФ.

Для исполнения новой стадии преобразования высшего образования потребовалась разработка новой модели финансирования его затрат, адекватной нынешним задачам. В данной ситуации актуальна система ГИФО (Государственные именные финансовые обязательства), применяемая при планировании и финансировании затрат по госвузам. Данная система является частью новой модели финансирования расходов на высшее образование страны.

Переход к нормативно-подушевому финансированию вузов будет применяться с июня 2013 г.

Нормативное подушевое финансирование предусматривает частичное замещение финансирования содержания сети образовательных учреждений непосредственной оплатой из бюджета конкретных услуг осуществляемых на конкурсной основе.

Если раньше в планировании и финансировании затрат госвузов преобладала сметная форма финансирования, т.е. на основе индексации и корректировки объема средств, выделенных в предыдущем году, то теперь сумма средств по конкретному госвузу определяется по программно-целевому принципу.

Эти затраты для финансирования каждого из конкретных госвузов обосновываются разрешенной государством целью, которая обуславливается установленным государством заданием. Таким образом, данная система финансирования будет способствовать повышению результативности использования бюджетных средств.

Существует мнение, что нужно как можно скорее перейти к единым или дифференцированным по группам образовательных учреждений нормативам финансирования. Стоит учесть, что установление нормативов усреднением действующих индивидуальных нормативов станет выгодно слабым учреждениям и убыточно сильным [4, с. 139].

Наиболее актуальным решение выглядит дифференциация по следующим критериям, например для Вузов:

- уровень высшего образования (бакалавриат, подготовка специалиста, магистратура);

- специальность и направления подготовки;

- форма обучения (очная, заочная, очно-заочная, дистанционная);

- региональные особенности и т.д.

Однако разработка слишком сложных систем с большим количеством критериев и тарифных сеток может, сделает расчет объемов финансирования вузов не прозрачным. Во многих странах модели нормативно-подушевого финансирования с годами видоизменялись, и многочисленные видоизменения формулы расчета объемов бюджетного финансирования вузов привели к накоплению в моделях нормативно-подушевого финансирования ряда противоречий, которые в настоящее время препятствуют эффективному функционированию системы финансирования сферы высшего образования. Поэтому в настоящее время в таких государствах как Новая Зеландия, Дания и Швеция проводится работа по упрощению формул расчета объемов финансирования, сокращению количества тарифных сеток.

Для совершенствования механизма финансирования образовательных учреждений мы предлагаем следующие мероприятия:

Ослабление ограничений по расходованию бюджетных средств с помощью введения новых организационно-правовых форм учреждений не является залогом к повышению эффективности их использования. Достижение общественных целей через правильное целеполагание является решением это вопроса, для этого предлагается:

- Разработка объективных показателей оценки производимых учреждениями работ

- Совершенствование процедур общественного контроля, в частности построение объективных рейтингов Вузов.

- Преобразование системы лицензирования и аккредитации Вузов.

Федеральными органами государственного управления образованием должна быть разработана и утверждена методика расчета нормативов. На основании проведенных расчетов Правительством РФ ежегодно должны утверждаться нормативы подушевого финансирования на планируемый финансовый год. На наш взгляд, нормативные затраты оказания государственных услуг в сфере образования за счет бюджетных ассигнований бюджетов субъектов РФ не только устанавливаются в порядке, определенном органами государственной власти субъектов РФ, но и не должны быть ниже нормативных затрат оказания государственных услуг в сфере образования, установленных Правительством. Что касается нормативных затрат оказания государственных (муниципальных) услуг в сфере образования за счет бюджетных ассигнований местных бюджетов муниципальных районов и городских округов, то они не должны быть ниже нормативных затрат оказания государственных услуг, установленных органами государственной власти субъектов РФ.

Литература:

1. Аветисян, И. А. — Проблемы финансирования высшего образования в современной России // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. — 2013. — № 1 (25) — с. 110–112.
2. Белоусова, В. Ю., Городникова Н. В., Гохберг Л. М., Грачева Г. А., Кузнецова И. А., Маркова Ю. В., Мартынова С. В., Ратай Т. В., Росовецкая Л. А., Рыжикова З. А., Сагиева Г. С., Студенцова Е. А., Фридлянова С. Ю., Фурсов К. С., Храмова Е. Б., Шувалова О. Р. Индикаторы науки: 2013: статистический сборник. — Москва: Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2013. — с. 253.
3. Гохберг, Л. М., Забатурина И. Ю., Ковалева Г. Г., Ковалева Н. В., Кузнецова В. И., Озерова О. К., Шувалова О. Р. Образование в цифрах: 2013: кр. стат. сб. — М.: Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2013. — с. 17, 19.
4. Клячко, Т., Синельников-Мурылев С. О реформировании системы финансирования вузов. // «Вопросы экономики» — 2012. — № 7 — с. 139
5. Мошкова, Д. М. — К вопросу о финансировании образования в Российской Федерации // Актуальные проблемы российского права. — 2013. — № 3 — с. 265–267.
6. Романова, В. В. Мацкевич А. В. Показатели бюджетных расходов в сфере образования. М., 2012. — с. 35–36.
7. <http://www.shanghairanking.com/> — официальный сайт исследовательского центра Center for World-Class Universities of Shanghai Jiao Tong University (CWCUC).

Банки и субъекты малого и среднего предпринимательства в условиях ограничения доступа к рынку капитала

Нурмухаметов Артур Вильсорович, аспирант
Институт экономики, управления и права (г. Казань)

Целью работы является рассмотрение доступа субъектов малого и среднего предпринимательства к дополнительным источникам денежных средств. Актуальность темы подтверждается взятым курсом правительства на импортозамещение, а также задача осуществления роста в реальном секторе экономики. Как показывает текущая ситуация, без финансовой поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства осуществить планы правительства будет проблематично.

Ключевые слова: малый бизнес, банки, кредит малому бизнесу.

Современный этап развития Российской Федерации характеризуется серьезными и динамичными изменениями в экономических отношениях. Западные санкции по отношению к России наглядно демонстрируют, как большая часть экономики страны находится в прямой зависимости от внешнего мира. Ограничения затронули и финансовый сектор страны, а именно ограничен доступ к западному рынку капитала, проще говоря, отечественные предприятия и банки попали под санкции и теперь им закрыт доступ к иностранным кредитам. Именно иностранный рынок капитала был очень привлекателен для отечественных компаний в виду низких процентных ставок и более длительных сроков кредитования. Сложившаяся ситуация заставила искать альтернативные источники заимствования средств банкам, так как помимо самофиндирования, банки привлекали дешевые валютные кредиты за рубежом и выдавали дорогие рублевые у нас стране. Такие манипуляции были очень выгодны и обеспечивали высокую маржу отечественным банкам. Но дело в том, что многие банки кредитуют малый и средний

бизнес не за счет собственных источников денежных средств, а как раз за счет дешевых иностранных кредитов. Это объясняется тем, что собственные ресурсы очень дорогие, а если выдавать еще за счет них кредиты субъектам МСП, то такие кредиты никто не будет брать.

В условиях санкций и политике импортозамещения особую надежду в этом процессе правительство возлагает на малый и средний бизнес. На деле это выглядит следующим образом. Страна должна производить и как меньше закупать импортную продукцию. А это значит, отечественные предприятия должны наладить собственное производство так чтобы обеспечивать внутренние потребности страны. Но не стоит забывать о том, что на некоторых предприятиях износ основных фондов составляет более 40% (Российские федеральные ведомства оценивают данный показатель по России в 45–65%, а исследовательские центры РФ — минимум в 60–65% [4]). Малый бизнес в стране практически ничего не производит, так как занимается в большей своей части торговлей, ремонтом автотранспортных средств и бытовыми услугами,

в этом случае говорить о собственном производстве приходится только с большой надеждой на адекватную поддержку правительства и финансового сектора страны.

В этой связи, продолжим исследование вопроса в двух плоскостях:

1. Как оказать поддержку субъектам МСП в условиях санкций.

2. Как оказать поддержку банковскому сектору в условиях санкций.

Первый вопрос. Так как задача правительства в настоящее время направлена на импортозамещение, и развитие реального сектора экономики поставлена в приоритеты, рекомендацией для субъектов МСП занятых в сфере торговли, может быть возможность осваивания промышленного сектора, а именно выступать поставщиками комплектующих для предприятий крупного и реального сектора экономики. На наш взгляд, выступая поставщиками комплектующих, может, кто-то задуматься о начале их собственного производства. Это может быть полезно в первую очередь в отношении технологически не сложной продукции. В этом смысле правительству необходимо разработать долгосрочную программу, обозначить роль субъектов МСП и условия для вовлечения предпринимателей в программу развития реального сектора экономики. Приведем несколько предложений, которые, как мы считаем, необходимо предусмотреть и начать реализовывать для привлечения субъектов МСП в реальный сектор экономики, чтобы отечественный продукт был востребован:

— Увеличение таможенной пошлины на некоторые виды товаров импортного производства, но без ущерба для выпуска конечных образцов промышленной продукции;

— Ограничение импорта товаров для государственных нужд и компаний с государственным участием;

— Совершенствование финансово-кредитной сферы, в части предоставления долгосрочных кредитов через институты развития с использованием механизма проектного финансирования.

Говоря о финансовой стороне поддержки, отдельно хотим остановиться на программе поддержки субъектов МСП, которую реализует Открытое акционерное общество «Российский Банк поддержки малого и среднего предпринимательства» (ОАО «МСП Банк»). На деле это выглядит следующим образом. ОАО «МСП Банк» использует двухуровневую систему кредитования, которую заимствовал из немецкого опыта поддержки малого предпринимательства. Банк выдает целевые кредиты преимущественно отобраным банкам-партнерам, которые затем направляют предоставленные ОАО «МСП Банк» средства субъектам МСП под ставку не выше 13,25% годовых [3].

Получить под такую ставку кредит предпринимателю очень выгодно, но в последнее время становится все труднее получить кредит по данной программе. Эксперты отмечают, что субъектам МСП приходится обращаться

в разные банки, но в ответ от многих слышны лишь обещания. На деле никаких выданных и даже рассмотрения кредитной заявки не происходит. Из этого вывод только один, раз нет дешевых денег для Внешэкономбанка, значит, их не будет и для МСП Банка, чтоб выдавать банкам-партнерам целевые кредиты. Коммерческие банки не готовы идти на сокращение своей маржи ради кредитования юридических лиц под низкие ставки, у многих сейчас в приоритете развитие высокомаржинального розничного бизнеса. Считаем, что правительство должно обратить на это внимание и обеспечить равный доступ субъектов МСП к данной программе, вне зависимости закрыты ли зарубежные рынки или нет для Внешэкономбанка. Действующий механизм нельзя останавливать, в настоящее время необходимо искать источники для увеличения капитализации Внешэкономбанка.

Опираясь, в некоторой степени, на зарубежный опыт кредитования малого бизнеса и учитывая сложившийся в настоящее время уровень развития рыночной экономики в России, можно с уверенностью предположить, что в ряде случаев решение проблемы финансовой поддержки малых предприятий можно связать с созданием банка, специализирующегося на обслуживании финансовых потоков группы региональных фондов. При этом необходим контроль над таким банком со стороны уполномоченных этих фондов. Уставный капитал банка может формироваться за счет средств федерального и группы региональных фондов в форме финансовых поступлений. Банк берет на себя непосредственное кредитование проектов малого бизнеса в регионах, фонды которых стали учредителями банка. Преимущество этой формы поддержки заключается в том, что региональные фонды получают статус финансовых институтов. Принцип паритетного финансирования заменяется требованием предоставления ликвидных залогов, что ведет к конкуренции между региональными фондами за приобретение статуса уполномоченного. Такой подход позволит сократить количество звеньев в цепочке распределения кредитов, что поможет удешевить кредит для получателей.

Другим решением может стать инвестиционное стимулирование, которое предполагает создание инвестиционных компаний малого предпринимательства (ИКМП). Инвестиционные компании представляют собой неинфляционный механизм перераспределения государственных инвестиций коммерческих банков в интересах малых предприятий. ИКМП призваны обеспечивать субъекты малого предпринимательства, как собственным капиталом, так и долгосрочными заемными средствами. Данные компании могут аккумулировать средства, как путем эмиссии, так и посредством государственных кредитов и кредитных ресурсов коммерческих банков [2, с. 37–39].

Второй вопрос. Покажется странным, но в данном вопросе мы также обратим внимание на механизм, который реализует ОАО «МСП Банк». В последнее время программа понравилась не только предпринимателям и получила от них положительные отзывы, но и отечественные

банки оценили удобство и востребованность клиентами данной программы. Дело в том, что банки получают фондирование по максимально выгодным ставкам, в диапазоне от 6,4% до 9,25% годовых (зависит от условий и программы кредитования). Участие в данной программе позволяет банкам зарабатывать маржу от 4% годовых. Неплохой результат, учитывая, что полная стоимость кредита всегда выше: комиссии за выдачу кредита, открытие расчётного счета и пр. Но, несмотря на удобство данной схемы, санкции дают знать о себе. Представители банков отмечают на сложность в последнее время получения кредита от МСП Банка. Среди причин называют ухудшение финансовых показателей, на которые обращает внимание МСП Банк, запрос дополнительных документов по банку, документы по клиентам и др. При этом порой после долгих рассмотрений все равно им отказывают в выдаче кредита. Для многих кредитных организаций средства ОАО «МСП Банк» в кредитном портфеле составляют до 90% от общего объема. Данная ситуация, несомненно, сказывается на активности при кредитовании субъектов МСП. До настоящего времени это был самый стабильный источник фондирования для многих российских банков, которые развивают направления кредитования малого и среднего бизнеса. Правительству необходимо проработать данный вопрос, так как от этого механизма выгоду получают не только банки, но и субъекты МСП, имеющие возможность получить кредиты по ставке не выше 13,25% годовых.

На наш взгляд, для ОАО «МСП Банк» необходимо реализовать и утвердить на уровне правительства следующее:

— Рефинансирование кредитных портфелей банков (кредиты выданные за счет собственных средств банков, но подпадающие под стандарты кредитования ОАО «МСП Банк»);

— Механизм секьюритизации кредитных портфелей МСП.

Банки являются основным источником финансовых средств для предприятий МСП, поэтому совершенствование именно этого направления должно быть приоритетным для правительства. Предлагаем, кроме действующей программы двухуровневого финансирования разрабатывать и новые механизмы. В частности, предполагаем внедрение программы рефинансирования кредитных портфелей банков-партнеров. Суть должна быть в том, что сформированный банком-партнером портфель кредитов, уже представленных субъектам МСП, может быть использован им для обеспечения нового финансирования в ОАО «МСП Банк». При этом обязательным

условием такого рефинансирования должно быть получение средств на дальнейшее кредитование малого и среднего бизнеса. Эта схема должна включать в себя стандартизованные требования по применяемым банками технологиям кредитования, кредитным продуктам, кредитно-обеспечительной документации ИТ-системам банков и др. Стандартизация позволит выделить портфели однородных кредитов, предоставленных субъектам МСП, и сформировать из них пулы, которые могут быть в дальнейшем использованы в качестве обеспечения для привлечения дополнительного финансирования. Такой механизм позволит ОАО «МСП Банк» использовать дополнительные финансовые средства на увеличение Программы поддержки субъектов МСП.

Еще один из предложений является секьюритизация. Разработка механизма секьюритизации кредитных портфелей МСП ведется не первый год. Считаем, что реализация данного механизма будет новой эффективной формой финансирования коммерческих банков. Успешность данного процесса будет зависеть и от стабильности общей финансовой ситуации в стране, готовности законодательной базы и банковского сообщества к такой инновационной форме работы с субъектами МСП [1, с. 13].

Заключение

Настоящее время характеризуется повышенным вниманием к российской экономике со стороны западных стран. Многие прогнозируют спад и регрессию в российской экономике на долгие годы. В этой связи задача высшего политического руководства страны не допустить предполагаемых долгосрочных сценариев. Пример с санкциями показал нам, что существуют проблемы, решение которых найти необходимо в ближайшее время. В исследовании мы сделали акцент на текущую геополитическую ситуацию, которая поставила в непростую ситуацию российские банки из-за ограничения доступа к западному рынку капитала, а также субъектов малого и среднего предпринимательства, которым правительство подало сигнал для осваивания реального сектора экономики.

Российский бизнес обладает потенциалом, который возможно направить на рост экономики и внести изменения в отраслевую структуру МСП. В этом смысле правительство страны должно направить усилия на обеспечение бесперебойного механизма работы банков с субъектами малого и среднего предпринимательства.

Литература:

1. Крюков, С. П. О новых тенденциях в кредитовании малого и среднего бизнеса / С. П. Крюков // Финансы. — 2009. — № 2, с. 13.
2. Лановая, О. Г. Направления кредитования малого предпринимательства в РФ / О. Г. Лановая // Банковские услуги. — 2008. — № 1. с. 37–39.
3. ОАО «МСП Банк» // Официальный сайт [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.mspsbank.ru/>.
4. Чичикин, А. Поизносились // Российская газета № 5519 (143) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.rg.ru/2011/07/05/iznos.html>.

Современная характеристика системы безналичных расчетов в РФ

Однокоз Валерия Геннадьевна, студент

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

Расчетное обслуживание юридических лиц занимает основную долю в платежной системе РФ, проведенные платежи по платежным поручениям занимают основную часть проведенных расчетов, по сравнению с 2012 годом уровень проведенных платежных поручений уменьшился с 449 044,1 млрд. руб. до 353 535,8 млрд. руб [3].

Основные направления совершенствования безналичных расчетов будут связаны с использованием европейского опыта в работе коммерческих банков РФ.

За последние десять лет европейское банковское сообщество добилось значительных успехов в консолидации различных финансовых инфраструктур для создания и поддержания единого платежного пространства (SEPA). Введение единой валюты, дальнейшая разработка правил единого европейского платежного пространства, продолжение работ по созданию единой панъевропейской платежной системы.

Чтобы обеспечить эффективную конкуренцию на рынке платежных услуг, Еврокомиссия, Европейский центральный банк (ЕЦБ) и Европейский совет по платежам совместно разработали подходы к формированию единого платежного пространства. Наибольшее удобство для потребителя платежных услуг SEPA — это возможность, независимо от того, в какой стране он находится, воспользоваться платежным продуктом так же легко, как и в своей стране.

Проект SEPA поддерживают Европейский совет по платежам, Европейская комиссия и Европейский центральный банк.

Участниками единого платежного пространства является 32 страны Европейского Союза, а также Исландия, Лихтенштейн, Норвегия, Швейцария, Монако и острова — бывшие колонии европейских стран. Согласно исследованиям Кепджемини Консалтинг (Cardgemini Consulting), в 2012 году в странах ЕС было осуществлено платежей на сумму 156 млрд. евро, а годовой потенциал доходности рынка SEPA составил около 20 млрд. евро. Каждая страна — участник ЕС самостоятельно разработала план миграции платежных инструментов в соответствии с требованиями SEPA, который необходимо выполнить до конца 2014 года [1].

Проект SEPA реализуется по трем направлениям:

1. введение общих платежных инструментов и инфраструктур для национальных и трансграничных платежей, гармонизация платежных стандартов и законодательств стран — участниц;

2. осуществление платежей только в электронной форме;

3. развитие дополнительных услуг.

Проектом предусматривается применение во всех странах ЕС единых платежных инструментов (схем) — в частности таких, как платежи с банковского счета, прямой дебет счета, принципы работы с платежными картами и управления наличностью.

Европейский центральный банк выделяет четыре типа финансовых инструментов, используемых в SEPA.

1. Платеж с банковского счета (SEPA Credit Transfer — SCT) определяет правила и процессы для платежей между банками:

- Счет получателя средств должен быть прокредитован на полную сумму, без взимания комиссий, комиссия списывается отдельно;

- Доступность схемы для всех клиентов;

- Отсутствие ограничений по сумме платежей;

- Максимальное время выполнения платежа — 3 бизнес-дня (с января 2012-го — не позднее следующего бизнес-дня);

- Управление обработкой аннулированных платежей и платежей возвращающихся;

- Единственная форма платежных инструкций независимо от платежной системы, которая используется;

- Обязательное использование международного банковского номера счета (IBAN) и идентификационного кода банка (BIC).

2. Прямой дебет счета (SEPA Direct Debit — SDD) осуществляется по инициативе получателя через банк при наличии согласия плательщика и определяет общие принципы использования, а именно:

- Доступность;

- Использование для регулярных и нерегулярных платежей;

- Управление обработкой аннулированных и возвращенных платежей;

- Определение схемы для платежей В-2-В (business to business);

- Введение единой формы платежных инструкций независимо от платежной системы, которая используется;

- Обязательное использование международного банковского номера счета (IBAN) и идентификационного кода банка (BIC).

3. Платежные карты. Единые требования работы по таким картам в SEPA Cardframework (SCF) определяются спецификациями EMV (Eurocard-Mastercard-Visa), которые для повышения уровня безопасности должны иметь вместо магнитной полосы электронный чип в сочетании с ПИН-кодом.

4. Наличные (CASH). Единые принципы работы с наличностью и использование передового опыта стран для снижения стоимости оборота наличности в Европей-

ском союзе, создание единого платежного пространства наличности в евро — SECA (Single Euro Cash Area).

Проект SEPA предполагает использование единых стандартов в финансовой сфере (UNIFI), зарегистрированных в Международной организации по стандартизации (ISO), согласно которым определяется структура элементов логических данных, передаваемых в финансовом сообщении. Обмен данными должен проводиться согласно с унифицированными форматами SEPA для платежных инструментов SCT, SDD, которые реализованы на языке структурированных данных XML (Extensible Markup Language), в соответствии со стандартом ISO 20022 [2].

Для внедрения системы кодов IBAN в РФ необходимы два этапа: подготовительный и этап реализации. На подготовительном этапе необходимо предусмотреть использование IBAN в платежных документах клиентов как на национальном, так и на международном уровнях, внести изменения в отечественную законодательную базу и установить порядок и дату внедрения. Банки должны сообщить европейским банкам-корреспондентам и своим клиентам о введении в стране системы кодов IBAN.

На этапе реализации банки формируют коды IBAN клиентов и сообщают их в письменной форме. Клиенты, со своей стороны, сообщают контрагентам о присвоении кода IBAN. Для валидации кода используется программное обеспечение, размещенное на сайтах Банка России и банков.

Использование кодов IBAN для внутренних и международных расчетов имеет ряд преимуществ, а именно:

— Позволяет однозначно идентифицировать отправителя и получателя средств, который является клиентом российского банка;

— Избегать ошибок в платежных реквизитах при наборе платежных поручений, поскольку правильность введенного кода IBAN можно проверить путем расчета контрольной суммы на этапе ввода платежа;

— Минимизировать затраты банков на обслуживание в европейских банках-корреспондентах, поскольку обычно стоимость ручной обработки платежей в банках-корреспондентах на 20–40% выше автоматической;

— Автоматизировать процессы идентификации реквизитов платежа и зачисление средств на счет клиента;

— Снизить затраты банков и их клиентов на расследование платежей.

В среднем стоимость услуг по расследованию платежей в банках Евросоюза колеблется от 20 до 150 евро.

Использование в работе схем расчетного обслуживания даст возможность повысить уровень конкурентоспособности отечественных банков.

Нормализация системы безналичных расчетов будет способствовать становлению нормальных рыночных отношений. Проблема органической связи системы безналичных расчетов с рыночной средой, которая формируется в отечественном хозяйстве, приобретает сегодня особую актуальность.

Несмотря на такой достаточно широкий список преимуществ, электронные деньги имеют и свои недостатки:

— не отрегулировано законодательно. Хотя попытки обеспечить государственное правовое регулирование платежных систем и предпринимаются, все же многие страны еще однозначно не определились в своем отношении к электронным деньгам;

— нет надежной защиты персональных данных. Теоретически, злоумышленники могут пытаться отслеживать персональные данные плательщиков и обращение электронных денег вне банковской системы;

— нет надежной защиты от хакеров, также теоретически возможны хищения электронных денег, посредством инновационных методов, используя недостаточную зрелость технологий защиты.

Основные направления совершенствования безналичных расчетов будут связаны с использованием европейского опыта в работе коммерческих банков РФ.

Использование в работе схем расчетного обслуживания даст возможность повысить уровень конкурентоспособности отечественных банков.

В течение 2014 года банки продолжают работу над созданием эффективной инфраструктуры безналичных платежей, подтверждая и укрепляя свои позиции на рынке эквайринга. Для этого банки не только активно работают над расширением клиентской базы, но и развивают долгосрочные партнерские отношения с крупнейшими мировыми игроками рынка эквайринга.

Одним из приоритетных направлений работы банков является постоянное улучшение качества предоставляемых сервисов. В 2012 году денежные переводы стали еще доступнее и удобнее — лимит одного перевода с карты на карту увеличен с 15 до 30 тыс. рублей.

Банки планируют и в дальнейшем активно развивать направление денежных переводов, в том числе внедряя различные инновационные решения и улучшая качество сервиса, чтобы упрочить свои позиции в сфере эквайрингового бизнеса.

Основными направлениями развития операций с пластиковыми картами являются:

1) Реализация перспективной модели продаж и обслуживания клиентов, безусловно, потребует существенных изменений в системе управления кредитными рисками физических лиц.

2) Дифференциация модели работы банков и продуктового предложения по сегментам.

3) Развитие продуктового ряда будет нацелено на обеспечение возможности продажи клиентам всей линейки банковских продуктов, адаптированных под нужды соответствующих сегментов.

4) Оптимизация внутренних технологий и процессов предоставления банковских услуг будет направлена на их упрощение, стандартизацию и автоматизацию. Это позволит, в частности, повысить эффективность процесса принятия кредитных решений, облегчить документооборот, формализовать и сделать более масштабиру-

емой систему аналитической оценки по ряду кредитных продуктов, повысить качество анализа кредитного риска и т.д. [1].

В рамках реализации данной стратегии в 2014 году банки продолжают курс на построение высокотехнологичного розничного бизнеса, отвечающего потребностям самых широких слоев населения. Основным приори-

тетом в развитии банковского сектора на 2014 г. остается построение инновационных универсальных розничных банков, развивающих современный и социально ответственный банковский бизнес для создания доверительных и долгосрочных взаимоотношений с клиентами и партнерами, предоставления наилучшего сервиса потребителям.

Литература:

1. Банковское дело / Под ред. проф. Г. Г. Коробовой. М., Финансы и статистика, 2011.
2. Фатеев, А. Порядок ведения счета банковской карты: организационный аспект // Деньги и банки. 2009, № 3
3. Официальный сайт Банка России — <http://www.cbr.ru>, 2014.

Региональные механизмы негосударственного пенсионного страхования (обеспечения) работников бюджетной сферы

Ощепкова Анжела Сергеевна, аспирант
Российский государственный социальный университет (г. Москва)

В статье обобщен опыт региональных практик негосударственного пенсионного страхования работников бюджетной сферы, на основе которого проведена группировка регионов России по ряду классификационных признаков. Кроме того, обоснована целесообразность использования ресурсов накопительного компонента пенсионной системы для решения социальных задач и задач мобилизации внутренних инвестиционных ресурсов субъектов Российской Федерации.

Ключевые слова: негосударственные пенсионные фонды, негосударственное пенсионное страхование, работники бюджетной сферы, регион (субъект Российской Федерации).

Сравнительный анализ деятельности пенсионных фондов в развитых западных странах и негосударственных пенсионных фондов в России свидетельствует о наличии резервов развития этой сферы в нашей стране. Тем более, что в России нет столь значительного включения населения Российской Федерации в программы негосударственного пенсионного страхования, как за рубежом, где предоставление дополнительного (корпоративного) пенсионного страхования является законодательным требованием к работодателю (в том числе работодателю, выступающему от лица государства или муниципалитета), а средства, аккумулируемые в рамках таких программ, успешно используют на инвестиционные цели (Нидерланды, США, Бельгия, Швеция, Швейцария и т.д.). [1] В нашей стране корпоративные программы негосударственного пенсионного страхования формируют, как правило, компании добывающих отраслей и отраслевые монополисты, к примеру, «Газпром», «ЛУКОЙЛ», «Норильский никель», РЖД. То есть в государственном секторе экономики темпы внедрения корпоративных стандартов управления отстают от аналогичных темпов в частном секторе.

В целом же количество участников негосударственных пенсионных фондов в Российской Федерации по состо-

янию на конец первого полугодия 2014 года — 6,38 млн. человек [3], что составляет 8,45% от численности экономически активного населения Российской Федерации или 8,94% от численности занятого в экономике страны населения за аналогичный период [4]. При этом, как видно из Графика 1, ресурс отрасли практически исчерпан и начиная с конца 2012 года численность участников негосударственных пенсионных фондов несколько сократилась.

В этой связи интересен опыт пенсионного страхования (обеспечения) работников государственного сектора экономики в Российской Федерации, анализ которого может способствовать выработке рекомендаций по его совершенствованию и распространению. Для этих целей была взята категория работников, заработная плата которых финансируется из регионального или муниципального бюджетов (работников бюджетной сферы).

Анализ региональных практик дополнительного пенсионного страхования (обеспечения) работников бюджетной сферы показал, что заботу о данной категории работников (речь идет в том числе и о единовременных выплатах при выходе на пенсию) проявляют 21% регионов страны (17 субъектов Российской Федерации). Хотя абсолютно идентичные формы такого обеспечения встречаются крайне редко, тем не менее, указанные регионы

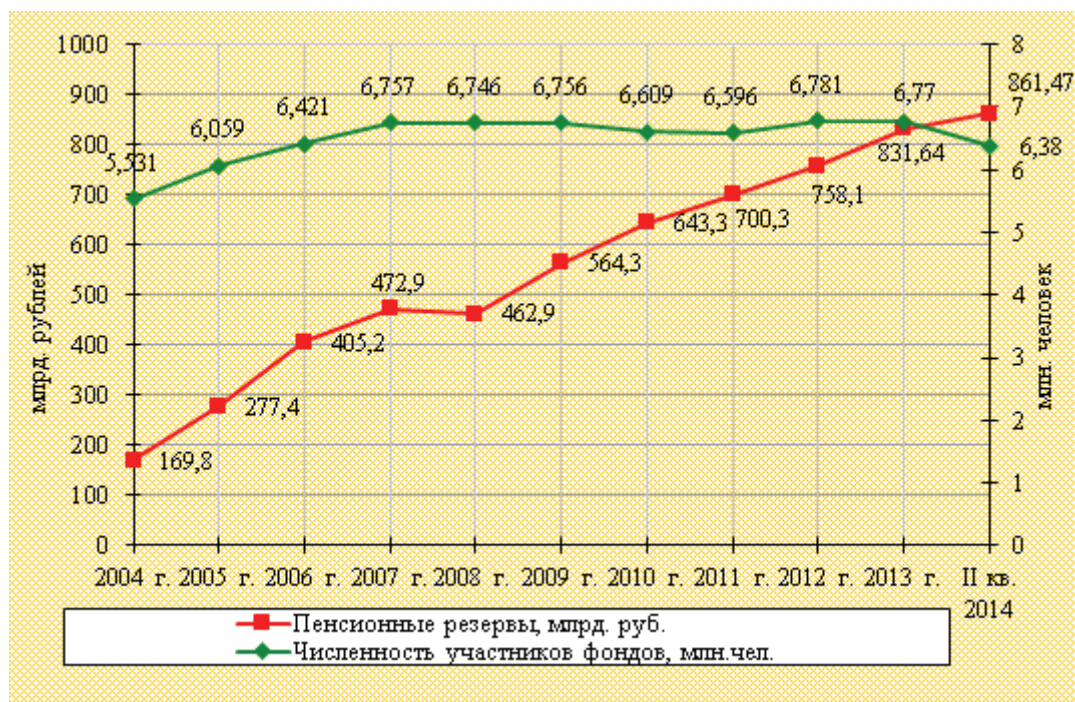


Рис. 1. Пенсионные резервы и численность участников НПФ по негосударственному пенсионному обеспечению с 2004 по II кв. 2014 года [2]

можно разделить по группам на основании классификационных признаков.

Первый признак — принцип формирования дополнительного негосударственного пенсионного страхования (обеспечения) работников бюджетной сферы. Первая форма основана на накопительном принципе, к ней в той или иной степени можно отнести 6 регионов Российской Федерации или 7,2% от общего количества регионов страны. Это регионы: город Москва, республика Татарстан, Белгородская, Нижегородская, Челябинская области и Ханты-Мансийский автономный округ. Вторая форма — пенсионное обеспечение, осуществляемое в виде периодических доплат (как правило, ежемесячных) к трудовым пенсиям граждан — бывших работников бюджетной сферы, либо в виде единовременных выплат за счет текущих расходов региональных бюджетов при соответствии работников бюджетной сферы определенным требованиям (например, стаж работы, сфера занятости, место проживания (специалисты бюджетной сферы, работающие на селе) и т.д.), это 11 регионов Российской Федерации или 13,3% от общего количества регионов страны.

Второй признак — территориальный. Есть регионы, где практика дополнительного пенсионного обеспечения работников бюджетной сферы применяется только на уровне отдельных муниципальных образований региона. К таким примерам можно отнести города Красноярск и Зеленогорск (Красноярский край), Архангельск, Магнитогорск (Челябинская область), Ракитянский район (Белгородская область). Всего примеров таких регионов в стране восемь, в десяти муниципальных образованиях

которых реализуются на практике меры дополнительной поддержки работников бюджетной сферы при выходе на заслуженный отдых.

Есть регионы, где подобные программы приняты и на уровне региона, и продублированы на уровень отдельных муниципальных образований. Например, в республике Татарстан принято постановление Кабинета министров республики от 30 декабря 2004 г. № 584 «О негосударственном пенсионном обеспечении отдельных работников бюджетной сферы Республики Татарстан», а также постановление Главы администрации г. Казани от 19 февраля 2005 г. № 287 «О негосударственном пенсионном обеспечении отдельных работников бюджетной сферы». Помимо республики Татарстан это Камчатский и Краснодарский края, Томская область и Ханты-Мансийский автономный округ.

Последняя группа регионов по данному классификационному признаку — регионы, где присутствуют только региональные программы дополнительного негосударственного пенсионного обеспечения работников бюджетной сферы. К таким регионам относятся Ленинградская, Новосибирская, Оренбургская области и Ненецкий автономный округ. К этой же группе мы отнесем и город Москву.

Кроме того, регионы можно сгруппировать по признаку охвата работников бюджетной сферы (третий классификационный признак), а именно — направлено ли дополнительное пенсионное обеспечение на отдельные категории, либо на всех работников бюджетной сферы. Из 17 регионов страны 10 регионов относятся к первой группе и 7 регионов — ко второй.

Также отдельно выделим регионы, в которых на практике негосударственное пенсионное страхование (обеспечение) работников бюджетной сферы реализации не получило, однако приняты программы о развитии этого направления либо соответствующие мероприятия обозначены в концепциях развития регионов, а также регионы, в которых ранее реализовывались подобные механизмы, но в настоящее время по разным причинам прекратили свое существование. Примеры таких регионов: республики Удмуртия и Карелия, Астраханская, Вологодская, Кемеровская, Липецкая области. Таким образом, данная группа регионов обладает базой (и в некоторых случаях опытом) для развития негосударственного пенсионного страхования (обеспечения) работников бюджетной сферы.

Как видно из анализа региональных практик на сегодняшний день недостаточно востребованы инициативы субъектов Российской Федерации и муниципальных образований по реализации программ негосударственного пенсионного страхования работников бюджетной сферы основанные на накопительном принципе. Это всего 35,3% от количества регионов, заботящихся о выплате дополнительной пенсии работникам бюджетной сферы. При этом формирующиеся в рамках таких программ средства не создают внутреннего инвестиционного ресурса региона, то есть целенаправленно не привлекаются для финансирования региональных проектов.

При этом программы негосударственного пенсионного страхования работников бюджетной сферы основанные на накопительном принципе могут способствовать успешному решению как социальных, так и экономических задач развития территорий. В первом случае речь идет о задаче формирования большего объема пенсионных прав для лиц, не имеющих возможности сформировать достаточные пенсионные накопления в рамках

обязательного пенсионного страхования, например, работники бюджетной сферы. Во втором — о возможности трансформации финансовых ресурсов, направляемых на финансирование социальных программ и формирующих отложенный источник потребления для граждан, в инвестиционный ресурс. Аккумулируемые негосударственными пенсионными фондами в рамках региональных программ пенсионного страхования средства возможно направлять на финансирование долгосрочных инвестиционных проектов для целей развития экономики (естественно при соблюдении законодательно установленных ограничений для размещения средств пенсионных резервов). Это может стать отправной точкой ускоренного развития регионов, особо актуальным для которых в условиях сокращения бюджетных кредитов и сложившейся геополитической ситуации, является поиск механизмов самофинансирования. Кроме того, подобные практики будут способствовать построению новой системы отношений государства и различных финансовых институтов, в том числе негосударственных пенсионных фондов.

Кроме того, обеспечение дополнительных пенсионных выплат работникам бюджетной сферы может позволить региону решить такие задачи как:

- возможность материального стимулирования работников и повышение трудовой дисциплины через создание дополнительных требований к получателям пенсии;
- привлечение и закрепление квалифицированных кадров;
- инвестирование пенсионных средств в региональные проекты и координация таким образом региональных инвестиционных потоков;
- создание новых рабочих мест при реализации инвестиционных проектов;
- повышение социального статуса органов власти региона.

Литература:

1. Pension country profile (extract the OECD private pension outlook 2008) // Официальный сайт Организации экономического сотрудничества и развития (OECD). URL: <http://www.oecd.org/finance/private-pensions/42574964.pdf> (дата обращения 25.12.2013).
2. Артемова, Е. В., Милехина Е. Н., Ощепкова А. С. Обзор инвестирования средств пенсионных накоплений за 2013 год. — М.: ИПЦ «Финпол», 2014. — 78 с.
3. Основные показатели деятельности негосударственных пенсионных фондов // Официальный сайт Банка России. URL: http://www.cbr.ru/sbrfr/?PrId=polled_investment (дата обращения 17.10.2014).
4. Рынок труда, занятость и заработная плата // Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/wages/labour_force/# (дата обращения 17.10.2014).

Послы бренда — новое звено между бизнесом и потребителем

Полиит-Заниздра Татьяна Александровна, магистр
Кубанский государственный университет (г. Краснодар)

Данная статья посвящена обзору нового звена между бизнесом и потребителем — послов бренда. Проведенное исследование позволяет сделать вывод об эффективности использования новых инструментов в современном маркетинге.

Ключевые слова: маркетинг, посол бренда, эффективность, маркетинговые коммуникации, продвижение продукта.

Основная задача любого бизнеса — продать свой продукт и/или услугу. Для этого необходимо донести информацию о данном товаре, его преимуществах до конечного потребителя. Эта простая, на первый взгляд, задача по мере развития мировой экономики, насыщения рынка все более разнообразными и одновременно стандартизированными товарами становилась все более сложной.

В начале-середине XX века производителю было достаточно обеспечить высокое качество продукции, чтобы она имела гарантированный успех на рынке. Со временем, когда появилось множество производителей однотипной продукции, у предпринимателей возникла необходимость выделить свой товар из множества других, по сути идентичных товаров конкурентов. Так родилась концепция бренда, когда потребитель, приобретая товар определенной фирмы-бренда, получает не только товар с набором потребительских свойств, но и приобщается к некой идее и даже идеологии бренда, становится носителем определенных ценностей, стиля. [2]

В последние 10 лет ситуация для бизнеса стала еще более сложной. Теперь потребителю сложно найти различия не только между физическими характеристиками различных товаров, но и между их нематериальными «брендовыми» ценностями. В настоящее время информационное пространство буквально перегружено информацией о товарах и брендах. Средний западный потребитель в течение дня в той или иной форме получает около 3000 сообщений о брендах. [2], [4]

Поток рекламной информации выработал у потребителя своего рода иммунитет к сообщениям, исходящим непосредственно от компаний, с одной стороны, а с другой — широкое распространение социальных сетей, возможность быстро находить необходимую информацию в сети Интернет, позволяют потребителю принимать решение о приобретении того или иного товара/услуги, основываясь на собственном анализе имеющихся на рынке предложений и на рекомендациях других потребителей, которые могут находиться в любой части света. В эпоху «глобальной деревни», таким образом, роль «сарафанного радио» или непосредственных рекомендаций одного потребителя другому становятся одним из наиболее эффективных и значимых для потребителя методов получения достоверной информации о приобретаемой продукции. По суще-

ству, произошло существенное изменение баланса сил между производителями и потребителями в пользу последних. [5]

Ответом бизнеса на данную ситуацию становится все более активное использование маркетинговой модели «послов бренда», которая является современным способом непосредственного общения компании со своим постоянным и потенциальным потребителем в новом мультимедийном информационном пространстве, построения двустороннего канала для обмена информацией о продукции, получения обратной связи столь необходимой для успешного развития бизнеса. [1], [2]

Посол бренда — это маркетинговый термин, обозначающий человека, который задействован организацией или компанией для продвижения ее продукции и/или услуг в рамках общей политики продвижения торговой марки. Посол бренда берет на себя обязательства по визуализации торговой марки, используя методы продвижения товарной марки, способствует установлению связи между компанией и ее конечными потребителями, оказывает стимулирующее воздействие на широкую аудиторию в целях увеличения продаж. [1], [6]

При этом, когда говорят о послах бренда, имеются в виду как платные, так и органические (которых еще называют «адвокаты бренда») поклонники определенной торговой марки, ведь ключевым качеством посла бренда является именно искренняя приверженность бренду, высокая оценка его потребительских качеств и желание приобщиться к нему окружающих.

Если первоначально на роль послов бренда компании стремились привлечь знаменитостей, звезд спорта, кино, эстрады, то в последнее время наблюдается иная тенденция. К продвижению бренда привлекаются «простые» потребители, ведущие активный образ жизни, имеющие определенный вес в сетевом сообществе или же в определенной социальной среде, но далеко не «звезды». Главным преимуществом таких послов бренда является то, что помимо искренней приверженности торговой марке, они готовы вести реальный диалог с потребителем, вовлекать его в идеологию бренда, реагировать на возможные претензии, принимать участие в развитии и совершенствовании продукции компании. [1], [3].

О том, насколько эффективно использование модели послов бренда наглядно говорят следующие цифры:

— В 2011 году 46% руководителей американских компаний заявили, что увеличение числа послов бренда стало одним из самых значимых положительных эффектов развития социальных сетей;

— Инициированные маркетинговыми отделами сообщения «сарафанного радио» сгенерировали в два раза большие объемы продаж, чем платная реклама;

— Коэффициент сохранения клиентов на 37% больше среди тех покупателей, которые получили рекомендации от других клиентов бренда;

— Адвокаты бренда тратят на продукцию бренда в два раза больше среднего покупателя. [5]

Можно выделить следующие семь качеств, которыми должен обладать посол бренда из числа действующих потребителей компании, разделяющих ценности бренда, готовых рекомендовать его своему окружению:

Информированность — человек, становясь послом бренда, превращается, по сути, в маркетингового представителя компании, и он должен понимать как общую ситуацию на рынке, так и свою роль в общей маркетинговой политике бренда, который он представляет. Кроме того, он должен знать (узнать в ходе специальных курсов обучения) все используемые компанией инструменты, чтобы адекватно их выбирать и использовать в своей деятельности. Хорошие базовые знания нужны также и для того, чтобы посол бренда мог быть по-настоящему инновационно мыслящим, способным вносить изменения в маркетинговую работу компании исходя из той фактической информации, которую он на регулярной основе получает при непосредственном общении с конечным потребителем.

Хороший оратор — работа посла бренда заключается, прежде всего, в общении с людьми, и он должен обладать навыками грамотной и убедительной как устной, так и письменной речи, быть способным инициировать и поддерживать непринужденную беседу, избегать конфликтов, находить общий язык даже со сложными собеседниками.

Лидер — главная цель посла бренда заключается в том, чтобы олицетворять ценности, основные преимущества и общий образ бренда, он должен не просто побудить к покупке, он должен заразить идеей, которая ассоциируется с самим фактом владения тем предметом, использования той услуги, которыми пользуется и сам посол бренда.

Заслуживающий доверие — хорошая репутация посла бренда — это основа того, чтобы ему доверяли. Никто не поверит человеку, кого уже уличали в обмане, недостойном поведении, кто ведет «неправильный» образ жизни. И наоборот, слова человека, пользующегося доверием в относительно небольшом закрытом сообществе будут иметь очень большой вес не сравнимый ни с какой рекламной кампанией.

Надежный коммуникатор — задача посла бренда заключается не только и не столько в том, чтобы донести информацию о бренде до потребителя, а в том, чтобы создать постоянный канал двустороннего обмена информа-

цией между потребителем и компанией. Т. е. посол бренда должен не просто установить такую связь, но и на постоянной основе поддерживать ее в «рабочем состоянии».

Командный игрок — несмотря на то, что работа посла бренда очень индивидуальна, он, тем не менее, должен уметь действовать в команде. У него не должно сложиться ошибочное представление, что он является единственным и главным источником популярности бренда и роста продаж компании, он должен знать и понимать, что делают другие «игроки», чем они могут помочь ему, и чем он может быть полезен им.

Технически грамотный — чтобы эффективно выполнять свою роль, посол бренда должен хорошо владеть всеми современными средствами коммуникации, быть «в тренде» наиболее популярных методов и форм общения. Поскольку Интернет-сообщества и социальные сети в настоящее время приобретают все большую популярность и распространение, он не просто должен «дружить» с компьютером, но и быть по-настоящему фанатом современных средств коммуникации. [4]

Тем не менее, несмотря на очевидные преимущества и высокую эффективность этой стратегии, лишь 20% компаний с зарегистрированными торговыми марками в их продвижении используют послов бренда. [5] Это может происходить по нескольким причинам. Во-первых, любая новая идея требует времени, чтобы стать массовой и переход от традиционных методов рекламы и маркетинга к новым не для всех предпринимателей может казаться простым и необходимым. Во-вторых, что более важно, далеко не каждая компания, к сожалению, может предложить на рынке такой продукт, у которого будут появляться такие же преданные и воодушевленные приверженцы, как, к примеру, у бренда «Apple». Ведь спецификой прямого общения с потребителем в режиме «сарафанного радио» является то, что любая фальшь, неискренность искажение реальных характеристик и свойств товара их необоснованное восхваление, не только мгновенно выявляется, но и разносится с еще большим «энтузиазмом», чем позитивная реакция на маркетинговое сообщение.

В связи с этим, главной задачей компаний, желающих задействовать маркетинговый метод послов бренда, является создание условия для появления лояльных потребителей, органичных адвокатов торговой марки, ее естественных фанатов. Здесь выделяется несколько ключевых направлений:

Отличный продукт — даже если продукция компании не является по-настоящему уникальной, ее качество должно быть безупречным, и по-настоящему нравиться потребителю. Это базовое условие, без которого все остальные усилия могут оказаться не только тщетными, но и вызвать прямо противоположный желаемому эффект.

Отличная служба клиентского сервиса — это включает себя такие мелочи, как время дозвона, ожидания ответа по электронной почте, голос оператора и множество

других моментов из которых складывается впечатление о готовности компании выслушать своего клиента и помочь ему.

Вовлеченность — это одна из тех вещей, которые человек в современном обществе ценит крайне высоко и что ему позволяют реализовывать современные коммуникационные технологии. Интернет и социальные сети по-настоящему раздвигают границы и позволяют человеку участвовать в самых разных проектах и инициативах. Возможность участвовать тем или иным способом в жизни предпочитаемой торговой марки — это еще и возможность творческой самореализации. Компании умеющие и позволяющие это делать приобретают самых верных читателей и поклонников.

Собственное сетевое сообщество — это тот механизм, который существенно упрощает налаживание эффективного канала взаимодействия с потребителем и решение вышеназванных задач по работе службы клиентского сервиса и обеспечению вовлеченности потребителей в жизнь бренда. [3]

Литература:

1. «The Brand Ambassador Marketing Model Guide», MasterNewMedia.com, 08.07.2009, <http://www.masternewmedia.org/the-brand-ambassador-marketing-model-guide/#ixzz3HGgyhA6>
2. Arons, Mark de Swaan, «How Brands Were Born: A Brief History of Modern Marketing», The Atlantic Monthly Group, 2011, <http://www.theatlantic.com/business/archive/2011/10/how-brands-were-born-a-brief-history-of-modern-marketing/246012/>
3. Cowlin, Mark, «How PR Impacts and Benefits from Brand Advocacy», Meltwater.com, 10.01.2014, <http://www.meltwater.com/public-relations-blog/pr-brand-advocacy/>
4. Tampon, Venchito, 8 мая 2013, «SearchEngine Journal», «7 Must Have Characteristics of a Corporate Brand Ambassador», <http://www.searchenginejournal.com/7-must-have-characteristics-of-a-corporate-brand-ambassador/62614/>.
5. Walter, Ekaterina, «8 Essentials Of Creating A Sustainable Advocacy Program», Forbes.com, 17.09.2013, <http://www.forbes.com/sites/ekaterinawalter/2013/09/17/8-essentials-of-creating-a-sustainable-advocacy-program/>
6. Котова, Татьяна, «Маркетинговая модель: бренд-амбассадор», Kommersant.ru, 02.10.2010, <http://www.kommersant.ru/doc/1529777>

Принципы и основные этапы разработки инвестиционной стратегии

Пострелова Алена Владимировна, ассистент;
Латыпова Алина Эмировна, студент
Ульяновский государственный технический университет

В работе исследованы основополагающие принципы инвестиционной стратегии предприятий. Также рассмотрены этапы создания инвестиционных стратегий. Приведено отличие инвестиционной стратегии от инвестиционной политики.

Инвестиционная стратегия — это концепция долгосрочных целей инвестиционной деятельности организации, которая характеризуется всеобщими проблемами ее формирования, а кроме того подбор более перспективных и эффективных путей их осуществления [1, с. 7].

В современном информационном обществе появление во взаимоотношениях между компанией и потребителем такого звена как посол бренда является своего рода проявлением закона перехода количества в качество. В данном случае количество и доступность для потребителя независимой, неангажированной информации о компаниях и их продуктах, выводит на новый качественный уровень взаимодействие между продавцом и покупателем, к которому бизнес вынужден направлять «послов» в качестве нового связующего звена.

При этом, завоевать доверие и потребителя, и обращающегося к нему посла бренда компания может, по существу, лишь одним единственным способом: предложить по-настоящему качественный продукт и сервис. Таким образом, вполне возможно, что этот новый виток конкурентной борьбы между компаниями-производителями вновь вернет ситуацию на рынке потребительских товаров к тому, когда единственным и необходимым условием успеха будет обеспечение безусловно высокого качества выпускаемой продукции.

Инвестиционную стратегию можно представить как генеральное направление (программу, проект) инвестиционной работы организации, следование которому в долгосрочной перспективе обязано привести к достижению инвестиционных целей и получению прогнозиру-

емого инвестиционного результата. таким образом, инвестиционная стратегия позволяет установить ценность направлений развития инвестиционной деятельности предприятия, направления использования инвестиционных ресурсов, а также последовательность этапов воплощения долгосрочных целей, которые обеспечивают предусмотренное единое развитие организации.

Процесс исследования инвестиционной стратегии представляется главной составной частью совокупной организации стратегического выбора компании, ключевыми деталями которого представлены цель, единые стратегические цели формирования, концепция многофункциональных стратегий в разрезе единичных типов работы, методы развития и распределения ресурсов [2, с. 365].

Актуальность исследования инвестиционной стратегии организации обуславливается рядом обстоятельств.

В ходе исследования инвестиционной стратегии предприятия сборы и утверждение стратегических инвестиционных решений гарантируют вытекающие ключевые принципы.

Принцип инвайронментализма. В противовес конституционализму (закрытой организации, работа которой не подразумевает инвестиций и каких-либо взаимоотношений с внешней средой) инвайронментализм оценивает организацию как раскрытую для энергичного взаимодействия с внешней инвестиционной средой социально-экономическую концепцию, способную к самоорганизации, т.е. приобретению надлежащей пространственной, временной либо функциональной структуры. Это дает возможность предоставить на должном уровне иной уровень развития инвестиционной стратегии компании.

Принцип соответствия. Прибывая общей частью стратегии экономического развития компании, обеспечивающей в главную очередь формирование операционной работы, инвестиционная стратегия носит по отношению к ней зависимый характер и в следствии этого обязана быть согласована со стратегическими целями и ориентациями операционной работы. Инвестиционная стратегия в данном случае рассматривается как единственный из основных условий предоставления успешного развития компании, оказывающий значительное воздействие на развитие стратегического развития операционной деятельности компании.

Базовыми стратегиями операционной деятельности компании, реализацию которых гарантирует инвестиционная стратегия, являются: незначительный рост, ускоренный рост, снижение (сокращение), комбинирование (сочетание) [3, с. 15].

Стратегию ограниченного роста применяют компании с устойчивым набором продукта и производственными технологиями, плохо подвластными воздействию научно-технического прогресса. Как правило данную стратегию предпочитают в обстоятельствах относительно слабых колебаний конъюнктуры рынка и устойчивой конкурентоспособной позиции, если инвестиционная стратегия ориентирована в первоначальную очередь на эффективное

снабжение воспроизводственных процессов и прироста активов, которые обеспечивают незначительный рост размеров изготовления и реализации продукта. Стратегические изменения инвестиционной деятельности при этом малы.

Стратегию ускоренного роста предпочитают компании в ранних стадиях собственного жизненного цикла, функционирующие в активно развивающихся секторах экономики, которые подвергаются мощному воздействию учено-технического прогресса. Инвестиционная стратегия при этом носит более трудный характер за счет потребности оснащения высочайших темпов развития инвестиционной работы, ее диверсификации по разнообразным формам, тенденциям, регионам и отраслям.

Стратегия сокращения (сжатия) характерна для компаний, пребывающих на последних стадиях собственного жизненного цикла, а кроме того в фазе экономического кризиса. По своей сути это стратегия отсекающего всего «лишнего». Она учитывает снижение размера и перечня выпускаемой продукта, уход с отдельных частей рынка и т.п. Инвестиционная стратегия обязана предоставить высокую подвижность применения высвобождаемого капитала в объектах инвестирования, которые обеспечивают последующую экономическую стабилизацию.

Стратегия сочетания (комбинирования) применяется более крупными предприятиями с обширной отраслевой и областной диверсификацией инвестиционной деятельности. Она группирует в себе разные виды частных стратегий стратегических зон хозяйствования либо стратегических хозяйственных центров. Инвестиционная стратегия компаний разграничивается по отдельным объектам стратегического управления в зависимости от стратегических целей их становления.

Принцип сочетания. Этот принцип состоит в обеспечении сочетания перспективного, протекающего и своевременного управления инвестиционной деятельностью.

Разработанная инвестиционная политика компании по сути представляется только первоначальным этапом течения стратегического управления инвестиционной деятельностью фирмы. Подобная стратегия укладывается в основу тактического (текущего) управления инвестиционной деятельностью посредством формирования инвестиционного портфеля компании (инвестиционной корзины, программы). В свою очередь тактическое руководство представляется основой своевременного управления инвестиционной деятельностью посредством осуществления отдельных установленных инвестиционных проектов и реструктуризации портфеля экономических инструментов.

Формирование инвестиционного портфеля представляется среднесрочным управленческим процессом, осуществляемым в рамках стратегических выводов и текущих инвестиционных потенциалов компании [1, с. 7].

Оперативное руководство реализацией действительных инвестиционных планов и реструктуризацией портфеля финансовых инструментов представляется

краткосрочным управленческим ходом и учитывает исследование и утверждение своевременных решений по единичным инвестиционным проектам и финансовым инструментам, а в нужных случаях подготовку заключений о пересмотре портфеля.

Принцип преимущественной ориентации на предпринимательский стиль стратегического управления. Отличают два стиля инвестиционного действия компании в стратегической перспективе: приростной (рассматривается как консервативный) и предпринимательский (рассматривается как агрессивный, направленный на ускоренный рост).

Основу приростного стиля является постановка стратегических целей от достигнутого уровня инвестиционной работы с минимизацией альтернативности принимаемых стратегических инвестиционных решений. Главнейшие перемены течений и конфигураций инвестиционной работы исполняются только рядом изменении операционной стратегии компании. Приростной стиль характерен для компаний, достигших периода зрелости жизненного цикла.

Основу предпринимательского стиля инвестиционного поведения является энергичный отбор действенных инвестиционных решений по абсолютно всем тенденциям и конфигурациям инвестиционной работы. Направления, формы и способы исполнения инвестиционной работы при этом стиле всегда изменяются с учетом изменяющихся условий внешней инвестиционной среды [5, с. 3].

Основу предпринимательского стиля инвестиционного поведения является динамичный отбор действенных инвестиционных решений по абсолютно всем направлениям и конфигурациям инвестиционной работы. Направления, формы и способы исполнения инвестиционной деятельности при данном жанре всегда изменяются с учетом изменяющихся факторов внешней инвестиционной среды.

Принцип инвестиционной гибкости и альтернативности. Инвестиционная стратегия обязана быть разработана с учетом адаптивности к переменам условий внешней инвестиционной среды. Кроме остального в базе стратегических инвестиционных решений должен быть динамичный отбор других разновидностей направлений, конфигураций и способов исполнения инвестиционной работы, подбор оптимальных из них, организация в этой основе общей инвестиционной стратегии и создание элементов эффективной ее реализации.

Инновационный принцип. Создавая инвестиционную стратегию, необходимо иметь в виду, что инвестиционная деятельность представляется основным устройством введения научно-технических нововведений, которые обеспечивают повышение конкурентоспособности компании в рынке. Осуществление единых стратегических направ-

лений формирования компании в существенной уровня находится в зависимости от этого, в какой мере его инвестиционная политика отображает итоги научно-технологического прогресса и адаптирована к стремительному применению новых его итогов.

Принцип минимизации инвестиционного риска. Фактически всегда инвестиционные решения, принимаемые в компании в ходе развития инвестиционной стратегии, модифицируют степень инвестиционного риска. В зависимости от различного инвестиционного поведения по взаимоотношению к риску степень его возможного значения в процессе исследования инвестиционной стратегии на каждом предприятии обязан устанавливаться дифференцированно.

Принцип компетентности. Которые бы эксперты не привлекались к исследованию единичных характеристик инвестиционной стратегии компании, ее реализацию обязаны гарантировать специализированные, профессиональные специалисты — финансовые (инвестиционные) менеджеры, владеющие не только лишь познаниями, умениями и навыком управления, однако и инвестиционной культурой.

Процедура разработки инвестиционной стратегии компании формируется из последующих этапов:

- установление общего времени развития инвестиционной стратегии;
- развитие, стратегических целей инвестиционной работы;
- подтверждение стратегических направлений и конфигураций инвестиционной работы;
- установление стратегических течений развития инвестиционных ресурсов;
- развитие инвестиционной политики по главным тенденциям инвестиционной работы;
- анализ результативности исследованной инвестиционной стратегии.

Инвестиционная политика представляет собою форму осуществления инвестиционной стратегии компании в разрезе более значимых течений инвестиционной деятельности в единичных стадиях ее исполнения. В отличие от инвестиционной стратегии инвестиционная политика создается только лишь по определенным тенденциям работы, требующим обеспечения более успешного управления для свершения основной стратегической цели.

В рамках инвестиционной стратегии компании разрабатывается политика:

- управления реальными инвестициями;
- управления финансовыми инвестициями;
- развития инвестиционных ресурсов;
- управления инвестиционными рисками [4, с. 26].

Литература:

1. Инвестирование. Управление инвестиционными процессами инновационной экономики: учеб. — метод. пособие для подготовки магистров по направлению «Экономика»/ авт. коллектив: Л. С. Валинурова, О. Б. Казакова, Э. И. Исхакова. — Уфа: БАГСУ, 2012. — 77 с.

2. Теплова, Т.В. Инвестиции: учеб. для бакалавров / Т.В. Теплова. — М.: Юрайт, 2012. — 724 с.
3. Управление инвестиционным портфелем предприятия: учеб. пособие для подготовки магистров по направлению 080100.68 «Экономика» программы «Финансы» / сост. Л.З. Байгузина. — Уфа: БАГСУ, 2013. — 99 с.
4. Управление рисками инновационно-инвестиционных проектов: учеб. пособие для подготовки магистров по направлению 080100.68 «Экономика» программы «Управление инновационным развитием социально-экономических систем» / авт. коллектив: Л.С. Валинурова, О.Б. Казакова, Э.И. Исхакова, М.В. Казаков. — Уфа: БАГСУ, 2013. — 80 с.
5. Фазрахманова, А.И. Оценка эффективности формирования и реализации инвестиционной политики предприятия: автореф. дис... канд. экон. наук: 08.00.05 / А.И. Фазрахманова. — Уфа, 2013. — 27 с.
6. Экономическая оценка инвестиций: учебник / под ред. М.И. Римера. — 4-е изд., перераб. и доп. — СПб.: Питер, 2011. — 425 с.

Инвестиционная стратегия и политика Ульяновской области

Пострелова Алена Владимировна, ассистент;
Пенькова Виктория Владимировна, студент
Ульяновский государственный технический университет

Изучена инвестиционная политика и стратегия Ульяновской области. Рассмотрен инвестиционный потенциал, а также изложены вопросы улучшения инвестиционного климата области. Приведен ряд инструментами реализации инвестиционной политики Ульяновской области на 2014 год.

Ключевые слова: инвестиционная стратегия, инвестиции, инвестиционная политика

Корчагин Ю.А. в своей работе «Инвестиционный анализ и инвестиционная стратегия определил, что «Инвестиционная стратегия государства (региона) — это долгосрочная программа стимулирования притока инвестиций, в общее развитие страны (региона), в перспективные отрасли, в повышение качества жизни населения, в человеческий капитал» [1, с. 3].

Инвестиционная стратегия тесно связана с общей стратегией государства, с инновационной стратегией, а также с инвестиционной политикой.

Инвестиционная политика регионов является деятельностью государственных и негосударственных органов управления и структур, которые реализуют различные меры и механизмы, благодаря которым происходит стимулирование активности инвестиций, а также устанавливается благоприятный инвестиционный климат, который позволяет эффективно использовать региональные инвестиционные ресурсы. Таким образом региональные инвестиционные проекты являются наиболее эффективным инструментом, которые позволяют реализовать инвестиционную политику регионов.

Инвестиционная политика регионов обычно включает в себя следующие основные направления:

- создание благоприятного инвестиционного климата;
- поиск средств для финансирования структурных преобразований;
- повышение роли собственных источников финансирования предприятиями инвестиционных проектов;
- обеспечение надлежащего контроля со стороны региональных властей за целевым использованием средств

из регионального бюджета, которые направляются на инвестирование;

- снижение инвестиционных рисков;
- реализация инвестиционной политики с учетом особых, специфических условий, а также стремление регионов реализовать свои преимущества для привлечения как отечественных и иностранных инвесторов [3, с. 28].

Применение вышеуказанных инструментов поможет создать благоприятный инвестиционный климат и политику, которая позволяет найти наиболее рациональный ресурс финансирования, благодаря которому возможно максимально использовать и применить производственный, научный и природный потенциал предприятия. А также осуществить его финансовую поддержку.

Особо значимой является проблема по формированию инвестиционных ресурсов на региональном или местном уровне.

На реализацию региональных инвестиционных проектов обычно используются следующие ресурсы:

- 1) собственные средства региональных бюджетов;
- 2) средства предприятий;
- 3) федеральный бюджет;
- 4) прямые частные иностранные инвестиции;
- 5) долгосрочные кредиты российских коммерческих банков [2, с. 5].

В настоящее время внебюджетные источники инвестиций малы и незначительны, поэтому необходим переход на реальное применение различных механизмов и приемов привлечения данных ресурсов, которые довольно обширно используются в международной практике.

В Российской Федерации Ульяновская область относится к числу наиболее привлекательных регионов для реализации инвестиционных проектов и инвестиционной политики.

В 2013 году инвестиций в экономику Ульяновской области поступило 76,2 млрд. рублей, или 100,3% к уровню 2012 года, в том числе небюджетных инвестиций 68,5 млрд. рублей (90% от общего объёма).

В 2012 году планировалось, что объём инвестиций в основной капитал по итогам 2013 года составит 80 млрд. рублей, однако по ряду причин этот показатель не был достигнут. В частности, в связи с тем, что сумма финансирования проекта строительства в г. Димитровграде Федерального высокотехнологичного центра медицинской радиологии была снижена в 2013 году на 4 млрд. рублей [4].

Кроме этого, наблюдается тенденция недобора инвестиций по крупным и средним предприятиям. Вместе с тем это стало стимулом пересмотра инвестиционных программ ряда предприятий (например, открытого акционерного общества «Ульяновский автомобильный завод, открытого акционерного общества «Ульяновский моторный завод», открытого акционерного общества «Ульяновское конструкторское бюро приборостроения», открытого акционерного общества «Димитровградский автоагрегатный завод»). Реализация этих программ в текущем году может способствовать росту объёма инвестиций.

Крупными и средними предприятиями вложен 41 млрд. рублей инвестиций.

По оценке Министерства стратегического развития и инноваций Ульяновской области в перечень наиболее инвестиционно привлекательных направлений в 2013 году входят:

- строительство жилья (более 7 млрд. рублей инвестиций);
- производство строительных материалов (более 3,5 млрд. рублей инвестиций);
- строительство учреждений системы здравоохранения и спорта (около 3 млрд. рублей инвестиций);
- улучшение инфраструктуры, в том числе обновление подвижного состава, модернизация коммуникаций, развитие промышленных зон, организация транспортировки природных ресурсов и программа газификации (около 1,7 млрд. рублей инвестиций);
- улучшение научно-образовательной базы высших учебных заведений (около 1,5 млрд. рублей инвестиций);
- развитие агропромышленного комплекса (более 1,6 млрд. рублей инвестиций);
- строительство коммерческой недвижимости (около 1,5 млрд. рублей инвестиций) [5].

Основной целью инвестиционной политики Ульяновской области на 2014 год Правительство Ульяновской области поставило дальнейшую диверсификацию экономики Ульяновской области за счёт использования внешних и внутренних инвестиций и формирование благоприятного делового климата на всей территории области.

Основными задачами инвестиционной политики Ульяновской области на 2014 год являются:

- 1) создание инвестиций в основной капитал объёма не менее 80 млрд. рублей;
- 2) создание за счёт реализации инвестиционных проектов 4300 рабочих мест;
- 3) привлечение на территорию Ульяновской области 15 крупных инвесторов;
- 4) развитие инвестиционного потенциала и создание привлекательного инвестиционного климата в отрасли реального сектора экономики и социальной сферы за счёт решения S. M. A.R.T. — задач;
- 5) достижение муниципальными образованиями Ульяновской области 5% роста показателя «инвестиции в основной капитал на душу населения» (в абсолютных значениях);
- 6) развитие инженерной и деловой инфраструктуры;
- 7) совершенствование законодательной и нормативной правовой базы Ульяновской области, регламентирующей формирование благоприятных условий осуществления предпринимательской деятельности;
- 8) стимулирование процесса модернизации действующих предприятий и внедрения инновационной продукции;
- 9) построение системы подготовки кадров в соответствии с потребностями экономики;
- 10) совершенствование работы по продвижению региона.

Основными инструментами реализации инвестиционной политики Ульяновской области на 2014 год являются семь основных инструментов и направлений, которые разработало и утвердило Правительство Ульяновской области:

1. Привлечение новых крупных инвесторов.

Необходимо привлечь новые крупные и современные компании, благодаря которым в регион произойдет приток не только инвестиционного капитала, но и новых рабочих мест, технологий. Крупные инвестиционные компании также притягивают и новых высококвалифицированных, как отечественных, так и зарубежных.

Главным организатором в привлечение крупных компаний в регион является ОАО «Корпорация развития Ульяновской области». В 2013 г. специалистами данного общества было более 30 презентаций региона за пределами Ульяновской области, приняли участие в 52 российских и международных выставках и других деловых мероприятиях, большинство из которых имело отраслевую направленность. Данные мероприятия позволяют повысить узнаваемость не только среди делового сообщества Российской Федерации, но и ведущих экономик мира.

2. Проведение комплекса проектов, которые направлены на рост темпов социально-экономического развития Ульяновской области.

Создание данных проектов начиналось с этапов создания зон перспективного развития, а именно промышленной зоны «Заволжье» и портовой особой эко-

номической зоны на базе международного аэропорта «Ульяновск-Восточный» (далее — ПОЭЗ).

ПОЭЗ — это уникальный проект как для Ульяновской области, так и для Российской Федерации, т.к. является особой экономической зоной аэропортового типа. В недалеком будущем планирование подобных успешных промышленных зон планируется на территории других муниципальных образований Ульяновской области — Инзенского, Новоспасского и Ульяновского районов, городов Димитровград и Новоульяновск.

3. Развитие малого и среднего бизнеса.

Особо важным является развитие МСП, т.к. это наиболее мобильный и быстроразвивающийся сектор экономики.

Продолжается политика финансовой поддержки субъектов МСП. Так, например, в 2013 году обеспечено поручительство по кредитам 128 субъектов МСП перед банками и лизинговыми компаниями на сумму 363,7 млн. рублей, что позволило привлечь 672 млн. рублей кредитных ресурсов.

Главным отличием 2013 года считается участие Ульяновской области в осуществлении проекта «налоговых каникул» для субъектов МСП, которые находятся на патентной и упрощённой системе налогообложения. Поэтому особо актуальным считается вопрос по созданию соответствующей нормативно-правовой базы.

4. Развитие кадрового потенциала.

Главной проблемой, которая стоит перед инвесторами является нехватка высококвалифицированных кадров, соответствующих международным требованиям. Для решения данного вопроса Ульяновская область как победитель конкурса АСИ получило право стать участником программы внедрения дуального образования. Для этого особо важным считается разработка правовых актов, а также систему оценки качества которые будут регулировать отношения между профессиональными образовательными организациями и работодателей при переходе на дуальную систему профессионального образования.

5. Активизация инвестиционной политики в муниципальных образованиях Ульяновской области.

В 2013 году муниципальными образованиями Ульяновской области был введен Стандарт деятельности органов местного самоуправления муниципальных образований Ульяновской области по обеспечению благоприятного делового климата, разработанный Министерством стратегического развития и инноваций Ульяновской области на основе положений регионального стандарта АСИ, утверждённый распоряжением Правительства Ульяновской области от 17.06.2013 № 385пр.

6. Отраслевая инвестиционная политика.

В 2013 году был применён новый для Ульяновской области механизм развития инвестиционной деятельности отраслевых региональных ведомств — для них были установлены индивидуальные S. M. A.R.T. — задачи, решение которых направлено на улучшение инвестиционного климата в отдельных отраслях экономики и социальной сферы [5].

7. Продвижение региона.

Основными институтами, которые призваны решить эту проблему в 2014 году, являются Совет по внешнеэкономической деятельности при Правительстве Ульяновской области, в состав которого войдут представители экспортоориентированных предприятий, а также вновь создаваемый центр развития внешнеэкономической деятельности, главная задача которого — это оценка экспортного потенциала предприятия и оказание помощи в поиске реального покупателя его продукции на внешнем рынке.

Таким образом, инвестиционная политика Ульяновской области заключается в осуществлении приобработанного опыта таким способом, чтобы направить экономику региона на дальнейшую диверсификацию экономики за счёт использования внешних и внутренних инвестиций и формирование благоприятного делового климата.

Литература:

1. Казакова, Е. А. Инвестиционная политика Ульяновской области [Текст] / Е. А. Казакова, А. В. Пострелова // Молодой ученый. — 2013. — № 11. — с. 344–347.
2. Корчагин, Ю. А. Инвестиционный анализ и инвестиционная стратегия: Учебное пособие для студентов экономических специальностей. — Воронеж: ЦИРЭ, 2011. — 64 с.
3. Кузнецов, Б. Т. Инвестиции: учебное пособие. Изд: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 623 с.
4. Стратегия социально-экономического развития Ульяновской области на период до 2020 года // Официальный сайт Губернатора и Правительства Ульяновской области / <http://ulgov.ru/page/index/permlink/id/3425/> (дата обращения 24.10.2014 г.)
5. Инвестиционный меморандум Ульяновской области на 2014 год // Официальный сайт Министерства стратегического развития и инноваций Ульяновской области / <http://http://invest.ulgov.ru/invest/831/> (дата обращения 24.10.2014 г.)

Peculiarities of the finance in the construction industry

Салихова Ирина Эриковна, аспирант
Финансовый университет при Правительстве РФ

Salihova Irina Erikovna, graduate student
Financial University under the Government of the Russian Federation

Keywords: *finance, construction, investment sources, the construction industry, equity capital, borrowing, investment and construction cycle.*

Over the past few years, the economic situation in Russia has stabilized and can now be characterized as developing. Under the conditions of Barrier-positive trends reform the investment and construction of the complex, as providing reproductive process must not only conform to the general trends, but also ahead of them [1, p.12].

Under construction cycle is a complex of activities that provide a specific construction products (ie, construction of buildings and / or structures).

Finance capital construction, principles of their organization and functions are similar to those that exist in other sectors of the economy. However, it must be said that there is also a number of distinctive features of the industry. These features include:

1. Cycle time. This factor affects the amount of work in progress, which cover working capital. In this regard, the financial statements of the building enterprise, you can see that the work in progress is a large share in the structure of current assets.

2. The individual value of construction projects affected by climatic and territorial zones, which are under construction. This factor often leads to non-uniform flow of revenue from the rental of work performed by the effect on the individual price of the property.

3. Estimated value determines the size of the financing facility. This kind of value is established on the basis of contracts with contractors and customers.

4. The need for working capital varies in some periods of construction, due to varying degrees of labor intensity and material construction and installation work. For example, the largest material costs are usually made during the construction phase, and vice versa, finishing reduce material consumption and increased labor costs.

5. The price of constructed objects is strictly individual. This is due to the inhomogeneity of the cost.

Invested capital assets generates a construction company. In the balance sheet is reflected in liabilities. Liabilities are divided into two as: equity and debt [2, p.6].

Shareholders' equity of the construction industry include:

1. Statutory Fund. As in any other economic sector this type of equity generates an initial amount that goes to the creation of the enterprise and its active. Capital stock The Charter defines the enterprise, with a minimum size is regulated by public authorities depending on the legal form of organization.

2. Reserve Fund — is part of its own capital, which is reserved for the security of the enterprise. Constituent documents to set the size of the contingency fund. The main source of income is a construction company.

3. The structure of targeted financial assets include various special funds, which are formed for the upcoming target spend accumulated funds. These funds include fund incentives, sinking fund, upcoming markdown goods, production development fund and others.

4. Retained earnings generated by the difference between the sum of the profits and distributed its parts, including used. Essentially retained earnings is a form of reserve funds own a construction company.

5. Other forms of equity. These include, for example, payments to participants (in the payment of their income in the form of interest or dividends), the calculations for the property (if renting it) and some others, which, as mentioned above, are reflected in the first section of the balance sheet liability [3, p.11].

The structure of debt capital enterprises of the construction industry include:

1. Long-term financial liabilities. This debt financing with a term of more than one year. The main forms include long-term debt and long-term bank loans with maturities not yet due and not paid by the deadline.

2. Short-term financial liabilities. It also leveraged, but with the term of use of less than one year. The main forms include various forms of building enterprise payables (for goods, works and services, for the promissory note, on advances received, according to the calculations with the budget and extra-budgetary funds, payroll, with its subsidiaries, other creditors), short-term borrowings and loans from banks and other short-term financial obligations.

During the formation of the company's capital construction must be considered the main features of each of its constituent parts.

For example, to the characteristics of equity include:

1. Easy to attract. This is due to the fact that the decisions of changes in equity are taken by managers and / or founders of a construction company without having to obtain the consent of other businesses.

2. high-impact on the rate of return on invested capital, since the loan interest is not required.

3. Reducing the risk of bankruptcy and financial stability.

However, there are disadvantages of debt capital, which include:

1. Limit the amount borrowed, and hence the restriction of opportunities dramatic expansion of construction activities with high demand in the market.
2. Wasted opportunity to gain return on equity from the exploitation of borrowed capital.

Based on the foregoing, it must be concluded that by using only equity company of the construction industry will be in the highest financially stable state, but, on the other hand, this factor limits the growth of return on invested capital due to the impossibility of expansion of economic activity through the use of borrowed capital and, therefore, limits the growth rate of the whole enterprise.

The positive characteristics of debt capital are:

1. Extensive involvement (especially in the presence of collateral or guarantees).
2. The growth of the financial capacity of the company due to the possibility of a significant expansion of economic activity.
3. Expansion of economic activity leads to an increase in return on equity [4, p.22].

The disadvantages of the use of borrowed capital should include:

1. Difficulties in raising. Decision on borrowing take at least two economic entities (banks and lenders, the lender and the borrower), which in the negative financial position of the construction industry may refuse to issue a credit or a loan.
2. Obligation of third-party guarantees or collateral. Typically, guarantees are provided on a fee basis and require an audit of operations and financial condition of the company.
3. Reducing the level of return on assets due to the obligation to pay the accrued interest for the receipt and use of leverage.
4. Increased risk of bankruptcy due to lower level of financial stability [5, c. 24].

It follows that the use of borrowed capital for the construction industry is more profitable in terms of development and possible growth in profitability, but at the same time, this leads to a reduction of financial stability.

During the development of the construction company requires an increase in capital employed. There are several sources for the formation of their own financial resources of the enterprise and its attraction of borrowed funds [6, c.49].

Own financial resources, namely their sources are divided into two as: external and internal.

External sources include primarily equity and share capital. Increase of the share capital at the expense of the securities issue. The share capital is increased by additional capital contributions. Construction company may also increase its own financial resources, for example, by a grant of financial assistance. For such assistance include free obtained intangible and tangible assets included in the balance of construction enterprise [7, c.31].

Basic position in the internal sources of the establishment of their own financial resources withdrawn profit, which re-

mains at the disposal of the company. Furthermore, these sources include depreciation, revaluation surpluses, plant and equipment, inventories, intangible assets and other assets.

Sources of borrowing construction company is also divided into external and internal.

External sources of borrowed funds are, first of all, the commodity and financial credit. Under the trade credit refers to the supply of goods of the construction company with deferred payment. Financial credit include bank loan, cash loan business entities, tax credit, etc.). Also to external sources of borrowed funds include bonds of a construction company; which are provided by the state and some businesses on an interest free basis [8, c 11].

The most significant position in the composition of domestic sources of borrowing belongs growth «stable liabilities». Such growth include borrowings of debt growth increment debt settlements with the budget (if in connection with the planned increase in the volume of economic activity is planned to increase the amount of tax payments); Salaries (if provided for an increase of the wage fund in the plan period); increase in debt insurance (if the planning period increases the value of property construction company, subject to compulsory insurance), and some other types of domestic debt of the enterprise. Stable liabilities are based on the fact that transfers of on a daily basis, and payments — at specified intervals.

For loans also called investment. The vast majority of investors are interested in the reduction of the investment cycle, as during this period invested money do not generate revenue. However, when an object is put into operation, it begins to make a profit. Recoupment of capital investments in Russia on average 7 to 8 years, and the facility to operate before, say, 1–1.5 months means cheapening of such an object by 1%. This is due to the rapid turnover of capital investments. All of the above leads to the paradoxical conclusion, appreciation of construction and design and survey works for the investor can be cost effective if it will be followed shortening commissioning. Longer construction always leads to an increase in cash outflows, as removes terms teachings profit.

Decided to allocate 3 stages of investment and construction cycle:

1. pre-design stage,
2. The main period of construction,
3. facility commissioning and commissioning

At the pre-stage for the start of construction is necessary to take many decisions on the feasibility of the planned construction, identifying the sources of financing, the choice of his place, and so forth.

All decisions should be in harmony with the general plan of the village, targeted programs [9, c.81].

Environmental facilities should be designed with the latest achievements of science, so the customer at this stage it is advisable to establish contacts with relevant scientific institutions, to solve organizational issues «scientific support».

Once the decision to build the main adopted begins construction period.

The main difference between this period of the previous is that it includes the work of many organizations, which is controlled by the main contractor, and not the activity of only one general contractor.

Contractor on behalf of the Chief Engineer approves and agrees with the wishes of the customer working drawings, which is under construction. Any deviations from the plan should be consistent with the representative of the customer.

There are four stages of construction:

— Zero loop comprising construction underground part buildings, underground Communications, vol. ie. papers produced below relative mark 0.00

— Erection aboveground parts, comprising manufacturing carriers and enclosing structures, installation of Technology equipment

— Finishing work — plastering, painting, at the same time with which mounted Engineering **оборудование** —

сантехническое, электротехническое, газоснабжение and t.d.

— Accomplishment — cleaning and planning territory around buildings, landscaping, the device paving, sidewalks and etc..

For each stage characterized by their working conditions, their machinery, their professions workers. For example, for the zero cycle is characterized by a large volume of excavation, concrete, in some cases, installation or piling works [10, 72].

The final stage of the investment and construction cycle — Putting into operation and commissioning.

Putting into operation performed acceptance committee, which includes representatives of the customer, general contractor, subcontractor, designer, bodies of state supervision, labor organizations. Customer and general contractor are Commission all necessary documentation for acceptance.

Acceptance of objects made out a special act of acceptance, which must be approved by the head of the local administration.

References:

1. Kretov AA «Financing of investment projects in housing», dissertation, St. Petersburg 2012
2. Mosquitoes KA «Assessing the impact of communication management in the investment processes in the construction of» thesis, Msc — 2010
3. Malakhov VI «Contract model in investment and construction projects», the article Moscow 2008
4. Doronin LN «Investment risk management in construction», Dissertation, Moscow 2007
5. Artamonov AA, «Risk management in construction investment», the dissertation St. Petersburg, 2003
6. Kostenko LY «The system of investment management in construction», thesis, Moscow 2004
7. VN Kozlov, «Formation and development prospects of the mortgage lending system construction in the conditions of transitive economy» thesis, Novosibirsk, 2002
8. Sayenko LK «Optimization of the financial security of road construction companies», thesis, Moscow 2008
9. Valuy AA «Improving organizational-economic mechanism of experimental construction», Moscow 2004
10. Bayandin MA «The economic rationale for the use of assets under construction», Moscow 1996.

Financial control in construction sphere

Салихова Ирина Эриковна, аспирант
Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Москва)

Salikhova Irina, postgraduate student
Financial university under the Government of the Russian Federation

Currently, the most risky in the market of construction services are recognized major investment projects. This situation is due to the difficult economic situation. Customer and Contractor reduce their risks by means of clearly defined items with the written contract. Thus, we consider the main risks incurred by parties to the treaty [1,5].

The biggest risk to the customer — the risk of loss of invested funds. This can be caused by several factors:

- Increase the cost of the project;
- Violation deadlines construction;
- Not appropriate quality work.

The main risks to the Contractor is also associated with cash. These risks include:

- Risk of loss from the wrong cost estimates and, accordingly, the cost of the project;
- Risk losses from increasing the value of the materials used;
- Risk of loss from changes in the cost of labor;
- Penalties for non-construction schedule.

For obvious reasons, the Customer is trying to negotiate a written contract contract all possible risks that it incurs. Most often in such circumstances use a fixed price contract.

However, there are a number of pitfalls, for example, when using this type of contract the Customer becomes dependent on the Contractor and can only rely on his honesty and integrity. And in that situation, if the customer arise requirements for building works, which are not specified in the contract, the customer may require the involvement of experts in order to not fall into financial dependence on the Contractor and not lose it.

Specialists such a profile called «Cost Engineering and Quantity Surveying». They specialize in determining the value of the project for the client and the contractor, its implementation, monitoring cash flows, prices and other substantiation and other components of the field of cost management. Professionals such region unites International Cost Engineering Council (ICEC). There are also organizations that are engaged in the assessment [2,12].

Experts value engineering (CE) and Specialists training and supervision Gazette Quantity Surveying (QS) have sufficiently broad functions:

- conduct Analysis investment in Construction work for Customers, investors, owners, and Contractors;
- conduct independent evaluation capital and operating costs are adapted obtained data and provide its financial Division for further operation.

Also the same e specialists perform the following work:

- calculation capital or property cost facility, including
- cost development;
- calculation cost operating and production of expenses on
- period utilization object;
- Analysis and evaluation risks;
- holding Tenders by main volume works and so the same at
- changes in the project;
- Analysis received / accepted making;
- financial analysis (for example, net cost, profit, speed
- Return investment and t.d.);
- control cost the project;
- evaluation cost existing property;
- Analysis Project Database Data and efficiency;
- planning and schedule works;
- evaluation production and investment needs, and so the same
- Operating technical structures;
- evaluation budget and Feasibility the project;
- management Value and procurement;
- contract administration;
- evaluation cost «Life cycle «;
- control volumes and quality;
- resolution contentious situations.

Most professionals have a narrow range of services and do not cover all the listed functions.

Analyzing the foregoing information, we can conclude that the range of tasks and value engineering specialists Specialists.

Training and supervision Gazette Quantity Surveying are very similar to the tasks performed by the project manager.

However, it is not. The main function of the Project Manager — identify tasks that will lead to the desired goals and allocate resources to achieve these objectives. Often the project manager already has an idea of value engineering professionals and specialists in

Training and supervision Gazette Quantity Surveying, but he is not an expert in this field and, consequently, can not provide the required level of work on large projects [3,14].

Based on the above information, it can be argued that the value engineering professionals and experts in the preparation and monitoring Gazette Quantity Surveying have fully or partially possess the following knowledge and skills:

- 1) Planning for procurement of materials / equipment, and contract administration.

Professionals should have the skills a good explanation. He or she should explain to the customer not only advantages, and disadvantages of the various contracts from the perspective of the customer.

He also needs to understand the procedure of payment and changes in order to understand how the contracts perform the tasks of the project.

- 2) Forecasting.

The specialist should be able to use a variety of methods to predict, understand where and what methodology will be appropriate to determine the behavior of the elements and the whole project.

- 3) Be aware of the amount of work and their implementation.

The specialist should be fully aware of the scope of work and project implementation strategy in the context of contract management, to be sure that most of the work accounted list of the project taking into account the work planned or required in the future. Understand the cost of the project, its potential changes and the impact on the project budget.

- 4) Performance Management. The specialist should be able to describe the concept of performance, be prepared to defend their assumptions, decisions, projected trend forecasts for the future.

As additional skills may appear:

- 1) The ability to correctly interpret the information correctly and build logical connections.
- 2) Awareness. Asking relevant questions.
- 3) Initiative. Ability to support the project team in the sides of the issue.
- 4) organization. Admin.
- 5) Leadership qualities.

You can say that «Cost Engineers» and «Quantity Surveyors» is a cost analysis experts equally well versed in technical, managerial and business knowledge. Their knowledge is necessary for the successful execution of the project budget for savings, for the proper relationship to changes in the project [4, 27].

In conclusion we can say that the expert value engineering professionals and experts in the preparation and monitoring Gazette Quantity Surveying is not just coached on specific methodologies worker. This is a person with a large range

of knowledge manager that allows you to adjust interaction in a team project, taking into account the proper approach

to its cost that makes it easier to achieve goals and avoid unnecessary mistakes.

References:

1. AACE International Recommended Practice No. 11R-88
2. Cost Management in a Complex Contracting Environment., David Lucas
3. Best Practices for an Owner Estimating Organization., Larry R. Dysert, CCC
4. Cost Overrun in the Public Sector, A Case Study., Dr Maarten SA Vrijland,

Разработка и оценка эффективности инвестиционного проекта

Скрябин Олег Олегович, кандидат экономических наук, доцент
Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС» (г. Москва)

В современном мире многообразных и сложных экономических процессов и взаимоотношений между гражданами, предприятиями, финансовыми институтами, государствами на внутреннем и внешнем рынках острой проблемой является эффективное вложение капитала с целью его приумножения, или инвестирование.

Экономическая природа инвестиций обусловлена закономерностями процесса расширенного воспроизводства и заключается в использовании части дополнительного общественного продукта для увеличения количества и качества всех элементов системы производительных сил общества.

Инвестиционное проектирование — это разработка комплексной стратегии финансирования бизнес-подразделения или предприятия в целом. Основой инвестиционного проектирования является детальный анализ рынка, прогноза производства и сбыта, а также структуры капитала.

ОАО «Курская фабрика технических тканей» реализует инвестиционный проект по производству текстильных материалов. Главным достоинством данного проекта является внедрение европейской технологии по нанесению ПВХ на ткань. Производство высококачественной продукции позволит выйти предприятию на уровень международной конкуренции.

Затраты на выпуск продукции делятся на переменные и постоянные. Их величина составит в 2015 г. 2973720 рубля.

Для определения объема реализации производимой продукции в 2015 году, используем метод экспертных оценок, а именно метод «Дельфи». Метод «Дельфи»

основывается на принципах выявления коллективного мнения экспертов о параметрах и перспективах развития объекта, где в основе лежит гипотеза о наличии у экспертов умения с достаточной степенью верности оценить важность и значение исследуемой проблемы.

В подготовке решения участвовало восемь экспертов. Координатором экспертизы был сделан доклад об объемах реализации аналогичного продукта фирмами-конкурентами, а также о ценах на данный товар. Опрос проводился в три тура. Общие результаты экспертизы по турам представлены в таблице 1.

В результате применения метода Дельфи эксперты определили, что объем реализации банерной ткани в 2015 году составит 189,125 тыс. м².

Также было определено изменение объема реализации продукции по отношению к предыдущему году в процентном соотношении. Был получен результат, что объемы реализации ткани будут увеличиваться, но незначительно, на 2,25%. Исходя из планируемых объемов продаж данного вида продукции, рассчитаем переменные издержки на ткань.

После того, как разработан инвестиционный проект, необходимо понять, насколько он эффективен и выгоден. Из расчетов видно, что срок окупаемости составляет чуть более 1,5 лет, что характеризует проект с положительной стороны. При нахождении чистой приведенной стоимости был использован коэффициент дисконтирования, равный 20%, который численно равен процентной ставке по предпринимательским кредитам Центрального Банка РФ в настоящее время. Чистая приведенная стоимость поло-

Таблица 1. Общие результаты экспертизы по турам

Тур	Интервал	Средняя оценка в туре, тыс.м ²	Коэффициент вариации, %
1	141,5–250,5	177,75	36,54
2	152–248	196,75	33,2
3	158,25–234,75	189,125	23,77

Таблица 2. Объем выпуска продукции по годам и соответствующие переменные издержки

Показатель	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Объем реализации, тыс. м ²	189,125	193,381	197,731	202,181	206,729
Переменные издержки, тыс. руб.	8501,169	8692,476	8888,008	9088,036	9292,469

Таблица 3. Результаты анализа чувствительности инвестиционного проекта

Показатель	Изменение исходного параметра			
	+5%	+10%	-5%	-10%
NPV (базовое значение 4453,99 тыс.руб.)				
Величина первоначальных инвестиций	4228,997	4003,997	4678,997	4903,997
Стоимость закупаемого сырья	2423,365	1368,107	4533,88	5589,138
Цена продукции	6332,05	8210,15	2572,749	697,7486
PI (базовое значение 1,9897)				
Величина первоначальных инвестиций	2,117	2,236	1,914	1,826
Стоимость закупаемого сырья	1,5385	1,304	2,007	2,242
Цена продукции	2,407	2,824	1,572	1,155

жительная, что говорит о том, что проект следует принять к исполнению.

Проведем анализ чувствительности инвестиционного проекта. Цель анализа чувствительности состоит в сравнительном анализе влияния различных факторов инвестиционного проекта на ключевой показатель эффективности проекта, например, внутреннюю норму прибыльности.

Приведенные в таблице 3 результаты расчетов показывают, что эффективность проекта с увеличением цены на продукцию возрастает, увеличивается приведенная стоимость и индекс доходности. При изменении первоначальных инвестиций эффективность проекта изменяется незначительно. Также из расчетов видно, что увеличение

стоимости на закупаемое сырье значительно изменяет эффективность инвестиционного проекта, уменьшение же данной стоимости влияет незначительно.

Расчеты показывают, что незначительные отклонения в исходящих параметрах влияют на эффективность проекта, но незначительно. Для поддержания высокой эффективности инвестиционного проекта необходимо постоянно следить за состоянием на рынке и корректировать свою деятельность. Это является главным залогом высокой конкурентоспособности и выживания на рынке. Данный инвестиционный проект является эффективным и может быть рекомендован для внедрения на предприятии.

Литература:

1. Петрищева, И. В. Компаративный анализ состояния малого и крупного бизнеса в Курской области: основные тенденции // Микроэкономика. 2009. Т. 7. с. 238–245.
2. Петрищева, И. В. Субконтракция как форма взаимодействия предприятий крупного и малого бизнеса в России: проблемы и перспективы развития // Молодой ученый. 2009. № 5. с. 69–73.
3. Силуянова, М. В., Анисимов А. Ю. Методы технологической подготовки производства сложнофасонных деталей с применением функционально-стоимостного анализа // Электротехнические и информационные комплексы и системы. 2011. Т. 7. № 2. с. 43–47.
4. Симоненко, Е. С., Кононов А. А. Сущность и возможный отраслевой состав многоотраслевых комплексов региона // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2013. № 7–2. с. 117–120.
5. Согачева, О. В. Совершенствование управления региональной социальной инфраструктурой // автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Тамбовский государственный университет им. Г. Р. Державина. Курск, 2009. 24 с.
6. Согачева, О. В., Симоненко Е. С. Использование маркетинговых коммуникаций и PR-менеджмента в современных социально-экономических условиях как инструмента оценки конкурентоспособности организации: практический аспект // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2014. № 2 (27). с. 164–170.

Оценка социально-инфраструктурного потенциала региона (на примере Курской области)

Согачева Ольга Валерьевна, кандидат экономических наук, доцент;

Плохих Елена Александровна, студент

Юго-Западный государственный университет (г. Курск)

В условиях усложнения природы социальных изменений и уплотнения сети взаимосвязей между социальными процессами все чаще начинают говорить об экономическом характере этих процессов. Особенностью социально-экономических процессов является их тесная привязка к деятельности хозяйствующих субъектов, крупных национально-государственных систем, регионов [1; 5; 7].

Начиная с середины XX века в странах, имеющих развитую экономику, резко ускорился процесс развития социальной инфраструктуры. Однако, не смотря на это, в современной литературе имеется большое количество подходов к понятию социальной инфраструктуры, что указывает на то, что данная экономическая категория не приобрела еще общепризнанные устойчивые логические признаки, которые позволили бы доказательно обосновать ее специфическое содержание [2; 8; 9].

Для проведения исследования взяты такие индикаторы, которые представлены в официальных статистических информационных ресурсах [3; 6; 11].

Оценка обеспеченности региона объектами социальной инфраструктуры проводилась при помощи «эталонного» региона. Таким регионом в данном случае выступает регион, характеризующийся максимальным значением по рассматриваемому показателю.

В исследовании была использована методика оценки потенциала социальной инфраструктуры, предложенная Корнеевой А. С. [4].

В соответствии с предложенной методикой проводился расчет потенциала обеспеченности Курской области объектами социальной инфраструктуры в 2010 году [10].

Потенциал обеспеченности Курской области объектами здравоохранения в 2010 г. составил 34,3% от потенциала эталонного объекта, т.е. в Курской области существует резерв в размере 65,7%. Значение показателя показывает значимость выбранного показателя в потенциале обеспеченности Курской области объектами здравоохранения. Наибольшую значимость (21,62%) представляет численность среднего медицинского персонала на 10 000 населения, а наименьшую (0,79%) — ввод в действие амбулаторно-поликлинических учреждений на 100 000 населения.

Потенциал обеспеченности Курской области объектами жилищно-коммунального хозяйства в 2010 г. составил 52,4%, существует резерв равный 47,6%. Наибольшую значимость (16,64%) представляет общая площадь жилых помещений, приходящаяся на одного жителя, а наименьшую (0,55%) — удельный вес ветхого

и аварийного жилищного фонда в общей площади всего жилищного фонда.

Данные по обеспеченности Курской области объектами образования показывают, что потенциал обеспеченности региона имеет значение 39,1%, и в данном случае резерв обеспеченности составляет 60,9%. Наибольшую значимость (26,31%) представляет показатель число дневных общеобразовательных учреждений на 10 000 населения, а наименьшую значимость (0,00%) — ввод в действие дошкольных учреждений.

Потенциал обеспеченности Курской области объектами культурно-спортивного комплекса составляет 42,0%, резерв в данном случае составляет 58,0%. Наибольшую значимость имеет показатель библиотечный фонд на 1 000 населения (31,95%), а показатель выпуск газет на 1 000 населения имеет наименьшую значимость (11,00%).

Потенциал обеспеченности Курской области объектами транспорта и связи составляет 56,7%, резерв равен 43,3%. Наибольшую значимость по рассматриваемому блоку имеет показатель удельный вес автомобильных дорог с твердым покрытием в общей протяженности автомобильных дорог общего пользования (23,78%), а наименьшую (10,70%) — плотность автомобильных дорог общего пользования с твердым покрытием.

Потенциал обеспеченности Курской области объектами торговли и общественного питания составил 33,4% от потенциала эталонного объекта, т.е. в Курской области существует резерв в размере 66,6%. Наибольшую значимость (34,38%) представляет число торговых мест на розничных рынках на 10 000, а наименьшую (4,26%) — число столовых на 100 000 населения.

В завершение определяется интегральная оценка потенциала социальной инфраструктуры региона.

По результату оценки потенциала обеспеченности населения региона объектами социальной инфраструктуры регионы группируются следующим образом: если величина результата составляет менее 20%, то отмечается весьма низкий потенциал обеспеченности региона объектами социальной инфраструктуры; от 20,1% до 40% — низкий потенциал обеспеченности; от 40,1% до 60% — средний уровень; от 60,1% до 80% — высокий потенциал; свыше 80,1% — весьма высокий потенциал обеспеченности региона объектами социальной инфраструктуры.

Интегральная оценка потенциала социальной инфраструктуры равная 42,98% свидетельствует о среднем уровне обеспеченности Курской области объектами соци-

альной инфраструктуры. Результат, полученный в итоге исследования, говорит о необходимости совершенствования управления объектами социальной инфраструктуры в Курской области.

Литература:

1. Вопросы региональной экономики // монография / Юрьев В. М., Андросова С. А., Вертакова Ю. В., Воробьева В. Г., Согачева О. В. и др. // под науч. ред. В. М. Юрьева / Том III. Направления стабилизации функционирования региональных социально-экономических систем. Тамбов, 2009. 446 с.
2. Здравоохранение в России. 2011: Стат. Сб. // Росстат. М., 2011. — 326 с.
3. Корнеева, А. С. Оценка социально-инфраструктурного потенциала регионов России // Вестник НГУ. Серия: Социально-экономические науки. 2011. Том 11. Выпуск 3. с. 156–167.
4. Петрищева, И. В. Концепция устойчивого развития малого предпринимательства в современных социально-экономических условиях // Экономика. Управление. Право. 2010. № 10. с. 14–16.
5. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2011: Стат. сб. // Росстат. — М., 2011. — 990 с.
6. Симоненко, Е. С., Кононов А. А. Сущность и возможный отраслевой состав многоотраслевых комплексов региона // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2013. № 7–2. с. 117–120.
7. Согачева, О. В. Особенности формирования и функционирования социальной инфраструктуры региона // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2009. № 3. с. 388–392.
8. Согачева, О. В. Совершенствование управления региональной социальной инфраструктурой // автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Тамбовский государственный университет им. Г. Р. Державина. Курск, 2009. 24 с.
9. Согачева, О. В., Варфоломеев А. Г. Эффективное управление социальным развитием региона // В мире научных открытий. 2014. № 1.2 (49). с. 980–1000.
10. Согачева, О. В., Симоненко Е. С. Использование маркетинговых коммуникаций и PR-менеджмента в современных социально-экономических условиях как инструмента оценки конкурентоспособности организации: практический аспект // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2014. № 2 (27). с. 164–170.
11. Торговля в России. 2011: Стат. сб. // Росстат. — М., 2011. — 519 с.

Бухгалтерский аутсорсинг

Стельмачук Вера Александровна, студент
Ростовский государственный университет путей сообщения

На сегодняшний день все больше руководителей экономических субъектов приходят к выводу о том, что наибольшей экономической эффективности можно добиться, передав ведение бухгалтерского учета на аутсорсинг. Хотелось бы отметить, что не только субъекты малого и среднего бизнеса, но и крупные компании так же предпочитают передавать ведение бухгалтерского учета сторонним организациям. Причины такого решения крупных компаний не случайны.

Во-первых, многие компании выбирают аутсорсинг бухгалтерского учета вместо штатного бухгалтера и получают надлежащий сервис и экономию средств. Кроме того, при аутсорсинге экономят не только деньги, но и время, трудовые ресурсы, используя их при решении других, более важных задач для данной конкретной организации,

Во-вторых, компании избавляют себя от возможных рисков, связанных с ошибками или неточностями в учете.

Таким образом, преимущества от получаемых пользователем услуг по внешнему ведению бухгалтерского учета, можно разделить на 2 группы.

Первая группа — стандартные преимущества, которые присущи аутсорсингу любого вида деятельности. Они включают в себя уже упомянутую возможность для руководителей экономических субъектов экономить не только деньги, но и время, трудовые ресурсы, используя их при решении других, более важных задач для данной конкретной организации,

Вторая группа — не стандартные преимущества, при которых ответственность за организацию бухгалтерского учета и правильность его ведения ложиться на аутсорсинговую компанию. Возмещение убытков, связанных с неправильным ведением бухгалтерского учета и представлением отчетности с задержкой или искаженной отчетностью, осуществляется за счет исполнителя услуг.

Пик активного перехода крупных российских компаний к аутсорсингу приходится на 2008–2009 гг., когда

кризисные явления в экономике заставили менеджмент этих компаний оптимизировать затраты, в том числе связанные с выполнением непрофильных функций.

Примерами успешного применения аутсорсинга в России могут служить:

— аутсорсинг маркетинговых функций: Coca-Cola, EnterasysNetworks, ОАО «Мобильные ТелеСистемы», ОАО «Сбербанк России», ОАО «Лукойл» и др.;

— аутсорсинг производственных функций: ОАО «Российские железные дороги», РАО «ЕС России», ОАО «Русский алюминий», ГК «Северстальмаш», EvrazGroup, ОАО «Северсталь», ОАО «ГМК «Норильский никель», ОАО «Ульяновский автозавод» и ОАО «Заволжский моторный завод», а также ряд международных корпораций, построивших заводы в России, таких как Nissan, Ford, Toyota, Volkswagen и др.;

— IT-аутсорсинг: Luxoft, EramSystems, VDI, Dell, ОАО СК «Альянс» и др.;

— аутсорсинг логистических функций: ООО «Пивоваренная компания «Балтика», ОАО «Российские железные дороги», ОАО «Газпром», Министерство обороны РФ и др.;

— аутсорсинг учетных функций: ОАО «Русский алюминий», ОАО «ТНК-ВР Холдинг», Adidas, HewlettPackard, X5 RetailGroup, ОАО «Седьмой Континент» и др.

Оперативное, качественное и экономически выгодное сопровождение ведения бухгалтерского учета осуществляется, благодаря тому, что в Российской Федерации стал существовать бухгалтерский аутсорсинг и компании, предоставляющие данную услугу.

Специфической чертой российской экономики является рост больших корпораций, происходящий на фоне слабого развития малого и среднего бизнеса. Поэтому, развитие бухгалтерского аутсорсинга, будет являться одной из ключевых тенденций на среднесрочную перспективу. К тому имеются определенные предпосылки, в том числе со стороны государства. Так, глава Федеральной антимонопольной службы предложил на круглом столе, проведенном организацией «ОПОРА России» в ноябре 2013 г., в законодательном порядке обязать естественные монополии передавать часть заказов малому бизнесу на условиях аутсорсинга: «Нужно законодательно обязать, чтобы каждая естественная монополия, каждая крупная госкомпания имела одну тысячу, две тысячи, пять тысяч малых компаний, которые на аутсорсинге должны выполнять определенные заказы».

Одной из особенностей работы российского бухгалтера является его нацеленность в первую очередь не на полное и достоверное представление всех фактов хозяйственной жизни экономического субъекта, а на правильное и своевременное исчисление налогов и представление налоговой отчетности. Зачастую главный бухгалтер организации в условиях ограниченных людских ресурсов стремится свести к минимуму объем объектов и хозяйственных операций, правила налогового учета которых от-

личаются от правил их бухгалтерского учета. Достигается это за счет сближения учетных политик организации для целей бухгалтерского учета и для целей налогообложения. Подобный подход позволяет свести к минимуму трудозатраты учетного персонала, однако почти всегда приводит к неиспользованию возможных резервов снижения налоговой базы. При этом одной из наиболее важных задач, которую ставит руководство экономического субъекта перед бухгалтерией, является минимизация налогообложения. Возникает конфликт интересов руководителя, нацеленного на снижение налогового бремени, и главного бухгалтера, заинтересованного в уменьшении объема работы. Аутсорсинг бухгалтерских функций позволяет избежать подобного конфликта, так как ведением налогового и бухгалтерского учета одной компании, как правило, занимаются разные специалисты.

Среди главных критериев передачи учетных функций аутсорсеру обычно выделяют:

— экономическую целесообразность (выгода от использования услуг аутсорсера должна превышать затраты на его услуги);

— уверенность в профессионализме (аутсорсер должен обладать большим количеством специалистов в разных областях бухгалтерского учета и безупречной деловой репутацией);

— ответственность (аутсорсер материально ответственен за правильность организации учета и соблюдение конфиденциальности) [6].

Несмотря на позитивную динамику рынка аутсорсинга учетных функций, в России указанная сфера (особенно в регионах) не развилась до такой степени, когда аутсорсер имеет возможность обслуживать значительное число клиентов и в полной мере реализовывать благодаря этому эффект масштаба. Естественно, что это сказывается на цене услуги. Однако в этом заключается и один из самых значительных резервов роста рынка: аутсорсер, реализующий этот эффект, будет иметь серьезное конкурентное преимущество. Еще одним немаловажным сдерживающим фактором для роста рынка аутсорсинга учетных функций в России является система ценообразования, которая малопонятна и непрозрачна для большинства участников процесса аутсорсинга. Кроме того, значительной проблемой является несовершенство законодательной и нормативной базы, которое приводит к возможности безнаказанного уклонения от некачественного исполнения работы, особенно при недостаточном продуманном договоре об оказании бухгалтерских услуг. Таким образом, на взгляд авторов, главными тенденциями, определяющими развитие российского рынка аутсорсинга учетных функций, в ближайшие годы станут:

— укрупнение компаний-аутсорсеров, в том числе за счет слияний и поглощений, для реализации эффекта масштаба;

— усиление специализации компаний-аутсорсеров, поиск ими ключевых компетенций в узких областях бухгалтерского аутсорсинга;

— возрастание роли государственного сектора и аффилированных с государством корпораций в формировании спроса на услуги аутсорсеров;

— совершенствование законодательной и нормативной базы для повышения степени доверия к аутсорсингу.

Тенденции развития рынка показывают, что аутсорсинг бизнес-процессов постепенно становится обычной практикой для крупных международных компаний. В ближайшем будущем появится большое количество поставщиков услуг, которые будут либо занимать небольшие ниши, либо ориентироваться на самый широкий круг задач. Очевидные же преимущества, которые приносит аутсорсинг при тщательном поиске партнеров и заключении эффективных контрактов, позволяют предположить его бурный рост в стране уже в ближайшее время.

В чем же преимущество аутсорсинга? Наверное, первое, на что стоит обратить внимание — это экономическая составляющая. При передаче сторонней компании всего бухгалтерского учета, отпадает надобность в содержании собственного штата бухгалтерии. Таким образом, отпадает необходимость платить зарплату, обеспечивать бухгалтеров рабочими местами, программным обеспечением, канцтоварами.

Вторым преимуществом сторонней бухгалтерской компании является независимость и объективность.

Еще один несомненный плюс аутсорсинговой компании — вы можете передать ей бухгалтерию в любой момент времени и в любом состоянии. Даже если главный бухгалтер уволился перед сдачей годового отчета, профессионалы бухгалтерской компании в срочном порядке способны привести дела в порядок и не опоздать со сдачей баланса.

Однако, как известно, у любой медали две стороны и хотелось бы сказать о недостатках бухгалтерского аутсорсинга.

Главный минус аутсорсингового обслуживания — возможность утечки конфиденциальной информации, связанной с финансово-экономической деятельностью организации. Именно поэтому договор на услуги по бухгалтерскому сопровождению фирмы целесообразно заключать не со свободным специалистом, пусть даже признанным профессионалом в своей области, а с серьезной компанией, которая имеет соответствующую репутацию и дорожит ей.

Еще одним недостатком считают снижение оперативности в учете, необходимой для предприятий с большим объемом хозяйственных операций. В этом случае оптимальным решением становится прием в штат сотрудника, оперативно отслеживающего взаиморасчеты и остатки по счетам, а ведение бухгалтерского и налогового учета уже возлагается на аутсорсера.

Литература:

1. Дельдюгинова Екатерина «Аутсорсинг бухгалтерского учета в России»;
2. Аутсорсинг учетных функций, 2012 г. URL: <http://www.raexpert.ru/ratings/outsourcing/2012/>;
3. Севастьянова, Е. В. Практические аспекты аутсорсинга бухгалтерского учета // Вестник Томского государственного университета. 2010. № 331. с. 151–152;
4. Филатова, А. Аутсорсинг растет и обещает ускориться // Эксперт Юг. 2012. № 19–20 (209). с. 9–10;
5. «Международный бухгалтерский учет», 2014, № 5.;
6. https://ru.wikipedia.org/wiki/Аутсорсинг_Бухгалтерии;
7. http://www.audit-escort.ru/plusi_i_minusi_buhgalterskogo_autsorsinga/.

Слияния и поглощения в банковской сфере: цели и мотивы

Степанов Павел Александрович, магистрант
Тюменский государственный университет

Слияния и поглощения совершаются в рамках общей корпоративной стратегии банков и, соответственно, являются одним из способов достижения определенной стратегической цели: увеличения рыночной стоимости (капитализации), укрепления позиций на рынке и др. Процессы реорганизации позволяют повысить капитализацию и конкурентоспособность банков, улучшить качество предоставляемых финансовых услуг, расширить клиентскую базу, минимизировать финансовые риски.

Ключевые слова: слияния, поглощения, синергетический эффект, операционные синергии, финансовые синергии.

Современная экономика постоянно развивается, вследствие чего многие банки сталкиваются с необходимостью что-то менять в своем бизнесе, искать новые пути

для развития, чтобы подстроиться под изменения. Наиболее распространенными путями реорганизации бизнеса являются сделки по слиянию и поглощению.

Принимая решения о реорганизации банка, собственники руководствуются разными целями и мотивами. Если рассмотреть сделку о слиянии или поглощении с позиции банка-покупателя и с позиции банка-продавца, то их цели и мотивы могут различаться. Но, несмотря на расхождение, в основе сделки лежит желание сократить издержки и увеличить прибыль.

В результате слияния коммерческий банк получает выгоду от сокращения всевозможных затрат, например маркетинговых и административных. А так же слияние позволяет занять большую долю рынка, с меньшими убытками, чем через другие формы увеличения присутствия на рынке. Вследствие сделки повышается конкурентоспособность банка.

К целям проведения слияния или поглощения банков относятся:

— обеспечение преимущества на рынке капитала, в связи с чем появится возможность оптимального использования капитала внутри банка. Как правило, крупные банки являются гарантом стабильности, что позволяет получать более высокий кредитный рейтинг и привлекать крупных клиентов;

— расширение рынка сбыта или сохранение доли на рынке;

— диверсификация бизнеса — снижает общую рискованность операций и гарантирует средний объем поступлений. Диверсификация помогает стабилизировать поток доходов, что выгодно для работников банка, так и для клиентов (через расширение ассортимента товаров и услуг). [5, с. 34] Риски банка образованного за счет слияния или поглощения, значительно снижаются. Так же некоторые банки не ограничиваются предоставлением банковских услуг, а расширяют свою сферу деятельности путем универсализации услуг. Например, взаимопроникновение страхового и банковского капитала. В основном диверсификация применяется в том случае, когда у банка есть свободные денежные средства, и он может их инвестировать в слияние или поглощение для извлечения дополнительной выгоды.

— обеспечение прироста клиентской базы, сопровождаемого ростом лояльности клиентов к бренду банка, что в целом позволит увеличить долю рынка;

— достижение финансовых показателей в области роста объемов продаж, стимулировании прибыли, увеличении рентабельности вложенного капитала.

Побудительными мотивами сделок слияния и присоединения могут служить:

1. Внешние факторы — изменения в общей экономической и политической ситуации, государственном регулировании, состоянии конкретной отрасли и конкурентной среды банка.

К внешним факторам относятся:

— мотив монополии. Применим при слияниях горизонтального типа. Целью мотива является достижение или усиление монопольного положения на рынке. Подразумевается, что после сделки могут повыситься цены

на услуги банка (ставки кредитования, банковские тарифы);

2. Внутренние факторы — все, что непосредственно связано с деятельностью банка, ее результатами, снижением издержек, ростом объемов продаж и увеличением производственных мощностей. [1, с. 19]

К внутренним мотивам относятся:

— личные мотивы менеджеров — отражают поиск капитала для расширения бизнеса или наоборот желание уйти из бизнеса, «пристроив» его в хорошие руки. Как правило, возникает агентский конфликт между менеджерами и акционерами, в том случае, когда управляющий имеет менее 100% акции. Данная ситуация может привести к принятию неправильного решения. Так же банк собирающийся поглотить другой банк, может предложить вознаграждение менеджеру для содействия в принятии решения. Все же при принятии решения о сделке следует учитывать экономическую целесообразность, а не амбиции менеджеров;

— мотив «Устранения неэффективности управления». Подразумевает распространение качественного менеджмента на поглощаемый банк и привнесение более совершенных технологий управления, способных стать важным фактором объединенной структуры. Как правило, объектами поглощения становятся банки с низкой рентабельностью.

— мотив «Разница в рыночной цене компании и стоимости ее замещения». Купить действующий банк проще, чем создавать новый. Это целесообразно тогда, когда рыночная оценка имущественного комплекса целевой компании — мишени значительно меньше стоимости замены ее активов.

Российские банки расширяют свою деятельность за счет сделок с региональными банками, тем самым расширяя территорию присутствия и завоевывая лидирующую позицию в секторе, избегая лишних затрат и выходя на новый рынок. Расширение регионов присутствия было основной целью в процессе интеграции и присоединения банков 2000-х гг. К таким покупкам можно отнести приобретение ООО «Холдинг Финансресурс», ОАО «Сибрегионбанк» (г. Иркутск) и ОАО «АКБ Автогазбанк» (г. Нижний Новгород) и их последующее присоединение в 2004 г. к банку «Ингосстрах-Союз».

Современная теория финансов предполагает, что слияния и поглощения, как и другие инвестиционные решения, нацелены на рост чистой текущей стоимости и повышение богатства или рыночной цены акций для акционеров приобретающего банка (фирмы).

Одним из наиболее главных мотивов объединения ресурсов банка является достижение синергетического эффекта, выражающегося в более быстром росте нового банка и улучшении ее финансовых показателей, превышающих возможности банка до слияния и присоединения. [1, с. 19]

Данный эффект описан в теории синергии, или теории повышения добавленной экономической стоимости ком-

пании. Теория была сформулирована в работе Бредли, Десаи и Кима в 1983 году. Суть теории заключается в том, что возникающая при слиянии новая компания может использовать широкий спектр преимуществ (синергий), которые возникают вследствие объединения ресурсов этих корпораций. Например, если банк А принимает решение о приобретении банка Б и в результате слияния появляется новый банк С (превосходящая объемом своих активов каждый из сливающихся банков по отдельности и активы которой являются комбинацией активов банков А и Б), то при прочих равных условиях можно говорить о синергетическом эффекте, который может получить банк С. [2, с. 74]

Таким образом эффект можно разбить на несколько составляющих:

- экономия масштаба;
- укрепление рыночных позиций;
- объединение ресурсов;
- снижение транзакционных издержек;
- повышение эффективности НИОКР. [4, с. 126]

Все синергетические эффекты можно разделить на два типа: операционные синергии и финансовые синергии.

Операционные синергии возникают в результате воздействия следующих факторов:

1. Экономия операционных издержек (эффект агломерации), данная экономия обусловлена масштабами деятельности банка. После слияния банк сокращает административные, маркетинговые расходы и др.

Операционные издержки не единственное, что положительно сказывается на банке. При слиянии сотрудники могут повысить квалификационные знания, произойдет централизация бухгалтерского учета, менеджмента, финансового контроля.

2. Увеличение размеров рыночной ниши банка (гипотеза увеличения монополистической мощи корпорации). При захвате большей доли рынка, банк ограничивает конкуренцию в захваченном сегменте, что отрицательно сказывается на банках меньшего размера. В различных странах борются со слияниями, которые пагубно влияют на конкуренцию.

Ко второму типу синергетических эффектов относят финансовые синергии, которые возникают в результате воздействия следующих факторов:

— создание налоговых щитов (уход от налогообложения). Слияние можно рассмотреть как способ ухода от налогообложения, что тоже является одним из факторов стимулирующих сделки слияния. Например, кредитные организации могут принять решение о слиянии, если одна из них обладает значительными налоговыми льготами, а операции другой облагаются по обычным ставкам. Тогда, если после проведения слияния этих кредитных организаций налоговые льготы распространяются на новую кредитную организацию, то это выгодно как для первого, так и для второго участника сделки. Возможна также ситуация, когда при слиянии банков снижается их балансовая прибыль, что дает возможность снижения налогового бремени. [5, с. 39] Но все зависит от того, какой будет признана данная сделка подлежащей налогообложению или нет. Например, если налоговые органы будут рассматривать акционеров приобретаемого банка, как лиц обменивающих старые акции на новые акции объединенной структуры, то ни увеличение капитала, ни его убыток не будут учтены. И наоборот, если акционеры приобретаемого банка будут выступать в качестве продавцов акций, то придется заплатить налог на увеличенный капитал.

Но недостаточно определиться с целью, и ждать эффекта синергии при том, что портфель услуг и продуктов поглощаемого банка будет эффективно дополнять уже существующее предложение. Важно оценить стоимость и продолжительность наработки таких компетенций, учитывая все сопутствующие показатели (возможность роста просроченной задолженности, необходимое время на развитие технологий). В итоге стоит установить предельную стоимость, при повышении которой банку нет смысла участвовать в сделке и определить какие преимущества от сделки критически необходимы. [3, с. 40] Стоит трезво оценивать возможные эффекты и конкурентную среду от сделки.

В итоге, все мотивы можно разделить на те с помощью которых: можно добиться эффекта синергии и не возможно достичь данного эффекта. Наиболее распространенной целью при сделках слияния или присоединения является увеличение капитала, а, следовательно, и стабильное положение на рынке, расширение регионов присутствия и, как правило, получение клиентской базы.

Литература:

1. Богатова, Е. Р. Что такое М&А? / Е. Р. Богатова // В курсе правового дела. — 2011. — № 14. — С.19
2. Рудык, Н. Б. Рынок корпоративного контроля: слияния, жесткие поглощения и выкупы долговым финансированием / Н. Б. Рудык — М.: Финансы и статистика, 2000. — 456 с.
3. Тульчинский, С. Э. Слияния и поглощения. Важные предпосылки успешной интеграции / С. Э. Тульчинский // Управление в кредитной организации. — 2009. № 2. — С.40–43
4. Эванс, Ф. Ч. Оценка компаний при слияниях и поглощениях. Создание стоимости в частных компаниях / Ф. Ч. Эванс — М.: Альпина Паблишер, 2009—336 с.
5. Эскиндаров, М. А. Теория слияний и поглощений (в схемах и таблицах): учебное пособие / М. А. Эскиндаров, И. Ю. Беляева, А. Ю. Жданов, М. М. Пухова. — М.: КНОРУС, 2013. — 232 с.

Оценка качества выпускаемой продукции и эффективность деятельности предприятия

Сыроижко Валентина Васильевна, доктор экономических наук, профессор;

Кульнева Ирина Игоревна, старший преподаватель

Белгородский университет кооперации, экономики и права, Воронежский институт кооперации (филиал)

Повышение качества выпускаемой продукции кооперативными предприятиями, ее надежности, экономичности, улучшения эстетических свойств — важная проблема, решение которой позволит повысить эффективность деятельности.

Ключевые слова: качество продукции, системы управления, технико-экономические параметры, повышение эффективности.

В современных условиях хозяйствования необходимо неуклонно повышать качество продукции, улучшать ее потребительские и технико-экономические свойства, внедрять комплексные системы управления качеством продукции.

Достижение соответствия между уровнем качества продукции и общественными потребностями — важная проблема, включающая несколько вариантов [1, с. 360].

Во-первых, когда технико-экономические параметры продукции ниже реально существующих потребностей. В этом случае общество вынуждено выделять дополнительные затраты на ремонт и эксплуатацию, увеличивать количество производимых продуктов.

Во-вторых, если технико-экономические параметры продукции полностью или частично превышают реально существующие общественные потребности, потенциальный эффект такой продукции реализуется лишь частично и имеют место потери общественного труда.

В-третьих, при полном соответствии потребительной стоимости продукции структуре и динамике потребностей. Этот вариант является оптимальным, так как обеспечивает наибольшую эффективность данной продукции при потреблении.

На кооперативных предприятиях качество продукции характеризуется показателями качества конструкции — надежности, долговечности, техническими параметрами. Оно зависит так же от технологии, качества материалов и производственного процесса [3, с. 153].

В повышении технического уровня и качества продукции заинтересованы как ее изготовители, так и потребители. Использование высококачественной продукции ведет к росту эффективности производства, сокращению затрат на эксплуатацию и росту экономического эффекта.

На рис. 1 представлены составляющие эффекта повышения качества продукции.

Многогранность проблемы повышения качества настоятельно требует системного подхода к нему на всех уровнях управления предприятием.

На предприятиях вопросы организации учета затрат на обеспечение уровня качества продукции решаются в основном лишь в части учета потерь от брака и затрат, обусловленных дефектами текущего производства и рекламации на изделия [2, с. 158].

При этом по большинству видов продукции не учитывается обособленно и в полной мере стоимость различных дефектов и затрат на их устранение, затраты на контроль и испытание качественных характеристик изделий и их соответствия техническому заданию и технической документации.

В схеме управления качеством предусмотрена организация учета и анализа рекламаций по обнаруженным дефектам и потерь от брака, но отсутствуют блоки планирования и учета затрат на обеспечение и повышение качества продукции, без чего невозможно эффективно управлять качеством. Повышение эффективности и качества неразрывно связано с улучшением использования



Рис. 1. Виды эффекта повышения качества продукции

материальных, трудовых и финансовых ресурсов и со снижением себестоимости продукции [5, с. 77].

На практике нередко повышение качества противопоставляется снижению себестоимости. Однако это вытекает не из сущности себестоимости как экономической категории, а отражает отсутствие ее взаимоувязки с потребительской стоимостью. Улучшение качества не должно сопровождаться неоправданным ростом себестоимости продукции. Необходимо соизмерение степени улучшения качества и эффективности дополнительных расходов на это. В этой связи калькулирование себестоимости целесообразно осуществлять с учетом ее качества [4, с. 105].

Учитывая важность задачи повышения качества продукции, безусловно, необходимо повысить роль учета затрат в системе управления качеством продукции. В состав этой системы должны быть включены следующие проблемы:

- планирование качества продукции на базе системы показателей, характеризующих качество: надежности, долговечности, технологичности и других;
- учет затрат на качество в рамках организационно-технических мероприятий;
- контроль качества, обеспечивающего соизмерение роста затрат и эффективности использования новой продукции;

— оценка эффективности затрат на качество с позиций предприятий и потребителя, и изготовителя продукции, и народного хозяйства в целом.

Для обеспечения контроля за снижением себестоимости единицы продукции и повышения экономической эффективности ее использования необходимо организовывать достоверный учет расходов предприятий на повышение качества продукции не только в рамках физических единиц, но и по приведенным единицам максимально приближенным к потребительской стоимости продукции, к ее качеству.

В стимулировании текущего улучшения качества выпускаемой продукции важная роль принадлежит цене. Оптовые цены должны учитывать качество продукции и эффективность ее потребления, только в этом случае рост оптовой цены не снизит потребность в данном виде продукции.

Необходимое условие дальнейшего совершенствования ценообразования — обеспечение калькулирования себестоимости продукции с учетом ее качества и определения экономической эффективности дополнительных расходов на его повышение. Отсутствие такой достоверной учетной информации затрудняет:

- разработку оптимальных плановых заданий по совершенствованию качества;



Рис. 2. Схема зависимости качества новой продукции и экономических показателей предприятия от организационно-технического уровня подготовки ее производства

— оценку соответствия достигнутого уровня качества стандартам или техническим условиям;

— разработку обоснованных дифференцированных цен на продукцию с учетом ее качества;

— прогнозирование себестоимости с учетом качества продукции.

Особое значение приобретает установление параметров качества еще на стадии разработки технической задания и формирования их при разработке конструкции и технологии производства изделий машиностроения. Подготовка производства и освоение новой продукции оказывают решающее влияние не только на качество

этой продукции, но и на экономические показатели работы предприятия. На рисунке 2 отражена зависимость качества новой продукции и экономических показателей работы предприятия от организационно-технического уровня подготовки ее производства.

Прогрессивным методом, позволяющим добиваться повышения технического уровня и качества новой продукции еще на стадии подготовки ее производства, является функционально-стоимостной анализ (ФСА) снижающий затраты в расчете на единицу полезного эффекта продукции, как у предприятия производителя продукции, так и у предприятия-потребителя.

Литература:

1. Полозова, А. Н., Брянцева Л. В., Хорохордин Д. Н. Методика управленческого анализа издержек промышленно-производственных организаций / Аудит и финансовый анализ. 2008. № 4. с. 360–369.
2. Семененко, С. В., Ольховиков А. А., Грищенко Н. В. Стратегия развития потребительской кооперации воронежской области / Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2011. № 4. с. 153–159.
3. Сыроижко, В. В., Сыроижко А. А. Совершенствование технологии анализа деятельности организации на основе оценки ее экономического потенциала / Аудит и финансовый анализ. 2011. № 1. с. 150–156.
4. Сыроижко, В. В., Гончарова М. А., Крутских Н. С. Методология анализа деятельности организации как экономический инструмент рыночного саморегулирования / Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2008. № 3. с. 104–111.
5. Шиленко, С. И., Зайцева О. А. Основные направления повышения конкурентоспособности экспортной деятельности в экономике Российской Федерации / Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2009. № 2. с. 74–80.

Анализ активов фирмы и оценка ее имущественного положения

Тарарышкина Екатерина Евгеньевна, магистрант
Рязанский государственный университет имени С. А. Есенина

Представлена методика анализ активов фирмы на основе бухгалтерской отчетности, а также метод чтения и анализ финансовой отчетности для оценки имущественного положения фирмы. Определены тенденции изменения финансового состояния фирмы.

Ключевые слова: активы предприятия, бухгалтерский баланс, методы экономического анализа, финансового состояния предприятия.

Analysis of the company's assets and the assessment of its property status

Tararyshkina Ekaterina Evgenivna, graduate student

Presents methods of analysis of the assets of the firm on the basis of financial statements and how to read and analyze financial statements to assess the financial status of the company. Identified trends in the financial condition of the company

Keyword: the assets of the company, balance sheet, methods of economic analysis, the financial condition of the company

В современных экономических условиях высшему менеджменту российских предприятий приходится все большее внимание уделять анализу собственного иму-

щественного положения. Последствия мирового финансового кризиса привели к существенному удорожанию кредитных ресурсов, поэтому зачастую компании вынуж-

дены рассчитывать только на собственные активы. Эффективное управление дебиторской задолженностью, оптимальное соотношение запасов и денежных ресурсов становится обязательным условием успешного функционирования фирмы. Поэтому тема исследования, посвященная анализу активов и оценке имущественного положения, является весьма актуальной в настоящее время.

Активы предприятия это совокупность имущественных прав, принадлежащих предприятию, в виде основных средств, запасов, финансовых вкладов, денежных требований к другим физическим и юридическим лицам. Активы это вложения и требования.

В международных стандартах финансовой отчетности (МСФО) активы трактуются более широко — как ресурсы, контролируемые предприятием, получаемые в результате событий прошлых периодов, от которых предприятие ожидает экономические выгоды в будущем [1].

Активы делятся на материальные и нематериальные. К нематериальным относятся неденежные активы, не имеющие физической формы и удовлетворяющие следующим условиям: возможность выделения из другого имущества; присутствие документов, подтверждающих наличие актива и права у компании на результаты интеллектуальной деятельности. К нематериальным активам относят деловую репутацию предприятия и объекты созданной предприятием интеллектуальной собственности.

Материальные активы это группа *активов* предприятия, имеющая материальную или выражаясь другим языком овеществленную форму. К материальным активам предприятия относят: *основные средства*; незавершенные *капитальные вложения*; *оборудование*, предназначенное к вводу в эксплуатацию; общезаводские и цеховые запасы сырья и материалов; запасы быстроизнашивающихся предметов. К материальным активам также относят *незавершенное производство* и готовую *продукцию*, которая будет реализована в будущем. Материальные активы капитализируются, но они, как правило, заносятся в баланс по первоначальным *ценам* и амортизируются по схемам, избираемым на предприятии.

Для анализа активов фирмы и оценки ее имущественного потенциала используются данные бухгалтерской отчетности, в первую очередь — данные актива баланса. Исключительное внимание уделяется изменению структуры оборотных активов: произошел ли рост дебиторской задолженности, является ли уровень запасов сырья достаточным для непрерывной работы фирмы, не произошло ли избыточное накопление товаров на складах готовой продукции.

Бухгалтерский баланс представляет состояние имущества предприятия как структуру разнообразных имущественных средств (материальных ценностей, находящихся в непосредственном использовании) и прав на эти ценности. Одновременно бухгалтерский баланс представляет имущество как капитал, образованный посредством целенаправленной деятельности хозяйствующих субъектов.

Баланс отражает состояние имущественного потенциала предприятия в денежной форме.

Важнейшими признаками включения производственных ресурсов в актив являются следующие условия. Производственные ресурсы должны: приносить экономическую выгоду (доходы, прибыль, деньги); находиться в распоряжении предприятия; являться результатом ранее осуществленных хозяйствующим субъектом сделок [2].

Перечисление всех составных групп частей актива, измеренных по количеству и оцененных в денежном выражении, отражается в статьях бухгалтерского баланса. Количество и обозначение статей активов должны быть такими, чтобы у аналитика была возможность оценки характера различных имущественных составляющих предприятия, хозяйственных операций субъекта. Кроме того аналитик должен иметь возможность оценить участие каждой из статей актива в обороте средств.

Статьи актива располагаются по определенной системе, в основе которой лежит степень ликвидности. Ликвидность отражает зависимость того, как быстро конкретная часть имущества приобретает в производственном обороте денежную форму.

Для проведения анализа активов фирмы и оценке ее имущественного положения используют методы чтения и анализа финансовой отчетности хозяйствующих субъектов. Методы экономического анализа это совокупность различных способов обработки информации, аналитических приемов и количественных методов, направленных на решение аналитических задач. Также методы экономического анализа являются аналитическим инструментарием, который позволяет технически реализовать цели анализа [3].

На практике основными методами анализа активов фирмы являются горизонтальный, вертикальный, трендовый анализ, метод финансовых коэффициентов, сравнительный анализ, факторный анализ.

Горизонтальный анализ основан на принципе сравнения отдельных строк бухгалтерской отчетности с аналогичными строками отчетности, сформированными в предшествующих периодах деятельности. Как правило горизонтальный анализ проводится за три предшествующих года. Горизонтальный анализ также используют, когда необходимо произвести сравнение статей форм бухгалтерской отчетности одного предприятия конкретной отрасли с другими предприятиями этой же отрасли.

Горизонтальный анализ позволяет выявить тенденции изменения статей активов предприятия и на основании этого, определить базисные темпа прироста. Значения результатов этого метода значительно снижается в условиях инфляции.

Вертикальный анализ — предусматривает рассмотрение структуры результирующих финансовых показателей, а также анализ конечных финансовых показателей. Вертикальный анализ также предусматривает изучение изменения показателей и оценку изменений. Верти-

кальный анализ дает возможность провести сравнение исследуемого хозяйствующего субъекта с аналогичными предприятиями отрасли. И горизонтальный и вертикальный анализ используются, как правило, вместе. Одним из вариантов горизонтального анализа принято считать трендовый анализ.

Трендовый анализ представляет собой сопоставление отдельных позиций бухгалтерской отчетности с аналогичными позициями предыдущих временных периодов. При этом определяется тренд, который показывает основную динамику конкретного показателя. Тренд освобожден от случайных влияний и особенностей отдельных временных периодов. С помощью трендового анализа определяются варианты значения показателей в будущих периодах [4].

Сравнительный анализ — это анализ обобщенных показателей отчетности по отдельным экономическим показателям предприятия, дочерних предприятий, цехов. При сравнительном анализе также сравнивают показатели конкретного предприятия с показателями конкурентов, или со средними общеэкономическими данными.

Факторный анализ — это анализ влияния отдельных факторов на результативный показатель актива с помощью детерминированных или стохастических методов исследования. Он может быть прямым (собственно анализ) и обратным (синтез).

В процессе анализа реализуется переход от общего ознакомления с состоянием имущественного положения фирмы к выявлению и измерению влияния отдельных факторов на его характеристики и к обобщению материалов анализа в виде конечных выводов и рекомендаций. При этом необходимо использовать в анализе всю имеющуюся информацию о результатах деятельности хозяйствующего субъекта.

Анализ активов позволяет выявить тенденции изменения финансового состояния фирмы. К отрицательным сценариям развития, которые говорят об ухудшении финансового состояния фирмы, можно отнести следующие тенденции: уменьшение валюты баланса общества; увеличение доли краткосрочной и долгосрочной дебиторской задолженности; увеличение доли просроченной дебиторской или кредиторской задолженности в общей сумме дебиторской или кредиторской задолженности более чем 15% [5].

К положительным сценариям развития, которые говорят об улучшении финансового состояния фирмы в предстоящих периодах развития, можно отнести следующие тенденции: постоянное увеличение валюты баланса общества; темпы роста оборотных активов фирмы опережают темпы прироста внеоборотных активов; темпы прироста дебиторской и кредиторской задолженности имеют примерно одинаковую динамику.

Литература:

1. Жиляков, Д. И. Финансово-экономический анализ (предприятие, банк, страховая компания): Учебное пособие [Текст] / Д. И. Жиляков. — М.: КноРус, 2012. — с. 67.
2. Толпегина, О. А. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебник для бакалавров [Текст] / О. А. Толпегина, Н. А. Толпегина. — М.: Юрайт, 2013. — с. 153.
3. Иванов, И. Н. Экономический анализ деятельности предприятия: Учебник [Текст] / И. Н. Иванов. — М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. — с. 35.
4. Аверина, О. И. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебник [Текст] / О. И. Аверина, В. В. Давыдова, Н. И. Лушенкова. — М.: КноРус, 2012. — с. 89.
5. Каурова, О. В. Финансово-экономический анализ предприятия: Учебное пособие [Текст] / О. В. Каурова. — М.: КноРус, 2012. — с. 112.

Особенности организации системы внутреннего контроля в строительстве

Тимотина Светлана Сергеевна, магистрант
 Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Москва)

В настоящей статье рассмотрена процедура разработки и внедрения системы внутреннего контроля в производственно-экономической деятельности строительной организации. Предложен комплекс рекомендаций, направленных на совершенствование системы внутреннего контроля.

Ключевые слова: контроль, внутренний контроль, система внутреннего контроля (СВК).

This article describes the procedure of development and implementation of the internal control system in production and economic activities of the construction organization. A set of recommendations aimed at improving the internal control system.

Keywords: control, internal control, internal control system (ICS).

Введение

В соответствии со статьей 19 Федерального закона «О бухгалтерском учете» № 402-ФЗ от 06.11.2011 г. экономический субъект обязан организовать и осуществлять внутренний контроль совершаемых фактов хозяйственной жизни [4].

Порядок вступления данной нормы в силу 1 января 2013 года установлен ст. 19 Федерального закона от 6 декабря 2011 г. № 402-ФЗ. Она предписывает обязательную организацию и осуществление внутреннего контроля совершаемых хозяйственных операций всем экономическим субъектам. В отличие от аудита, которому подлежит лишь финансовая отчетность компании, внутренний контроль должен затрагивать не только хозяйственную сферу.

С момента введения закона в действие прошло уже почти 2 года, но, как показала практика, многие компании до сих пор испытывают серьезные проблемы при его воплощении. Но множество вопросов о механизме внедрения и осуществлении внутреннего контроля бухгалтерского учета по-прежнему остаются нерешенными.

Ответы на некоторые из них были получены в письме Минфина России от 25.12.2013 № 07–04–15/57289. К нему прилагается информационный документ № ПЗ-11/2013 «Организация и осуществление экономическим субъектом внутреннего контроля совершаемых фактов хозяйственной жизни, ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности».

«Контроль» (Control) — сложное и многогранное понятие, под которым подразумевается одна из основных функций системы управления. Универсального трактования для этого понятия не существует, в этом оказались бессильны ученые различных областей науки — философии, экономики, права.

В отечественной теории управления контроль рассматривается с трех позиций: во-первых, как самостоятельная функция управления; во-вторых, как заключительный

этап цикла управления; в-третьих, как обязательный элемент процесса принятия и реализации управленческих решений.

Исходя из данных, представленных в экономической литературе, контроль можно классифицировать по следующим признакам:

- по степени вовлечённости носителя контроля в процесс контроля (собственно контроль, проверка)
- по принадлежности к предприятию носителя контроля (внутренний, внешний)
- по обязательности контроля (добровольный, договорной)
- по отношению к времени реализации контролируемых решений и действий (предварительный, текущий, последующий)
- другие виды

В нормативно-правовых актах внутренний контроль определен как важнейшая часть системы управления, позволяющая предупреждать, выявлять недостатки и нарушения, а также своевременно устранять их последствия.

Внутренний контроль является необходимым элементом любой организации с момента её создания, представляет собой систему мер, организованных руководством. Такая система должна обеспечивать разумную уверенность в том, что организация сумела достичь необходимой цели в трех областях:

- эффективность и результативность операционной деятельности;
- достоверность финансовой отчетности;
- соблюдение действующего законодательства и требований регулирующих органов, применимых к деятельности организации [2].

Внутренний контроль сам по себе не является единственным механизмом управления в финансово-хозяйственной деятельности организации. Он лишь способствует своевременному обнаружению недостатков и принятию мер по их устранению, но при этом не гарантирует достижения цели в 100% случаев.

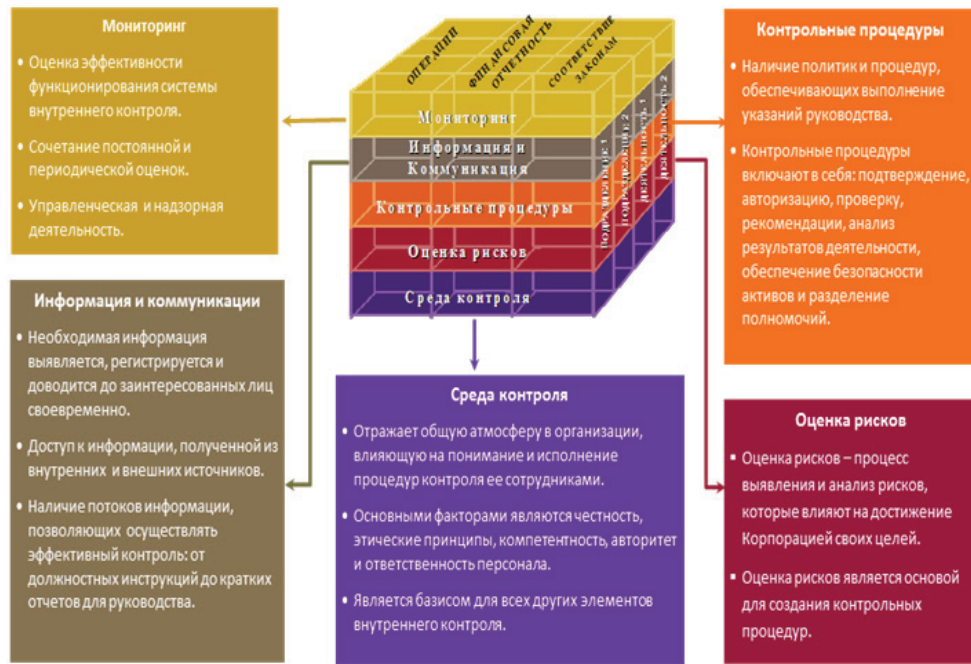


Рис. 1. Модель COSO

Внутренний контроль в современном его понимании основывается на принципах Комитета спонсорских организаций Комиссии Тредьюэ (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission, далее — COSO), опубликованных в США в 1992 г. в Интегрированной концепции внутреннего контроля (Internal Control — Integrated Framework) [6].

Важность концепции заключается в том, что в ней раскрыты основные понятия и элементы внутреннего контроля, сделан акцент на ответственности руководства организации за его состояние.

Модель COSO представлена в виде трехмерной матрицы, имеющей форму куба (рис. 1).

Согласно модели COSO, внутренний контроль — это непрерывный процесс, протекающий в любом хозяйственно-экономическом субъекте, осуществляемый его руководителями и всеми сотрудниками для достижения следующих целей:

- производственная и финансовая эффективность;
- достоверность финансовой и управленческой отчетности;
- соблюдение установленных требований.

COSO описаны пять взаимосвязанных элементов внутреннего контроля: контрольная среда, оценка рисков, контрольные процедуры, обмен информацией, мониторинг.

Система внутреннего контроля (СВК), построенная по концепции COSO, необходима для крупных коммерческих организаций либо компаний, которые имеют сложную организационную структуру. Для средних и малых организаций разработка СВК в полном соответствии с концепцией COSO, скорее всего, станет слишком затратной и сложной.

Согласно международным стандартам аудиторской деятельности, в частности, МСА (ISA) 315 «Понимание деятельности экономического субъекта и его среды и оценка рисков существенного искажения», система внутреннего контроля представляет собой процесс, организованный и осуществляемый представителями собственника, руководством, а также другими сотрудниками аудируемого юридического лица для того чтобы обеспечить достаточную уверенность в достижении целей с точки зрения надежности финансовой (бухгалтерской) отчетности, эффективности и результативности хозяйственных операций и соответствия деятельности нормативным правовым актам [3].

Достижение абсолютного уровня уверенности невозможно в силу следующих причин:

- Неприемлемо высокие затраты.
- Возможности обойти или проигнорировать внутренние контроли со стороны руководства.
- Вероятность сговора сотрудников.

Исследуем процедуры внутреннего контроля, которые представляют собой действия, направленные на минимизацию рисков, влияющих на достижение целей экономического субъекта. В числе этих действий:

- Документальное оформление операций и фактов хозяйственной деятельности организации. Например, записи в регистрах бухгалтерского учета должны фиксироваться на основе первичной документации.
- Утверждение (санкционирование) хозяйственных операций персоналом более высокого уровня.
- Подтверждение соответствия документов установленным требованиям.
- Проведение сверок по дебиторской и кредиторской задолженностям с поставщиками и подрядчиками.
- Проведение ротации должностных обязанностей.

— Система мер сохранности ценностей, проведение инвентаризации объектов учета.

— Соблюдение правил выполнения хозяйственных и учетных операций, точность в составлении смет, соблюдение установленных сроков составления бухгалтерской отчетности.

Система внутреннего контроля строительных организаций, в отличие от торговых и промышленных, должна учитывать особенности строительного производства. Они сводятся к следующему:

во-первых, в отличие от промышленного производства, в строительстве продукция неподвижна в процессе ее создания и эксплуатации, в пространстве перемещаются рабочие кадры и орудия труда;

во-вторых, процесс изготовления продукции строительства занимает длительный период времени, что требует продолжительного вовлечения в эту деятельность рабочих сил и средств производства;

в-третьих, строительство связано со многими отраслями экономики. Различные предприятия поставляют сырье, материалы и оборудование для изготовления строительной продукции.

Учитывая эти особенности при формировании эффективной системы внутреннего контроля строительной организации, необходимо принять во внимание следующие факторы:

— создание благоприятной внешней среды организации;

— обеспечение сохранности активов: предотвращение фактов хищения материальных ценностей, нецелевого использования имущества;

— исключение потерь и нерационального использования товарно-материальных ценностей, строительной техники;

— соблюдение принципов сметного нормирования, обеспечение контроля качества строительно-монтажных работ;

— соблюдение строительных норм и правил, а также правил охраны труда и техники безопасности;

— обеспечение эффективной системы бухгалтерского учета.

Практическое исследование

Рассмотрим процедуру разработки и внедрения системы внутреннего контроля в производственно-экономической деятельности строительной организации ООО «Peliscer».

Более 10 лет назад группа единомышленников объединилась и открыла в 1997 году строительную организацию с целью достижения успеха в области строительства мостов, путепроводов и других искусственных сооружений на дорогах Москвы и Московской области. Основной вид деятельности — ремонт и строительство мостов.

В производственной деятельности организация использует современные машины, механизмы и оборудо-

вание, которые обладают высокой производительностью, надежны и эффективны. Строительной организацией отремонтировано и капитально восстановлено около 40 эстакад и путепроводов. Организация осуществляла ремонтные работы на более чем 50 объектах, в их числе Автозаводский и Новоарбатский мосты, Шелепихинский и Сайкинский путепроводы.

Для строительной организации одним из важнейших факторов любого производства являются основные средства. На балансе организации — автовышки, экскаваторы, самосвалы, автокраны, сварочные агрегаты и еще более 150 единиц техники. С помощью автовышек можно осуществлять множество видов работ: строительные, отделочные, монтажные и электромонтажные. Так, например, сварочные агрегаты используются на стройплощадках для выполнения сварочных работ разной степени интенсивности. Основные средства перемещаются с одного строительного объекта на другой, что требует к ним особого внимания.

Для строительной организации Peliscer важными задачами по учету основных средств являются:

— Правильное документальное оформление и своевременное отражение в учетных регистрах их поступления, перемещения и выбытия;

— Начисление износа в соответствии с действующими нормами и правилами;

— Точное отражение затрат по ремонту и модернизации;

— Сохранность и эффективное использование каждой единицы основных средств в разрезе объектов;

— Достоверная оценка основных средств в балансе и отчетности.

Бухгалтерский учет в ООО «Peliscer» осуществляется на основе ее учетной политики. При этом принимались во внимание отраслевая специфика, организационно-правовая форма предприятия, налоговый режим, характер и объемы совершаемых операций, а также другие факторы.

Учетная политика организации ведется с учетом особенностей структуры строительной отрасли, таких как:

— рабочий план счетов бухгалтерского учета содержит синтетические и аналитические счета;

— формы первичных учетных документов и регистры бухгалтерского учета, применяемые для оформления фактов хозяйственной деятельности;

— методы оценки активов и обязательств;

— порядок проведения инвентаризации и порядок оформления результатов;

— правила документооборота.

Организация учета затрат на производство основана на принципах:

— грамотное отнесение расходов и доходов к отчетным периодам;

— полнота отражения в учете всех хозяйственных операций.

В деятельности организации ООО «Peliscer» были выявлены некоторые недочеты:

— Отсутствие проведения систематических сверок расчетов дебиторской и кредиторской задолженностей;

— Материальные активы на строительных объектах находятся в открытом доступе, подвержены расхищению;

— Недостаточная оперативность обмена информацией между отделами (снабжение-бухгалтерия по вопросам оплаты счетов за товаро-материальные ценности (ТМЦ));

— Нарушение сроков поступления первичной документации, что приводит к необходимости неоднократной сдачи корректировочных деклараций в контролирующие органы;

— Отсутствие периодических контрольных мероприятий (инвентаризация);

Все это позволяет говорить о том, что специалисты многих подразделений организации несерьезно подходят к процессам планирования и организации деятельности.

Для совершенствования СВК предложены рекомендации:

— Организовать прямую связь с отделами по текущим вопросам во избежание завышения количества закупаемых ТМЦ;

— Регулярно проводить инвентаризации на строительных объектах, тщательно проверять соблюдение установленных норм, нормативов и правил в процессе осуществления финансово-хозяйственной и производственной деятельности;

— Контролировать полноту списания затрат, начисление амортизации;

— Проверять своевременность и правильность оформления платежей поставщикам продукции и услуг, платежей в бюджет;

— Осуществлять проверку состояния бухгалтерской, налоговой и статистической отчетности.

Кроме того, следует осуществлять анализ и обобщение результатов контрольных проверок, которые проводит экономист и другие лица, участвующие в их осуществлении.

Учитывая задачи контроля по учету основных средств, организацией были приняты решения по внедрению следующих мер:

— обеспечение сохранности основных средств (приказом руководителя назначены материально-ответственные лица за ТМЦ в разрезе объектов);

— назначение приказом руководителя постоянно действующей комиссии по операциям с основными средствами;

— осуществление периодических инвентаризаций и выборочных проверок. Если в процессе их проведения выявлены излишки или недостачи средств, тщательно исследовать результаты, установить причины, выработать возможные меры по их устранению недочетов.

Финансовая служба организации ООО Peliscer разработала единый порядок, установленный настоящим Регламентом осуществления платежей, который является обязательным для всех сотрудников организации.

Цель настоящего регламента:

— предупреждение нецелевого использования денежных средств;

— предупреждение завышения цен на приобретаемую продукцию, работы (услуги);

— предупреждение необъективного распределения денежных средств между контрагентами при дефиците денежных средств;

— снижение рисков наложения финансовых санкций от контрагентов и их минимизация.

Этапы согласования и проведения платежей:

— подготовка заявок на платежи, согласование и регистрация их в реестре;

— формирование и утверждение документа «Платежный день», осуществление платежей.

Бухгалтерия совершает платежи только на основании документа «Платежный день», исключительно при условии, что он подписан генеральным директором и согласован с финансовым директором.

Соблюдение принятых мер привело к сокращению нарушений, допускаемых организацией, а также сделало возможным более четкое и грамотное планирование бюджета.

Заключение

Таким образом, отметим, что совершенствование системы внутреннего контроля — это непрерывный процесс обоснования и реализации наиболее рациональных форм, методов, способов и путей ее создания и развития. Если руководство предприятия стремится к повышению эффективности своей деятельности, ему необходимо постоянно совершенствовать систему внутреннего контроля.

Литература:

1. ПБУ 6/01 Учет основных средств ПБУ 6/01 (в ред. Приказа Минфина РФ от 24.12.10 № 186н).
2. Положение о внутреннем контроле финансово-хозяйственной деятельности организации (разработано в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации, уставом и внутренними документами Общества).
3. Международный стандарт аудита (МСА) 315 «Знание субъекта и его среды, оценка рисков существенных искажений» (Международная федерация бухгалтеров, 2006).
4. Федеральный закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» / «Собрание законодательства РФ», 12.12.2011, № 50.
5. Бровкина, Н. Д. Контроль и ревизия: учеб. пособие, Москва: ИНФРА-М, 2007. — с. 5–10. — 346 с.

6. Комитет организаций-спонсоров Комиссии Тредвея [Электронный ресурс]. — Режим доступа. — <http://www.complianceofficer.ru/COSO.php> (дата обращения 04.10.2014).
7. Соколов, Б.Н. Системы внутреннего контроля (организация, методики, практика) / Б.Н. Соколов, В.В. Рукин. — М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2007. — 442 с.
8. Сотникова, Л.В. Внутренний контроль и аудит. Учебник / Л.В. Сотникова. — ФЗФЭИ. — М.: ЗАО «Финстатинформ», 2000. — 239 с.

Совершенствование информатизации в деятельности органов государственного пожарного надзора МЧС России по Республике Бурятия

Унагаев Дмитрий Леонидович, магистрант
Академия государственной противопожарной службы (г. Москва)

На современном этапе профессиональная деятельность органов государственного пожарного надзора МЧС России по Республике Бурятия, связанная с проведением надзорных мероприятий, требует более квалифицированного подхода к вопросам рассмотрения и обработки большого объема разноплановой и сложной отчетной и нормативно-правовой информации в условиях высокой динамики информационных процессов. Причем информационная деятельность специалистов надзорной деятельности остается на низком уровне и приводит к снижению качества информационной среды и соответственно к повышению информационных рисков.

В указанных условиях вопрос информатизации становится не просто актуальным, но и крайне необходимым, поскольку растут объемы поступающей информации, которая требует немедленной обработки и структуризации.

Рассматривая деятельность государственного пожарного надзора, можно сделать вывод, что она малоэффективна. Существующая нормативная база в области пожарной безопасности, содержащая значительное число документов достаточно объемна и слабо структурирована. Также следует учесть ограниченность памяти человека и его возможностей постоянно использовать в работе необходимые документы. Безусловно, регулярно происходящие упущения в деятельности сотрудников государственного пожарного надзора, связанные с низкой информатизацией процессов, недопустимы.

Таким образом, решение вопросов информатизации (внедрение новых технологий) управления надзорной деятельности МЧС России по Республике Бурятия позволит более организовано (в максимально полном и удобном виде), с учетом всех влияющих факторов и процессов, создать условия для наиболее высокого уровня организации работы и соответственно обеспечить надлежащий уровень пожарной безопасности субъекта.

Несмотря на то, что с момента подписания Указа МЧС о включении Государственной противопожарной службы МВД в состав Министерства по чрезвычайным ситуациям прошло уже более 10 лет, процесс объединения идет до-

статочно трудно. И если формально структура управления уже сформирована, процесс реального объединения еще далёк от завершения.

Сегодня объем отчетных материалов во многом превышает необходимый из-за несогласованной системы отчетности и ненужного дублирования однородной информации разными структурными подразделениями.

Сотрудники УНД РБ более половины рабочего времени вынуждены тратить на составление разнообразных отчетов. В подразделениях на местах, где на одного инспектора в среднем приходится десятки тысяч человек населения, вынуждены проводить эту работу за счет сокращения времени работы на объектах.

Среди проблем организации управления надзорной деятельности можно отметить следующие:

- 1) отсутствие автоматизированных рабочих мест (АРМ) сотрудников;
- 2) отсутствие комплексной единой информационной сети, в которую включены АРМ всех территориальных подразделений;
- 3) низкая организация информационного взаимодействия внутри учреждения;
- 4) слабый контроль деятельности;
- 5) случаи утери документов;
- 6) слабая пропускная способность документооборота;
- 7) высокий процент времени, расходуемый сотрудниками на заполнение различной документации.

Указанные недостатки и нерешенные проблемы в организации управления надзорной деятельности свидетельствуют о необходимости информатизации различных аспектов деятельности.

Информационные системы (ИС) в современных условиях ведения деятельности являются неотъемлемой частью любой организационной структуры, обеспечивая сбор фактических и формирование аналитических данных для принятия управленческих решений различных уровней. Внедрение ИС представляет собой не только конфигурацию технологической платформы, но и реали-

зацию преобразования организации (учреждения) как системы, направленного на достижение целевого результата. Однако управление подавляющим числом проектов внедрения ИС сфокусировано на технологической составляющей проекта — и управлению переходом к новой организационно-функциональной и процессной структуре практически не уделяется внимания, что в свою очередь существенно ограничивает реализацию результатов от внедрения ИС.

Накопленный опыт в системе органов государственного пожарного надзора МЧС России по Республике Бурятия показывает, что в ежедневной работе сотрудников требуется постоянно актуальная обширная информация как нормативно-правового (нормативно-правовые акты различного уровня), так и аналитического, отчетного и прогнозного характера.

Так, только в 2013 года в управлении надзорной деятельности РБ зарегистрировано 2651 единиц входящей корреспонденции, а отработано — 1127 контрольных документов. Для организации деятельности в 2013 году управлением надзорной деятельности подготовлено и направлено в территориальные подразделения 1176 организационных указаний. По разным направлениям деятельности подготовлено и направлено в СРЦ 439 отчетных материалов.

Перед управлением надзорной деятельности в 2013 году стояла основная задача по повышению эффективности проведения надзорных мероприятий, основными параметрами которой являются повышения степени реализации планов проведения плановых проверок, увеличения процента выполнения предписаний, реализация в полной мере всех прав и обязанностей в случае выявления нарушений. В 2013 году сотрудниками органов государственного пожарного надзора осуществлено 3750 мероприятий по надзору, из них 1771 плановых и 1979 внеплановых проверок. В число внеплановых проверок вошло 1325 мероприятий по надзору, проведенных на основании поручений Правительства Российской Федерации и прокуратуры, 52 мероприятия по надзору, проведенных на основании заявлений и жалоб, 602 мероприятия по надзору, проведенных в целях контроля выполнения ранее выданных предписаний. Кроме этого, надзорными органами проведено 431 мероприятие по надзору в области гражданской обороны, из них 349 плановых и 82 внеплановых проверок, 646 мероприятий по надзору в области защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, из них 411 плановых и 235 внеплановых.

В 2013 году в органы дознания управления надзорной деятельности ГУ МЧС России по Республике Бурятия поступило 2151 сообщение о преступлениях (АППГ — 2232; — 3,6%). Из них разрешено 2131 сообщение о преступлениях, связанных с пожарами, что на 3,6% меньше, чем за аналогичный период 2012 года (2210). За 2013 год было возбуждено 182 уголовных дела (АППГ —

97, + в 1,9 раза), раскрыто 14 преступлений (АППГ — 6, + в 2,3 раза), общий процент раскрываемости по преступлениям составил 7,7% (АППГ — 6,2%). В среднем нагрузка на одного дознавателя по рассмотрению сообщений о преступлениях за 12 месяцев 2013 года составила 82 материала (АППГ — 85). По уголовным делам возбужденным должностными лицами органов дознания судами вынесено 13 обвинительных приговора.

Вышеизложенные данные свидетельствуют о том, что информация, полученная оперативно и в полном объеме обеспечивает высокую эффективность деятельности органов управления и сил наблюдения, предупреждения и контроля.

Информационный обмен между территориальными органами управления надзорной деятельностью Республики Бурятия (далее — УНД РБ), соответствующими подразделениями центрального аппарата ГУ МЧС Республики Бурятия и иными подразделениями, обеспечивающими деятельность УНД РБ, в процессе управления должен обеспечивать взаимную передачу необходимого объема информации между подразделениями в центре и любым из территориальных органов УНД РБ.

Существовавшие до недавнего времени принципы управления службой УНД РБ и отсутствие распределенной автоматизированной информационно-управляющей системы не могли в полной мере обеспечить требуемую эффективность работы УНД РБ при чрезвычайных ситуациях, что и определяет важность и актуальность усовершенствования процесса системной интеграции компьютерных средств, информационных и коммуникационных технологий.

В связи с социально-экономической значимостью надзорной деятельности ГУ МЧС Республики Бурятия, как следует из анализа, проведенного в первой главе, необходима информатизация деятельности сотрудников УНД РБ. Данный процесс должен быть выражен в создании и развитии информационно-аналитической системы управления (далее — АИУС), по которой следует понимать «организационно упорядоченную совокупность документов и информационно-управляющих технологий с использованием средств вычислительной техники и связи с иерархической многоуровневой структурой» [2].

Специальное программное обеспечение «Автоматизированная информационная система сбора информации о противопожарном состоянии объектов надзора и исполнения административных процедур по осуществлению государственного пожарного надзора на объектах надзора» в условиях Республики способствуют следующему: совершенствование системы государственного управления в надзорной сфере; повышение прозрачности работы УНД РБ, последовательное искоренение коррупции; автоматизация административных процедур по исполнению государственных функций по надзору; информационно-методическая поддержка УНД РБ, а также граждан и организаций, в отношении которых осуществляется проверки; обеспечение высокого уровня доступности для

населения информации о результатах деятельности УНД РБ; формирование современной телекоммуникационной инфраструктуры УНД РБ.

Социальный аспект информатизации системы управления надзорной деятельности связан с прогнозируемым воздействием оперативного и системного распространения информационных технологий на все сферы деятельности данной структуры и ее сотрудников. Данное влияние, безусловно, является положительным, однако может вызвать первоначальные трудности на этапе введения и адаптации.

На сегодняшний день каналы связи АИУС РСЧС подведены ко всем зданиям главных управлений МЧС РБ, региональным центрам МЧС РБ. Однако территориальные подразделения УНД РБ — отделения и участки в основном не имеют каналов связи АИУС РСЧС, помимо этого не все отделы УНД РБ находятся в зданиях главных управлений и соответственно не имеют каналов связи АИУС РСЧС. Для решения этой проблемы целесообразно использовать специальную сеть передачи данных (ССПД) АИУС УНД РБ на базе закрытых по классу за-

щищенности 1Г каналов связи сотового оператора ОАО «Мегафон».

АИУС УНД РБ является многоэлементной системой, строящейся по модульному принципу, состоящей из средств вычислительной техники, специального программного обеспечения и средств связи. Основным мобильным функциональным звеном АИУС УНД РБ является подсистема беспроводного доступа, оснащенная портативными терминалами на базе современных карманных компьютеров типа PocketPC с поддержкой сотовых каналов связи.

В целом, внедрение информационных систем управления требует особого рассмотрения всего процесса управления организационными изменениями: при этом, как показывает ряд исследований, применяемые методы управления не являются исключительно организационными либо ориентированными на реализацию ИТ-проекта. Необходимо реализовать все меры в комплексе, тем самым добиваясь синергетического эффекта и гарантируя достижение результата именно по результатам комплексного преобразования на базе внедрения ИС.

Литература:

1. Крутолапов, А. С. Модели и методы анализа процессов информационного обмена в автоматизированных системах диспетчерского управления МЧС России: автореферат дис... д-ра техн. наук. — СПб., 2013.
2. Атюкин, А. А. Информационно-аналитическая система управления надзорной деятельностью государственной инспекции по маломерным судам: автореф... канд. тех. наук. — М., 2013.

Банковские слияния и поглощения: мировая и российская практика

Федорова Елена Садуловна, магистрант
Тюменский государственный университет

Во многих странах банковские кризисы или банкротства крупнейших системообразующих банков дали дополнительный импульс реструктуризации и процессу местных и международных слияний и поглощений банков. Резкий рост объема и количества сделок по слияниям и поглощениям коммерческих и инвестиционных банков и страховых компаний в разных странах мира, в первую очередь в США, а также значительное расширение этих процессов в Европе и Азии прямым образом отразились и на России.

Ключевые слова: консолидация, коммерческий банк, слияния, поглощения, присоединения, банковские холдинговые компании.

В последние годы наблюдается ускорение процесса консолидации банков в США и странах Европейского союза (ЕС). Этот процесс наблюдается на фоне ускоряющейся глобализации, основа которой — интернационализация деятельности промышленных компаний, банков, финансовых учреждений.

Исторически можно выделить несколько основных этапов процесса концентрации и централизации банковского капитала:

1. Конец 19 — начало 20 века. В этот период активно появляются акционерные общества и выделяются первые олигополистические банковские структуры, часть из которых сохранилась до настоящего времени и по прежнему занимает лидирующие позиции в банковском секторе своих стран. Среди них такие банковские корпорации как Chase Manhattan Bank и J. P. Morgan в США, Deutsche Bank, Commerzbank и Dresdner Bank в Германии, Midland Bank и Barclays Bank в Великобритании и т.д.

2. Конец 20-х — начало 30-х годов 20 века. Процесс централизации был ускорен первой мировой войной и экономическим кризисом 1929—1933 годов. В связи с этим основная часть капитала кредитных организаций сконцентрировалась в руках группы крупных банков. Наиболее активно эти процессы происходили в США, где в период Великой депрессии обанкротилось более 10 тысяч банков, а многие из оставшихся были поглощены крупными.

3. Середина 50-х — конец 60-х годов 20 века. Этот период характеризуется обострением конкурентной борьбы среди самих крупных банков, в результате чего слияния и поглощения становятся более профессиональными.

4. 80-е — 90-е годы 20 века. Новый период, который характеризуется как «бум» банковских слияний, порожденный в большей степени конкуренцией между банками-гигантами. Толчком к таким слияниям послужил международный долговой кризис 1982 года. В наибольшей степени этот процесс затронул США, поскольку американские банки предоставили на тот момент достаточно крупные кредиты слабо развитым странам, не имея прочной депозитной основы и резервов.

5. 2000-е годы — настоящее время. Дальнейшее распространение банковских слияний и поглощений. Процесс структурной перестройки банковского сектора продолжает развиваться в течение последних лет. В последние годы этот процесс приобрел невиданные масштабы, перешагнув национальные границы [2].

Наряду с тем, что общие принципы слияний и поглощений в финансовом секторе едины, существуют и национальные особенности, связанные с уровнем экономического развития, историческим опытом, действующим законодательством и сложившимся в той или иной стране стилем ведения бизнеса.

Наиболее активно процесс банковских слияний и поглощений заметен в США. Банковско-финансовый сектор США — крупнейший в мире, как по размеру банковских активов, так и по числу банковских учреждений. По данным Ассоциации американских банков, число учреждений, принимающих денежные вклады населения, в США в 4 раза больше, чем в странах ЕС, Швейцарии, Канаде и Японии, вместе взятых.

На протяжении последней четверти века структура банковской индустрии США претерпела значительные изменения. Во-первых, существенно сократилось число коммерческих банков и сберегательных учреждений. Во-вторых, резко возросла концентрация банковских активов, распределенных среди небольшого числа крупных финансовых предприятий.

Важную роль в процессах консолидации американских банков сыграла либерализация банковского регулирования в США. Исторически рынки банковских услуг отдельных штатов были закрыты и защищены федеральными законами и регулирующими режимами штатов от проникновения кредитных учреждений, головные офисы

которых расположены в других штатах и регионах. Проводившиеся на протяжении последних лет изменения банковского законодательства и смягчение регулирующего режима отдельных штатов способствовали устранению внутренних барьеров и более свободному ведению банковского бизнеса на всей территории США.

Дерегулирование открыло дорогу слиянию банков на всей территории страны, в результате чего резко возросло общее количество сделок слияния и поглощения в банковском секторе США. Если в 1980-е годы число слияний находилось на уровне 350 банков в год, то к концу 90-х эта цифра увеличилась до 550 банков в год.

Важное место в процессах слияний и поглощений в США занимают банковские холдинговые компании (БХК) — управляющие компании, владеющие пакетами акций (в большинстве случаев контрольными) юридически самостоятельных банков или небанковских кредитных учреждений. Холдинговая группа образуется путем фактической консолидации активов под объединенным руководством, которое берет на себя выполнение штабных функций по разработке кредитной, депозитной, инвестиционной, налоговой и маркетинговой стратегии и политики. Другими словами, происходит объединение усилий банков в области управления акционерным капиталом, увеличения кредитного потенциала, диверсификации услуг, повышения качества обслуживания клиентов, сотрудничества в сфере межбанковских отношений и на рынке ценных бумаг.

Основные положительные аспекты деятельности банковских холдингов, которые позволяют им оставаться достаточно перспективной формой объединения банков, состоят в следующем:

- холдинги позволяют банкам-участникам преодолеть проблему недостаточной капитализации;
- создание холдингов позволяет осуществлять программы по долгосрочному кредитованию и банковским инвестициям, распределяя риск между участниками холдинга;
- банки-участники холдинга меньше зависят от региональной конъюнктуры и изменений ситуации на рынке;
- создание холдинга позволяет экономить средства для приобретения контрольных пакетов акций новых участников, так как создание холдинга менее капиталоемкая процедура по сравнению со сделками по поглощению банков.

В последнее время в банковской сфере США можно выделить три основных направления слияний:

1. покупка мелких банков крупными банками;
2. покупка бизнеса в целях диверсификации;
3. слияния мегабанков [1].

В Германии слияния и поглощения в банковском секторе ограничивались тем, что благодаря преобладанию модели универсального банка существовали хорошие возможности для органического роста. Механизмам слияний и поглощений в Германии также препятствует отраслевая структура собственности: высокая (около 75%) доля го-

сударственной и паевой (взаимной) собственности; распространённость стратегических альянсов между финансовыми институтами, между банками и нефинансовыми учреждениями и корпорациями, закреплённых взаимным участием в капиталах; наличие у банков ключевых акционеров, традиционно не рассматривавших крупные пакеты акций банков как предназначенные для продажи. В экономике Германии к числу факторов, стимулирующих долгосрочное владение акциями, являлась также система налогообложения (в частности, высокий уровень налога на продажу акций с премией). Основной европейской формой объединения, в том числе банков, традиционно являлись не слияния и поглощения, а стратегические альянсы [4].

Главными препятствиями активизации процесса слияний и поглощений в Японии традиционно являлись социально-культурные факторы, в том числе модель взаимоотношения работника и фирмы, ориентация на мораль и групповое поведение, принцип консенсуса. В японском обществе традиционно относились к слияниям и поглощениям как к процессам социально разрушительным и подрывающим основы японского общества. Это обуславливало осуществление слияний, как правило, только в случаях, когда это являлось необходимым для выживания компании. Японская модель слияний основана на следовании принципу исключительной добровольности и солидарной позиции акционеров, персонала и профсоюзов. Структурные особенности японской экономики (перекрестная собственность и система постоянных акционеров) определяют то, что подавляющее число слияний и поглощений в Японии являются дружественными и заключаются путем закрытых переговоров между руководством компаний.

Слияния и поглощения в Японии могут быть подразделены на 4 типа: (1) стратегические слияния, целью которых является создание крупных компаний в ряде отраслей; (2) приобретение «проблемной» компании (часто компанией — членом той же группы); (3) слияния, цель которых — получение большей рыночной доли в новой отрасли; (4) попытки враждебных поглощений (как правило, компаний, являющейся крупным оператором на рынке ценных бумаг, более мелкой компании).

Государство играет важную роль в процессах слияний и поглощений, в том числе стимулируя приобретение неплатежеспособных банков и фирм и слияния в стратегических отраслях, создавая фонды финансирования слияний и используя практику административного убеждения.

В отличие от американской модели слияний, обязательный элемент которой — сокращение издержек, банковские слияния в Японии традиционно вели к концентрации капитала, а не к росту прибыльности банков.

Типичными характеристиками японской модели банковских слияний и поглощений являются:

1. Концентрация на гармонизации культур. Например, при слиянии банков с различными уровнями

оплаты труда в новом банке может быть установлен верхний уровень зарплаты. Однако возможны и негативные побочные эффекты при реализации принципа гармонизации культур, что может найти выражение в уходе ведущих специалистов.

2. Создание громоздкой структуры управления, в частности исполнительных органов и огромных советов директоров. Например Sumitomo Mitsui объявил о том, что планирует создание совета директоров из 30 человек; при слиянии Bank of Tokyo и Mitsubishi Bank в 1996 году в совет директоров нового банка входило 67 человек; в Mizuho запланировано 6 высших позиций, различающихся только наименованиями (3 исполнительных директора, 2 председателя и 1 президент).

3. Медленный процесс принятия решений. Например, в-группе, возникающей в результате объявленного в 1999 г. слияния DKB — Fuji — IBG, за период менее года с момента объявления сделки было проведено 100 встреч для согласования различных вопросов, на каждой из которых было по три сопредседателя.

4. Сохранение параллельных подразделений и рабочих мест. Пример — слияние в 1971 году Dai-Ichi Bank и Nihon Kangyo Bank: в возникшем в его результате Dai-Ichi Kangyo Bank существовало 2 департамента по кадровым вопросам.

Для российских процессов слияний и присоединений характерны следующие особенности:

— увеличение числа слияний и поглощений, вызванное необходимостью соответствовать нормативным требованиям к банкам в России, использование консолидации как средства выживания в период кризиса, как средство расширения бизнеса для наиболее успешных и эффективных банков;

— осуществление объединений для развития филиальной сети и привлечения новых клиентов;

— развитие розничного бизнеса на базе присоединённого банка, выделение его в отдельные структуры;

— использование скрытых, «серых» схем объединения банков;

— преобладание присоединений в качестве основной формы реорганизации кредитных организаций и использование промежуточных форм приобретения контроля над банком-объектом.

Банковские слияния в России проходят не столь интенсивно и в значительно меньших стоимостных объёмах, чем за рубежом. В подавляющем большинстве случаев слияния являются дружественными по форме и горизонтальными. В последние годы процесс концентрации банковского капитала активизировался, что связано как с необходимостью увеличения уровня капитализации банковской системы, так и с потенциальными выгодами по увеличению доходности банковского бизнеса за счёт сокращения издержек, роста рыночного влияния, диверсификации услуг и рынков, снижения колебаний доходов и экономии из-за эффекта масштаба и объёма сделки [3].

Литература:

1. Ван Хорн Дж. Основы управления финансами. Перевод с английского. — М.: Финансы и статистика, 2005.
2. Горелая, Н. В. Слияния и поглощения как формы реорганизации коммерческих банков: диссертация кандидата экономических наук. — Москва, 2007.
3. Молотников, А. Слияния и поглощения. Российский опыт. 2-е издание — М.: Вершина, 2007.
4. Терешкова, Г. Е. Банковские слияния и поглощения (зарубежный опыт) // Финансовый рынок и кредитно-банковская система России: Сб. научных трудов. — СПб.: «Инфо-да», 2008. № 9.

Анализ рынка операторов сотовой связи

Фомина Татьяна Андреевна, бакалавр

Нижегородский государственный университет имени Н. И. Лобачевского

Рынок мобильной связи в настоящее время является наиболее динамично развивающимся как в России, так и во всем мире. Это связано, прежде всего, с процессом совершенствования существующих технологий и появлением новых, позволяющим снижать стоимость и повышать качество связи. В отрасли появляются новые продукты, которые становятся доступны широкому кругу населения [1, с. 11].

Существует достаточно острая борьба между компаниями. С развитием технологий связи конкуренция между операторами перестала быть только ценовой конкуренцией или конкуренцией качества сети. Мобильный телефон теперь уже не только телефонный аппарат. У него появляются новые функции, операторы предлагают новые услуги своим абонентам, и доля доходов операторов от предоставления дополнительных услуг постоянно возрастает.

Далее будут рассмотрены и проанализированы крупнейшие соперники рынка сотовой связи: МТС, МегаФон и ВымпелКом, которые уже давно присутствуют на рынке.

Положение МТС выглядит самым сильным среди других компаний, основой чего являются высокие темпы роста финансовых показателей, число обслуживаемых

абонентов в России, в первую очередь в Центральной и Восточной части России и еще 226 странах, широкий перечень предоставляемых услуг и хорошие показатели эффективности деятельности компании.

Второе место по числу абонентов занимает компания ВымпелКом, известная под торговой маркой Билайн. Такое положение компании связывают с неоправданностью внедрения новых услуг, неготовность большинства абонентов оценить новые возможности и соответственно нести дополнительные расходы за них. А также — недостаток официальных представительств влечет за собой неудобство абонентов в случае необходимости получения обслуживания, которые не могут, предоставит дилеры.

На основе исследований маркетинговых агентств: третье место на рынке операторов сотовой связи занимает компания МегаФон, относительно доли абонентов, это связано с тем, что в отличие от МТС, МегаФон является сравнительно молодой компанией (основана в 2002 году) и имеющей не такой большой рынок предоставления услуг, компания представлена в 164 странах. Также компания предоставляет голосовые услуги по ценам выше, чем у конкурентов, что снижает ее привлекательность для новых абонентов.

Доли МТС, Билайн, Мегафон на рынке сотовой связи, % (Информация КМ-Групп)

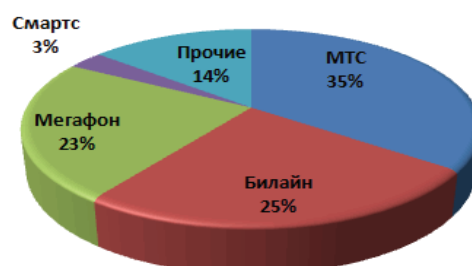


Рис. 1. Доля компаний по числу абонентов на рынке сотовой связи

Такое распределение мест существует с конца 2013 года до настоящего времени. ОАО МегаФон и ОАО ВымпелКом в четвертом квартале 2013 года продемонстрировали отток абонентской базы в России, а ОАО Мобильные ТелеСистемы (МТС) стал лидером по подключениям новых пользователей [2].

Так, российская база ВымпелКома по итогам четвертого квартала составила 62,568 миллиона абонентов, сократившись по сравнению с предыдущим кварталом на 0,4% (с 62,805 миллиона). Число абонентов МегаФона в России снизилось на 0,1% — до 56,110 миллиона с 56,181 миллиона. Абонентская база МТС при этом выросла на 0,7% — до 71,226 миллиона с 70,726 миллиона пользователей.

При этом МТС стал лидером по подключению новых абонентов в РФ — на компанию пришлось 51% новых контрактов.

В целом в России абонентская база сотовых операторов в четвертом квартале увеличилась на 0,3% —

до 230,49 миллиона с 229,82 миллиона пользователей, а уровень проникновения сотовой связи вырос до 161,3% с 160,9%.

Совокупная абонентская база МТС (с учетом операций за рубежом) по итогам четвертого квартала составила 100,722 миллиона пользователей (в третьем квартале — 98,862 миллиона), ВымпелКома — 106,237 миллиона (104,387 миллиона), МегаФона — 64,613 миллиона (64,751 миллиона) [2].

Компания МТС лидирует не только по доли абонентов, но и по финансовым и операционным показателям.

Лидерство МТС можно объяснить удачной стратегией развития компании: она изначально сделала ставку на охват рынка как проводной, так и беспроводной связи и предоставление сервисного обслуживания высокого уровня. По мнению большинства экспертов, МТС сможет выйти на первое место, как на рынке России, так и мира к 2015 году, используя более инновационные технологии, в частности, услуги связи в роуминге [3].

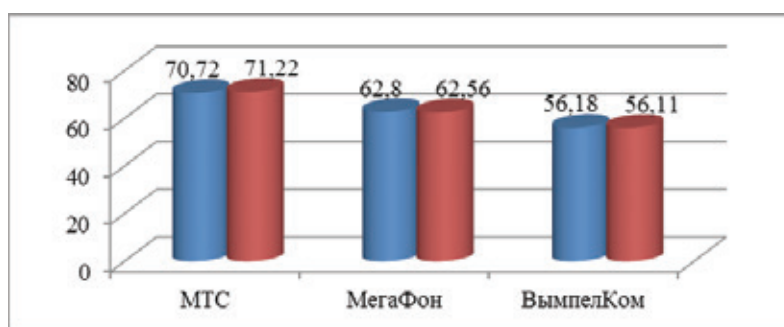


Рис. 2. Динамика изменения абонентской базы

Таблица 1. Сравнение финансовых и операционных показателей МегаФон, ВымпелКом и МТС

Показатель	МегаФон	ВымпелКом	МТС
Выручка, млн. руб.	269,6	285,4	338
Рентабельность, %	43,5	42,2	43,8
Выручка от мобильной связи, млн. руб.	251,7	237	284
Выручка от мобильной передачи данных, млн. руб.	36	24,3	33
Выручка от фиксированной связи, млн. руб.	18	48,5	62

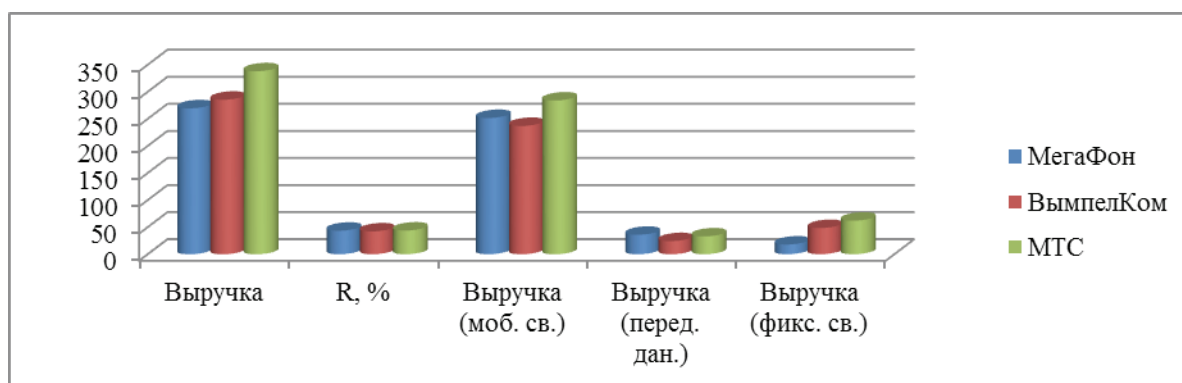


Рис. 3. Сравнение операционных и финансовых показателей

Литература:

1. Шумпетер, Й. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1982.
2. digit.ru/business/20130207
3. www.cnews.ru/news/top

Налоговые источники формирования доходов бюджета Белгородской области и резервы увеличения их поступлений

Фролова Людмила Николаевна, старший преподаватель;

Черкашина Екатерина Александровна, студент
Белгородский национальный исследовательский университет

Для эффективной деятельности и выполнения возложенных задач любому институту необходимо наличие финансовых ресурсов. Особенно важно, когда этот институт — государство, так как именно государство берет обязательство выполнения определенных функций и задач перед своими гражданами. Основным централизованным фондом аккумуляции государственных доходов является — бюджет, который формируется на всех уровнях бюджетной системы.

Региональные бюджеты, в свою очередь, являются одним из главных каналов доведения до населения конечных результатов производства.

Бюджет Белгородской области на 2014 год и на плановый период 2015 и 2016 годов запланирован с дефицитом в размере 5852015 тыс. рублей, 5222796 тыс. рублей и 4522955 тыс. рублей соответственно. Таким образом, планируется, что дефицит будет постепенно уменьшаться, оставаясь, тем не менее, существенным на ближайшую перспективу.

Это обуславливает необходимость выявления резервов роста доходов бюджета Белгородской области с целью обеспечения региональных органов власти необходимыми финансовыми ресурсами для решения приоритетных социально-экономических задач.

В качестве ключевой задачи региональной бюджетной политики следует выделить развитие собственного доходного потенциала с одновременным снижением зависимости от межбюджетных трансфертов.

Источники формирования доходной части бюджетов субъектов РФ подразделяются на налоговые и неналоговые поступления, а также иные поступления из вышестоящих бюджетов.

Налоговые поступления — это основной источник формирования региональных и местных бюджетов.

К налоговым доходам субъектов РФ, в том числе Белгородской области, относятся:

— собственные налоговые доходы бюджетов субъектов РФ от региональных налогов и сборов, в определенной пропорции разграниченных между бюджетом субъектов РФ и иными бюджетами;

— отчисления от федеральных регулирующих налогов и сборов в бюджеты субъектов РФ (рис. 1.).

Согласно п.3 ст. 12 НК РФ региональными являются налоги и сборы, устанавливаемые Налоговым кодексом РФ и законами субъектов Российской Федерации, вводимые в действие в соответствии с Налоговым кодексом РФ, законами субъектов Российской Федерации и обязательные к уплате на территориях соответствующих субъектов Российской Федерации [5].

По региональным налогам представительный орган власти субъекта Федерации самостоятельно устанавливает налоговые ставки в пределах, установленных Налоговым Кодексом, порядок и сроки уплаты налога.

Таким образом, субъект Российской Федерации не наделен полномочиями введения в действие новых налогов и сборов, а может лишь устанавливать в пределах своей территории отдельные элементы налогообложения.

Так, ставки по транспортному налогу, предусмотренные п.1 ст. 361 НК РФ, в Белгородской области увеличены в пределах, предусмотренных п.2 ст. 361 НК РФ [3]. По налогу на имущество организаций также установлена предельно допустимая в НК РФ ставка в размере 2,2% [4].

Таким образом, привлечение дополнительных средств в региональный бюджет с помощью увеличения налоговых ставок не представляется возможным.

Налоговая политика области должна строиться на основе изменений федерального законодательства в области налогообложения.

Планируется введение новых региональных налогов, которые позволят привлечь дополнительные средства в бюджет Белгородской области.

Так, в соответствии с проектом Федерального закона «О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации» предлагается введение новой «Главы 30.1 Налог с продаж».

Согласно законопроекту налог с продаж является региональным налогом и будет устанавливаться Налоговым кодексом и законами субъектов РФ. Налог с продаж будет



Рис. 1. Налоговые источники доходов бюджета Белгородской области

обязателен на территории соответствующего субъекта РФ.

В Белгородской области организации и индивидуальный предприниматели, применяющие специальные налоговые режимы, будут уплачивать указанный налог с 1 января 2016 года.

Также с 1 января 2016 года на территории области предполагается введение налога на недвижимое имущество физических лиц взамен действующего налога на имущество физических лиц и земельного налога. Налоговой базой для нового налога станет кадастровая (оценочная) стоимость имущества, наиболее приближенная к рыночной стоимости. Это значительно увеличит налоговую нагрузку на налогоплательщиков и, тем самым, будет способствовать увеличению доходов регионального бюджета.

В качестве направления роста доходов регионального бюджета при неизменности доходного потенциала региона можно отнести:

- отмена неэффективных налоговых льгот;
- сокращение недоимки по налогам и сборам.

Повышенный уровень налогообложения и постоянное обновление налогового законодательства предрасполагает возникновению и развитию теневого сектора, а также поиска способов от уплаты налогов. Воспрепятствовать этому должна эффективная система налогового администрирования. Собираемость налогов напрямую зависит от эффективности системы налогового администрирования [7, с. 109].

Таким образом, привлечению дополнительных доходов в бюджет Белгородской области будут способствовать также мероприятия по совершенствованию системы налогового администрирования, в частности:

1. Повышение автоматизации и модернизации систем налогового учета и контроля. Так, в качестве одного из направлений модернизации налоговых органов РФ, в том числе и на уровне её субъектов, можно предложить создание централизованной системы ведения ЕГРН и ЕГРЮЛ. На базе данной системы должен быть построен сервис автоматической выдачи сведений из указанных реестров в электронном виде по запросам государственных органов и органов местного самоуправления.

2. Актуализация баз данных. С целью контроля за правильностью определения налоговой базы по земельному, транспортному и имущественному налогам целесообразно осуществлять в налоговых органах мероприятия по устранению ошибок в информационных ресурсах, проводить верификацию сведений об объектах налогообложения с органами Росреестра и ГИБДД. Также необходимо обеспечить постоянный контроль:

— за полнотой и качеством приема сведений регистрирующих органов в базы данных налоговых органов;

— за полнотой внесения корректирующей и иной информации в базы данных, полученной из внешних источников на основании обращений граждан.

3. Унификация документооборота и программного обеспечения. В рамках данного направления целесообразно уменьшить разнообразие документов по форме и правилам оформления, а также установить единые требования к показателям и реквизитам, включаемым в документы.

Таким образом, дополнительным источником налоговых доходов бюджета Белгородской области на бли-

жайшую перспективу должны стать поступления от новых региональных налогов:

— налога с продаж,

— налога на недвижимое имущество физических лиц.

В качестве направления привлечения дополнительных доходов от налоговых источников регионального бюджета было предложено отменить неэффективные налоговые льготы, сократить недоимки по региональным и местным налогам и сборам.

Ещё одним ключевым ориентиром налоговой политики региона с целью наибольшей мобилизации налоговых поступлений должно стать совершенствование системы налогового администрирования. В частности, необходимо:

— обеспечить полноту учета объектов налогообложения, актуализировав базы данных;

— автоматизировать и модернизировать системы налогового учета и контроля;

— унифицировать документооборот и программное обеспечение.

Литература:

1. Налоговый Кодекс Российской Федерации (часть первая) [Текст]: федер. закон от 31 июля 1998 г. № 146-ФЗ (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.10.2013) // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство».
2. Налоговый Кодекс Российской Федерации (часть вторая) [Текст]: федер. закон от 5 июля 2000 г. № 117-ФЗ (действующая редакция от 01.10.2013) // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство».
3. Закон Белгородской области от 28.11.2002 № 54 (ред. от 11.07.2014) «О транспортном налоге» (принят Белгородской областной Думой 28.11.2002) // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство».
4. Закон Белгородской области «О налоге на имущество организаций» от 27 ноября 2003 г. № 104 (ред. от 20.12.2013) // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство».
5. Химичева, Н. И. Финансовое право: Учебник / Отв. ред. Н. И. Химичева. — Ф593-е изд., перераб. и доп. — М.: Юрист, 2004. — 749 с.
6. Титова, И. Н., Девкина А. С. Структурный анализ дохода бюджета Белгородской области // Экономика и социум. — 2014. — № 1 (10).
7. Черкашина, Е. А., Соловьева Н. Е., Панченко А. Е. Анализ опыта организации системы налогового администрирования в США и Германии // Экономика и современный менеджмент: теория и практика, Новосибирск: Изд. «СибАК», 2014. с. 108–114.

Подход к оценке экономической эффективности производства зерна

Шаронова Евгения Витальевна, старший преподаватель
Саратовский государственный аграрный университет им. Н. И. Вавилова

Ключевые слова зерно, рынок зерна, эффективность производства, экономическая эффективность.

Понятие эффективности — основная категория экономики, к определению которой, однако, нет единого подхода. В большинстве современных словарей, справочников и энциклопедий экономическую эффективность

определяют как максимум эффекта при минимуме затрат, причем чаще всего такие понятия, как «эффект» и «результат», «эффективность» и «результативность» сопоставляются и выдаются как одно и то же. Так, Б. А. Райз-

берг под экономической эффективностью понимает результативность экономической деятельности, экономических программ и мероприятий, характеризуемая отношением полученного экономического эффекта, результата к затратам факторов, ресурсов, обусловившим получение этого результата; достижение наибольшего объема производства с применением имеющегося ограниченного количества ресурсов или обеспечение заданного выпуска при минимальных затратах. [6]

В своей монографии «Повышение экономической эффективности производства и переработки зерна» С. А. Суслов и А. Е. Шамин пишут, что эффективность основывается на действии системы объективных экономических законов, отражает одну из главных сторон производства — результативность и должна представлять степень использования ресурсного потенциала организации. [7] Рост эффективности должен представляться, как увеличение коэффициента полезного действия, при использовании потребляемых и применяемых ресурсов производства.

Необходимо отметить, что в силу ограниченности ресурсов данный рост не может продолжаться бесконечно, отсюда следует, что и сама экономическая эффективность имеет четкие границы и не может быть больше, чем позволяют имеющиеся ресурсы. Однако концепция взаимозаменяемости ресурсов свидетельствует о том, что эти границы можно изменять, тем самым определять размер эффективности, который не всегда соответствует максимуму производимой продукции.

В этой связи ряд отечественных и зарубежных ученых связывают экономическую эффективность с потребностями. Так К. Р. Макконнелл и С. Л. Брю в книге «Экономикс» экономическую эффективность называют оптимальным отношением между минимальными затратами ресурсов и производимым в результате их использования объемом товаров и услуг; включает как производственную эффективность, так и эффективность распределения [6], отмечая, тем самым, что необходимо не только произвести максимум продукта при минимуме издержек, но и максимально удовлетворить запросы потребителей. Таким образом, эффективнее тогда, когда максимально полно удовлетворены потребности, а для повышения эффективности необходима рациональная пропорция в применении взаимозаменяющих друг друга (в отдельных случаях) ресурсов, рабочей силы и капитала. Другой подход к определению экономической эффективности описывают Э. Д. Долан и Д. Е. Линдсей в своей книге «Рынок: микроэкономическая модель» утверждая, что производственная эффективность (и более широкое понятие — экономическая эффективность) — это ситуация, при которой невозможно произвести большее количество товара, не жертвуя при этом возможностью произвести некоторое количество другого товара при данном количестве производительных ресурсов и наличном уровне знаний [1].

При изучении экономической эффективности зернового хозяйства необходимо учитывать особенности от-

расли: высокий уровень механизации, наличие большого разнообразия зерновых культур, значительно различающихся по технологии возделывания, сезонность производства, наличие транспортабельной и хорошо хранящейся продукции, большое количество побочной продукции, которая широко используется в качестве корма, подстилки и источника гумуса [4].

Показатели эффективности производства зерна во многом зависят от набора возделывания культур. Наиболее рентабельными из них являются пшеница, рожь, гречиха [2]. Факторы эффективности возделывания зерновых культур можно разделить на три большие группы: агротехнические, технические и организационно-экономические. в первой группе наиболее важное значение в настоящее время имеет использование перспективных сортов и гибридов, применение научно обоснованных систем земледелия, во второй — применение прогрессивных систем машин, в третьей — маркетинг и государственное регулирование. Обобщая все вышеизложенное, можно сделать вывод о том, что экономическая эффективность включает в себя ряд критериев. Критериями экономической эффективности при максимальном объеме производства зерна будут следующие:

1. Оптимальное сочетание взаимозаменяемых ресурсов
2. максимальное количество продукции
3. возможность самофинансирования
4. максимальное удовлетворение потребностей
5. минимальное количество затрат [3]

Особенности российского рынка зерна вызывают необходимость уточнения понятия экономической эффективности. Так, получение рекордного урожая с одной стороны характеризует эффективность работы отрасли, но, с другой стороны, вызывает профицит на рынке, следствием чего становится снижение закупочных цен. Таким образом, производители сталкиваются с проблемой сохранения уровня рентабельности производства, которое можно обеспечить реализацией зерна в последующие периоды, в которых уровень цены будет выше. Однако, основная доля производителей зерна не имеют как материальной, так и технической возможности хранить зерно до следующего периода.

В итоге эффективность определяется не максимальными объемами производства зерна, а минимальной величиной потерь в натуральном и стоимостном выражении, т.е. производители, стремясь повысить эффективность производства должны ориентироваться не на максимизацию объемов продукции, а на поиск оптимального для их технических возможностей объема. В итоге, производитель вынужден искать не максимальный, а оптимальный объем производства продукции, который при определенном уровне цены на него и величине затрат позволит достичь высокой эффективности и рентабельности производства. Таким образом, схему критериев эффективности производства можно откорректировать следующим образом (рис. 1).

Эффективное использование ограниченных ресурсов						
Производительность труда (руб./чел.-ч.)	Трудоемкость (чел.-ч./руб.)	Площадь пашни на 1 трактор, га	Площадь посевов на 1 комбайн, га	Фондовооруженность на 1 тракториста-машиниста, шт.	Ресурсоотдача, руб.	Ресурсоемкость, руб.
Оптимальный объем производства						
Производство зерна на 1 га		Производство зерна на 1 чел.-ч.			Производство зерна на 1 руб. материальных затрат	
Минимизация затрат						
Себестоимость 1 ц зерна (руб.)			Затраты труда на 1 га		Затраты труда на 1 ц	
Окупаемость понесенных материальных затрат						
Уровень товарности, %		Рентабельность производства и продаж, %	Выручка и прибыль на 1 га, 1 ц (руб.)		Окупаемость затрат, руб.	
Количество продовольственного зерна и муки на 1 жителя, ц		Удовлетворение потребностей в производимом продукте			Количество фуражного зерна на 1 условную голову скота	

Рис. 1 Показатели экономической эффективности производства зерна

Исследовав понятие, критерии и составляющие эффективности различных отечественных и зарубежных авторов, мы будем понимать под эффективностью производства оптимальную величину результата, полученного с задействованием минимального объема затрат и удовлетворяющего максимальное количество потребностей в данном производимом продукте.

Предлагаемый нами подход к определению экономической эффективности позволяет решить следующие задачи:

- определение оптимального объема производства, обеспечивающего возможность расширенного воспроизводства;
- максимальная загруженность имеющихся в наличии ресурсов с максимальной же от них отдачей;
- оптимизация уровня затрат;

— организация такого оптимального объема производства, который наилучшим образом позволит обеспечить потребности в продукте.

Проведенные исследования понятия рынка зерна, факторов, влияющих по ценообразованию на зерно, а также понятия эффективности производства и показателей, её характеризующих позволяет нам сделать вывод о том, что в условиях современной экономической ситуации в АПК России целом и зернопродуктовом подкомплексе в частности необходимы меры как по повышению конкурентоспособности российского зерна, что особенно обострилось в условиях членства России в ВТО, так и по повышению экономической эффективности данной отрасли сельского хозяйства. Предприятия, работающие в условиях рынка обязаны подчиняться законам рыночной экономики, что не всегда позволяет им обеспечить высокие показатели эффективности.

Литература:

1. Долан, Э. Дж., Линдсей Д. Е. Рынок: микроэкономическая модель / Долан Э. Дж., Линдсей Д. Е.; общ. ред. Лисовика Б., Лукашевича В.; пер. с англ. В. Лукашевича. — М., 1996. — 496 с.

2. Жутяева, С. А. Комплексная оценка производственных ресурсов/ Жутяева С. А.// В сборнике: Современные проблемы бухгалтерского учета и аудита, новые методы в экономическом анализе Международная научно-практическая конференция. 2012. с. 43–64.
3. Игошин, А.Н Экономическая эффективность производства зерна: понятие, критерии, показатели// Вестник НГИЭИ. 2011. т. 1. № 1 (2). с. 117–124
4. Черняев, А. А. Качество продукции как направление повышения доходности сельхозтоваропроизводителей/ Черняев А. А., Павленко И. В., Кудряшова Е. В.// Аграрный научный журнал. 2014. № 6. с. 97–100.
5. Макконнелл, К. Р., Экономикс — Брю С.Л. — Учебник ИНФРА-М, 2003, 983 с.
6. Райзберг, Б. А.. Курс экономики: Учебник / Под ред. Б. А. Райзберга. — ИНФРА-М. — 720 с. ISBN 5–86225–387–4, 1997
7. Суслов, С. А. Повышение экономической эффективности производства и переработки зерна: монография / С. А. Суслов, А. Е. Шамин. — Княгинино: Нижегородский государственный инженерно-экономический институт, 2010. — с. 6.

Применение международного опыта при построении современной национальной платежной системы России

Щербаков Михаил Александрович, студент
 Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

Информатизация общества, процессы международной глобализации и интеграции приводят к быстрому изменению платежных систем как на уровне государства, так и на мировом уровне. Среди основных факторов, оказывающих существенное влияние на изменение платежных систем можно отметить:

- развитие научно-технического прогресса,
- изменение нормативно-правовой базы,
- глобализация и интеграция финансовых и общегосударственных рынков,
- рост числа участников рынка платежных систем,
- изменения структуры рынка платежных систем.

Изменения в платежной системе происходят на всех стадиях ее функционирования. Чаще всего такие изменения связаны с набором ее элементов: добавлением или удалением. Каждая процедура изменения в платежной системе должна быть строго определена и регламентирована, иначе система потеряет управляемость [1].

Изменения в платежной системе, как правило, инициируются центральным банком, пользователями или операторами системы. Одной из отличительных особенностей систем является то, что новая система начинает скалываться и формироваться еще на этапе зрелости предыдущей, для обеспечения плавного и управляемого перехода между ними.

Основные характеристики трансформации платёжных систем приведены на рисунке 1.

Чаще всего изменения в платежных системах касаются нормативно-правовой базы функционирования или самой конструкции системы. К примеру, можно привести введение закона об электронной цифровой подписи.

При этом трансформация платежной системы должна быть одним из этапов построения или трансформации всей финансовой инфраструктуры, чтобы обеспечить единство целей и задач обеих. Поэтому изменения в платежных системах обычно вызваны:

- новыми требованиями и условиями рынка,
- новым этапом развития техники и технологий,
- конкретным инцидентом в работе системы,
- выявленным недостатком текущей системы.

Одним из показательных примеров международного опыта трансформации платежных систем можно считать страны Евросоюза. Можно выделить четыре основных направления трансформации платежных систем в странах еврозоны:

- трансформация институтов регулирования платежной системы,
- трансформация средств и систем управления залогом,
- изменение системы валовых расчетов в реальном времени по крупным платежам,
- изменение и внедрение нового механизма «поставки против платежа» при проведении расчетов по ценным бумагам.

Уже в 2003 году Комитетом по платежным и расчетным системам Банка международных расчетов было установлено существенное увеличение объемов международных платежей на основе процессов глобализации, финансовой интеграции и консолидации. Было принято решение о необходимости внесения изменений в платежные системы, участвующие в международных расчетах:

- проведение расчетов в реальном времени для усиления безопасности платежей,



Рис. 1. Характеристики трансформации платежной системы

— внедрение метода «поставка против платежа» (Delivery versus Payment) для расчетов по сделкам с ценными бумагами, а также метода «платежа против платежа» (Payment versus Payment) для валютных расчетов, разработка и внедрение системы непрерывных связанных расчетов (Continuous Linked Settlement).

Изменения в платежных системах могут производиться как одномоментно, так и в течение длительного промежутка времени. Если небольшие трансформации, к примеру, изменение системы валовых расчетов в реальном времени, занимают несколько месяцев, то изменение стратегии национальной платежной системы может длиться несколько лет, так как предполагаются глобальные изменения нормативного, политического и экономического характера.

Существуют и непрерывные преобразования, например постоянное повышение безопасности платежей.

На основе международного опыта трансформации платежных систем можно отметить, что наиболее существенными задачами являются:

— рост показателей надежности функционирования системы. В понятие надежности здесь входит не только безопасность совершения платежей в текущем времени, но и время восстановления системы после сбоя или отказа, возможность несанкционированного доступа, выхода из строя какого-либо элемента системы, гарантия завершения платежа и др.

— скорость и производительность системы,

— скорость, качество и возможность введения и распространения новых финансовых продуктов.

Проанализировав зарубежные платежные системы, можно составить ряд рекомендаций для трансформации национальной платежной системы России.

Одним из немаловажных факторов является правовой аспект организации и основы национальной платежной системы. Именно поэтому в России необходимо поддерживать и развивать правовое обеспечение функционирования национальной платежной системы. В практике работы ЦБ РФ уже существует юридическая группа и она уже начала свою работу.

В ее задачи входят работа над нерешенными вопросами и внесение предложений в части положений, которые подлежат включению в проекты законодательных актов, в том числе правила и нормативные документы, которые подлежат обсуждению со всеми заинтересованными сторонами.

Системно значимые платежные системы в стране должны быть безопасными, эффективными и полностью соответствовать основополагающим международным принципам Комитета по платежным и расчетным системам.

Одной из немаловажных деталей межбанковского рынка является его относительная независимость от национального регулирования. Но, тем не менее, центральные банки осуществляют свои функции по поддержанию экономической стабильности в стране, наблюдая за деятельностью банков своих стран на международной арене. Основная цель центральных банков — поддержание ликвидности и финансовой стабильности банков. В крайних случаях центральный банк может предоста-

вить им помощь, не допуская в последующем неблагоприятного влияния на экономическое положение своей страны [2]. Как государственный орган регулирования экономики ЦБ РФ целью своей деятельности выражает стремление сохранять и приумножать общественный капитал, способствовать устойчивому развитию банковского и финансового сектора, и, в конечном счете, обеспечивать достижение макроэкономического равновесия и оптимальных для страны темпов роста [3].

Системообразующие принципы выстраиваются, исходя из главного, что характеризует взаимоотношения Центрального банка Российской Федерации и коммерческих банков. А именно — последние являются, в первую очередь, проводниками денежно-кредитной политики государства. То есть те импульсы, которые генерирует Банк России, регулируя рынок (изменение ставки рефинансирования, установление курса валют, нормы обязательных резервов и т.д.), банки в модифицированном виде (через процент за кредит, депозитные ставки и пр.), транслируют непосредственно на своих клиентов юридических и физических лиц.

Банк России может осуществлять свои посреднические и предпринимательские функции через систему государственных банков. Отличительной чертой российской банковской системы является наличие крупнейших госбанков, таких как Сбербанк, ВТБ и др. Эти банки в совокупности объединяют более 50: всех банковских активов, при этом они, являясь коммерческими банками, нацелены на извлечение прибыли, а не на выполнение государственных функций. Они являются конкурентно способными за счет государственного протекционизма и привилегий. Именно им во время кризиса было в первую очередь выделено более триллиона субсидированных кредитов под 8% до 2020 года.

Применение своих посреднических и предпринимательских функций Банк России показал в период кризиса 2008 года и в своих антикризисных мерах, заработав на антикризисной поддержке в 2009 в три раза больше чем в 2008 году.

Практически все центральные банки, предоставляющие свои ресурсы на платной основе, получили свою прибыль в период антикризисных мер. Так, например, у ФРС США чистая прибыль за 2009 год выросла на 49,5% (до \$47,4 млрд), у банка Англии — на 51% (до 2,62 млрд. фунтов стерлингов), у Европейского центрального банка — на 70% (до 2,25 млрд. евро) [4].

Несомненно в работе центральных банков присутствуют и риски посредничества и предпринимательства. Эти риски имеют разные виды и формы своего проявления. На основе уже имеющихся видов рисков связанных с осуществлением банковской деятельности и межбанковских отношений можно сделать вывод, что специфических или необычных видов рисков в деятельности ЦБ РФ нет. Но, несомненно, его отличительной особенностью является та ответственность, которую он несет перед экономикой страны. Риски, которые несет Банк России носят глобальный характер.

Важной чертой любого центрального банка является доверие к нему, и то, что поставленные перед этим центральным банком задачи и цели будут решены и достигнуты.

Одним из несомненных плюсов центральных банков и можно сказать значимым его положением является то, что они не могут обанкротиться сами по себе. Но с другой стороны они могут нести убытки. И как следствие, для повышения уровня доверия к такому банку может потребоваться значительных средств и затрат для государства и его экономики.

Так как на практике мы имеем значительно большее количество рисков, рассмотрим лишь основные, являющиеся более значительными и оказывающие наиболее неблагоприятное воздействие на работу центральных банков и их взаимоотношений на межбанковском кредитном рынке.

В первую очередь необходимо отметить кредитные риски. Банк России, являясь кредитором последней инстанции для банковской системы России в силу своей деятельности связан с кредитными отношениями и как следствие несет кредитные риски, которые могут заключаться в выдаче кредитов без залога. Как пример необходимо привести меры ЦБ РФ в соответствии с Федеральным законом от 13.10.2008 № 173-ФЗ «О дополнительных мерах по поддержке финансовой системы Российской Федерации».

Классически же кредитование последней инстанции должно осуществляться по высокой процентной ставке и под должное обеспечение. Эти два условия позволяют избежать обращения за кредитами к центральному банку тех банков, для которых нет риска потери ликвидности, должное обеспечение является гарантом соблюдения интересов центрального банка в случае невозврата кредитов. Принимая на себя решение о предоставлении кредитов без обеспечения, Банк России и любой другой Центральный банк принимает на себя дополнительные риски [5].

Другой вид риска, который несет ЦБ РФ — риск ликвидности банковской системы. Этот вид риска тесно связан с кредитным риском. Если данный вид риска не угрожают ЦБ, то рассматривая банковскую систему в целом, он присутствует всегда. Если Центральный Банк берет на себя кредитный риск, то в последующем он решает проблему риска ликвидности банковской системы.

Один из механизмов регулирования кредитного рынка — ставка рефинансирования.

Влияние ставки рефинансирования на общий уровень посредничества банков проявляется в том, что ЦБ РФ практикует в основном рефинансирование всей банковской системы через крупнейшие банки, что приводит к получению дополнительной нерыночной ренты этими кредитными организациями со стороны малых банков через систему МБК [4].

Отсутствие риска повышения размера ставки рефинансирования является важным элементом в развитии

посреднических функций банков. Если банки будут уверены в том, что ставка рефинансирования не будет начинаться в условиях неопределенности, то вследствие не будут опускаться и ставки по кредитам, а объемы кредитования будут только расти.

Для компенсации своих рисков, банки зачастую предлагают свои кредитные ресурсы по высокой ставке, а также с помощью широкого спектра операций, который также приносит дополнительных доход.

При осуществлении своей деятельности на международном рынке межбанковского кредитования, банки

могут столкнуться с широким списком рисков, при этом необходимо подчеркнуть тот факт, что ЦБ и государство могут оказать помощь и содействие в минимизации данных рисков. ЦБ в этом случае может выступать как кредитор последней инстанции и для поддержания ликвидности, а государство, как управляющий орган. В основном все трудности, возникающие на межбанковском рынке могут быть вызваны внешней средой и деятельностью заемщика, а в условиях глобализации изменяется не только структура взаимоотношений органов управления банковской системой, но и способы.

Литература:

1. Дзансолова, Б. С. Новые банковские продукты и проблемы их внедрения на российский рынок / журнал современная наука. Актуальные проблемы теории и практики. 2012 год, № 2. с. 44–47
2. Сарнаков, И. В., «Потребительское кредитование в России. Теория, практика, законодательство», Москва, юриспруденция, 2010 г., с. 229
3. Фаизова., Г. Р. Перспективы развития розничных банковских услуг на российском рынке / журнал финансы и кредит, 2012 год, № 38. с. 17–23
4. Лаврушин, О. И., Валенцева Н. И. [и др.] Банковское дело: учебник / под ред. Лаврушина О. И. — 10-е изд., перераб. и доп. — М.: КНОРУС, 2013. — 800 с. — (Бакалавриат)
5. Ассоциация региональных банков России, «Принципы кодекса ответственного потребительского кредитования» // [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: http://www.asros.ru/files/otv_kreditor.pdf

Особенности политики антикризисного управления финансами организации

Щербаков Михаил Александрович, студент

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

Политика антикризисного управления финансами организации — это часть общей стратегии антикризисного управления предприятием, направленная на разработку системы методов предварительной диагностики наступления банкротства и внедрение механизмов финансового оздоровления предприятия, которые обеспечивают выход предприятия из кризисного состояния.

Реализация политики антикризисного управления финансами в период несостоятельности предусматривает:

— исследование финансового состояния предприятия на периодической основе с целью раннего обнаружения признаков финансового кризиса;

— определение масштабов кризисного состояния организации;

— изучение основных факторов, обуславливающих развитие кризиса на предприятии;

— формирование задач и целей, а так же выбор основных механизмов антикризисного финансового управления предприятием в процессе ликвидации угрозы банкротства;

— внедрение механизмов на уровне организации для обеспечения выполнения мер по финансовой стабилизации;

— введение органов контроля за выполнением антикризисных мероприятий.

Финансовое состояние характеризуется системой показателей, которые отражают наличие, использование и размещение финансовых ресурсов компании. Периодическая оценка финансового состояния дает возможность определить финансовую конкурентоспособность предприятия. Поскольку движение трудовых ресурсов и любых товарно-материальных ценностей в условиях рыночной экономики всегда сопровождается образованием и расходом денежных средств в организации, картина финансового состояния отражает все стороны ее деятельности, является важнейшей характеристикой деловой активности и надежности предприятия, определяет уровень ее конкурентоспособности [1].

В экономической литературе широко представлены методики проведения финансового анализа, которыми можно воспользоваться при оценке финансового состояния организации. Основная цель финансового анализа — выявление недостатков финансовой деятельности и нахождение внутрихозяйственных резервов для улучшения финансового положения и повышения платежеспособности организации. В качестве информационного

обеспечения используются данные бухгалтерского учета и отчетности.

Первое, что необходимо рассчитать на основе данных бухгалтерского учета в процессе реализации политики антикризисного управления финансами — ликвидность, то есть платежеспособность организации. На ранних этапах возникновения кризиса уровень ликвидности определяет способность организации отвечать по своим текущим обязательствам, а так же способность активов трансформироваться в денежные средства для погашения этих обязательств.

Показатели ликвидности рассчитываются как отношение ликвидных средств в активе баланса к сумме краткосрочных обязательств по пассиву. Чем выше значение показателя, тем устойчивее финансовое положение организации [3].

Более детально оценить платежеспособность организации дают возможности коэффициенты ликвидности:

— коэффициент абсолютной ликвидности показывает, способна ли компания погашать свою краткосрочную задолженность за счет имеющихся у нее средств на расчетных счетах, краткосрочных финансовых вложений, при условии что их можно легко конвертировать, например, в рубли.

— коэффициент промежуточного покрытия (быстрой ликвидности) показывает, сможет ли компания покрыть свою краткосрочную кредиторскую задолженность не только средствами на расчетных счетах и в краткосрочных финансовых вложениях, а так же используя дебиторскую задолженность.

— коэффициент текущей ликвидности, который показывает, какую часть краткосрочных обязательств организация может погасить, если мобилизует все свои оборотные средства (в том числе запасы, незавершенное производство);

— коэффициент восстановления (утраты) платежеспособности, который свидетельствует о наличии (об отсутствии) у организации реальной возможности в ближайшее время восстановить свою платежеспособность.

Помимо определения ликвидности, на этапе исследования финансового состояния организации в целях обнаружения возникновения кризиса, необходимо оценить финансовую устойчивость организации, то есть ее способность работать и развиваться, сохранять равновесие всех активов и пассивов в изменяющейся внутренней и внешней среде, сохранять инвестиционную привлекательность в долгосрочной перспективе и рентабельность бизнеса.

Оценку финансовой устойчивости организации можно проводить с использованием относительных показателей — коэффициентов, отражающих степень независимости организации от внешних источников финансирования, прежде всего, это:

— коэффициент автономии (концентрации собственного капитала или финансовой независимости), показывающий часть активов, сформированных за счет собственных средств компании;

— коэффициент концентрации заемного капитала, который свидетельствует о том, какая часть активов организации сформирована за счет заемных средств долгосрочного и краткосрочного характера;

— коэффициент соотношения собственного и заемного капитала (коэффициент финансового левериджа, плечо финансового рычага), который показывает количество заемных средств, приходящихся на каждый рубль собственных, вложенных в активы организации;

— коэффициент маневренности собственного капитала, показывающий какая часть собственного капитала находится в обороте, то есть в форме, позволяющей свободно манипулировать этими средствами.

Рентабельность — это относительный показатель, определяющий уровень доходности бизнеса. Коэффициенты рентабельности — это показатели эффективности работы организации, они характеризуют окончательные результаты хозяйственной деятельности лучше, чем показатель прибыли, поскольку комплексно отражает степень эффективности использования материальных, трудовых и денежных ресурсов, а так же природных богатств [2, с. 316].

Если из данных диагностики финансового положения организации с использованием всех вышеперечисленных способов следует, что ее положение резко ухудшилось, в том числе из-за воздействия общеэкономического финансового кризиса, руководитель должен издать приказ о переходе управления организации на антикризисный режим. После чего должно последовать определение масштабов кризисного состояния организации, изучение основных факторов, как внешних так и внутренних, обуславливающих развитие кризиса, формирование целей и задач, а так же выбор основных механизмов антикризисного финансового управления предприятием и внедрение внутренних механизмов финансовой стабилизации предприятия.

В основе политики антикризисного управления финансами существует ряд принципов, опираясь на которые организация должна вести свою хозяйственную деятельность в процессе антикризисного управления, в первую очередь, это принцип постоянной готовности реагирования. Напряженная экономическая ситуация в мире, стране, регионе должна спровоцировать появление в организации механизмов по преодолению негативных тенденций ее влияния. То есть предприятие должно быть готово к возможному нарушению финансового равновесия на любом этапе его экономического развития.

Принцип превентивности действия основан на ранней диагностике предкризисного финансового состояния с целью предотвращения его появления как такового [4].

Принцип срочности реагирования. В связи с нестабильной экономической ситуацией в целом, а так же с наличием внешних и внутренних факторов, способных негативно повлиять на финансовое положение организации, необходимо четко и быстро реагировать на угрозу для бизнеса и вовремя находить решения преодоления нестабильности для установления финансового равновесия.

Принцип адекватности реагирования направлен на то, чтобы затраты финансовых ресурсов в процессе преодоления кризиса исходили из реального уровня угрозы и были адекватны этому уровню.

Принцип комплексности принимаемых решений возникает в связи с тем, что практически каждый финансовый кризис организации по источникам генерирующих его факторов и по факторам проявления своих негативных последствий носит комплексный характер. Такой же характер должен носить и комплекс антикризисных мер по предупреждению кризиса.

Принцип альтернативности действия предполагает, что каждое принимаемое решение на уровне руководства в период антикризисных мер должно иметь максимальное число альтернативных проектов с определением уровня их результативности и оценкой затрат.

Принцип адаптивности управления. В процессе развития финансового кризиса порождающие его факторы обычно характеризуются высокой динамикой. Это го-

ворит о необходимости высокого уровня гибкости антикризисного финансового управления, способности к быстрой адаптации к меняющимся условиям внешней и внутренней финансовой среды.

Применяя принцип приоритетности использования внутренних ресурсов организация сможет защитить себя от потери управляемости, а так же процедур внешнего контроля своей деятельности.

Одним из наиболее важных принципов является принцип эффективности. Его реализация заключается в сопоставлении промежуточных или финальных результатов антикризисного управления и связанных с реализацией его мероприятий финансовых ресурсов [5].

Таким образом, осуществляя антикризисную политику в соответствии со всеми вышеперечисленными принципами можно достичь цели антикризисного управления, а именно: финансового оздоровления предприятия и установления стабильного финансового состояния в перспективе.

Литература:

1. Антикризисный менеджмент / Под ред. А. Грязновой. — М.: ИНФРА-М, 2011. — 368 с.
2. Балдин, К. В. Антикризисное управление: макро- и микроуровень: Учебное пособие / К. В. Балдин. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2011. — 316 с.
3. Бухгалтерский учет в системе антикризисного управления: Учебное пособие / Под ред. проф. В. Э. Керимова. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К*», 2012
4. Жарковская, Е. П. Антикризисное управление / Е. П. Жарковская, Б. Е. Бродский. — М.: Омега — Л, 2011. — 358 с.
5. Родионова, Н. В. Антикризисный менеджмент / Н. В. Родионова. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. — 680 с.

ПОЛИТОЛОГИЯ

Регулирование рынка офтальмологических услуг как функция органов местного самоуправления

Рожко Олег Александрович, соискатель

Днепропетровский региональный институт государственного управления Национальной академии государственного управления при Президенте Украины

Сегодня, по данным Всемирной Организации Здравоохранения, во всем мире насчитывается около 45 млн. слепых людей и около 314 млн. человек имеют нарушения зрения, в т.ч. около 19 миллионов детей [1]. Фактические же масштабы слепоты и нарушений зрения, скорее всего, превышают оценки международных экспертов. В этой связи, как неоднократно отмечалось на профильных заседаниях Ассамблеи ВОЗ, государства-члены должны вести работу в области профилактики нарушений зрения, главным образом, с помощью конкретных планов и включения этой проблематики в национальные планы социально-экономического развития и программы развития в области здравоохранения.

По данным Министерства здравоохранения Украины ежегодно в пятерке наиболее распространенных болезней как среди взрослого, так и детского населения, регистрируются болезни органа зрения [2]. Однако, надлежащая организация оказания офтальмологической помощи населению, как одна из форм отношения государства к проблемам здоровья, достаточно длительное время не отвечает требованиям организации современной эффективной системы здравоохранения, которая уже давно существует в европейских странах.

Поэтому цель данной статьи заключается в актуализации задач для органов местного самоуправления по организации оказания офтальмологической помощи населению в условиях реформирования медицинской отрасли.

Социальная политика государства является главным рычагом в решении проблем общественного здравоохранения, ведь именно она, государственная политика, способна наиболее эффективно влиять на усовершенствование организации оказания медицинской помощи. В последнее время большое внимание уделяется реформированию первичного звена оказания медико-санитарной помощи населению. Как показывают многочисленные исследования, именно на этом уровне создаются возможности эффективного воздействия на положи-

тельные установки по формированию здорового образа жизни как для отдельного человека или семьи, так и для населения Украины в целом [3].

Сегодня государственная политика направлена на формирование новой идеологии развития отечественного здравоохранения, ключевой фигурой которой является не просто врач, а семейный врач как специалист по оказанию первичной медицинской помощи при любых патологических состояниях, включая и вопросы оказания офтальмологической помощи. В этой связи, проводимые министерством здравоохранения Украины совместно с органами местной исполнительной власти и органами местного самоуправления реформы должны коснуться также и специализированных больниц (кабинетов) и офтальмологических центров общегосударственного значения, основными функциями которых является предоставление высокоспециализированной офтальмологической помощи населению [4].

За период независимости украинского государства определенный опыт перестройки деятельности офтальмологической службы на региональном уровне уже имеют несколько областных центров Украины. Особо следует акцентировать, что по сравнению с другими направлениями здравоохранения, офтальмологическая помощь населению регулируется именно на местном уровне, т.е. органами местной исполнительной власти или органами местного самоуправления. Это объясняется тем, что сегодня министерство здравоохранения Украины не имеет в прямом подчинении ни одного государственного лечебного учреждения офтальмологического профиля. Институт глазных болезней и тканевой терапии им. В.П. Филатова (г. Одесса) с 1993 года был переподчинен Национальной академии медицинских наук НАН Украины. Таким образом, лишь небольшой контингент больных с патологией органа зрения имеет возможность лечиться в этом профильном лечебном учреждении, которое финансируется за счет средств государственного бюджета. Од-

нако широкий доступ населения к получению офтальмологических услуг ограничен социальным статусом пациентов (например, доступ в Государственное Учреждение «Украинский государственный научно-исследовательский институт медико-социальных проблем инвалидности» министерства здравоохранения Украины имеют лица, которые признаны инвалидами или те, которым устанавливается этот статус). Кроме того, подведомственные различным министерствам лечебные учреждения функционируют как ведомственные и обслуживают только профильный контингент (работников СБУ, железной дороги и пр.).

Принимая во внимание все вышеизложенное, мы рассматриваем функцию регулирования рынка офтальмологических услуг органами местного самоуправления как логично обоснованную. Подтверждением этого служит пример пяти областей Украины, в структуре коммунальных лечебных учреждений которых были созданы и успешно функционируют специализированные офтальмологические больницы. На данный момент в Украине функционирует пять таких больниц, причем, они расположены не только в городах-миллионниках (Днепропетровск, Киев, Одесса, Харьков), но и в городах, население которых значительно меньше (г. Николаев). В остальных областных центрах функционируют офтальмологические отделения как структурное подразделение многопрофильной областной клинической больницы.

Закон Украины «О местном самоуправлении в Украине» разграничивает полномочия органов местного самоуправления на собственные и делегированные [5]. К собственным полномочиям органов местного самоуправления в сфере здравоохранения относятся:

- управление учреждениями здравоохранения, принадлежащим территориальным общинам или переданным им в управление;

- организация медицинского обслуживания и питания в учреждениях здравоохранения;

- содействие работе общественных и неприбыльных организаций, которые действуют в сфере здравоохранения.

Делегированные полномочия, в соответствии с этим законом, также регламентируют деятельность органов местного самоуправления в сфере здравоохранения. Эти полномочия направлены на:

- обеспечение доступности и бесплатности медицинского обслуживания населения на соответствующей территории;

- обеспечение развития всех видов медицинского обслуживания, развития и совершенствования сети лечебных учреждений всех форм собственности (в т.ч. коммунальных учреждений офтальмологического профиля — авт.); определение потребности и формирования заказов на кадры для этих заведений, заключение договоров на подготовку специалистов, организация работы по совершенствованию квалификации кадров;

- обеспечение льготных категорий населения лекарственными средствами и изделиями медицинского назначения (через целевые программы в области здравоохранения, такие как «Зрение ветерана» — авт.);

- регистрацию уставов (положений) учреждений здравоохранения, расположенных на соответствующей территории, независимо от форм собственности (в т.ч. уставов учреждений частной медицинской офтальмологической практики — авт.);

- внесение предложений в соответствующие органы о лицензировании индивидуальной предпринимательской деятельности в сфере здравоохранения.

Опыт создания в регионах специализированных офтальмологических больниц, финансирующихся за счет средств областного или городского бюджета, говорит о том, что руководители региональных органов власти и органов местного самоуправления полностью разделяют ответственность с врачами-офтальмологами за качество оказания специализированной медицинской помощи населению области.

Следует также отметить, что наряду с государственным сектором здравоохранения, во многих регионах Украины уверенно развивается сеть частных офтальмологических учреждений, однако ее удельный вес в сети лечебных учреждений не превышает 9%.

Проведенный в рамках данного исследования сравнительный анализ государственно-управленческих подходов в вопросе регулирования рынка офтальмологических услуг, позволил установить основополагающие принципы обеспечения этой управленческой функции для такого субъекта общественных отношений в сфере здравоохранения как орган местного самоуправления. Установлено, что регулирование рынка офтальмологических услуг органами местного самоуправления осуществляется на основе таких принципов:

- комплементарности принятым международным стандартам организации офтальмологической помощи населению;

- децентрализации государственного управления в сфере предоставления офтальмологических услуг населению;

- реализации органами местного самоуправления собственных и делегированных полномочий по управлению коммунальными лечебными учреждениями офтальмологического профиля;

- верховенства медицинского права при оказании офтальмологической помощи;

- формирования и развития рынка офтальмологических услуг на основе прямого финансирования государственных и коммунальных учреждений офтальмологического профиля, а также создания органами исполнительной власти условий для развития частной медицинской офтальмологической практики, что обеспечивает для пациента гарантированное государством право выбора лечащего врача и лечебного учреждения.

Литература:

1. Профилактика предупреждаемой слепоты и нарушений зрения/доклад Секретариата ВОЗ 11 декабря 2008 г. № EB124/7 [эл. ресурс]. URL: http://apps.who.int/gb/ebwha/pdf_files/EB124/B124_7-ru.pdf
2. Официальный сайт Министерства здравоохранения Украины [эл. ресурс]. URL: <http://www.moz.gov.ua>
3. Государственное управление здравоохранением в Украине: генезис и перспективы развития: кол монограф. / под. ред. М. Н. Билинской, Я. Ф. Радыша. К.: НАГУ, 2013. 424 с.
4. Об утверждении нормативно-правовых актов Министерства здравоохранения Украины по реализации Закона Украины «О порядке проведения реформирования системы здравоохранения в Винницкой, Днепропетровской, Донецкой областях»/ приказ МЗ Украины от 05.10.2011 № 646 [эл. ресурс]. URL: <http://www.moz.gov.ua>
5. О местном самоуправлении в Украине /закон Украины от 21.05.1997 № 280/97-ВР [эл. ресурс]. URL: <http://www.rada.gov.ua>

СОЦИОЛОГИЯ

Регулирование проблемы равенства при трудоустройстве на примере гостиничных предприятий

Белоусова Ирина Сергеевна, магистрант
Санкт-Петербургский государственный экономический университет

Проблема равенства в трудовых отношениях существует уже много лет и остается актуальной на сегодняшний день. Современный Трудовой Кодекс Российской Федерации не содержит исчерпывающего перечня обстоятельств, влияющих на равенство прав лиц при приеме на работу, в то время как в зарубежной практике широко распространен закон «О равенстве при трудоустройстве». Данный закон запрещают дискриминацию при приеме на работу и осуществлении индивидуальной трудовой деятельности. Понятие «равенство» означает, что все люди равны, вне зависимости от их возраста, пола, этнического или национального происхождения, языка, гражданства, вероисповедания и убеждений, мнения, состояния здоровья, половой ориентации и прочих причин, касающихся человека. Зарубежные законодатели, направляя свои усилия на борьбу с дискриминацией, как правило, более внимательно и вдумчиво подходят к возможности реализации на практике нормативных положений о защите работников, ощутивших на себе негативное отношение работодателя по тому или иному основанию (пол, раса и т.д.). При этом страны, имеющие наиболее развитое законодательство по борьбе с дискриминацией: (США, Великобритания, Швеция) не готовы, в отличие от российского законодательства, оставившего перечень основания дискриминации в ст. 3 ТК РФ открытым, включать в группу лиц, подпадающих под защиту закона абсолютно всех работников, по любому признаку, не связанному с деловыми качествами (рост, вес, цвет глаз и т.д.). [1]

В свою очередь, ТК РФ регулирует следующие вопросы: «равенство прав и возможностей работников», «обеспечение равенства возможностей работников без всякой дискриминации на продвижение по работе с учетом производительности труда» (глава 1, статья 2. «Основные принципы правового регулирования трудовых отношений и иных непосредственно связанных с ними отношений»), и вопросы гендерной дискриминации обозначены в главе 41 ТК РФ «Особенности регулирования труда женщин, лиц с семейными обязанностями». [2] Из

этого следует, что недостатком законодательного вопроса дискриминации является отсутствие четкого дифференцирования трудового права.

Вопрос о равенстве при трудоустройстве и дифференциации труда в России является проблемой, носящей нерегулируемый практический характер, вследствие чего особая категория граждан не имеет возможности быть трудоустроенными. Рассматривая зарубежный опыт трудоустройства на гостиничных предприятиях, можно отметить, что обязательство работодателя к равноправному отношению ко всем претендентам на рабочее место, обеспечивает эффективное функционирование предприятия. В российском опыте трудоустройства на гостиничном предприятии преимущество имеет соискатель, имеющий гражданство РФ, местную прописку, подходящий под определенную возрастную категорию, обладающий, помимо профессиональных навыков, рядом определенных внешних признаков (презентабельная внешность).

Для решения данной проблемы предлагается разработка программы на примере гостиничного предприятия, регулирующая соблюдение принципа равенства при трудоустройстве сотрудников.

Актуальность данной проблемы состоит в: необходимости регулирования равных прав и возможностей различных групп населения при трудоустройстве, также снижении конкурентного преимущества при трудоустройстве по критериям, не связанных с деловыми качествами работников и стимулирование гостиничных предприятий для равноправного найма работников, путем обеспечения высокого статуса гостиницы для возможности участия в государственных мероприятиях и программах.

Однозначно, в первую очередь вопрос дискриминации и равенства рабочих должен регулироваться законодательством, но практический опыт трудоустройства показывает, что в нашей стране, в большинстве случаев, отбор претендентов на вакантное место происходит по ряду признаков, не всегда имеющих прямое отношение к профессиональным навыкам. Вследствие чего образо-

васлась особая категория соискателей, не имеющих возможность быть трудоустроенным на предпочтительную должность.

Для регулирования данного вопроса необходимо изучить структуру экономически-активного населения с целью создания принципов формирования трудового коллектива (в зависимости от процентного соотношения категорий граждан по критериям: пол, возраст, стаж и т.д.).

А также создание базы данных работников гостиничных предприятий, контролируемую трудовой комиссией, которая предоставляет возможность предприятию, соблюдающего нормы трудового равенства, участие в тендерах на госзаказы (например, расселение участников международного форума).

В соответствии с данными нормами и требованиями, к сотрудникам необходимо относиться равноправно в вопросах принятия на работу, условий труда, условий выполнения работы, образования персонала и преуспевания на работе. Соблюдение данного принципа равенства обеспечивает гостиничному предприятию определённый статус, эффективность функционирования предприятия, увеличение заполняемости номерного фонда.

Таким образом, программы стимулирования антидискриминационной политики для гостиничных предприятий позволят активизировать экономически-активное население, снизить трудовую дискриминацию в обществе и оптимизировать функционирование кадровой политики гостиничных предприятий.

Литература:

1. Научная электронная библиотека «Киберленинка», научная статья «Проблема защиты от дискриминации в трудовых отношениях: позитивный опыт Великобритании», Исаева Е. А. Электронный доступ [<http://cyberleninka.ru/article/n/problema-zaschity-ot-diskriminatsii-v-trudovyh-otnosheniyah-pozitivnyy-opyt-velikobritanii>]
2. Трудовой Кодекс Российской Федерации

Собеседование как первый этап в карьере

Болдырев Сергей Александрович, кандидат технических наук, доцент;

Арискин Максим Васильевич, кандидат технических наук, доцент;

Медведева Линара Марсовна, специалист по УМР;

Дмитриева Наталья Евгеньевна, магистрант

Пензенский государственный университет архитектуры и строительства

Статья посвящена проблеме трудоустройства выпускников высших учебных заведений. Особый акцент уделяется умению выпускника преподнести себя работодателю. Рассматриваются основные этапы подготовки к самопрезентации на собеседовании с работодателем. Также приводятся сведения о роли центра практики студентов и содействию трудоустройству выпускников Пензенского государственного университета архитектуры и строительства.

Ключевые слова: резюме, самопрезентации, собеседование, выпускник, трудоустройство, карьера, работодатель.

The interview as the first step in the career

The article is devoted to the problem of employment of graduates of higher educational institutions. Special emphasis is given to the ability of the graduate to present yourself to the employer. Examines the main stages of preparation for the presentation at the interview with the employer. Also provides information about the role of the Central practices of students and to promote the employment of graduates of the Penza state University of architecture and construction

Keywords: resume, presentation, interviewing, graduate, employment, career and employer.

При Пензенском государственном университете архитектуры и строительства уже более 20 лет действует Центр практики студентов и содействию трудоустройства выпускников (Центр), целью которого является со-

действие трудоустройству выпускником и организации практик студентов.

Центр также успешно проводит консультационную работу со студентами по вопросам самопрезентации, про-

фориентации перед собеседованием с работодателем. Консультации включают индивидуальные рекомендации по правильной подаче своих личностных и профессиональных качеств. Студенты и выпускники вуза, желающие трудоустроиться, лично обращаются за консультациями. Сотрудники Центра предоставляют информацию о состоянии рынка труда в г. Пенза и Пензенской области, свободных вакансиях не только на сайте, но и на стендах внутри университета и при личных обращениях. До соискателей доводится подробная информация об интересующей вакансии (условия и оплата труда, возможности предоставления жилья и т.п.) и самом работодателе (специфика деятельности, расположение, перспективы). Проводится интервьюирование соискателей по вопросам желаемой работы, имеется база данных соискателей на вакансии — альбом с резюме. Центр использует индивидуально-личностный подход к студентам, осуществляет содействие вплоть до успешного трудоустройства. Ежемесячно в центр обращается более 80 человек, осуществляющих поиск работы с занятостью на полный рабочий день и не менее 25 человек, студентов, ищущих работу на неполный день.

Одними из самых важных задач Центра являются:

- проведение комплексного консультирования студентов и выпускников университета в форме мастер-классов по вопросам составления резюме, планирования карьеры, существующих технологий поиска работы, самопрезентации, специфики прохождения собеседования;
- проведение тренингов личностного роста по программам «Психологическая адаптация выпускников на рынке труда», «Повышение самооценки», «Межличностное общение», «Целеполагание» и др.

Благодаря созданию ореола привлекательности, человек становится более социально востребованным. Правильно избранный имидж позволяет привлечь к себе позитивное внимание и установить отношения. Интерес к проблеме самопрезентации возник не так давно. В основном он связан с определенными изменениями в обществе. Следование конкретному имиджу стало востребованным тогда, когда появилась необходимость быть успешным. Успешность предполагает лидерство в обществе. Чтобы быть таковым, нужно уметь произвести первое впечатление, уметь войти в доверие, уметь показать себя с лучшей стороны [1].

Специалисты, непосредственно вовлеченные в подбор персонала, часто сталкиваются с тем, что многие кандидаты не умеют себя выгодно подать, преподнести. Причина может скрываться в неуверенности в себе и в недостатке знаний о законах самопрезентации, что и порождает действия человека, исходя из его адекватной или неадекватной самооценки. И способствует этому ситуация стресса, ведь интервью — это оценка человека как специалиста и как личности [2].

Как реакция на существующую проблему, в наши дни появилось множество тренингов, обучающих навыкам самопрезентации. При Пензенском государственном университете архитектуры и строительства действует Центр практики студентов и содействия трудоустройству выпускников, осуществляющий всестороннее содействие в трудоустройстве студентов и выпускников.

При встрече соискателю на вакансию нужно так преподнести себя работодателю, чтобы при расставании у него возникло ощущение, что без дальнейшего сотрудничества никак не обойтись. Чтобы понравиться, произвести впечатление на работодателя, необходимо провести успешную самопрезентацию. Самопрезентация — это процесс, с помощью которого человек старается сформировать у других людей впечатление о самом себе. Успешной самопрезентацией можно назвать ту, в процессе которой человек представит себя работодателю так, как планировал, привлечет к себе внимание, заинтересует работодателя своими качествами. Успех самопрезентации во многом зависит от тщательности подготовки и от имеющегося опыта.

Итак, самопрезентация — это возможность сделать рекламу самому себе, своей внешности, своим личным качествам и своему потенциалу. Уверенность соискателя на вакансию — это залог успешного трудоустройства. Уверенные люди располагают к себе, являются интересными собеседниками и во многом добиваются успеха. Они энергичны, менее зависимы от обстоятельств, поскольку предпочитают формировать их сами. Уверенность начинается с достижений в любой сфере, за которые можно себя похвалить.

Формируя желаемое отношение к себе нужно помнить, что при первой встрече окружающие люди, в том числе и работодатель, оценивают человека: по уверенному и спокойному поведению, внешнему облику, манере и грамотности речи, жестике, позы и т.д.

Если у кандидата нет опыта работы, то во время собеседования ему задаются различные вопросы из разных областей жизни (семья, планы на будущее, почему выбрал именно эту профессию, ожидания от нового места работы и т.д.). Работодателю всегда приятно, если к его компании проявлен интерес, у собеседника есть представление о деятельности организации, ее корпоративных ценностях, руководстве. Такое поведение говорит о неформальном подходе к вопросу трудоустройства и чаще всего положительно оценивается руководством в момент принятия решения. Поэтому перед собеседованием нужно заранее продумать ответы на возможные вопросы о дальнейшей карьере, своих планах, ожиданиях, чертах характера и т.д. Иногда странный на первый взгляд вопрос скрывает множество подводных камней, на основе которых работодатель сформирует свое мнение о будущем сотруднике.

Литература:

1. Болдырев, С. А. Инновационный подход к проведению производственных практик / Болдырев С. А., Арискин М. В., Медведева Л. М. // Новый университет. Серия: Актуальные проблемы гуманитарных и общественных наук. — 2014. — № 7.
2. Болдырев, С. А. Проблемы организации производственной практики студентов/Болдырев с. А., Арискин М. В., Медведева Л. М. // Новый университет. Серия: Актуальные проблемы гуманитарных и общественных наук. — 2014. — № 10.

Особенности организации и проведения онлайн исследований

Гулько Екатерина Юрьевна, аспирант;
Вишнякова Маргарита Владимировна, аспирант
Белорусский государственный университет (г. Минск)

Использование информационных технологий открывает целый спектр возможностей для проведения социологических исследований в новой для них онлайн среде. Российский социолог Е. Ю. Журавлева определяет методы онлайн исследований как «опосредованные компьютером методы сбора данных, которые применяются в онлайн-среде» [2]. К настоящему моменту традиционные методы социологических исследований, такие как анкетный опрос, интервью и фокус-группы были адаптированы для проведения в онлайн формате.

Прежде чем перейти к вопросу организации и проведения онлайн исследований, следует отметить, что его поэтапное проведение в целом ничем не отличается от традиционных исследований. Так оно включает в себя этап программирования социологического исследования, полевой этап, а также этап обработки и анализа полученных данных. Рассмотрим каждый из названных этапов подробнее.

Этап программирования включает в себя определение объекта, предмета, описание целей, задач и основных гипотез исследования. Важным моментом на этапе программирования также является составление инструментария и выбор интернет-платформы для проведения исследования в онлайн среде.

В качестве платформы могут быть использованы как неспециализированные площадки (бесплатные интернет-порталы; программы, разработанные для организации и проведения веб-конференций; социальные сети), так и специально разработанное для этих целей программное обеспечение. Выбор типа площадки остается за исследователем и определяется доступностью площадки и спецификой конкретного исследования. Конечно, неспециализированная площадка редко удовлетворяет все потребностям исследователя и используется только на этапе пилотажа, поэтому многие исследовательские компании сами разрабатывают специальный софт для максимального использования возможностей интернет среды.

Что касается составления инструментария для качественных и количественных исследований, то общие правила по конструированию структуры инструментария этих исследований сопоставимы с критериями, предъявляемыми к традиционным опросам. Так инструментарий начинается с вводной части, которая содержит обращение к респондентам со стороны исследовательской компании, информацию о теме исследования, его задачах, важности мнения каждого респондента, конфиденциальности полученной информации. Обязательным является указание сроков исследования, а также условий для получения вознаграждения (если оно предусмотрено исследованием).

Вместе с тем стоит отметить ряд особенностей программирования инструментария для онлайн исследований. Так важным является наиболее полная адаптация и ориентация инструментария на среднестатистического интернет пользователя. Желательно, чтобы материалы исследования (анкета, коллажи, картинки, предлагаемые исследователем/модератором и т.д.) не требовали скачивания и установки дополнительных программ. Это позволит принять участие в исследовании респондентам, обладающим невысоким уровнем компьютерной грамотности. Инструментарий должен быть адаптирован ко всем возможным видам браузера, чтобы передаваемая на экране информация не была подвержена коммуникативным или техническим сдвигам.

Что касается **полевого этапа**, то здесь, на наш взгляд ключевым вопросом является вопрос рекрутинга, который можно определить как «процесс отбора участников по заранее выделенным критериям, которые определены целями и задачами исследования» [5, с. 129]. Отбор участников может проходить при помощи использования оффлайн и онлайн технологий рекрутинга.

Оффлайн технология рекрутинга предполагает вовлечение респондентов, участвовавших в традиционных оффлайн опросах ранее. Преимущество данного подхода состоит в том, что он позволяет выйти на достаточно узкие

и сложные целевые аудитории или группы. Социологи выделяют следующие методы оффлайн рекрутинга:

— Документальный — отбор на основе списков, предоставленных клиентом, списков членов организаций и др.;

— Случайный — отбор, осуществляемый посредством телефонного опроса или опроса на улице.

— Метод «снежного кома» — отбор участников среди своих знакомых, знакомых своих знакомых и так по цепочке [5, с. 131].

Онлайн технология рекрутинга предполагает, что в качестве средства для отбора респондентов используются интернет технологии. В целом данная технология, по мнению исследователей, характеризуется тремя сложностями, которые в оффлайн ситуации проявляются в гораздо меньшей степени:

— отсутствие уверенности в том, что отправленное приглашение дойдет до адресата: различные спам-фильтры, блокирующие сообщения от неизвестных получателей и т.п.;

— отсутствие постоянной возможности проверить, насколько информация о человеке, имеющаяся в открытом доступе в интернете, соответствует действительности;

— не все пользователи предоставляют в открытом доступе те характеристики, которые могут представлять интерес для будущего исследования (пол, возраст, учебное заведение и т.п.) [1, с. 242].

Онлайн рекрутинг осуществляется при помощи: онлайн — панелей, всплывающих окон (pop-up), социальных сетей (вКонтакте, Facebook и др.). Рассмотрим названные ранее виды рекрутинга подробнее.

Так под онлайн панелью понимается «база данных потенциальных респондентов, выразивших желание получить приглашения к участию в опросах, если они будут отобраны для этого по заранее определенным параметрам» [4, с. 21].

Метод pop-up (всплывающих окон) предполагает, что приглашение для участия в опросе показывается слу-

чайной выборке посетителей сайтов-участников исследования, появляясь на экране компьютера поверх других окон.

Под социальной сетью в интернете понимается «интерактивный многопользовательский сайт, содержание которого формируют пользователи. Это автоматизированная социальная среда, позволяющая общаться группе людей, объединенных общими интересами» [6, с. 334]. Перечисленные выше методы рекрутинга имеют свои преимущества и недостатки, которые указаны в таблице 1.

Еще одним важным моментом на этапе рекрутинга является вопрос «отсева» профессиональных респондентов. Изначально с этой проблемой сталкивались в основном лишь при проведении традиционных фокус-групп, это явление подробно описано во многих социологических трудах, однако с появлением онлайн-исследований эта проблема распространилась в больших масштабах не только на качественные, но и на количественные онлайн исследования. Под профессиональными респондентами подразумеваются «участники исследований, которые из-за многократного участия в социологических и маркетинговых исследованиях проходят этап «обучения», что позволяет респондентам определять цели исследования и выбирать те ответы, которые, как они догадываются, ждет от них исследователь» [4]. Основным мотивом для многократного участия в исследованиях для таких респондентов становится желание получить дополнительный заработок.

Участие профессиональных респондентов накладывает эффект и на качество заполнения анкет, так им свойственна стереотипизация ответов, «технология» максимально быстрого заполнения анкеты, в том числе заполнение наугад, без ее прочтения, для увеличения вознаграждения с минимизацией собственных временных затрат. К настоящему моменту есть возможность частичного решения данного вопроса и минимизации участия профессиональных респондентов в исследовании. Так

Таблица 1. Преимущества и недостатки технологий рекрутмента

Технология рекрутинга	Преимущества	Недостатки
Оффлайн рекрутинг (снежный ком)	доступ к узким и сложным целевым группам	значительные временные затраты
Рекрутинг посредством онлайн-панели	возможность выделения в панели отдельных целевых групп	снижение отклика потенциальных участников
Социальные сети	широкий охват пользователей; возможность таргетинга,	затруднено создание четкого профилирования
Всплывающие окна	возможность избежать «профессиональных респондентов»	отсутствие четкой процедуры идентификации респондента

чтобы исключить повторное участие уже опрошенных в исследовании, применяется идентификация IP и E-mail адресов респондентов. Однако в данном случае не учитываются ситуации когда, с одной стороны, один и тот же человек может иметь несколько электронных адресов и возможность доступа к нескольким компьютерам, к примеру, к рабочему и домашнему, а с другой стороны из выборки могут «выпасть» респонденты, в домохозяйствах которых есть только один компьютер. Кроме этого, онлайн опросы позволяют отсеивать «спидстеров» (респондентов, время прохождения опроса которыми слишком мало для сознательного заполнения анкеты), и выбраковать эти анкеты из массива.

При рекрутировании по средством интернет-панели проблема профессиональных респондентов решается введением временных периодов «карантина», что позволяет исключить из выборки тех респондентов, которые участвовали по одной тематической категории за последнее время, с одной стороны, с другой стороны, в «локауты» могут быть помещены респонденты, участвовавшие в исследовании чаще чем 4 раза в месяц.

Заключительный этап — этап обработки и анализа информации как в количественных, так и в качественных

онлайн исследованиях, подчиняется тем же требованиям, которые предъявляются к обработке и анализу информации в традиционных качественных и количественных исследованиях. С одной оговоркой, что этап ввода информации в онлайн исследованиях фактически отсутствует, так как он осуществляется автоматически еще на полевом этапе. Так полученные в процессе полевого этапа данные выгружаются из компьютера, и переходят на стадию анализа информации. Что касается качественного исследования, то здесь сразу после окончания обсуждения, исследователь получает транскрипт дискуссии.

Таким образом, можно говорить о том, что в целом этапы проведения социологического исследования с использованием онлайн опросов остаются неизменны по своей форме, однако содержательно они трансформируются за счет новшеств, приносимых использованием компьютерных технологий. Эта специфика во многом облегчает работу исследователя, полностью автоматизируя некоторые его этапы, что было невозможно ранее. Однако именно эти новшества накладывают новые ограничения, в силу недостаточной изученности и неясностью широты возможностей предоставляемых в онлайн исследованиях.

Литература:

1. Данишевская, О. Г. Маркетинговые исследования в Интернете: основные подходы и принципы проведения / О. Г. Данишевская // Интернет-маркетинг. — № 4. — 2009. — с. 240–252
2. Журавлева, Е. Ю. К типологии методов интернет-исследования вопросы философии [электронный ресурс]. — Минск, 2013. — Режим доступа: http://vphil.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=754&Itemid=52. — Дата доступа: 13.10.2013.
3. Мавлетова, А. М. Социологические опросы в сети Интернет: возможности построения типологии / А. М. Мавлетова // Социология: Методология, методы, математическое моделирование. — 2010. — № 31. — с. 115–134.
4. Мавлетова, А. М. Методология веб-исследований: основные подходы к формированию выборки и возможности повышения качества данных: дис. ... канд. соц. наук: 22.00.01 / А. М. Мавлетова. — Москва, 2010. — 169 л.
5. Оперативные социологические исследования: методика и опыт организации / Д. Г. Ротман, А. Н. Данилов, С. Н. Бутова и др. — Мн.: Бел. гос. ун-т, 2001. — 353 с.
6. Шейхетов, С. В. Поколение Next выбирает блоги / С. В. Шейхетов // Интернет-маркетинг. — 2006. — № 6. — с. 332–338.

Рекрутинг как ключевая проблема социологических онлайн исследований

Гулько Екатерина Юрьевна, аспирант;
Вишнякова Маргарита Владимировна, аспирант
Белорусский государственный университет (г. Минск)

В последнее время в исследовательской практике наблюдается рост исследований, проводимых в онлайн среде. Работа социологов в этом направлении показывает не только явные преимущества онлайн исследований, но и значительные ограничения. Одним из таких ограничений может выступать рекрутинг респондентов. В связи

с этим целью данной статьи является выявление особенностей этапов и методов рекрутинга респондентов в онлайн исследованиях.

Под рекрутингом понимается комплекс действий по отбору респондентов в соответствии с заранее определенными социально-демографическими характеристиками

и иными особенностями целевой аудитории с последующим приглашением для участия в социологических исследованиях. Рекрутинг респондентов является сложным процессом и включает в себя следующие этапы (см.рис1)

Хотелось бы обратить внимание на следующие особенности. Так обязательным условием для участия в онлайн исследованиях является наличие доступа в интернет пространство, это обусловлено спецификой самого метода. В связи с этим изначально из числа потенциальных респондентов исключаются лица, не имеющие доступа к сети интернет. Вместе с тем на этапе скринирования респондентов сохраняются требования, предъявляемые к отбору респондентов в традиционных исследованиях. Например, исключаются следующие категории лиц:

- знакомые с процедурой проведения исследований;
- профессионально знакомые с предметом обсуждения;
- профессиональная деятельность которых связана социологическими или маркетинговыми исследованиями, рекламной деятельностью, работой в СМИ

Что касается методов рекрутинга, то он может осуществляться при помощи поп-ап окон, интернет панели и традиционным способом по средством снежного кома.

Изначально хотелось бы остановиться на отборе респондентов с помощью поп-ап анкеты. Поп-ап (англ. всплывать, внезапно появляться) — окно, которое показывается случайной выборке посетителей сайтов-

участников исследования, появляясь на экране компьютера поверх других окон. Пользователю в данный момент предлагается или заполнить опрос, или же закрыть окно. Система автоматически контролирует частоту показов анкет, их неповторяемость (анкета предлагается человеку один раз) [1, с.52]. Случайный отбор респондентов позволяет подсчитать погрешность выборки и повышает надежность данных, полученных в результате исследования.

Таким образом, можно говорить о том, что система по использованию всплывающих окон способна:

- Определять время работы опросов
- Отбирать уникальных пользователей с помощью cookies
- Осуществлять повторный опрос с помощью повторной идентификации cookies, если это необходимо
- Автоматически фиксировать response rate (уровень откликов)

Стоит учитывать тот факт, что количество ответивших зависит и от типа сайта, на котором проводится исследование. Для привлечения необходимой целевой аудитории стоит размещать всплывающие окна на тематических сайтах. Это объясняется тем, что пользователи тематических сайтов заходя туда, планируют потратить некоторое время на изучение его материалов, поэтому вероятность того, что такие посетители ответят на вопросы анкеты гораздо выше.

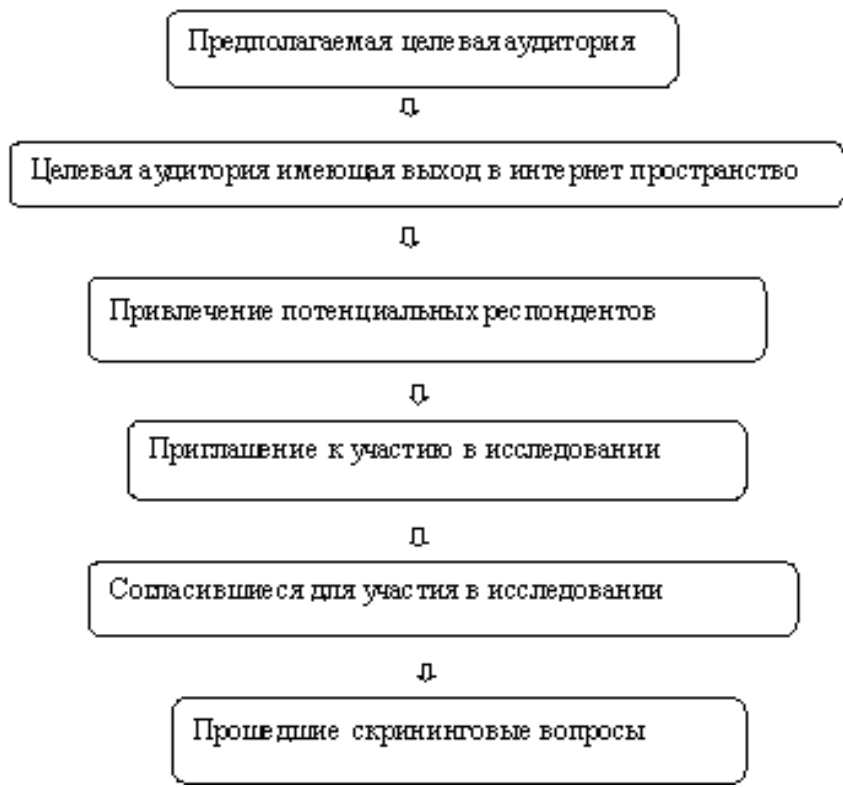


Рис. 1. Рекрутинг респондентов для онлайн исследований

Вместе с тем хотелось бы указать на основную трудность, возникающую при использовании всплывающих окон как метода рекрутинга для онлайн-исследований. Связана она, прежде всего, с тем, что к настоящему моменту возможность блокировки всплывающих окон является одной из функциональных характеристик со стороны браузерных программ.

Следующие методом рекрутинга респондента выступает онлайн-панель, которая представляет собой «обновляющуюся базу потенциальных респондентов, подписавшихся на регулярное участие в исследованиях определенной компании, заполнивших предварительный опросник, который позволяет классифицировать участников на сегменты» [5, с.63]. Такая классификация респондентов на сегменты позволяет выделить обычные (все желающие принять участие в исследовании) и специализированные (включают категории труднодоступных групп и экспертов) онлайн-панели.

Рекрутинг в онлайн-панель включает в себя две стадии:

1. На стадии предварительного рекрутинга потенциальных респондентов информируют о существовании системы онлайн-опросов и возможности участия в них. В идеале мероприятия такого рода следует проводить постоянно, это позволит обновлять и пополнять онлайн-панель регулярно. На стадии предварительного привлечения респондентов мотивация пользователей минимальна, т.к. отсутствуют осязаемые стимулы и выгоды регистрации. Пользователи откликаются на предложение в следующих случаях.

— Высокая гражданская активность пользователя. Это тот случай, когда пользователи охотно регистрируются в системах изучения общественного мнения, потому что хотят оказать влияние на общественные и коммерческие процессы.

— При рекрутинге через онлайн-мессенджеры (к примеру, через электронную почту) срабатывает эффект личного общения, который подталкивает респондента дать согласие для участия в исследовании.

— Дополнительная мотивация. Эту функцию может выполнять обещание какого-либо бонуса или подарка за регистрацию в системе опросов.

Для регистрации в онлайн-панели потенциальному респонденту необходимо указать следующие личные данные:

- пол респондента
- уровень образования
- размер семьи
- регион проживания
- возраст (дата рождения)
- наличие детей в семье
- род деятельности

2. На этапе предметного рекрутинга пользователей приглашают принять участие в конкретном опросе. На этой стадии мероприятия по привлечению ограничены по времени (как правило, от одной до трех недель, в зависимости от масштабов исследования). Как правило, на этапе предметного рекрутинга для участия в исследо-

вании приглашается большее количество респондентов, чем рассчитано в выборке исследования. Степень увеличения «запаса» респондентов можно оценить на этапе пилотажа. На данном этапе пользователь видит, какую выгоду он может получить, участвуя в конкретном опросе.

Для интрнет-панелей может быть характерен эффект «осыпания», который представляет собой «диспропорцию некоторых сегментов панели и как следствие ее нерепрезентативность» [3, с.236]. Чтобы избежать этого и поддерживать высокое качество владельцы интернет-панелей должны фиксировать следующие параметры: последний факт участия в исследовании, а также общее количество участий определенный период времени с фиксацией тематической направленности.

Эти параметры помогут определить, кто является активным участником панели, чаще всего к ним относят респондентов, представивших личную информацию, сохраняющую свою актуальность, сотрудничающих с организаторами исследований. К другой категории респондентов (неактивные респонденты) относят лиц, представивших информацию о себе, однако игнорирующих последующие письма-приглашения для участия в исследовании. Для обеспечения качественной работы интернет-панели неактивных респондентов необходимо периодически удалять из базы, потому как не смотря на их присутствие эффективность онлайн-панели не возрастает. Повышению эффективности онлайн-панели может способствовать использование «роутеров». Идея роутинга заключается в том, чтобы эффективнее использовать тех респондентов, которые в данный момент готовы заполнить анкету. Для этого респондентам, которые не подошли к опросу по условиям скринера или квот, сразу же предлагается принять участие в еще одном опросе, то есть им дается еще одна попытка «отобраться» и заполнить анкету [4, с.92].

Также для оценки жизнеспособности панели необходим замер и анализ следующих показателей:

— **«Загруженность» панелистов**, определяется как соотношение числа панелистов и объема проводимых исследований

— **Response Rate (уровень откликов)** высчитывается как отношение общего количества приглашенных к исследованию респондентов, измеренное в абсолютных или относительных показателях, к количеству начавших опрос

— **Достижимость целевой аудитории** показывает долю респондентов, подошедших для опроса [3, с.238].

Учет вышеперечисленных показателей позволит повысить эффективность онлайн-панели.

Отдельно хотелось бы обратить внимание на рекрутинг по средствам снежного кома. Алгоритм рекрутинга заключается в том, что вновь найденного члена генеральной совокупности спрашивают, кого еще из членов этой совокупности он знает. Основа выборки в виде списка формируется «по цепочке». Процедуру можно считать законченной, когда новые фамилии перестают появляться. Этот способ особенно актуален при привлечении для уча-

ствия узких целевых групп, объединенных единым признаком, при невозможности выявить такие группы путем опроса населения, рассылки приглашений по электронной почте и пр. К таким группам можно отнести коллекционеров, экспертов по узкой проблеме, представителей редких профессий и т.п. Стоит отметить, что данный метод рекрутинга особенно актуален для стран, в которых развитие онлайн исследований находится на начальном этапе.

Независимо от того каким способом осуществляется рекрутинг для онлайн-исследований, качества данных может подвергаться перекосу из-за существования проблемы профессиональных респондентов.

Под профессиональными респондентами подразумеваются участники исследований, которые из-за многократного участия в социологических и маркетинговых исследованиях проходят этап «обучения» [3, с.230]. Участие в исследованиях на постоянной основе помогает респонденту определить цели исследования и говорить то, что, как они догадываются, ждет от них исследователь. Основным мотивом становится для таких респондентов желание получить дополнительный заработок, для этого они неоднократно пытаются участвовать в онлайн исследованиях. Для этого респонденты регистрируются, с использованием разных электронных ящиков, под видом представителей разных слоев общества, указывая в своих регистрационных анкетах фальсифицированные личные данные. Все это повышает их вероятность быть отобранными для участия в опросе, пройти через скрининговую анкету, так как потенциально он удовлетворяет ряду критериев, интересных для исследователя. С целью максимизации прибыли и минимизации затрат респонденты прибегают к «технологии» быстрого заполнения анкеты, в том числе заполнение наугад, без ее прочтения.

К настоящему моменту в исследовательской практике выработались способы минимизации участия профессиональных респондентов в онлайн исследованиях. Так чтобы

исключить повторное участие уже опрошенных в исследовании, применяется идентификация IP и E-mail адресов респондентов. Однако в данном случае не учитываются ситуации когда, с одной стороны, один и тот же человек может иметь несколько электронных адресов и возможность доступа к нескольким компьютерам, к примеру, к рабочему и домашнему, а с другой стороны из выборки могут «выпасть» респонденты, в домохозяйствах которых есть только 1 компьютер [2, с. 317].

В качестве одного из способов борьбы с множественными регистрациями компания OMI ограничивает выплаты вознаграждений участникам опроса по почтовым переводам, так как этот способ предусматривает проверку паспорта перед получением денег.

Проблема созревания членов панели, решается введением временных периодов «карантина» и исключает, таким образом, из выборки тех респондентов, которые участвовали по одной тематической категории за последнее время, с одной стороны, с другой стороны в «локауты» могут быть помещены респонденты, участвующие в исследовании чаще чем 4 раза в месяц (согласно требованиям ESOMAR). Кроме этого, синхронные онлайн-опросы имеют возможность отсеивать «спидстеров» (респондентов, время прохождения опроса которыми слишком мало для сознательного заполнения анкеты), и выбраковать эти анкеты из массива. Кроме того важным является включение проверочных утверждений и вопросов, анализ ответов на открытые вопросы, а также изменение внешнего вида программируемых анкет, что поможет повысить внимание респондентов [3, с. 117].

Таким образом, учитывая все вышеперечисленные ограничения, связанные со спецификой каждого из названных выше методов рекрутинга и проблемой профессиональных респондентов, исследователям необходима дальнейшая выработка путей по преодолению слабых сторон.

Литература:

1. Комли, П. Методы онлайн-опросов: проблемы и тенденции будущего/П.Комли//Интернет-маркетинг. — М,2003. — № 1. — с. 49–60.
2. Круглов, А.Ю. Формирование методологии социологического исследования на основе использования технологии компьютеро-опосредованной коммуникации: дис. ... д-ра соц. наук: 22.00.01/А. Ю. Круглов. — Санкт-Петербург,2005. — 379л.
3. Мавлетова, А.М. Методология веб-исследований: основные подходы к формированию выборки и возможности повышения качества данных: дис. ... канд. соц. наук: 22.00.01/А. М. Мавлетова. — Москва,2010. — 169л.
4. Некрасов, С.И. Новые технологии и борьба за повышение качества данных в онлайн-исследованиях: результаты международной конференции CASRO 2012 /С. И. Некрасов//Онлайн исследования в России 3.0// под ред. Шашкина А.В., Девятко И.Ф., Давыдова С.Г. — М., 2012. — с. 87–100.
5. Терещенко, О.В. Перспективы количественной методологии / О.В. Терещенко // Социология. — Минск, 2011. — № 1. — с. 55–67.

Компенсация части стоимости отдыха внутри страны как механизм развития внутреннего туризма

Никитина Дарина Юрьевна, магистрант
Санкт-Петербургский государственный экономический университет

Россия огромная страна, обладающая величайшими запасами не только природных ископаемых, но и природными ресурсами для восстановления физических сил и отдыха. Вопрос о развитии внутреннего туризма на сегодняшний день является приоритетным.

За счет внутреннего туризма развиваются такие ключевые отрасли экономики, как транспорт и связь, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления и др. За счет совершенствования внутреннего туризма происходит развитие поселений, связанных с туризмом (туристская индустрия), что благоприятно сказывается на экономике страны. [1]

Катализатором для активизации мер по развитию данного вида туризма послужили такие события как: напряженная политическая обстановка во внешнем мире, существование санкций, примененных рядом государств по отношению к России, осложненный визовый режим въезда в Европу, нестабильная работа туроператоров по выездному туризму.

В рамках сложившихся обстоятельств, комплекс применяемых мер по развитию внутреннего туризма, оказывается недостаточным для дальнейшего успешного функционирования. В настоящий момент необходим поиск новых механизмов стимулирования спроса на внутренний туризм.

Во времена СССР Россия обладала широким комплексом санаторно-курортных учреждений, который пользовался высоким спросом. Однако, по прошествии времени, данный комплекс оказался невостребованным у современных туристов, которые уже побывали на современных европейских курортах и познали высокий сервис, оказываемый большинством гостиничных цепей. Теперь существующие санаторно-курортные предприятия по сравнению с зарубежными гостиницами не оказывают должного уровня сервиса, но несмотря на это продолжают функционировать.

Необходимо «реанимировать» существующий курортно-рекреационный комплекс по средствам привлечения высококвалифицированных кадров, внедрения новых методов управления курортными учреждениями, проведения эффективной маркетинговой политики, а также заключения долгосрочных контрактов с корпоративными клиентами. Неотъемлемой частью будет являться поддержка со стороны государства.

Для всестороннего развития туризма внутри страны необходимо решить следующие проблемы:

1. Неразвитость инфраструктуры страны.
2. Низкое качество сервиса, оказываемое в удаленных от центра городах.
3. Отсутствие механизмов поддержки внутреннего туризма со стороны государства и/или работодателя

Поставленные проблемы можно решить следующими путями:

1. Повысить туристскую привлекательность удаленных от центра городов путем создания современных туристских кластеров.
2. Акцентировать внимание на развитие инфраструктуры в местах туристского интереса.
3. Создать программы поддержки государством предприятий, поощряющих отдых работников внутри страны.
4. Разработать информационную базу о существующих санаторно-курортных учреждениях, культурном и природном потенциале того или иного региона
5. Повысить социальную ответственность работодателя
6. Внедрить программы повышения квалификации для работников туристских предприятий

Успешным примером применения такого комплекса мер является Венгрия, которая путем развития внутреннего туризма успешно развила въездной.

Для эффективного развития внутреннего туризма Венгрией были применены принципы компенсации части затраченных средств на отдых внутри страны. Таким образом, гражданам возвращалось до восьмидесяти процентов от стоимости путевки в санатории на территории Венгрии. Возмещение части средств наилучшим образом стимулировало спрос на услуги внутреннего туризма, что позволило успешно развиваться санаторно-курортным учреждениям, давая возможность и материальную базу для создания новых востребованных услуг по оздоровлению и релаксации.

На сегодняшний день Венгрия обладает развитым комплексом санаториев, пансионатов и просто отелей с работающими при них медицинскими центрами, предлагающими услуги по водолечению и другие оздоровительные процедуры на основе природных целебных источников.

Широко востребованы санатории и пансионаты Чехии, знаменитые Карловы Вары каждый год притягивают тысячи туристов, желающих укрепить свое здоровье на целебных источниках.

Многие европейцы ориентированы не только на оздоровительный отдых, но на отдых на природе в целом. Жители центральной Европы, немцы, население, которых на ¼ состоит из пенсионеров старше 65 лет, наиболее заинтересованы в размеренном отдыхе на природе. Для таких туристов не обязательно наличие фешенебельных отелей или знаменитых представителей отельных цепочек, для них важнее единство с природой, качественные услуги по оказанию медицинской помощи и, конечно же, сервис.

Не все курортно-санаторные предприятия могут и готовы предоставить квалифицированную медицинскую помощь, однако такая тенденция имеет место быть.

Россия, как и Венгрия тоже обладает оздоровительными водными курортами, например знаменитые целебные источники на Кавказе. Многие туристы отказываются приобретать путевки в санатории на минеральных водах Кавказа по причине нестабильности региона, хотя по большей мере данные опасения оказываются беспочвенными.

На сегодняшний день в Российской Федерации осуществляется компенсация стоимости путевок в санатории для детей из многодетных и малообеспеченных семей, для пенсионеров, и для жителей севера, однако применяемых мер на данный момент недостаточно.

Министерство культуры России предлагает компенсировать туристам часть денег, потраченных на отдых на российских курортах. Ведомство предполагает задействовать механизм налогового вычета, как в случаях покупки квартир или выплаты за лечение. Таким образом, предполагается сделать отдых доступным для многодетных и малообеспеченных семей.

Для обеспечения стабильного притока туристов предлагается создание общей базы санаторно-курортных учреждений наиболее пригодных для комфортного отдыха. Более того, предлагается разработка программы по поддержке развития внутреннего туризма на основе поощрения отдыха внутри страны.

Предприятиям, которые будут поощрять своих сотрудников компенсацией части стоимости путевки в отече-

ственные санатории, будет предложена сниженная ставка налогообложения, как ответная поддержка со стороны государства.

Предполагается, что путевки будут предоставляться в санатории, входящие в единую базу санаторно-курортных учреждений, с которыми будет заключен контракт о корпоративном сотрудничестве. Данный контракт позволит приобретать предприятиями путевки по сниженной ценовой стоимости как для постоянных корпоративных клиентов.

В ответ на меры, применяемые для развития внутреннего туризма предприятиями, государство будет снижать налоговую ставку с 18 до 16% налога на добавочную стоимость.

Данный мероприятия повысят интерес к внутреннему туризму, создадут дополнительную материальную базу санаторно-курортным учреждениям для совершенствования оказываемых услуг и внедрения новых, а также повысят социальную ответственность работодателей. Применяемые меры позволят государству без существенных денежных вливаний эффективно осуществлять политику по развитию внутреннего туризма, на основе которого появятся дополнительные возможности для увеличения въездного туристского потока в страну.

Литература:

1. М. М. Смирнова, И. М. Баранов, Н. С. Крайкова. «Анализ и перспективы развития внутреннего туризма в ивановской области».

Социальные аспекты русской и германоязычной литературы начала XX в.

Пешкова Юлия Николаевна, соискатель
Московский городской педагогический университет

В статье автор анализирует отражение социальных процессов в русской и германоязычной литературе начала XX в.

Ключевые слова: технократизм, технофобия, общество, техника, социальные группы, научно-технический прогресс, русская литература, германоязычная литература.

Начало XX в. — это период колоссальных социальных изменений, которые были связаны с всеобщей технологизацией общества. Первая мировая война, вовлекшая в свою орбиту десятки миллионов людей, показала полное всевластие над ними технических изобретений. Антигуманность многих из них (ядовитые газы, мощные артиллерийские орудия) способствовали отрицательному отношению к технике у различных социальных групп [8, с. 44–46]. Если в конце XIX — начале XX веков успехи науки и техники знаменовали прогресс и даже те люди, которые их не принимали и не были ими затронуты, относились к ним достаточно без-

различно, то период между мировыми войнами оживили полемику между технократами и технофобами в обществе, которая нашла свое отражение в русской и германоязычной литературе. Именно Первая мировая война разделила окончательно социум на технократов и технофобов.

Русская литература на протяжении всей своей истории и развития является не просто культурным феноменом. В отличие от других стран, где были созданы великие литературы: Франции, Германии, Англия и ряде других государств, в России литературная деятельность всегда воспринималась как форма социально-политической

активности, позволяющая не просто высказать свои взгляды, но и обозначить социальную, а в ряде случаев и политическую позицию. Именно поэтому русская литература может служить источником сведений о взаимовлиянии научно-технического прогресса и социальной структуры российского общества.

Все изменения, связанные с техническим развитием, русская литература чаще всего воспринимала или негативно, или не воспринимала вообще. К науке и научным открытиям русские писатели проявляли интерес и пытались перенести в плоскость художественного пространства, но технику нет. Это связано с тем, что научно-техническое развитие в России имело свою социальную специфику и инициировалось сверху, поскольку в нашей стране ни в XVIII, ни в XIX веках не находилось значительных по объёму социальных групп любого уровня (классов, страт), которые, как в странах Западной Европы, стали бы проводниками промышленного развития [8, с. 69–71].

Само же развитие российской промышленности осуществлялось главным образом, говоря современным языком, в рамках государственного заказа и было связано в первую очередь с обеспечением военного паритета с другими странами. Именно это обстоятельство определяло социальный подтекст в оценке роли и значения техники и технологии в жизни России.

На протяжении всего XIX и начала XX веков в русской литературе формировалось достаточно своеобразное и весьма настороженное отношение к достижениям научно-технического прогресса. Каждый раз, когда страна в очередной раз пыталась сделать технологический рывок оказывалась, что часть интеллектуальной элиты выступала резко против подобной политики (например, славянофилы), противостоящая же ей составляющая образованного слоя (за относительно редкими исключениями) лишь частично, с оговорками принимала технический прогресс, подчёркивая его неоднозначные социальные последствия для России.

Такое противостояние носило во многом не только публицистический и научный, но и литературный характер и подкреплялось множеством точек зрения, высказывавшихся в самых различных литературных произведениях. Например, поэты и писатели Серебряного века не воспринимали технику и научно-техническое развитие, либо воспринимали его отрицательно. Техническое развитие у поэтов Серебряного века изображалось в негативном урбанистическом духе, который пагубно влияет на природу и человека. Эти мотивы максимально ясно прослеживаются в творчестве А. А. Блока, В. Я. Брюсова и других представителей русской поэзии той эпохи.

В то же время в конце XIX — начале XX века в художественную литературу приходят писатели, которые либо сами имели инженерное образование: Н. Г. Гарин-Михайловский, Е. М. Замятин, А. Н. Толстой или же как А. М. Горький оценивали рабочий класс как источник социального обновления общества.

Обратимся к германоязычной литературе. В начале XX века германоязычный социум, как и общество других развитых стран, в своей образованной части разделился на технократов и технофобов. Взгляды этих социальных сообществ (пусть не имевших ярко выраженных социальных границ) наиболее выразительно прослеживаются в творчестве таких писателей как Ф. Кафка и Б. Келлермана.

Франц Кафка разрушает сложившийся веками взгляд на человека как на часть мира, часть человечества: он ставит под сомнение это утверждение, ибо истинно для него представление о человеке как субъекте, отделенного от внешнего мира. Австрийский писатель, как и все модернисты, рассматривал современную ему эпоху, как время безжалостно поглощенное научно-техническим прогрессом. Этот социальный процесс негативен, по его мнению, тем, что вызывает отчуждение и одиночество у людей.

Категория отчуждения в творчестве писателя характеризуется неприятием героев и самим писателем нового технологизированного общества. Они считают его уютным и враждебным, поэтому стремятся спрятаться от него. Герой рассказа «Нора» теряет свой человеческий облик, предстает неким существом, который выстроил себе гигантскую нору с обильными ходами и переходами. Ему повсюду мерещатся угрозы, вынуждающие его каждую секунду менять место в норе, перестраивать ее. Все мысли персонажа связаны с тем, чтоб укрепить свое жилище от врагов: «есть ведь упорные разбойники, они вслепую ворошат землю и, невзирая на огромную протяженность моего жилья, надеются все же где-нибудь натолкнуться на мои пути. Правда, у меня то преимущество, что я — в своем доме и мне точно известны все его ходы и их направления» [3, с. 267–268].

Сам Кафка пытался приспособиться к этому миру, войти в него, но как он писал: был выкинут из мира одним «пинком» [1, с. 175]. Но он, а вместе с ним достаточно-большая группа интеллектуалов гуманитариев не смогла этого сделать. Почему? Потому, что мир наполнен чуждыми им объектами, стимулирующими социальное взаимодействие (трамвай, телефон, лифт и др.) достаточно крупных групп. Таким группам противопоставляются независимые и не ищущие социальных контактов личности или же небольшие дружеские компании, пытающиеся существовать вне социальных реалий «большого» мира.

Микросоциум в рассказах Кафки очень замкнут и ограничен, он не пускает никого из макросоциума. Это подчеркивается в текстах оппозицией «мы» и «он»: «мы предпочитаем ничего не объяснять и просто не принимать его. Сколько бы он ни дулся, мы выталкиваем его локтями, но сколько бы мы ни выталкивали его, он приходит опять» [4, с. 187]. Но Первая мировая война, научно-технический прогресс разрушают этот социум и присущую ему форму социального взаимодействия.

Таким образом, герои Кафки, как и сам писатель, едва ли не самые одинокие люди во всей мировой литературе. Все

герои Ф. Кафки как марионетки, механически выполняющие одни и те же действия. Образ марионетки сужает эмоциональный, духовный и интеллектуальный мир личности. Враждебность к механическим действиям перерастает постепенно во враждебность к технологическому обществу в целом.

В итоге можно уверенно констатировать, что жизнь в техногенном мире для людей с мироощущением Ф. Кафки не только непонятна, но и непредсказуема. Технофобия этого выдающегося австрийского писателя настолько сильна, что отрицание техногенного прогресса подается как её сущность. Например, описывая поездку в поезде, Ф. Кафка говорит о невозможности понять, куда и откуда он идёт. То есть намеренно подменяет общеизвестный порядок вещей «перевёрнутым» художественным образом.

Полную противоположность этому подходу демонстрирует в своем творчестве Б. Келлермана, который в отличие от Ф. Кафки ещё в юношеские года увлекался техникой и активно посещал занятия в Высшей технической школе. Это увлечение нашло воплощение в романе «Туннель», который принес немецкому писателю мировую известность. Б. Келлерман ярко показал общую картину развития науки и техники в начале XX века. Именно развитие техники, по мнению немецкого писателя, способствует благосостоянию человечества [7, с. 55].

В романе «Туннель» реализуется технократический подход к преобразованию общества. Главным героем ро-

мана является талантливый инженер, который задумал строительство туннеля между Америкой и Европой под Атлантическим океаном. «Он обязуется в пятнадцать лет построить подводный туннель, который соединит оба материка и по которому пойдут поезда, покрывающие расстояние между Америкой и Европой в двадцать четыре часа! В этом и заключается его проект» [5, с. 32]. И этому он посвящает свою жизнь.

Технократизм и даже технофилия Б. Келлермана не только отражается в этой цитате, но и проявляется во многих других произведениях. Он искренне полагал, что техника способна помочь не только в решении социальных проблем, но даже способствовать эмоциональному подъему и преодолению человеком различных трудностей (роман «Братя Шелленберг») [6].

Исходя из всего выше изложенного, можно с уверенностью сказать, что социологические проблемы, связанные как с положительными, так с отрицательными сторонами научно-технического прогресса, отражаются и преломляются в общественном сознании. При этом художественная литература выступает как своеобразная система социальной индикации. Это отражение не может расцениваться как научно-точное, но чисто показывает те «оттенки», которых лишено классическое социологическое исследование.

Литература:

1. Кафка, Ф. Завещание. / Ф. Кафка; пер. с нем.. Е. А. Кацевой. — СПб.: ИД «Азбука-классика», 2006. — 320 с.
2. Кафка, Ф. Мастер пост-арта. / Ф. Кафка; пер. с нем. Г. Ноткина. — СПб.: ИД «Азбука-классика», 2005. — 384 с.
3. Кафка, Ф. Превращение. Новеллы / Ф. Кафка; пер. с нем. — М.: АСТ: АСТ МОСКВА: Транзиткнига, 2006. — 302 с.
4. Кафка, Ф. Содружество. / Ф. Кафка. // Собрание сочинений: в 4-х тт. Сост. е.А. Кацева. — СПб.: Северо-Запад, 1995. — Т. 4. — 446 с.
5. Келлерман, Б. Туннель. / Бернгард Келлерман // М.: Правда, 1981. — 336 с.
6. Келлерман, Б. Братя Шелленберг. / Бернгард Келлерман // М.: Правда, 1983. — 350 с.
7. Пешкова, Ю. Н., Твердынин Н. М. Отражение социальных процессов в германоязычной литературе: технофобия Ф. Кафки и технократизм Б. Келлермана / Ю. Н. Пешкова, Н. М. Твердынин // Образование. Наука. Научные кадры. — № 5—2014. с. 51—55.
8. Твердынин, Н. М. Общество и научно-техническое развитие. 2-е изд. / Н. М. Твердынин // М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. — 175 с.

Образовательные потребности школьников и родителей г. Читы: социологический анализ

Шатова Екатерина Сергеевна, младший научный сотрудник

Забайкальский краевой институт повышения квалификации и профессиональной переподготовки работников образования (г. Чита)

Потребности в образовании являются значимым фактором развития личности, отдельных социальных групп и общества в целом. Кроме того, процессы, связанные с развитием информационной эпохи, возника-

ющие новые требования к личности превращают проблему исследования образовательных потребностей в одну из наиболее актуальных, поскольку их структура и характер являются индикатором уровня готовности лич-

ности и общества к важным социальным трансформациям не только в образовательном пространстве, но и в других сферах жизни [4].

Проблема потребностей личности всегда представляла интерес для исследователей из различных социальных дисциплин. Существует множество трактовок данного понятия. Специфика социологического подхода к изучению потребностей заключается в выявлении противоречий, возникающих между различными субъектами, а также объектами, на которые направлена их активность в целях достижения желаемых результатов. Потребность — это скрытая реальность, но без эмпирической фиксации их проявления, без изучения механизма возникновения и реализации невозможно познание их свойства и содержания.

Потребности, а точнее, их содержание — это достаточно изменчивый феномен, причем как на личностном, так и на общественном уровне. Характер, содержание, актуализация тех или иных потребностей отражают состояние социальной системы в целом. И, прежде всего, исследователям следует обращать внимание именно на образовательные потребности современной молодежи, так как они непосредственно связаны с их будущими профессиональными планами [2].

Необходимо заметить, что многие подходы к изучению потребностей не до конца раскрывают механизмы их реализации: такие научные концепции основаны на выделении тех или иных разновидностей и типов потребностей. Смысл классификации — в поиске нужного мотива человеческой деятельности, опираясь на который, можно было бы анализировать мотивационную систему личности. Самая популярная на сегодняшний день — иерархическая типология потребностей А. Маслоу, которую ученые чаще всего используют в качестве объяснений постфактум результатов своих изысканий. Но, как отмечают исследователи, критики данной концепции, с ее помощью не всегда удается объяснить процессы формирования и реализации потребностей: «когда речь идет о потребностях выживания и безопасности, то есть нижних этапах «пирамиды», то ситуация ясна, но если подняться уровнем выше, ясность пропадает» [3].

Так, например, образовательную потребность социологи определяют как «обусловленное социокультурными детерминантами активно-деятельностное отношение социального субъекта к сфере знания, являющееся существенной характеристикой его развития, самоопределения и самореализации» [4]. В уже упоминавшейся системе потребностей А. Маслоу последний, высший уровень потребностей (потребность в самоактуализации) и предпоследняя ступень (познавательные потребности), по сути, пересекаются или, точнее сказать, соединяются в потребностях в образовании. При этом их можно классифицировать по различным основаниям.

Следует отметить, что у многих авторов существует своя классификация потребностей. А.В. Меренков разделяет образовательные потребности на общие и кон-

кретные. Для анализа сущности и реализации образовательных потребностей учет сходств и различий между двумя этими разновидностями очень важен. Общие образовательные потребности представляют собой стремление личности или общества обеспечить себе более высокий образовательный и культурный уровень не только через приобретение и освоение новых знаний и умений, но и через саморазвитие, самосовершенствование. Конкретные потребности в сфере образования — это необходимость в определенных знаниях, навыках, направлениях, формах образования (на уровне личности), а также потребность в специалистах для тех или иных отраслей экономики (на уровне общества). Конкретные потребности характеризуются неудовлетворенностью ситуацией (обстоятельствами, в которых для действий не хватает умений и знаний), общие образовательные потребности — неудовлетворенностью социального субъекта самим собой. Оба стимула важны для удовлетворения потребности в образовании в целом [2].

В июне 2013 года было проведено социологическое исследование, целью которого было изучение образовательных потребностей школьников и родителей г. Читы.

В нашем исследовании объем выборки составил 500 человек школьников, 500 человек родителей. Количество респондентов определялось в соответствии с разработанной нами методикой, которая предполагает построение сложного типа выборки. В результате чего для школьников была сконструирована репрезентативная многоступенчатая выборка: первая ступень — стратифицированная (районированная) — 4 района: Центральный, Железнодорожный, Ингодинский, Черновский г. Читы, вторая — квотная (по полу, по классам, третья — случайная (школы в районах выбираются случайным образом), четвертая — сплошной опрос старшеклассников. Для родителей использовалась — целенаправленная выборка (опрашивались родители школьников) соблюдая выборку по районам.

В современном обществе все большее количество достижимых статусов обусловлено образованием, все более актуализируется такая функция образования, как активизация социальных перемещений. Образование во всем мире закономерно становится главным каналом социальных перемещений, как правило, восходящих, ведущих индивидов к более сложным видам труда, большим доходами и престижу.

Представленные материалы социологического исследования свидетельствуют о том, что у школьников существует потребность в продолжении образования после школы (84,6%), так как на современном этапе развития современного российского общества является важным и социально востребованным с точки зрения престижа и достижения более высокого социально-статусного положения.

При рассмотрении образовательных планов учащихся после окончания школы мы предлагали респондентам специальный вопрос о том уровне образования, который

они считают наиболее соответствующим их жизненным планам. Проанализировав ответы учащихся о желаемом уровне образования, удалось выяснить, что большинство выпускников школ ориентированы на получение высшего образования, так ответили 74,8%. Среднее профессиональное образование считают для себя достаточным 11,6% учащихся.

В выборе будущих профессий у учащихся заметны несколько направлений. Первое направление — это гуманитарный (21,6%), второе направление — оборонно-спортивный (15,6%), третье направление — физико-математический (14,4%) и четвертое направление — химико-биологический (12,4%). Сравнительно небольшой процент набрали такие направления как социально-экономический (8,6%), информационно-технологический (8,6%), индустриально-технологический (5,6%), художественно-эстетический (3,8%) и филологический (3,6%).

Среди факторов, способных повлиять на выбор той или иной профессии, лидирует возможность получать высокую заработную плату (30,2%), престижность профессии (29,2%), а так же возможность трудоустройства (28,4%). Менее значимыми факторами при выборе профессии для учащихся являются возможность самореализации и развития (10,8%) и работа должна нравиться (1,4%). Это связано с тем что, современная молодежь стремится к приобретению более высокого статуса, к личному успеху, все чаще измеряемому уровнем заработка и престижности профессии.

Дополнительное образование детей, с социологической точки зрения, является не только одним из важных социальных институтов детства, который создан и существует для детей, их обучения, воспитания, развития, но и важнейшим индикатором, характеризующим образовательные потребности школьников, так как оно связано с индивидуальным развитием ребенка в культуре, его собственным выбором.

Дополнительное образование детей нельзя рассматривать как некий придаток к основному образованию, выполняющий функцию расширения возможностей образовательных стандартов. Основное его предназначение — удовлетворять постоянно изменяющиеся индивидуальные социокультурные и образовательные потребности детей. Анализируя ответы на вопрос «Посещаете ли Вы учреждения дополнительного образования (музыкальные школы, спортивно оздоровительные учреждения и т.п.)?» следует ответить, что большинство старшеклассников (59,4%) не посещают учреждения дополнительного образования. Основными причинами, по которым школьники не посещают объединения дополнительного образования, являются: отсутствие свободного времени (54,5%), это не интересно (30,3%), это не пригодится в будущем (11,9%).

Из числа тех, кто посещает учреждения дополнительного образования, большинство школьников отдают предпочтение спортивно-оздоровительным учрежде-

ниям (48,8%), на втором месте хореографические кружки (17,7%), на третьем — музыкальные школы (14,4%). При анализе мы заметили, что ни один школьник не посещает технические кружки, а ведь именно они являются одним из важных способов формирования профессиональной ориентации детей, способствуют развитию устойчивого интереса к технике и науке, а также стимулируют рационализаторские и изобретательские способности. Сегодня техническое образование приобретает особое значение. Актуальность технического образования связана не только с перспективами социально-экономического, технологического и политического развития России, но и с тенденциями движения мирового сообщества от индустриальной к информационно-индустриальной и к интеллектуальной модели развития. В связи этим необходимо уделить серьезное внимание развитию технической грамотности подрастающего поколения. Одной из форм привлечения школьников к участию в техническом творчестве является технический кружок.

Сегодня, когда родители выбирают учебное заведение для своего ребенка, школы заинтересованы в формировании своего позитивного имиджа и, как следствие, в притоке большего числа учащихся. Учет мнения заказчиков образовательных услуг, которыми выступает родительская общественность, позволяет школе быть более привлекательной для них. Для определения и учёта мнения родителей — основных заказчиков образовательных услуг и равноправных участников образовательного процесса, целесообразно проводить оценку работы школы родителями. В связи с этим родителям было предложено оценить различные стороны деятельности школы.

По мнению родителей, к преимуществам школы можно отнести следующее: развитие способностей детей (85%), организация учебного процесса (71,8%), психологический комфорт (71,6%), хорошее отношение к детям (69%). Недостатком обучения школы, по мнению родителей, является качество учебного процесса (44,8%), это говорит о неудовлетворенности родителей качеством преподавания в школах, затем слабая поведенческая дисциплина (41,6%), это также свидетельствует о неудовлетворенности родителей дисциплиной в школе.

Платные образовательные услуги оказываются для удовлетворения личных потребностей граждан, получающих образование. В связи с этим мы предложили учащимся ответить на следующий вопрос «Хотели бы Вы иметь возможность получать дополнительные платные консультационные образовательные услуги?». 65,2% учащихся положительно ответили на данный вопрос и лишь 19,6% — отрицательно. Оказание дополнительных платных услуг должно способствовать более углубленному познанию отдельных отраслей знаний, изучению дисциплин и предметов, не предусмотренных соответствующими образовательными программами, федеральными государственными образовательными стандартами и федеральными требованиями, и не может наносить ущерб

или ухудшать качество предоставления основных образовательных услуг.

Мы попытались выяснить, какие именно платные образовательные услуги учащиеся хотели бы получить: большинство школьников выбрали углубленное изучение предметов (39,6%), это может быть связано с тем, что сейчас в школах происходит сокращение часов, отводимых на изучение дисциплин, это неизбежно приводит к поверхностному изучению отдельных предметов, поэтому школьники заинтересованы в углубленном изучении предметов. На втором месте у учащихся возникает потребность в изучении второго иностранного языка (24%), это связано с тем, что изучение и знание 2–3 иностранных языков — это не только престижно, но и жизненно необходимо в наше время.

Так же мы попытались выяснить потребности в новшествах в системе образования. Положительное мнение родителей сформировано в основном по трем направлениям инноваций: организации профильного обучения (75%), родители за то, чтобы учитывать интересы, склонности и способности учащихся, создавать условия для обучения старшеклассников в соответствии с их профильными интересами и намерениями в отношении продолжения образования; создание в школах психологической службы (87%), которая поможет оптимизации психологического и личностного развития школьников, обеспечит психологическую готовность к жизненному самоопределению, включающего самоопределение личностное, социальное, профессиональное; появление новых учебных дисциплин (56%). Во всех остальных случаях реакция неоднозначна: например, 62,2% родителей против введения ЕГЭ как формы сдачи экзамена, неудивительно, что отношение родителей к ЕГЭ довольно настороженное, они считают его введение неправильным, среди аргументов противников ЕГЭ главный — необъективность тестового формата экзамена, получение поверхностных, неглубоких знаний, большая нагрузка на детей; 78,8% против увеличения количества платных занятий. То же самое наблюдается и у учащихся положительно относятся к организации профильного обучения 63,7% и к созданию в школах психологической службы 54,5%.

Подводя общий итог, можно сказать, что среди родителей и учащихся — участников опроса сформирован высокий уровень образовательных потребностей. Линия на образовательные достижения является одной из составляющих жизненных стратегий школьников. Их индивидуальные запросы складываются под воздействием многих факторов: социальных ожиданий семьи, познавательных интересов учащихся, профессиональных качеств учителя, степени трудности в освоении учебного материала, психологических особенностей личности школьника, форм организации учебного процесса.

Таким образом, на основании полученных данных допустимо утверждать, что потребность в образовании и ценность образования воспринимаются школьниками преимущественно в утилитарно-прагматическом плане, через категории жизненного успеха и самоутверждения. Мнение преобладающей части учащихся подкрепляется суждениями родителей. Из числа опрошенных нами респондентов данной группы хотели бы, чтобы их дети получили хорошее образование. При этом 47,7% безусловно уверены в том, что такое образование гарантирует им жизненный успех. Следовательно, в современном российском обществе, по меньшей мере, на уровне населения среднего города, формируется морально-психологическая атмосфера, доминирующей установкой которой является осознание потребности в образовании как базисной потребности и ведущей ценности личности.

В заключении хотелось бы отметить, что в условиях изменения ситуации в образовательной сфере в последние десятилетия важной практической задачей становится изучение образовательных потребностей школьников и родителей. Собственно, потребности именно этой социальной общности являются показателем путей дальнейшего развития образования, а вместе с ним социально-экономической и социокультурной сфер общества, позволяют делать долгосрочный прогноз на будущее. Отсюда следует, что при изучении образовательных потребностей невозможно обойтись без социологических методов.

Литература:

1. Меренков, А. В. Человек: взаимосвязь природного и социокультурного / А. В. Меренков. — Екатеринбург: [Изд-во УГГУ], 2007. — 279 с.
2. Оникко, А. А. Особенности процесса реализации образовательных потребностей современными школьниками и студентами // Известия Уральского федерального университета. Сер. 3, Общественные науки. — 2013. — № 2 [Электронный ресурс]. URL: <http://elar.urfu.ru/handle/10995/19820> (дата обращения: 17.09.2014).
3. Тамберг, В., Бадьян А. Анти-Маслоу или еще раз о потребностях // Маркетинг журнал 4Р от 01.02.2006 г. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.4p.ru/main/theory/3507> (дата обращения: 17.09.2014).
4. Шуклина, Е. А. Потребности в образовании студентов негосударственных вузов: Социологический анализ // Образование и общество. 2005. № 6. [Электронный ресурс]. URL: http://www.jeducation.ru/6_2005/34.html (дата обращения: 17. 09. 2014).

Молодой ученый

Ежемесячный научный журнал

№ 18 (77) / 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.
Каленский А. В.
Коварда В. В.
Комогорцев М. Г.
Котляров А. В.
Кузьмина В. М.
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)
Кайгородов И. Б. (Бразилия)
Каленский А. В. (Россия)
Козырева О. А. (Россия)
Лю Цзюань (Китай)
Малес Л. В. (Украина)
Нагервадзе М. А. (Грузия)
Прокопьев Н. Я. (Россия)
Прокофьева М. А. (Казахстан)
Ребезов М. Б. (Россия)
Сорока Ю. Г. (Украина)
Узаков Г. Н. (Узбекистан)
Хоналиев Н. Х. (Таджикистан)
Хоссейни А. (Иран)
Шарипов А. К. (Казахстан)

Художник: Шишков Е. А.

Верстка: Голубцов М. В.

Статьи, поступающие в редакцию, рецензируются.

За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.

Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов.

При перепечатке ссылка на журнал обязательна.

Материалы публикуются в авторской редакции.

АДРЕС РЕДАКЦИИ:

420126, г. Казань, ул. Амирхана, 10а, а/я 231.

E-mail: info@moluch.ru

http://www.moluch.ru/

Учредитель и издатель:

ООО «Издательство Молодой ученый»

ISSN 2072-0297

Тираж 1000 экз.

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