



Международная научная конференция

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ (II)



Москва

УДК 330
ББК 65
А43

Редакционная коллегия сборника:

*М. Н. Ахметова, Ю. В. Иванова, К. С. Лактионов, М. Г. Комогорцев, В. В. Ахметова,
В. С. Брезгин, А. В. Котляров, А. С. Яхина, М. О. Насимов, Е. В. Лескова*

Ответственный редактор: *Г. А. Кайнова*

Международный редакционный совет:

*Айрян З. Г. (Армения), Арошидзе П. Л. (Грузия), Атаев З. В. (Россия),
Велковска Г. Ц. (Болгария), Гайич Т. (Сербия), Данатаров А. (Туркменистан),
Ешиев А. М. (Кыргызстан), Игисинов Н. С. (Казахстан), Лю Цзюань (Китай),
Нагервадзе М. А. (Грузия), Прокопьев Н. Я. (Россия), Прокофьева М. А. (Казахстан),
Ребезов М. Б. (Россия), Хоналиев Н. Х. (Таджикистан), Хоссейни А. (Иран)*

Актуальные вопросы экономики и управления (II): материалы междунар. науч. конф.
А43 (г. Москва, октябрь 2013 г.). — М.: Буки-Веди, 2013. — vi, 144 с.

ISBN 978-5-4465-0260-8

В сборнике представлены материалы международной научной конференции «Актуальные вопросы экономики и управления (II)». Рассматриваются общие вопросы экономики, вопросы финансовой и денежно-кредитной системы, учета, анализа и аудита, экономики и организации предприятия и пр.

Предназначен для научных работников, преподавателей, аспирантов и студентов экономических специальностей, а также для широкого круга читателей.

УДК 330
ББК 65

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

Петухова В.В.

Специфика деятельности сельскохозяйственных предприятий и ее взаимосвязь с механизмом управления затратами. 1

2. ИСТОРИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ МЫСЛИ

Седова А.В.

Концепция экономической власти в истории экономической мысли 4

3. ОБЩИЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК

Бушуева А.В., Пасечникова Л.Ю.

Применение вероятностных моделей многотоварных торговых операций при реализации взаимозаменяемых товаров 8

Бушуева О.А.

История и современный опыт подоходного налогообложения 11

Патутина Е.С.

В чем секрет модернизации инженерного образования? 14

4. ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ И РОСТ

Крапчина Л.Н.

Приоритетные направления господдержки малого и среднего бизнеса в некоторых странах СНГ 19

Плахин Е.С.

Теоретическое обоснование методического подхода к оценке экономико-инновационной эффективности. 22

6. ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ХОЗЯЙСТВОМ СТРАНЫ

Баронин С.А., Тарханова Е.В.

Развитие методов формирования территориальных рынков доступного жилья на основе ипотечно-инвестиционных систем на примере Пензенской области 26

Рудыкина В.П.

Государственная поддержка малого бизнеса (на примере Волгоградской области) 40

7. ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА

Аничкина О.А., Савина Ю.И.

Сущность и организационная структура мясомолочного подкомплекса и приоритетные направления его развития 43

Деревяшкин А.В.

Стратегический анализ отрасли и макроокружения электроэнергетики
ОАО «Газпром нефтехим Салават»..... 45

Костенюкова Г.А., Аничкина О.А.

Ресторанный бизнес как составная часть общественного питания, проблемы и возможности
на региональном уровне..... 50

Пугачев Н.С.

Государственно-частное партнерство в инновационной сфере..... 52

8. МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА**Булатова А.И., Рамазанова Э.И.**

Последствия вступления России в ВТО..... 55

Королькова А.Е.

Анализ внешнеэкономической деятельности региона как фактора повышения его экономической
эффективности (на примере Белгородской области) 57

Кудереев Н.Ж.

Повышение роли управления инвестиционными проектами в Республике Казахстан..... 60

9. ФИНАНСЫ, ДЕНЬГИ И КРЕДИТ**Балынин И.В.**

Аналитическая характеристика расходов на социальную сферу и в реальный сектор экономики
бюджетов субъектов Центрального федерального округа и оценка влияния на уровень риска
несбалансированности региональных бюджетов 63

Кутафьева Л.В.

Виды операций коммерческих банков..... 67

Павловская Е.А.

Система управления государственным долгом..... 70

10. УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ**Багдасарян Д.Г.**

Развитие методики внутреннего аудита процесса выпуска и продажи готовой продукции 76

Гасанов М.Ю.

Эволюция оценки 82

Емелин В.Н., Кузнецова А.Ю.

Опыт стандартизации внутреннего аудита менеджмента качества и безопасности
пищевой продукции 86

Стягайло М.Ю., Муляр В.П.

Особенности учета кредиторской задолженности в условиях перехода на международные
стандарты бухгалтерского учета 91

Якупов И.Ф.

Изменения в форме бухгалтерского баланса..... 94

11. МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И КОММУНИКАЦИИ**Бакун Т.В.**

Использование маркетинговых технологий в сфере высшего образования..... 97

Красовская Е.А.

Продуктовая маркетинговая стратегия объекта коммерческой недвижимости 99

13. ЭКОНОМИКА ТРУДА**Морозова С.И., Чернышова Н.А.**

Преодоление безработицы как приоритетное направление государственной политики..... 103

14. ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ, УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Аброськина В.Д.

Оценка корпоративной культуры и ее влияние на деятельность предприятий 106

Нор С.А.

Бизнес-план как ключевой документ при создании и развитии предприятия 108

15. РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

Аниськина Е.В.

Франчайзинг в малом бизнесе 111

Ахмедова М.Р.

Инвестиционная привлекательность как средство реализации экономической политики
Республики Дагестан 114

Дудкина И.В.

Плюсы и минусы строительства магистрального газопровода «Бованенково-Ухта» на территории
МО ГО «Воркута» в рамках ухода экономики города от монозависимости 117

Каримова М.Т.

Роль свободных экономических зон в развитии промышленности в Таджикистане 122

Мамиев Л.А.

Влияние кредитной политики банков на реальный сектор экономики 125

18. ТУРИЗМ

Qirici E., Oriola T.

Towards Online & Virtual Event Marketing 129

Маклашина Л.Р.

Развитие инновационного кластера как ключевого инструмента повышения
конкурентоспособности индустрии туризма 135

19. ЛОГИСТИКА И ТРАНСПОРТ

Вдовина С.Д., Корнеев Д.Г., Пантюхина С.А., Пантюхина А.А.

Применение научного подхода Э. Деминга к вопросам повышения качества услуг
предприятиями внутреннего водного транспорта 137

20. ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОЕ ХОЗЯЙСТВО

Шмарин А.П., Шмарин А.А.

Анализ особенностей накопления твердых бытовых отходов в районах с неблагоустроенным жильем
г. Оренбурга 141

1. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

Специфика деятельности сельскохозяйственных предприятий и ее взаимосвязь с механизмом управления затратами

Петухова Виктория Васильевна, аспирант

Саратовский государственный аграрный университет имени Н.И. Вавилова

Современные предприятия, видом экономической деятельности которых является растениеводство, функционируют в условиях высокой сложности, неопределенности и динамичности окружающей социально-экономической среды. Для того чтобы выжить в этой среде, предприятиям агропромышленного комплекса необходимо постоянно развиваться, совершенствоваться и адаптироваться к быстро меняющимся требованиям рынка, формируемым в условиях современной экономики инновационного типа. В условиях рыночной экономики перед предприятиями встает проблема гибкого и быстрого реагирования на изменчивость рыночной среды.

Механизм управления затратами выступает одним из наиболее действенных способов, призванных повысить эффективность деятельности тепличных хозяйств. На любом сельскохозяйственном предприятии всегда имеются резервы снижения затрат. Предприятие, являясь многоэлементным образованием, делится в зависимости от применяемого основания (признака) деления на различные множества элементов (подсистем).

Проблема управления затратами предприятий защищенного грунта состоит в том, что до сих пор в полной мере нельзя признать достоверной и надежной информацию, содержащуюся в бухгалтерском учете для целей экономического анализа эффективности деятельности. Одним из важных аспектов экономического анализа затрат и их контроля является решение проблем распределения производственных затрат по различным сегментам либо функциям предприятия. В качестве объекта учета затрат могут выступать структурные подразделения, виды производств, процессы производства либо функции производственной и сбытовой деятельности.

Исследование механизма управления как системы со всеми ее элементами и их взаимосвязями должно полностью раскрывать значение данного понятия, как для экономических отношений, так и для жизнедеятельности общества в целом. Механизм управления затратами сельскохозяйственных товаропроизводителей представляет собой совокупность следующих элементов: принципов, методов, функций, процессов и управленческих отношений, взаимосвязанных друг с другом, образующих определенную целостность, единство. Они характеризуются

причинными связями между элементами, управляющей и управляемой подсистемами, динамическим характером.

Качество управления предприятием выражается в способности руководства предприятия своевременно принимать наиболее рациональные количественные решения, которые должны быть обоснованы.

Модели управления предприятием и входящие в них процессы исследованы многими учеными [1, 6].

На наш взгляд, под моделью управления следует понимать следующие процессы управления:

- сравнительную оценку ряда альтернативных вариантов и выбор из них наиболее оптимального;
- оценку реальной достижимости поставленной цели;
- планирование взаимосвязанных мероприятий по достижению цели;
- анализ затрат будущих периодов и упущенной выгоды предприятия;
- пересмотр и корректировку ранее принятых решений в изменившихся условиях;
- внутренний контроль за выполнением принятых решений;
- необходимость внедрения системы стратегического управления предприятием и центрами ответственности, основанной на организации стратегического учета и контроля;
- прогнозирование последствий решений в изменившихся условиях деятельности, а также оперативное реагирование на ожидаемые последствия путем изменения планов и перераспределения имеющихся в наличии ресурсов;
- внедрение методологии ABC-ABV-ABM.

Совокупность методов и моделей, являющихся основой принятия решений по управлению агропромышленными предприятиями, как отражение долгосрочных закономерных взаимосвязей, возглавляют модели и методы управления затратами (рис. 2):

- модели производства научно-исследовательских и селекционных работ и их реализация, отражающие все усилия на различные исследования;
- модели обеспечения соответствия плановых и фактических данных по выращиванию продукции защи-

щенного грунта и их связь с себестоимостью продукции овощеводства, динамикой поступления выручки, инвестициями и собственными финансовыми средствами;

- методы определения и распределения прибыли с обеспечением собственными финансовыми средствами;
- методы повышения экономической эффективности растениеводства путем применения более совершенной технологии;
- модели технологий управления предприятием и особенностями принятия решений с учетом фактора нестатистичности и неопределенности.

Использование предлагаемых моделей позволит подготовить при известных исходных данных достаточно точное количественное решение и находить допустимое решение для управления предприятием в условиях неопределенности и риска.

На наш взгляд, механизм управления затратами должен быть основан на модели научно-исследовательских, и особенно технологических, процессов, которые учитывают особенности организации и управления агропромышленным предприятием.

Рассмотрение технологического процесса выращивания овощей в защищенном грунте как затрат ресурсов в натуральной и стоимостной формах позволяет в качестве объекта первичного учета затрат принять вид производимой продукции.

При описании системы на основе совокупности технологических процессов (и не только) появляется возможность перейти к учету и планированию функциональной себестоимости, основанной на функциональном учете затрат и результатов деятельности (АВС-метод). Данный метод основан на систематизации расходов по функциям и ресурсам, задействованным в производстве и сбыте [5].

При этом методе учтенные по видам затраты группируются по функциям производственно-хозяйственной деятельности, а затем относят на себестоимость конкретных работ.

Каждая операция требует затрат соответствующих ресурсов. Система функционального учета затрат определяет их через группировку имевших место затрат по различным процессам и функциям растениеводства.

Более того, прямые и косвенные расходы, непосредственно связанные с осуществлением выращивания овощей в защищенном грунте и определяемые при расчете технологического процесса, должны сравниваться с заданным нормативами, т. е. бюджетом затрат.

Методика функциональной себестоимости позволяет учесть полную себестоимость по всем группам затрат как основного производства в агропромышленном секторе, так и обслуживающих его процессов.

Переход на учет функциональной себестоимости позволяет организовать управление по функциям (действиям) производственной деятельности, при этом каждому самостоятельному производственному звену задаются нормативы затрат в стоимостном выражении с учетом получения нормативной прибыли по каждой функции. Осу-

ществление перехода к управлению по центрам прибыли, на базе функционального учета затрат, когда каждое из производственных звеньев будет на своем участке стремиться максимизировать прибыль, превышение которой над нормативной будет частично идти в его распоряжение, позволит:

- максимизировать прибыль;
- повысить ответственность руководителя центра ответственности;
- минимизировать затраты;
- оперативно реагировать на отклонения от бюджета затрат;
- точнее распределять косвенные расходы между функциями, а следовательно, и между центрами ответственности, так как часть косвенных расходов можно прямо отнести на объекты калькулирования, представив их как затраты действий цехов и общих затрат по управлению предприятием.

Другая важная часть управления предприятием — контроль. Многие исследователи сходятся во мнении, что первым шагом на пути формирования в организации системы управленческого контроля за затратами является сегментарное планирование — разработка смет (бюджетов) для структурных подразделений [2, 3, 4].

Из рис. 1 видно, что информация, собранная и обобщенная в системе учета по центрам ответственности, доводится до заинтересованных пользователей в форме отчетности по подразделениям предприятия.

В управленческом учете контроль в первую очередь нацелен на перспективу, поэтому его необходимо включить в систему стратегического контроллинга.

Именно система стратегического контроллинга несет ответственность за обоснованность бюджетов, принятых на перспективу. При отсутствии обоснованного бюджета затрат процесс контроля становится невозможным.

Информационное обеспечение системы стратегического контроллинга включает следующие элементы:

- выявление финансового результата каждого центра ответственности;
- организация первичного учета затрат по каждому сегменту деятельности;
- составление бюджетов затрат контроллерами совместно с менеджерами;
- составление форматов отчетов о результатах деятельности за отчетный период.

Существуют определенные требования к составлению таких отчетов:

- отчеты должны быть понятны как тем, кто оценивает, так и тем, чья деятельность оценивается;
- отчеты должны быть адресными и конкретными, т. е. предназначаться конкретному управленцу;
- отчеты должны быть оперативными, с тем чтобы вовремя отреагировать на происходящие отклонения от бюджета.

При разработке системы контроля за достижением целей выбираются области контроля [4]:

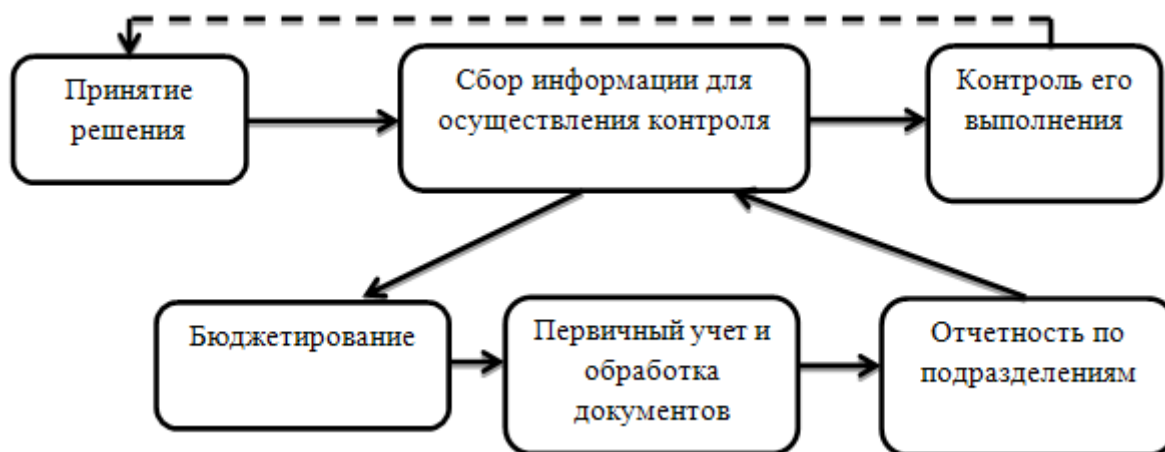


Рис. 1. Прямая и обратная связи управленческого контроля с учетом и отчетностью

- стратегические цели (как качественные, так и количественные);
- критические внешние и внутренние условия, лежащие в основе стратегических планов;
- узкие и слабые места, выявленные в результате анализа стратегического плана.

Правильные и оперативные управленческие решения по функционированию структурных подразделений являются следствием внедрения на предприятии системы контроллинга. В частности, это проявляется в корректировке их планов на будущее.

Литература:

1. Бурков В. Н., Ириков В. А. Модели и методы управления организационными системами. М.: Наука, 1994.
2. Вахрушина М. А. Внутрипроизводственный учет и отчетность. Сегментарный учет и отчетность. Российская практика: проблемы и перспективы. М.: АКДИ Экономика и жизнь, 2000. 192 с.
3. Гильде Э. К. Нормативный учет в промышленности. М.: Финансы, 1976.
4. Данилочкина Н. Г. Контроллинг как инструмент управления предприятием / Е. А. Ананькина, С. В. Данилочкин, Н. Г. Данилочкина и др. М.: Аудит, ЮНИТИ-ДАНА, 2003.
5. Ивашкевич В. Б. Бухгалтерский управленческий учет: Учеб. для вузов. М.: Экономистъ, 2003.
6. Ивашкевич В. Б. Управленческий учет в информационной системе предприятия // Бухгалтерский учет. 1999. N 4.

2. ИСТОРИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ МЫСЛИ

Концепция экономической власти в истории экономической мысли

Седова Анна Владимировна, кандидат экономических наук, доцент
Оренбургский государственный педагогический университет

Термин «власть» достаточно широко употребляется в работах экономистов различных экономических школ и представляет собой феномен экономической жизни общества, факт наличия которого не подвергается сомнению. Экономисты-исследователи говорят о власти рынка, потребителя, собственника, власти денег, финансовой власти, власти трудовых коллективов. Признаются также влияние феномена власти как на поведение отдельных экономических агентов, так и на функционирование хозяйственной системы в целом. «Власть, — как считает Э. Тоффлер, — неизбежная часть процесса производства, и это — истина для всех экономических систем, капиталистических, социалистических и вообще каких бы то ни было» [21, с.53]. Каждая экономическая школа по-разному оценивает роль и значение власти в хозяйственной организации общества, но при этом несомненным является тот факт, что поведение экономических агентов в большой мере формируется под влиянием системы власти, в рамках которой они действуют, и которая включает в себя контроль и влияние со стороны одних агентов и подчинение со стороны других. Характеризуя значение власти в обществе, Д. Янг отмечал, что власть является фундаментальным понятием в общественных науках в том же смысле, в каком энергия является фундаментальным понятием в физике [25, с. 9].

В истории экономической мысли неоднократно делались попытки включить проблематику власти в предмет экономического анализа — классиками, марксизмом, неоклассиками, институциональной теорией и др. Рассмотрим эти «подходы к власти» с позиции разных экономических школ.

Властные отношения в экономической системе являются традиционным предметом исследования в политической экономии. «Что объединяет все оттенки политической экономии, — пишет Р. Холтон, — так это то, что экономические вопросы всегда должны рассматриваться в контексте властных отношений, независимо от того, утверждаются последние посредством экономических или политических механизмов» [23, с. 142].

Власть как характеристика экономических отношений капитализма впервые появляется в работах К.Маркса.

К.Маркс в своих работах специальный анализ власти как категории экономической теории не проводил, но при

этом отношения власти, принуждения и господства выступают у него одной из существенных характеристик производственных отношений капитализма.

В теории хозяйственного порядка, разработанной В. Ойкеном центральным элементом является концепция экономической власти, при этом развернутого определения концепту экономической власти Ойкен не дает. Он противопоставляет власть свободе, рассматривая её как зависимость [12, с.249]. «Определение и анализ хозяйственных систем, — подчеркивает он, — подводят нас к большой исторической проблеме — проблеме экономической власти» [11, с.116]. Современная экономика, утверждает Ойкен, дает импульс борьбе за власть правящих слоев, которая носит длительный характер и является определяющим фактором для современной экономической политики [12, с.70–71]. Экономическая власть оправдана лишь до тех пор, пока она служит целям создания и сохранения конкурентного порядка. В условиях конкурентного порядка устанавливается необходимый строгий повседневный контроль через механизм цен. [12, с. 378]. Таким образом, Ойкен утверждает, что в современном рыночном хозяйстве важнейшими особенностями хозяйственной жизни являются наличие различных властных группировок и экономическая борьба между ними [12, с.420]. Но при этом, по мнению Ойкена, у многих ученых экономистов отсутствуют видение и понимание того обстоятельства, что хозяйственный процесс пронизан жестокой борьбой за власть и поэтому современная экономическая наука пренебрегает проблемами власти [11, с.337].

Так как власть — это один из важнейших общественных институтов, то проблема власти всегда вызывала особый интерес в институциональной теории.

«Все институционалисты понимают экономику как систему власти» — пишет В.Сэмуэльс [19, с. 110]. «Ударение, которое институционалисты делают на власти, — подчеркивает М. Дуггер, — есть не что иное, как объединяющая их характеристика. Начиная с современных работ Дж. К.Гэлбрэйта, Дж.Маркинса, Р.Аверрита, В. Сэмуэльса и Г.Требинга, заканчивая классическими произведениями Т. Веблена и Дж.Р.Коммонса, институционалисты подчеркивали, что наша экономика есть нечто большее, чем рыночная система. Наша экономика есть также система власти, власти, которая выходит

далеко за рамки спроса и предложения на рынке, власти, которая распространяется на правила и законы, управляющие конкретными рынками, власти, которая распространяет свое влияние на выгоды, приобретаемые благодаря рынку, и тяготы, возлагаемые рынком» [16, с. 214].

Но при всем при этом рассмотрение власти институционалистами носит описательный характер (отсутствует отчетливая методология экономического анализа), на основании чего институционалисты не смогли создать теорию экономической власти. В работах Ф. Перру власть рассматривается как основополагающий принцип хозяйственной деятельности [17]. По мнению В. Самуэльса, для институционалистов центральной экономической проблемой являются организация и контроль над экономикой, которые есть результат ее структуры власти [19].

На другом полюсе находятся экономические концепции, отрицающие значение концепта «власть» для экономического анализа (например, представители австрийской школы, отрицательно относятся к введению проблемы власти в предмет экономического анализа — за исключением монопольной власти).

Концепция экономической власти отсутствует и в неоклассической экономической теории. Неоклассики, несомненно, признают присутствие властных структур в несовершенном рынке, так как в условиях монополии осуществляется государственное регулирование, но при этом рынок несовершенной конкуренции они рассматривают как вспомогательный к рынку совершенной конкуренции, а поэтому пренебрегают рыночными структурами власти как фактором «внеэкономического» характера.

У «австрийцев» идентичный неоклассикам подход к проблеме власти. Например, в работе «Власть и экономический закон» Е. Бём-Баверк противопоставляет влияние власти и экономических законов на хозяйственное поведение [1]. По его мнению, власть в экономике следует рассматривать как «насильственное вторжение социальных сил, которые, в конце концов, разрушаются естественными экономическими законами», т.е. существует несомненное превосходство экономических законов над институциональными факторами. Е. Бём-Баверк совсем не отрицает власть и признает факт влияния власти, но оговаривается, что навязываемые проявления власти не могут иметь длительную природу. Власть побеждается уравнивающей силой, которая имеет чисто экономическую природу [1].

Близкая позиция к австрийцам на экономическую власть была у Й. Шумпетера. Но

Й. Шумпетер не отрицал безоговорочно действия власти, но и не рассматривал ее действие в рамках экономической теории — это была базисная предпосылка Й. Шумпетера.

Более категоричная позиция в отношении проблемы экономической власти заняли представители неоавстрийской школы (Ф. Хайек, Л. Мизес, М. Ротбард).

В работе «Власть и рынок» М. Ротбард пишет, что термин «экономическая власть» отсутствует, так как

на рынке существует добровольный и взаимовыгодный обмен, а это и есть признак отсутствия власти. «В условиях свободы, где нет разрешенного насилия, каждый человек имеет власть совершить или нет обмен, когда и с кем он считает подходящим. Когда обмен сделан, обе стороны получают выгоду. Мы видели, что если обмен принудительный, по крайней мере, одна сторона теряет» [18, с. 228].

М. Ротбард утверждает отсутствие «экономической власти», по его мнению, это есть простое право в условиях свободы отказаться совершать предлагаемый обмен. Каждый человек обладает такой властью и таким правом. И в данном контексте борьба против экономической власти согласно М. Ротбарду, становится бессмысленной [18, с. 229].

М. Ротбард считает, что при анализе экономики, основанной на обмене не стоит использовать концепцию экономической власти, так как происходит подмена понятий, а именно политического термина (где власть — это принуждение) в экономику. «Язык и концепция политической власти, — подчеркивает он, — неприемлемы в обществе со свободным рынком» [18, с. 231]. «Либертарианское учение, провозглашающее естественное право защищаться от политической власти, последовательно и разумно, а любые «права» на защиту от действий «экономической власти» совершенно бессмысленны», — делает вывод М. Ротбард [18, с. 231].

Либеральная доктрина, заключает М. Ротбард, защищает максимизацию человеческой власти над природой и искоренение власти человека над человеком [18, с. 233].

Рассмотрим позицию Л. Мизеса в отношении проблемы власти. Она, практически, аналогична позиции М. Ротбарда. «Сегодня принято обозначать положение, которое занимают владельцы собственности и предприниматели в рыночной системе, как экономическую или рыночную власть. Все, что происходит в свободной рыночной экономике, управляется законами, изучаемыми каталлактикой. В конечном счете, все рыночные явления определяются выбором потребителей. Если кто-то желает применить понятие власть к явлениям рынка, то ему следует сказать: в рыночной экономике вся власть принадлежит потребителям. В высшей степени нецелесообразно пользоваться одним и тем же термином «власть», обращаясь к способности фирмы обеспечивать потребителей автомобилями, обувью или маргарином лучше, чем это делают другие, и адресуясь к способности вооруженных сил государства сокрушать любое сопротивление. Владение факторами производства, так же как и предпринимательскими или технологическими навыками, не дарует — в рыночной экономике — власть в смысле принуждения. Все, что оно дарует, это привилегию служить подлинным хозяевам рынка — потребителям — с большим восторгом, чем другие» [9, с. 608–609].

Если обобщить, то у неоавстрийцев (у Мизеса, Хайека и Ротбарда) добровольный обмен объясняет отсутствие власти. Позицию неоклассиков, которые признают случаи

возникновения власти при монополии над ресурсами, неавстрийцы комментируют проблему власти и монополии как следствие государственной интервенции, основанной на насилии.

«Власть представляет собой табуированное слово в mainstream экономикс», — вполне справедливо полагает Д. Янг [25, с. 46]. «Значение и смысл власти в экономическом анализе, — пишет Д. Янг, — редко является предметом, который привлекает усилия теоретиков неоклассической экономической теории. Это не говорит о том, что термин «власть» никогда не используется или не играет существенной роли в определенных моделях. Но его использование склоняется к тому, чтобы употребляться очень специфическим и узким образом, и его альтернативные значения и широкий смысл редко признаются» [25, с. 85]. «Можно прочесть множества экономических текстов, не встречая данного термина» [25, с. 30].

Резюмируя все сказанное, мы можем говорить об отсутствии адекватного теоретического анализа феномена экономической власти. Проблема власти остается на периферии экономических исследований, по сравнению, например, с политическими и социологическими науками — в которых власть является одним из главных объектов анализа. На наш взгляд проблемы исследования власти в экономической науке связано со следующими обстоятельствами.

Во-первых, невозможность (в методологическом плане) рассматривать проблему власти в рамках предмета экономического анализа. По мнению М.Олсона, власть — и не только власть государства — есть способность вызывать принудительное подчинение и, следовательно, влечет

за собой принудительный авторитет и способность принуждать. Поэтому для объяснения власти «недостаточно понять теорию добровольного обмена: мы должны также понять логику силы» [15, с. 2–3].

Во-вторых, отсутствие четкого представления о природе власти и неопределенностью термина «власть».

В-третьих, пренебрежение проблемой власти в хозяйственной жизни.

Поэтому в итоге отношение к проблеме власти в экономической теории является противоречивым — от ее отрицания (неоклассической экономической теорией) до признания одной из центральных проблем экономического анализа (институционализмом). Противоречия между неудовлетворительным отражением проблемы власти в экономической теории, с одной стороны, и очевидным значением фактора власти в хозяйственной жизни — с другой, порождают постановку вопроса о создании теории экономической власти. В своей работе, посвященной анализу трансформационных процессов, выдающийся современный экономист М. Олсон отмечал: «Нам сейчас необходима теория, в центре внимания которой были бы власть, базирующаяся на принуждении, а также те выгоды, которые она приносит, теория, объясняющая поведенческие мотивы к получению власти, основанной на принуждении, и побудительные мотивы, стоящие перед теми, кто ею уже обладает» [14, с.54].

Таким образом, чтобы иметь возможность анализировать власть в экономической жизни общества необходимо создать инструментальный и понятийный аппарат теоретического и прикладного анализа проблем экономической власти.

Литература:

1. Австрийская школа в политической экономии: К. Менгер, Е. Бём-Баверк, Ф. Визер / под ред. В. Автономова. М.: Экономика. 1992. 494 с.
2. Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе / М. Блауг М.: Дело, 1994. 687 с.
3. Волков В. Политэкономика насилия, экономический рост и консолидация государства / В. Волков // Вопросы экономики. 1999. № 10. С. 44–59.
4. Гэлбрэйт Дж.К. Новое индустриальное общество / Дж.К. Гэлбрэйт; пер с англ Б.С. Панина. М.: Прогресс, 1969. 478 с.
5. Гэлбрэйт Дж.К. Экономические теории и цели общества / Дж.К. Гэлбрэйт; пер с англ Б.С. Панина. М.: Прогресс, 1976. 406 с.
6. Жамс Э. История экономической мысли XX века / Э. Жамс М.: Изд-во иностранной литературы, 1959. 572 с.
7. Козлова К.Б. Институционализм в американской политической экономии / К. Козлова. М.: Наука, 1987. 286 с.
8. Моришима М. Власть или чистая экономика / М. Моришима; пер с англ Б.С. Пинскера; под ред. Гр. Сапова. Челябинск: Социум, 2002. 205 р.
9. Мизес Людвиг фон. Человеческая деятельность: Трактат по экономической теории / Людвиг фон Мизес. М.: Экономика, 2000. 878 с.
10. Нуреев Р.М. Джеймс Бьюкенен и теория общественного выбора / Р. Нуреев // Бьюкенен Дж. М. Сочинения. М.: «Таурус Альфа», 1997. С. 445–482.
11. Ойкен В. Основы национальной экономики. / В. Ойкен; пер с англ В. Маркина. М.: Экономика, 1996. 351 с.
12. Ойкен В. Основные принципы экономической политики. / В. Ойкен; пер с англ К. Первушина. М.: Прогресс, 1995. 496 с.
13. Олсон М. Логика коллективных действий. Общественные блага и теория групп / М. Олсон; пер с англ А. Левиной. М.: ФЭИ, 1995. 174 с.

14. Олсон М. Рассредоточение власти и общество в переходный период. Лекарства от коррупции, распада и замедления темпов экономического роста / М. Олсон // Экономика и математические методы. 1995. Т.31. Вып.4. С. 53–81.
15. Олсон М. Власть и Процветание: перерастание коммунизма и капиталистических диктатур. / М. Олсон. М.: ИНФРА-М, 2000. 225 с.
16. Освальт В. Теория хозяйственного порядка как методология исследования экономической власти / В. Освальт // Ойкен В. Основы национальной экономики. М.: Экономика, 1996. 351 с.
17. Перу Ф. Экономическая Власть и Фирма: две противоречивых проблемы/ Ф. Перу // Экономика и математические методы. 2000. Вып.7. С. 545–581
18. Родбард М. Власть и рынок. Государство и экономика / М. Родбард; пер с англ. Б.С. Пинскера; ИНФРА-М, 1998. 452 с.
19. Тарасова С.В. Экономическая теория благосостояния. /С. Тарасова. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. 239 с.
20. Теория хозяйственного порядка: «Фрайбургская школа» и немецкий неолиберализм / Составление, предисловие и общ. ред. В. Гутника. М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2002. 482 с.
21. Тоффлер Э. Метаморфозы власти. /Э. Тоффлер. М.: ООО «Издательство АСТ», 2001. 669 с.
22. Уильямсон О. Экономические институты капитализма: Фирмы, рынки, «отношенческая контрактация» / О. Уильямсон. СПб.: Лениздат, 1996. 702 с.
23. Холтон Р. Экономика и Общество / Р. Холсон. М.: ИНФРА-М, 1992. 231 с.
24. Эрроу К. Информация и экономическое поведение / К. Эрроу // Вопросы экономики. 1995. № 5. С. 98–107.
25. Янг Д. Значение и роль власти в экономических теориях /Д. Янг; пер с англ Б.С. Пинскера; под ред. Гр. Сапова. Челябинск: Социум, 2002. 99 с.
26. Я. Таката Теория власти в экономике / Я. Таката; пер с англ В.Р. Минаева. Челябинск: Социум, 2003. 439 с.

3. ОБЩИЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК

Применение вероятностных моделей многотоварных торговых операций при реализации взаимозаменяемых товаров

Бушуева Анна Валерьевна, студент;

Пасечникова Любовь Юрьевна, студент

Национальный исследовательский Томский государственный университет

Использование математических моделей является важным направлением совершенствования экономического анализа. Конкретизация данных или представление их в виде математической модели позволяет заранее выбрать наименее трудоёмкий путь решения, повышает эффективность анализа. На текущий момент в экономической науке имеет место широкое применение различных математических моделей, которые основаны на различных методах программирования, оптимизации, эконометрических методах, статистическом подходе. В данной работе рассмотрим модель, которая в качестве своей основы имеет методы теории вероятностей и случайных процессов.

Используемая для анализа стохастическая модель на данном этапе не обладает достаточной полнотой для описания реальных процессов, однако, достаточно адекватно отражает торговые операции по реализации нескольких товаров.

Построение подобной модели позволяет решать ряд оптимизационных задач, таких как оптимизация торгового ассортимента по распределению расходов на приобретение входящих в него товаров по их продажной цене.

Рассмотрим торговую деятельность, состоящую из некоторой последовательности сделок, выручка от каждой из которых повторно инвестируется на осуществление следующей подобной сделки в объеме, определяемом объемом полученной выручки.

Будем исследовать модель реализации товаров n типов, образующих однородные партии по N_i $i = 1, \dots, n$ идентичных торговых единиц в каждой из партий. Закупочная оптовая цена каждой единицы товара i — ого типа составляет v_i , а ее цена при первой продаже — η_i . Предположим, что удельная выручка $d_i = \frac{\eta_i}{v_i}$ от единицы стоимости товара при каждом реинвестировании останется неизменной и равна. Получим выражение для продажной цены на втором шаге

$$\eta_i d_i = \frac{\eta_i^2}{v_i} = v_i d_i^2.$$

Если за фиксированный рассматриваемый промежуток времени произойдет k_i случаев закупки-продажи, то выручка от реализации единицы товара к концу интервала составит величину $v_i d_i^{k_i}$. Обозначим через K_i — случайную величину, которая соответствует числу спроса товара i — ого типа, чьей реализацией является величина k_i . Возьмем в качестве ее распределения пуассоновский поток случайных величин с заданными интенсивностями $\lambda_i = \lambda_i(\eta_i)$, наиболее точно описывающий данную торговую операцию. Для простоты предположим, что интенсивность λ_i не зависит от изменений объемов и будем рассматривать интервал времени единичной длины.

Необходимо оптимизировать величины продажных цен η_i^0 и начального ассортимента товаров. Весь ассортимент может быть определен числами единиц каждого реализуемого товара N_i^* . При заданных значениях математическое ожидание общей выручки за единичный интервал времени максимизируется при ограничениях на возможный риск и имеющийся начальный капитал C .

Рассмотрим случай двух товаров ($n = 2$). Общая выручка составит $W_0 = W_1 + W_2$, где W_1 — выручка от реализации i -ой типовой группы товаров будет равна

$$W_i = v_i \sum_{j=1}^{N_i} d_i^{K_i(j)} = \sum_{j=1}^{N_i} w_i(j),$$

где $K_i(j)$ — случайное число оборотов для j -ого экземпляра i -ого типа, а $w_i(j)$ — вносимая им выручка.

Найдем математическое ожидание и дисперсию случайных величин $W_i(j)$ при пуассоновской аппроксимации исследуемого процесса, чтобы затем, в предположении, что достаточно велики числа N_1 и N_2 , можно воспользоваться центральной предельной теоремой:

$$M(W_i(j)) = v_i \sum_{k=0}^{\infty} \frac{(d_i \lambda_i)^k}{k!} e^{-\lambda_i} = v_i e^{-\lambda_i(1-d_i)} \triangleq \mu_i,$$

$$D(W_i(j)) = M(W_i^2(j)) - \mu_i^2 = v_i^2 (e^{-\lambda_i(1-d_i)} - e^{-2\lambda_i(1-d_i)}) \triangleq \sigma_i^2.$$

Поэтому получаем, что

$$W_0 \sim N(M(W_0), D(W_0)),$$

$$\text{где } M(W_0) = N_1 \mu_1 + N_2 \mu_2, D(W_0) = N_1 \sigma_1^2 + N_2 \sigma_2^2.$$

Необходимо решить задачу условной оптимизации

$$M(W_0) \overrightarrow{\eta_1, \eta_2, N_1, N_2} \max,$$

при условиях $N_1 v_1 + N_2 v_2 = c$, $P\{W_0 < \tilde{w}\} = \Phi^*\left(\frac{\tilde{w} - M(W_0)}{\sqrt{D(W_0)}}\right) < \tilde{\alpha}$, в которых \tilde{w} , $\tilde{\alpha}$ — задаваемые величины, Φ^* — функция Лапласа.

Данная модель имеет широкое применение в решении статистических и экономических задач. Рассмотрим конкретный пример оптимизации торгового ассортимента, состоящего из товаров 1-ого и 2-ого типа с закупочными ценами $v_1 = 1$ и $v_2 = 4$ соответственно, для которых спрос аппроксимируется пуассоновскими потоками с интенсивностями

$$\lambda_1(\eta) = -\ln(\eta - 1), \quad 1 < \eta \leq 2$$

$$\lambda_2(\eta) = \ln(0,25\eta - 0,5), \quad 4 < \eta \leq 6$$

Нетрудно проверить, что данные интенсивности соответствуют функциям спроса (зависимости вероятности спроса на единичном интервале времени p от цены η), приведенным на рисунке:

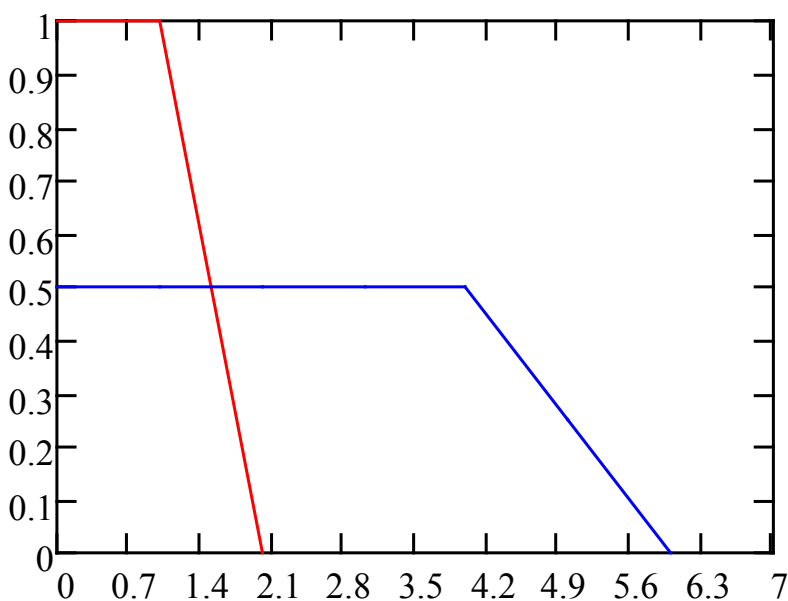


Рис. 1. Функции спроса $p = p(\eta)$

Вид получившихся функций свидетельствует о том, что товар 1-го типа ближе к товарам повседневного спроса, второй товар, в свою очередь, пользуется меньшим спросом, однако приносит большую выручку. Рынок товаров повседневного спроса, или рынок FMCG — рынок недорогих продуктов, которые быстро продаются и имеют недолгий

срок службы. Несмотря на то, что абсолютная прибыль от продажи товаров на рынке FMCG невысока, общая прибыль может оказаться значительной за счет имеющихся объемов продаж. Отличительной чертой рынка FMCG можно отметить сезонность, высокую конкуренцию, постоянную ротацию марок и частое возникновение новых видов товаров.

Среди товаров, которые реализуются на рынке FMCG, предметы личной гигиены, мыло, косметика, продукция для ухода за полостью рта, средства для бритья, бытовая химия, посуда, некоторые элементы питания, канцтовары. Иногда к рынку FMCG также относят и фармацевтику, бытовую электронику и ряд другой продукции.

В некоторых случаях товар второго типа может являться товаром заменителем для товара первого типа, чем, в свою очередь, и объясняется разница в поведении функций спроса для каждого из товаров. Примером взаимозаменяемых товаров могут служить молоко и сливки. Когда цена на сливки растет, потребители покупают его в меньшем количестве, что вызывает повышение спроса на молоко.

Подводя итог, стоит отметить, что когда два продукта взаимозаменяемы, между ценой на один из них и спросом на другой существует прямая зависимость. Можно привести большое количество примеров товаров данного типа: сливочное масло и маргарин, апельсины и мандарины, велосипеды и мотоциклы, куры и индейки, обувь из натуральной кожи и кожзаменителя и многие другие пары товаров.

В данном примере мы рассмотрели торговый ассортимент из товаров, в котором товаром первого типа было выбрано молоко, а товаром второго типа — сливки. Закупочные цены были взяты в пропорциональной зависимости.

Положим $c = \bar{w} = 100$, $\bar{\alpha} = 0,001$. Данный факт означает, что вероятность возврата начальных затрат к концу рассматриваемого интервала не должна быть ниже 99,9%.

Расчёты по полученным и приведенным ранее формулам приводят к следующим оптимальным значениям продажных цен и размерам партий товаров 1-ого и 2-ого типов:

$$\eta_1^0 = 1,25, \quad \eta_2^0 = 4,10, \quad N_1^0 = 44, \quad N_2^0 = 14$$

При этих данных максимально возможное значение математического ожидания общей выручки от продажи двух типов продукции составляет $MW_0 = 293,1$.

В дальнейшем может быть поставлена статистическая задача оценки влияния различных факторов на изменение величины спроса. Понятие изменения величины спроса представляет собой переход от одной комбинации «цена товара — качество товара» к другой аналогичной комбинации, при этом кривая спроса остается неизменной.

В заключении стоит отметить, что данная модель применима в различных областях коммерческой деятельности. Представляется возможным рассматривать товары различных типов и организации, ведущие коммерческую деятельность в разнообразных направлениях. Отходя от коммерческой деятельности, данная модель имеет место в решении вопросов управления инвестициями, эконометрического моделирования, финансовой математики, страховых вопросов (в частности, она может быть использована при формировании портфеля кредитных операций банка, полисов страховых фирм и т.п.).

Литература:

1. Назаров А. А. Теория вероятностей и случайных процессов: учеб. пособие / А. А. Назаров, А. Ф. Терпугов. — Томск: Изд-во НТЛ, 2010—204 с.
2. Натан А. А. Стохастические модели в экономике: учеб. пособие. / А. А. Натан. — М.: МФТИ, 2001. — 172 с.
3. Петров А. А. Опыт математического моделирования экономики / А. А. Петров, И. Г. Поспелов, А. А. Шанин — М.: Энергоатомиздат, 1996. — 544 с.
4. Макконнелл К. Р. Экономикс / К. Р. Макконнелл, С. Л. Брю — Инфа-М, 2009. — 944 с.
5. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] — URL: www.gks.ru (дата обращения: 29.08.2013).

История и современный опыт подоходного налогообложения

Бушуева Оксана Александровна, студент
Оренбургский государственный университет

Статья раскрывает содержание понятия «подоходное налогообложение», и определяет его роль и значение в системе налогообложения граждан. Автором выделены и систематизированы проблемы неравного распределения налогового бремени между лицами с различным материальным положением, раскрыт механизм совершенствования налогообложения данного направления, определена важность предоставления гражданам, имеющим низкий уровень дохода, возможности снижения бремени. Приведен расчет экономического эффекта.

Ключевые слова: налогообложение, доход, дифференциация, уровень жизни.

За всю историю человечества ни одно государство не могло обойтись без взимания налогов, потому что для выполнения своих функций по удовлетворению общественных потребностей ему были всегда необходимы определенные средства. Средства эти могли быть мобилизованы только в виде налогов или займов, но займы приходится выплачивать также за счет налогов. Среди налогов, уплачиваемых в бюджет, одним из самых значимых по суммам поступлений в бюджет во многих странах является налог на доходы физических лиц. Данный налог охватывает практически всё население развитых стран. [2] При взимании НДФЛ государству приходится балансировать между потребностями в сборе налоговых платежей для выполнения своих функций и содержания разбухающего государственного аппарата с одной стороны, и угрозой подрыва стимула к хозяйственной деятельности, социально-политической дестабилизации, бегства отечественного капитала от налогов за границу, с другой. Сегодня отличительной особенностью рыночной экономики является то, что методы решения проблем регулирования доходов населения, борьбы с бедностью содержат не административные, а экономические инструменты. В этой связи налоговые механизмы приобрели особую значимость, поэтому рассмотрение истории и современного опыта индивидуального подоходного налогообложения является актуальным в настоящее время и представляет высокую практическую значимость.

Практика последних лет показала не достаточную эффективность попыток устранения недостатков налоговой системы путем внесения «точечных» изменений в налоговое законодательство. Проблемы могут быть решены исключительно посредством проведения полномасштабной налоговой реформы направленной, в первую очередь, на достижение баланса интересов государства и налогоплательщиков. [10]

Исследованию проблемы индивидуального подоходного налогообложения посвящено немало работ различных авторов, в числе которых следует отметить В.Г. Панского, С.П. Павленко, Д.Г. Черника, Л.И. Анисимовой, В.С. Назарова и др. Также помимо работ вышеуказанных авторов для решения анализируемой проблемы

были использованы информационные ресурсы налоговой и государственной статистики.

Целью данной научной работы является определение состояния и разработка предложений по совершенствованию механизма реализации фискальной и регулирующей функции подоходного налога на основе обобщения исторического опыта и современной практики построения российской и зарубежных систем налога на доходы физических лиц. Для достижения поставленной цели необходимо решение ряда задач:

- а) Рассмотрение истории развития и основных понятий подоходного налогообложения;
- б) Изучение модели подоходного налога в США, способов регулирования экономики и социальной сферы с помощью налога на доходы физических лиц во Франции, а также реализация функций налога в НДФЛ в России.
- в) Выявление тенденций изменения подоходного налогообложения в мире.

Подоходное налогообложение является сложным и многогранным экономическим понятием. Перспективы его развития зависят от объективных экономических условий и целей государственной экономической политики. В большинстве стран мира, подоходный налог служит одним из главных источников доходной части бюджета, его доля в государственном бюджете напрямую зависит от уровня развития экономики. НДФЛ связан с потреблением, и он может либо стимулировать потребление, либо сокращать его. [5] Поэтому главной проблемой подоходного налогообложения в настоящее время является достижение оптимального соотношения между экономической эффективностью и социальной справедливостью налога. Другими словами, необходимы такие ставки налога, которые обеспечивали бы максимально справедливое перераспределение доходов, снижали дифференциацию общества при минимальном ущербе интересам налогоплательщиков от налогообложения. [4]

В отношении роли индивидуального налога на доходы физических лиц в экономике не существует однозначного мнения. Кейнсианцы, уделяющие внимание платежеспособному спросу, настаивают на обложении личных доходов по прогрессивной шкале, так как низкие доходы сразу идут на потребление, расширяя тем самым потреби-

тельский спрос, стимулируя рост производства, а высокие доходы, значительная часть которых превращается в сбережения, стимулируют производство гораздо слабее. [3] Поэтому более высокое обложение налогами этих доходов не препятствует стимулам роста производства. В этом приверженцы данного направления видят и социально-справедливый характер данной методики, посредством которой происходит сглаживание неравенства доходов в стране. Представители другого направления считают, что применение прогрессивного налогообложения приведет к падению стимулов получения высоких доходов, что, прежде всего, выразится в сокрытии реальных доходов населения, и государственная казна будет терять не только в виде налоговых поступлений, это приведет к стимулированию отхода от дисциплинированного налогообложения и по другим налогам. [6]

В процессе анализа данной проблемы были рассмотрены особенности моделей подоходного налогообложения трех стран: США, Франции, России, выявлены тенденции изменения НДФЛ в мире, а также предложены меры по совершенствованию подоходного налогообложения в России.

В Соединенных Штатах Америки индивидуальный подоходный налог признается большинством экономистов, как один из самых низких в индустриально развитых странах, ставки налога прогрессивны, а отчисления — дискретны. Однако в последние годы реформы последнего десятилетия показывают, что, несмотря на социальную направленность изменений, большую выгоду от налоговых сокращений получает 1 % наиболее богатых граждан. При этом коэффициент эластичности подоходного налога показывает, что доходы государственного бюджета от взимания данного налога растут более быстрыми темпами, чем доходы населения. [9] Налоговая политика Франции характеризуется направленностью на преимущество в реализации регулирующей функции, а не фискальной, в результате чего большое количество льгот и вычетов привело к тому, что лишь 50 % налогоплательщиков платят данный налог. Что касается России, то здесь, в отличие от вышеуказанных стран, присутствует плоская шкала налогообложения, простота и четкость методики исчисления налога, а также низкая чувствительность к различиям в отраслевой и региональной структурах экономики. Не решается проблема дифференциации общества. [7]

В целом современные тенденции в области подоходного налогообложения таковы, что, во-первых, страны ориентируют свою налоговую политику на реализацию регулирующей функции, а не фискальной, снижая для этого уровень налоговой нагрузки по НДФЛ. Однако тот факт, что доходы бюджета от сбора от подоходного налога снижаются, а расходы, напротив, увеличиваются, приводит к тому, что растет дефицит бюджета и государственный долг. Поэтому для его сокращения многие государства планируют сократить неэффективные и несправедливые льготы, а также увеличить верхнюю планку шкалы ставок подоходного налога. [9]

Если говорить о Российской Федерации, то, начиная с 2001 года, законодательство в области подоходного налогообложения не подвергалось значительным изменениям. [1] В последние годы часто говорится о том, что данную систему необходимо менять. Большинство споров разворачиваются относительно перехода к прогрессивной шкале налогообложения. Одни считают, что данное изменение пошатнет и того слабый инвестиционный климат в стране, приведет к уходу в «тень» доходов граждан, другие считают, что это приведет к снижению дифференциации общества и пополнению казны государства. Опираясь на точки зрения различных авторов относительно данного вопроса, нами были предложены следующие меры, направленные на реформирование налога на доходы физических лиц в России. [8]

а) Осуществить переход к прогрессивной ставке налогообложения. [10]

Для расчета экономического эффекта от применения предлагаемых прогрессивных ставок налога на доходы физических лиц воспользуемся данными ФНС, форма налоговой отчетности 5-НДФЛ и 1-ДДК, и Росстата. Согласно данным ФНС всего в 2012 году по ставке 13 % облагались доходы почти 92 681 285 млн. чел. Проведем расчет количества лиц с различными уровнями доходов в 2012 году, с учетом характера распределения доходов и доли налоговых вычетов. [11] Результаты расчета представлены в Таблице 2.

Далее были вычислены суммы взимаемого налога по плоской шкале — 13 % и по прогрессивной шкале, а также величина прироста налоговых сборов, данные расчетов представлены в Таблице 3.

На основании данных статистической и налоговой отчетности был рассчитан экономический эффект от принятия данной меры. Расчетные данные показали, что переход к прогрессивной ставке налогообложения позволил бы государству получить в казну дополнительно 974,08 млрд. руб. При сохранении тенденции роста экономических показателей в России и доходов основной части населения, база обложения налогом доходов физических лиц также будет расти, и соответственно будет увеличиваться сумма сбора этого налога. [12]

б) Введение необлагаемого минимума определяемого — минимальным размером оплаты труда, для категории налогоплательщиков, чья заработная плата не превосходит 50 тыс. руб. в месяц. Минимальный размер оплаты труда в 2012 году был равен 4611,0 руб. Таким образом, потери бюджета при этом составят порядка 589,964 млрд. руб., или 0,51 % дохода консолидированного бюджета, данная сумма могла бы быть компенсирована повышением налоговых сборов с самых богатых групп физических лиц — плательщиков подоходного налога. В тоже время она позволила бы усилить поддержку самых социально уязвимых слоев населения.

в) Дополнить существующее понятие индивидуального подоходного налогообложения, семейным налогообложением.

Таблица 1

Предлагаемая прогрессивная ставка НДФЛ

Размер совокупного дохода за год	Ставка, %
До 60 000 руб.	5
60 001 – 600 000 руб.	10
600 001 – 3 000 000 руб.	20
3 000 001 – 12 000 000 руб.	30
Свыше 12 000 001 руб.	40

Таблица 2

Расчет налогооблагаемых доходов населения в 2012 году

Доход	Количество лиц, млн. чел.	Средний доход, тыс. руб.	Суммарный доход, млрд. руб.	Облагаемый доход, млрд. руб.
До 60 000 руб.	12,14	47	570,58	285,29
60 001 – 600 000 руб.	75,20	180	13536	6768
600 001 – 3 000 000 руб.	4,99	1200	5988	2994
3 000 001 – 12 000 000 руб.	0,32	5500	1760	880
Свыше 12 000 001 руб.	0,03	210000	6300	3150
Итого	92,68	-	28154,58	14077,29

Таблица 3

Прогноз налоговых сборов в 2012 году

Доход	Исчисленный налог по ставке 13%, млрд. руб.	Исчисленный налог по про- грессивной ставке, млрд. руб.	Прирост сборов, млрд. руб.
До 60 000 руб.	36,7205	14,12327	-22,5972
60 001 – 600 000 руб.	871,1287	670,099	-201,03
600 001 – 3 000 000 руб.	385,3663	592,8713	207,505
3 000 001 – 12 000 000 руб.	113,2673	261,3861	148,1188
Свыше 12 000 001 руб.	405,4455	1247,525	842,0792
Итого	1811,928	2786,004	974,076

На наш взгляд данная мера позволила бы стимулировать долговременные семейные отношения. Для поощрения браков и укрепления семьи необходимо ввести градацию не только по доходу семьи, но и по наличию или отсутствию иждивенцев, маленьких детей, неработающих пенсионеров, находящихся на содержании своих детей.

Однако следует добавить, что в целом каждая из предложенных реформ требует скрупулезной разработки, внесение изменений в законодательство, переобучение сотрудников по новым стандартам, поэтому реформирование данной системы должно осуществляться поэтапно. Так же прежде чем осуществлять данные реформы необходимо существенно повысить уровень налогового адми-

нистрирования, о чем уже не однократно упоминал Президент Владимир Путин в Бюджетном Послании.

Подводя итог, можно констатировать, что система подоходного налогообложения далека от совершенства и требует серьезных изменений, что повлечет за собой большие траты времени и денег. Так как налог на доходы физических лиц охватывает практически все население страны, необходимость его совершенствования не вызывает сомнений. Однако в опубликованном Министерством Финансов докладе об основных направлениях налоговой политики на 2013–2015 годы, такой инициативы нет. Можно сделать вывод: маловероятно, что в ближайшем будущем законопроекты об изменении существующей системы подоходного налогообложения будут приняты.

Литература:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. Части первая и вторая. — Москва: Проспект, КноРус, 2013. — 748 с.

2. Теория и история налогообложения: Майбуров И. А. и др. — 2011. — 422 с.
3. История развития законодательства о подоходном налоге в России / Павленко С. П. / Гражданин и право. 2010. № 1. С. 88–96.
4. Проблемы применения НДФЛ и пути их решения. Тедеева В. Г. / Финансы и кредит, 2011. — № 3. — с 39–45.
5. Historical Tables. Budget of U.S. Government. Wash., 2011, pp. 22–23, 25, 140; Fiscal Year 2012. Analytical Perspectives. Budget of U.S. Government. Wash., 2011, p. 73.
6. Арская, Л. П. Подоходный налог и общественное мнение / Л. П. Арская // Финансы, 2011. — N 5. — С. 59–62.
7. Бабич С. Н. Основные итоги налогового реформирования в первом десятилетии XXI века в США / С. Н. Бабич // Россия и Америка XXI век, 2012. — № 1. — С. 68–79.
8. Казаков В. В. Совершенствование налогообложения на основе зарубежного опыта / В. В. Казаков // МЭ и МО, 2011. — N 3. — С. 49–53.
9. www.gks.ru
10. www.nalog.ru
11. www.cia.gov.ru
12. www.minfin.ru

В чем секрет модернизации инженерного образования?

Патутина Елена Сергеевна, аспирант

Самарский государственный университет путей сообщения

Высшее учебное заведение «синтезирует» в себе потенциал развития региона и с социально-культурных позиций, и с социально-экономических. В настоящее время для успеха образовательной среды становиться необходимым формирование комплексного образовательного предложения со средоточием на личную успешность будущих выпускников в вопросах трудоустройства.

Рассмотрим, на примере, теории Нового роста Пола Ромера, ведущего разработчика теории, той отрасли экономической науки, которая исследует, возможно, самый неуловимый, но очень важный предмет: причины экономического роста. Обычно, в традиционной науке рассматривается только два фактора производства — капитал и труд, то Ромер добавляет третий — технологию. Одним из элементов расхождений с традиционалистами является то, что Ромер считает технологию («эндогенной» — внутренние факторы), центральной частью экономической системы. Традиционная наука же полагает технологию («экзогенной» — внешние факторы), то есть настолько случайной, что она как бы возникает сама по себе, просто падает с неба. С точки зрения Ромера, любой отдельно взятый технологический прорыв может казаться случайным, в целом технология развивается прямо пропорционально вкладываемым в нее ресурсам. Технология может повышать доходность инвестиций, поэтому развитым странам удастся поддерживать быстрый темп роста, а не бороться с убывающей доходностью инвестиций, как предсказывает традиционная теория [1]. Инвестиции добавляют ценности технологиям, а технологии — инвестициям. Традиционная теория это отрицает, так как получается замкнутый круг.

Пол Ромер расходится с традиционалистами еще в одном: в трактовке роли монополий. «Традиция» утверждает, что нормой является «конкуренция равных», а монополии представляют собой неприятное отклонение от нормы. Ромер доказывает, что монополии могут быть полезны, даже необходимы, поскольку стимулируют компании вести исследования в области новых технологий. Теория Нового роста самым непосредственным образом касается правительственных экономистов и бизнесменов. Согласно Ромеру, правительственные органы напрасно сосредоточивают внимание на выделении экономических циклов, стараясь обеспечить бизнесу «точную настройку» и «меткие приземления».

Итак, Пол Ромер выдвинул теорию Нового роста которая противоречит ранней теории. Люди считают, что развитие технологии — дело случая: если ты пытаешься сделать открытие, то можешь или потерпеть неудачу, или преуспеть. Из этого следует вывод, что технология появляется неожиданно, абсолютно бесконтрольно, а Ромер считает, что развитие технологии процесс контролируемый. В теории, Ромер пытается формализовать идеи функций затраченных усилий.

Суть теории содержит два глубоких посыла. Один из них состоит в том, что новая экономика в большей степени основана на идеях, нежели на предметах. Второй посыл состоит в том, что существует необъятный простор для открытия новых идей. Ромер пришёл к выводу, что если мы перестанем искать новые идеи, то наша способность к росту будет серьезно ограничена. Идеи, весь процесс открывания нового — вот что является причиной роста. Сегодня, если пройтись по «западным» заводам

Таблица 1

Сравнительный анализ теорий ведущих экономистов и теории Пола Ромера

Теория Адама Смита	
Адам Смит сформулировал центральный постулат свободной рыночной экономики: преследуя свои собственные выгоды, люди оказывают друг другу бесчисленные полезные услуги. Пример — изготовления булавок.	Ромер считает, что более эффективно использовать труд и материальные ресурсы, но при этом иметь общую идею для достижения конкретной цели. Рабочие используют единый дизайн — изготавливая множество копий.
Теория Давида Рикардо	
В теории, Рикардо принимал во внимание только два ресурса капитал и труд. Закон убывающей возможности.	Ромер добавил третий ресурс — технологию. Этим отменил закон Рикардо. Поэтому доходность не будет убывать, а наоборот, будет расти.
Теория Карла Маркса	
Маркс уверял, что капитализм будет делать богатых богаче, а бедных беднее и беднее. В конечном счете, бедные станут столь многочисленными и неудовлетворенными, что устроят мировую революцию. Вывод оказался ошибочным, капитализм распространил богатство по всему обществу.	Ромер доказывает, что информационная революция тоже произведет свои разрушения. «Знания и квалификация будут постоянно расти в цене, а неквалифицированный труд падать». А конкуренция, тем не менее, будет не ослабевать, а ожесточаться.
Теория Джона Мейнарда Кейнса	
Кейнс доказывал, что полной занятости можно добиться только с помощью правительственных расходов.	Ромер считает, что решающую роль играют не циклы, а фундаментальный экономический рост, который, в свою очередь, зависит не от кейнсианских усилий «точно настроить» экономику, а от развития новых технологий.
Теория Йозефа Шумпетера	
Шумпетер доказывал, что монополии на голову выше, чем абсолютная конкуренция. Выражение «созидательное уничтожение». Надежды на монопольное право заставляют предпринимателей делать лучшее, на что они способны. Тогда как абсолютная конкуренция, наоборот, статична. Все фирмы в той или иной отрасли производят один и тот же товар по одной цене, с использованием одной и той же технологии.	Ромер был согласен с тем, что капитализм является процессом «созидательного уничтожения», и одним из главных достижений ученого как раз и было продемонстрировать всю важность монопольного права, он возвеличивает саму мысль — Идеи, которые могут родиться от предпринимателя до обыкновенного работника, который находит оптимальный вариант на сборочном конвейере.
Теория Милтона Фридмана	
Фридман считал, что экономику заставляют расти не «точная настройка» или «управление спросом», а напряженная работа, риск, инвестиции и новаторство.	Ромер сумел избавиться от пристрастия их предшественников к государственному регулированию экономики и сконцентрировать внимание на частном секторе. Он унаследовал от Фридмана восторженный ужас перед грандиозным праздником созидания, который порождает свободные рынки.

и посчитать работников, занятых той или иной формой изобретательства или дизайнерства, Вы поймете, что их стало гораздо больше, чем работников, занятых непосредственно производством. Приведем сравнительный анализ теорий ведущих экономистов и теории Ромера. (Таблица № 1)

Поэтому модернизация высшего образования должна основываться на следующих инновационных принципах: построение обучающих программ по проблемному, а не предметно-ориентированному принципу; фокусирование на реальных потребностях отечественного и международного бизнеса, тесная связь с бизнес — практикой; усиление исследовательской компоненты в подготовке специалистов в области инновационных процессов; пе-

реориентация на проектные принципы деятельностного обучения, позволяющие формировать компетенции будущего специалиста в соответствии с нормами и требованиями Болонского соглашения.

Так, современная национальная политика в области реформирования системы российского профессионального образования отражает необходимость формирования, разработки, внедрения инновационных методов и форм обучения, разработки инновационных стратегии управления высшей школой, а также значительных изменений в структуре высшей школы, общества.

Очевидно, что инновационный потенциал российских вузов в настоящее время существенно уступает уровню передовых стран. Недопустимое отставание инноваци-

Таблица 2

История развития ТУ

Периоды	Характерные особенности
Первый ТУ (1785–1835 гг.)	Он основан на новых технологиях в текстильной промышленности, использовании энергии воды.
Второй ТУ (1830–1880 гг.)	Для него характерно ускоренное развитие транспорта (строительство железных дорог, паровое судоходство), возникновение механического производства во всех отраслях на основе парового двигателя.
Третий ТУ (1880–1940 гг.)	Этот ТУ базируется на использовании в промышленном производстве электрической энергии, развитии тяжелого машиностроения и электротехнической промышленности на основе использования стального проката, новых открытий в области химии. Были внедрены радиосвязь, телеграф, автомобили. Появились крупные фирмы, картели, синдикаты, тресты. На рынке господствовали монополии. Началась концентрация банковского и финансового капитала.
Четвертый ТУ (1930–1990 гг.)	Данный ТУ основан на дальнейшем развитии энергетики с использованием нефти и нефтепродуктов, газа, средств связи, новых синтетических материалов. Это эра массового производства автомобилей, тракторов, самолетов, различных видов вооружения, товаров народного потребления. Появились и широко распространились компьютеры и программные продукты для них, радары. Атом используется в военных и затем в мирных целях. Организовано массовое производство на основе конвейерной технологии. На рынке господствует олигопольная конкуренция. Появились транснациональные и межнациональные компании, которые осуществляли прямые инвестиции в рынки различных стран.
Пятый ТУ (1985 – 2035 гг.)	Пятый ТУ опирается на достижения в области микроэлектроники, информатики, биотехнологии, генной инженерии, новых видов энергии, материалов, освоения космического пространства, спутниковой связи и т. п. Происходит переход от разрозненных фирм к единой сети крупных и мелких компаний, соединенных электронной сетью на основе Интернета, осуществляющих тесное взаимодействие в области технологий, контроля качества продукции, планирования инноваций
Шестой ТУ (после 2035 г.)	Для будущего шестого периода характерны биотехнологии; нано технологии; проектирование живого; вложения в человека; новое природопользование; новая медицина; робототехника; высокие гуманитарные технологии; проектирование будущего и управление им; технологии сборки и разрушения социальных субъектов. Этот ТУ будет характеризоваться следующими направлениями: <ul style="list-style-type: none"> — Биотехнологии; — Нано технологии; — Вложения в человека, система образования нового уровня; — Высокие гуманитарные технологии, повышение способностей человека и организаций; — Новая медицина (здороворазвитие, восстановление здоровья); — Робототехника, искусственный интеллект, гибкие системы «безлюдного» производства; — Лазерная техника; — Новое природопользование (высокие экотехнологии); — Компактная и сверхэффективная энергетика, отход от углеводородов, децентрализованные, «умные» сети энергоснабжения; — Использование водорода в качестве экологически чистого энергоносителя; — Совершенные устройства запасаения энергии; — Биотопливо из отходов лесного и сельского хозяйств, а также морских растений; — Новые безвредные технологии использования угля; Закрывающие технологии в прежних отраслях (фондо-, энерго- и трудосбережение); — Новые виды транспорта (большегрузность, скорость, дальность, дешевизна), комбинированные транспортные системы; — Усадебная урбанизация «тканевого» типа, города-полисы; — Производство конструкционных материалов с заранее заданными свойствами; — Чипизация всех вещей и животных; — Проектирование живого; — Технологии сборки и уничтожения социальных субъектов; — Проектирование будущего и управление им.

2. [Электронный ресурс] Сурова Н.Ю. // Инновационный подход к интеграционному развитию высшей школы, вузовской науки и бизнеса в современных условиях информационно-креативной экономики // Третья международная научно-практическая конференция «Проблемы и перспективы развития инновационно-креативной экономики» (Москва, 27–30 июля 2011 г.) <http://www.creativeconomy.ru/articles/22055/> (Дата обращения 27.09.2013 г.)

4. ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ И РОСТ

Приоритетные направления господдержки малого и среднего бизнеса в некоторых странах СНГ

Крапчина Людмила Николаевна, кандидат экономических наук, доцент
Пензенский государственный университет

Страны СНГ имеют общее с Россией историческое прошлое и так же, как и Россия сравнительно недавно вступили в рыночную экономику. В рассматриваемых странах присутствовала единая модель экономики, которая предшествовала переходному типу. При этом каждая из стран СНГ выбрала индивидуальный путь развития. В качестве примера приведем практику развития предпринимательства и соответственно рассмотрим приоритетные направления государственной поддержки малого бизнеса трех стран: Туркмении, Белоруссии и Казахстана.

В настоящее время предпринимательство в Туркменистане занимает все более прочные позиции в различных производственных сферах народнохозяйственного комплекса, систематически наращивая свой вклад в стабильное развитие государства. Благодаря активизации рассматриваемого сектора национальной экономики создаются новые рабочие места, расширяются ассортимент и объемы производства конкурентоспособных товаров. Развитие малого предпринимательства, как важнейшего фактора рыночных отношений, является одним из ведущих направлений стратегии социально-экономического развития Туркмении. Предприятия малого и среднего бизнеса здесь составляют более 65% от общего количества предприятий страны. В негосударственный сектор экономики за последние пятнадцать лет перешли практически все объекты торговли и общественного питания, бытового и коммунального обслуживания, часть предприятий легкой промышленности и строительной индустрии. Согласно Программе долгосрочного социально-экономического развития страны до 2020 г., доля частного сектора экономики в ВВП Туркмении должна составить семьдесят процентов [5].

В целях совершенствования правовых основ развития негосударственного сектора экономики в новой редакции Конституции Туркменистана предусмотрены правовые гарантии развития предпринимательства в стране. Важным шагом за последние годы стало подписание в 2012 г. президентом Туркменистана Постановления «О государственной поддержке малого и среднего предпринимательства». Оно было принято в соответствии с Законом Туркменистана «О государственной поддержке малого

и среднего предпринимательства» в целях реализации «Государственной программы поддержки малого и среднего предпринимательства в Туркменистане на 2011–2015 годы», повышения производственной, инновационной и инвестиционной активности лиц, относящихся к малому и среднему предпринимательству, и обеспечения кредитными средствами их инвестиционных проектов, связанных с развитием производства, созданием новых рабочих мест.

В соответствии с этим документом, банкам Туркменистана разрешено выделять лицам, относящимся к малому и среднему предпринимательству, кредиты под 5% годовых сроком до 10 лет для инвестиционных проектов, связанных с производством продукции, осуществлением работ и оказанием услуг, а также сроком до одного года для получения оборотных средств. Это свидетельствует о том, что в Туркменистане проводится целенаправленная работа по развитию предпринимательства и приданию ему более динамичного характера. На новом этапе развития Туркменистана в ходе реализации инициированных президентом многоплановых и масштабных социально-экономических реформ особое внимание уделяется развитию предпринимательства. Именно поэтому принимаемые в стране меры по гармоничному развитию частного сектора национальной экономики дают положительные результаты. Систематический рост доли продукции частных предприятий в ВВП свидетельствует о широком внедрении в экономику эффективных рыночных отношений, создании необходимой нормативно-правовой базы и ее планомерном совершенствовании, благодаря чему заметно укрепилась роль частного сектора в национальной экономике страны [3, 7].

Целенаправленное создание благоприятных условий для развития и стимулирования предпринимательской деятельности в Туркменистане призвано способствовать всестороннему развитию страны и ее активной интеграции в мировое экономическое пространство. Дальнейшая активизация предпринимательской деятельности по обеспечению населения высококачественными товарами является одним из важнейших направлений государственной политики по широкой поддержке частного сектора экономики.

Таким образом, можно сделать вывод, что в Туркмении, в целях поддержки малого бизнеса создаются благоприятные правовые, экономические, финансовые и социальные условия в виде совершенствования налоговой системы, упрощения регистрации и выдачи разрешений на индивидуальную деятельность, предоставления льготных кредитов, т.е. в стране проводится активная государственная поддержка малого и среднего бизнеса.

Особого внимания заслуживает опыт Белоруссии. В стране уделяется особое внимание развитию малого бизнеса: разработана нормативно-правовая база и создана развитая инфраструктура поддержки частного предпринимательства. Правительством утвержден комплекс мероприятий по достижению прогнозных параметров развития малого и среднего предпринимательства, которым предусмотрено принятие ряда кардинальных мер, направленных на:

- де бюрократизацию работы государственных органов и организаций в отношении юридических лиц и индивидуальных предпринимателей;
- на упрощение налогообложения и совершенствование процедур налогового администрирования;
- совершенствование имущественной поддержки малого предпринимательства;
- создание благоприятных условий для доступа субъектов малого и среднего предпринимательства к кредитно-финансовым ресурсам;
- развитие системы гарантирования кредитов, и другие.

В 2006 г. вступил в силу программный документ «Национальная платформа бизнеса Беларуси», подготовленный бизнес-сообществом по инициативе общественного объединения «Минский столичный союз предпринимателей и работодателей». Данный документ включает в себя концепцию развития национального бизнеса и деловой среды и представляет собой сборник предложений по улучшению бизнес-климата в стране. Внедрение более двухсот предложений «Национальной платформы бизнеса Беларуси» за период 2006–2011 гг. позволило сохранить более 70 тыс. рабочих мест, создать не менее 20 тыс. новых, привлечь в страну более 300 млн. долл. иностранных инвестиций, снизить ставку налога на прибыль с 24% до 18%, уменьшить ставку единого налога при упрощенной системе налогообложения с 8% до 7% без уплаты НДС и с 6% до 5% с уплатой НДС. Кроме того, была упрощена процедура регистрации новых малых предприятий, упрощена продажа отечественному малому бизнесу неиспользуемого либо неэффективно используемого государственного имущества, отменен налог с продаж [2].

Результатом реализации одного из пунктов Платформы-2012 стало подписание Президентом Республики Беларусь в 2012 г. Декрета № 6 «О стимулировании предпринимательской деятельности на территории средних, малых городских поселений, сельской местности». Создание «Платформы-2013», представленной на Ассамблее деловых кругов в 2013 г., носит название «Стратегия

опережения» и должно принести значимую пользу малому и среднему частному бизнесу страны [8].

В Республике Беларусь предусмотрена электронная государственная регистрация индивидуальных предпринимателей и унитарных предприятий, сдача статистической отчетности в электронном виде. Значимые изменения внесены в налоговую систему: отменено пять платежей в бюджет, увеличены сроки отчетности по ряду налогов, исключены периодические (авансовые) платежи по НДС и акцизам, изменен порядок определения ставок земельного налога, упрощены либо отменены формы деклараций по ряду налогов.

В республике действует 49 центров поддержки предпринимательства, оказывающих информационно-консалтинговую поддержку путем представления справочной и аналитической информации; консультирование по различным вопросам создания и управления организацией и подготовке бизнес-планов и заявок на получение кредитов; содействие в подготовке кадров, участии субъектов малого предпринимательства в выставках и ярмарках.

Таким образом, государственная поддержка малого предпринимательства в республике Беларусь направлена на дальнейшее формирование благоприятных условий для устойчивого развития малого предпринимательства на основе совершенствования форм и методов государственной поддержки данного сектора экономики.

Исходя из вышеизложенного, можно сказать, что специфика развития Туркмении и Белоруссии обусловлена жестким, в отличие от России, государственным контролем и регулированием бизнеса, в частности и малого, что, тем не менее, позволяет достигать высоких результатов. В этой связи, руководящему аппарату России и местным органам власти целесообразно было бы взять на вооружение отдельные стороны государственного контроля за деятельностью малого и среднего бизнеса соседних государств.

Активное развитие малый бизнес получил в Республике Казахстан. На начало 2000-х гг. в стране в сфере малого предпринимательства было занято около 1,5 млн., что составляло более 25% от общей численности занятых в стране. Первоначально в отраслевой структуре объема производимой субъектами малого предпринимательства продукции преобладающим видом деятельности выступала торгово-посредническая. Оборот последней составлял 2/3 общего объема продаж товаров и услуг [4]. На октябрь 2011 г. малое и среднее предпринимательство в Республике Казахстан было представлено 695,6 тыс. предприятий, в которых занято 1,8 млн. человек, что составляет 23% от общего количества экономически активного населения. В крупных городах количество занятого в рассматриваемом секторе экономики активного населения составило 50 процентов. Согласно данным Национального агентства по статистике, только за период 2010–2011 гг. число активно действующих малых и средних предприятий увеличилось

на 4,2%, при этом наибольшее количество их по-прежнему действует в сегменте торговли и услуг, что составляет 33 процента [9].

Государственная поддержка малого предпринимательства в Республике Казахстан осуществляется на основе государственных, отраслевых и региональных программ и представляет собой комплекс мер, направленных на стимулирование активного развития малых предприятий. Еще в конце 90-х гг. была разработана и принята Государственная программа развития и поддержки малого предпринимательства в Республике Казахстан на 1999–2000 гг. Данную программу рассматривали как главный инструмент в реализации политики стабилизации и развития малого бизнеса. Ссылаясь на информацию Центра экономической информации правительства для реализации программы в качестве приоритетных были определены следующие направления:

- содействие развитию производственного сектора;
- постепенный переход от государственного регулирования отдельных аспектов деятельности малых предприятий к саморегулированию через отраслевые и межотраслевые ассоциации;
- создание системы партнерских отношений «государство — предпринимательские объединения» [6].

Среди первоочередных действий в рамках программы указывались такие, как развитие сети объектов инфраструктуры малого предпринимательства; укрепление дисциплины по исполнению действующего законодательства на местном уровне; обеспечение доступа к кредитным ресурсам на приобретение основных и оборотных средств; упрощение процедуры получения производственных помещений предприятиями, занятыми в реальном секторе экономики; разработка системы подготовки кадров и информационной поддержки малого бизнеса.

В целях формирования благоприятного институционального климата, направленного на формирование инфраструктуры малого предпринимательства, в республике было инициировано создание вертикально интегрированной структуры «Республиканский информационно-выставочный центр по малому предпринимательству». Созданная структура осуществляет трансферт технологий, инновацию, обучение вопросам предпринимательства и менеджмента, научно обоснованные прогнозы потребности в специалистах и рабочих в территориальном и отраслевом разрезе, оказание информационных услуг, организацию выставок продукции. Финансово-кредитная и инвестиционная поддержка малого предпринимательства осуществляется через кредитование коммерческими банками приоритетных проектов за счет привлечения целевых государственных займов на тендерной основе, в том числе и на льготных условиях через Фонд развития малого предпринимательства. В целях обеспечения возвратности кредитов, предоставляемых банками, в регионах созданы залоговые фонды. С 1998 г. ряд банков в Астане, Караганде, Шымкенте (Казкоммерцбанк, Народный банк, Цесна Банк, Банк Цен-

трКредит, Алматинский торгово-финансовый банк) приступил к реализации программ кредитования малого бизнеса по займу Европейского банка реконструкции и развития. Общий объем кредитных ресурсов, предоставляемых ЕБРР, составляет 77,5 млн. долларов США, а по кредитной линии Азиатского банка развития — 55,6 млн. долларов США. На конец сентября 2000 г. в рамках Программы ЕБРР были выданы 6 858 кредитов на общую сумму 52,47 миллиона долл. На 30 сентября 2000 г. текущий портфель по Программе Малого Бизнеса Казахстана составил 3 086 кредитов на общую сумму 21 700 миллионов долларов США [1].

Кадровое научно-методическое и информационное обеспечение малого предпринимательства включает подготовку преподавателей с ориентацией на предпринимательство и малый бизнес; осуществление трансферта лучшего отечественного и зарубежного опыта в Казахстанский регион; развитие дистанционного бизнес-образования; формирование разветвленной сети обучающих и консалтинговых центров. В настоящее время в республике действует информационное нововведение — официальный сайт ТОО «Максимат» Business-Kazakhstan.com. Основным направлением деятельности компании является помощь в продвижении иностранных и казахстанских компаний на рынке республики, а также оказание помощи в выходе отечественных товаропроизводителей на рынки зарубежных стран [4].

Таким образом, государственная поддержка малого предпринимательства в Республике Казахстан осуществляется по следующим направлениям:

- организация подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров для субъектов малого предпринимательства;
- создание льготных условий использования субъектами малого предпринимательства государственных финансовых, статистических, материально-технических и информационных ресурсов, а также научно-технических разработок и технологий;
- установление упрощенного порядка государственной регистрации субъектов малого предпринимательства, лицензирования их деятельности, сертификации их продукции;
- установление правового режима благоприятствования для субъектов малого предпринимательства, включающего в себя льготный режим налогообложения, уплаты таможенных пошлин (налоговые каникулы, имущественные гранты, налоговые кредиты, снижение ставок налогов, льгот по таможенным пошлинам согласно спецификации);
- создание системы привлечения и использования инвестиций, включая иностранные, для поддержки субъектов малого предпринимательства;
- поддержка внешнеэкономической деятельности субъектов малого предпринимательства, включая развитие их торговых, научно-технических, производственных и иных связей с зарубежными партнерами;

— принятие специальных программ кредитования субъектов малого предпринимательства с определением финансовых источников;

— предоставление преференций субъектам малого предпринимательства при размещении государственных закупок на производство продукции, выполнение работ, услуг;

— организация деятельности общественно-экспертных комиссий по развитию малого предпринимательства при Правительстве Республики Казахстан и местных исполнительных органах.

Рассмотрев опыт трех соседних государств, следует подчеркнуть, положительный опыт, накопленный за период построения рыночной экономики, необходимо внедрять и в российскую практику развития предпринимательства. Примером могут служить льготное кредитование, применяемое в Туркмении, развитие системы электронной государственной регистрации индивидуальных предпринимателей, практикуемой в Белоруссии, развитие дистанционного бизнес-образования во всех регионах страны по примеру Казахстана.

Литература:

1. Гусева И.Л. Кредитование малого бизнеса: российские реалии и зарубежный опыт // Банковское кредитование. — 2011. — № 2. — С. 43–57.
2. Залибекова Д.З. Особенности налоговых систем стран СНГ // Предпринимательство и социальная ответственность: отечественный и зарубежный опыт: сборник научных трудов ученых и преподавателей Международной межвузовской научно-практической конференции. Вып. 11. — М.: МИПП, 2012. — с. 188–198.
3. Крапчина Л. Н., Ачилов Б. Р. Государственная поддержка малого и среднего бизнеса в Туркмении // Проблемы развития производственной сферы экономики РФ: сборник статей по материалам научно-практической конференции. — Пенза: Изд. ИП Тугушева С.Ю., 2013. — с. 73–76.
4. URL: <http://www.business.zakon.kz>
5. URL: <http://www.nisse.ru>
6. URL: <http://www.inno-terra.ru>
7. URL: <http://www.wikipedia.org.np>
8. URL: <http://www.wikipedia.org.wiki>
9. URL: <http://www.vneshmarket.ru>

Теоретическое обоснование методического подхода к оценке экономико-инновационной эффективности

Плахин Евгений Сергеевич, аспирант

Курская государственная сельскохозяйственная академия имени профессора И.И. Иванова

Задача повышения экономической эффективности сельского хозяйства на основе использования инноваций наиболее актуальна в связи с вступлением России в ВТО и соответственно уменьшением уровня протекционистских мер направленных на сохранение доминирующего положения отечественных товаропроизводителей на внутреннем рынке.

Наиболее интересной по нашему мнению является концепция, представляющая экономическую эффективность с позиции базовой экономической категории, являющейся первоосновой экономического метаболизма данная позиция разработана Макконелом К.Р. и Брю С.Л. [1]. В своих работах они ставят экономическую эффективность во главе структурных процессов в экономике, акцентируя внимание на анализе общеотраслевых, локальных и т.д. подсистем данной категории. В контексте данной интерпретации изучаемые разноразмерные элементы проявляются как составные части, совокупных фундаментальных задач общественного развития соци-

ально-экономической системы, анализируются процессы производства и в частности обширные коммуникации технологических процессов возникающих относительно ресурсных потоков потребляемых в рамках производственно-технологических стадий производства для создания конечного итога производственной деятельности в виде конечного изделия.

Шафронов А.Д. [2] рассматривает экономическую эффективность как уровень реализации ресурсной основы сельскохозяйственной организации в технологическом цикле производства и комплекса маркетинговых операций по реализации продукции для получения основной части дохода, а именно прибыли. Однако, данный подход имеет свой недостаток в данном случае он проявляется в том, что сумма прибыли организации является недостаточным критерием для характеристики экономической эффективности, прибыль полнее характеризует экономическую эффективность проявляясь через показатель рентабельности.

Другой подход в определении сути экономической эффективности придерживается Оболенский К.П. [3], рассматривая экономическую эффективность сельскохозяйственной организации, как наиболее полное удовлетворение общественных потребностей в сельскохозяйственной продукции, с использованием максимального инновационного потенциала направленного на единицу произведённого продукта, с использованием минимальных затрат труда приходящегося на дискретную часть произведённой продукции.

Оглобин Е. [4] подходит к рассмотрению экономической эффективности в АПК и сельском хозяйстве в частности как к показателям продуктивности использования ресурсов, а также машин и механизмов, используемых как в растениеводстве, так и в животноводстве, в совокупности с учётом издержек понесённых в процессе производства.

Мы считаем, что в связи с разнообразием подходов к определению экономической эффективности, через которую проявляется эффективность использования инноваций, сконцентрированных в основном в технологических подсистемах сельскохозяйственного предприятия, с методической позиции исследования категории эффективности необходимо конкретизировать и отразить наличие инновационного компонента в категории экономической эффективности.

Вследствие этого необходимо анализировать экономико-инновационную эффективность сельскохозяйственного предприятия, рассматривая и выделяя при исследовании эффективности не только экономическую суть, но и системообразующий компонент эффективности структурную инновационную основу.

Комплексная основа экономико-инновационной эффективности создаёт дополнительную информационную нагрузку на показатели, которые коррелируют как с экономической, так и с инновационной составляющей данной категории, которые как мы установили неразрывно связаны в процессе производства.

Мы полагаем формулировка идентификационной основы структурной категории экономико-инновационной эффективности создаёт необходимость определения сущностных показателей результативности т.е. отличительную черту которая позволяет выявить продуктивность технологического процесса инновационного характера в экономических результатах производственного процесса сельскохозяйственной организации. Однако в настоящее время базового идентификационного определения экономико-инновационной эффективности не выработано. Тем неимение в экономической науке относительно определения идентификатора сложились две точки зрения:

- для определения экономико-инновационной эффективности необходим один идентификатор, который в конечном итоге аккумулируется в одном показателе, и содержит в себе обобщающую характеристику

- другая точка зрения состоит в том, что для определения экономико-инновационной эффективности необ-

ходима совокупность идентификаторов, которая выражается взаимосвязанной системой показателей

По нашему мнению наиболее точно отражает сущность экономико-инновационной эффективности второй подход. Системная совокупность идентификаторов, выраженная через систему взаимосвязанных показателей создаёт наиболее полное описание систем и подсистем сельскохозяйственной организации, с возможностью анализа и корректировки дискретных блоков с целью повышения эффективности применения инноваций и на этой основе, повышая экономические результаты деятельности организации.

Первая точка зрения предоставляет наиболее общую систему анализа и не предоставляет достаточного уровня обратной связи как вторая, а только характеризует наиболее обобщённое состояние экономико-инновационной эффективности, следовательно, является значительно менее продуктивной по результативности использования.

Направления и пути эффективного инновационного развития в свою очередь зависят от экономической политики государстве в области аграрной экономики, доли участия государственного сектора в сельском хозяйстве, экономической конъюнктуры, результативности тактических действий осуществляемых государством. Работы в области исследования экономико-инновационной эффективности Румянцева Т.С. и Струмилина С.Г. [5] связывают эффективность с расширением объёмов производства в совокупности с рационализацией и сохранением времени. Экономия времени является базовым идентификатором в структуре количественных показателей эффективности и прогнозирования эффективности, а также использования интегрированных инновационных технологий.

Оболенский К.П. идентифицирует экономико-инновационную эффективность сельскохозяйственной организации с количественными показателями производства продукции и дохода с единицы площади земли при минимализации приложения трудовых ресурсов. Близкой к точке зрения Оболенского К.П. являются выводы Константинова С.А. [6], который задаёт параметры идентификации сельскохозяйственного производства через увеличение извлекаемой прибыли с единицы площади аграрных ресурсов в совокупности с уменьшением понесённых издержек.

Таким образом, рассмотрев различные подходы к идентификации экономико-инновационной эффективности применительно к сельскому хозяйству можно сделать вывод, что в общем случае эффективность определяется уровнем извлекаемой прибыли в совокупности с уменьшением потребляемых ресурсов приходящихся на дискретную часть произведённой продукции. Формируя комплексную систему идентификаторов эффективности аналитического характера необходимо исходить из базовых принципах функционирования сельскохозяйственной организации в основе данного подхода лежит принцип системности производственно-экономических

Таблица 1

Показатели экономико-инновационной эффективности

Материалоёмкость	$Me = Mз/Вп$, где $Mз$ — материальные затраты руб., $Вп$ — валовая продукция руб.
Материалоотдача	$Mo = Вп/Mз$, где $Вп$ — валовая продукция руб., $Mз$ — материальные затраты руб.
Ресурсотдача	$Re = Аср/Вр$, где $Аср$ — активы средние за период руб., $Вр$ — выручка от реализации руб.
Ресурсоёмкость	$Re = Вр/Аср$, где $Вр$ — выручка от реализации руб., $Аср$ — активы средние за период руб.
Трудоёмкость	$T = Рв/Вп$ где $Рв$ — рабочее время час., $Вп$ — валовая продукция руб.
Рентабельность продукции	$Рп = Чп/Сб$, где $Чп$ — чистая прибыль руб., $Сб$ — Себестоимость руб.
Производительность труда	$Пт = Вп/T$, где $Вп$ валовая продукция руб., T — рабочее время руб.
Фондоотдача	$Фо = Вп/Фосн$, где $Вп$ — валовая продукция руб., $Фосн$ — основные производственные фонды руб.
Фондоёмкость	$Фёмк = Фосн/Вп$, где $Фосн$ — основные производственные фонды руб., $Вп$ — валовая продукция руб.

структур выраженный в взаимодействии показателей результативности производственного процесса с показателями издержек ресурсов направленных на создание условий и функционирования процессов производства.

Мы считаем, что идентификаторы экономико-инновационной эффективности подразделяются относительно информационного содержания транслируемого показателем на дискретные и кумулятивные. Дискретные показатели отражают применение отдельных наименований ресурсов, продуктивности или издержек, кумулятивные показатели характеризуют совокупный уровень эффективности применения, как ресурсной базы, так и понесённых издержек сельскохозяйственной организацией. Среди наиболее эффективных дискретных показателей оценки экономико-инновационной эффективности можно выделить материалоёмкость, ресурсоёмкость, трудоёмкость, среди кумулятивных показателей эффективности ресурсотдача, валовая продукция, отношение валовой продукции к затратам живого и овеществлённого труда, производительность труда, рентабельность, окупаемость затрат и т.д. В таблице — 1 приведён расширенный список показателей характеризующих экономико-инновационную эффективность.

Одним из главных стоимостных показателей эффективности применения средств труда используемых в сельском хозяйстве является фондоотдача. Показатель, характеризующий фондоотдачу может применяться для определения эффективности отдельно взятой

сельскохозяйственной организации, так и по крупным кластерам и подсистемам АПК различных уровней. Внутренняя структура показателя фондоотдачи является нетривиальной и определяется рядом элементов, таких как:

- продуктивность предмета труда сельскохозяйственных предприятий (растений и животных)
- пропорциональность характерная для конкретной сельскохозяйственной организации по направлениям деятельности основных и оборотных средств
- внутренней структуры и ресурсопотоков конкретной подотрасли АПК

Для получения наиболее детальной информации экономико-инновационной эффективности через показатель фондоотдачи рационально установить сопряжение с показателями трудоёмкости и энергоёмкости, а также материалоёмкости, данные действия повысят информационную отдачу от проведённого анализа [7].

Для обеспечения оптимального прохождения производственных процессов сельскохозяйственного предприятия на основе инновационного развития и повышения эффективности требуется приток ресурсного обеспечения. Применение инновационных технологий для повышения эффективности использования основных средств труда, необходимых для обеспечения производственного цикла сельскохозяйственного предприятия, является центральной задачей экономического развития аграрного сектора.

Литература:

1. Макконелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. Пер. с 14-го англ. изд. — М.: ИНФРА-М, 2003. — XXXVI, 972 с.
2. Шафронов А.Д. Эффективность производства и факторы ее роста // АПК: Экономика, управление. — 2003. — № 4. — С. 52–58.
3. Оболенский К.П. Определение экономической эффективности сельскохозяйственного производства (вопросы теории и практики). — М.: Соцэкгиз, 1963. — 308 с.

4. Оглоблин Е. Освоение инноваций и эффективность сельхозпроизводства // Экономика сельского хозяйства России. — 2005. — № 11. — С. 24–25.
5. Струмилин С. Г. О критериях в оптимальном планировании // Вопросы экономики. — 1968. — № 4. — С. 115.
6. Константинов С. А. Новый подход к определению критерия эффективности сельскохозяйственного производства // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. — 2000. — № 3. — С. 23–34.
7. Водяников В. Т. Экономическая оценка инвестиций в агропромышленном комплексе / В. Т. Водяников. — М.: Юркига, 2004. — 194 с.

6. ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ХОЗЯЙСТВОМ СТРАНЫ

Развитие методов формирования территориальных рынков доступного жилья на основе ипотечно-инвестиционных систем на примере Пензенской области

Баронин Сергей Александрович, доктор экономических наук, профессор;

Тарханова Елена Валерьевна, аспирант

Пензенский государственный университет архитектуры и строительства

Одной из основных целей государственной жилищной политики является повышение доступности жилья для населения России. Без государственного вмешательства в ситуацию на жилищном рынке с целью обеспечения населения с низкими доходами жильем под воздействием рыночных сил цены на жилье будут определяться преимущественно спросом на него, а не затратами на его производство. При отсутствии минимальных требований к качеству жилья домохозяйства с невысокими доходами будут вытесняться с рынка качественного жилья в порой непригодные для проживания условия, либо, например, молодежи придется «тесниться» с родителями. Это затрудняет пространственную мобильность населения, приводит к расслоению общества и росту транзакционных издержек, так как, скажем, среди обитателей богатых кварталов будет практически отсутствовать спрос на низкооплачиваемую работу (вывоз мусора, уборка улиц и т.д.), что приведет к росту нагрузки на транспортную систему (работники сферы обслуживания будут вынуждены тратить больше времени и средств на дорогу от дома до работы). Обеспечение сбалансированного развития местных сообществ является одной из важнейших задач органов местного самоуправления и федеральных органов власти в любой стране. Сложность этой задачи состоит в том, что местное сообщество динамично развивается, а оценка спроса населения на жилье с учетом доходов сильно затруднена.

В широком смысле доступное жилье — это жилье, обеспечивающее определенные стандарты проживания по цене или арендной ставке, которая не является чрезмерно обременительной для домохозяйства. Данный термин зачастую используется для анализа возможностей домохозяйств с низкими доходами арендовать жилье в конкретном регионе. Тем не менее, понятие «доступное жилье» можно применять и для анализа возможностей домохозяйств с различным уровнем доходов, в том числе высоким, приобретать в собственность или арендовать жилье в определенной географической местности.

В более узком смысле доступное жилье можно рассматривать, как жилье, стоимость владения которым или аренды которого для домохозяйства установлена

на более низком, чем рыночный, уровне путем государственного вмешательства в какой-либо форме. Другими словами, это любое жилье, которое в той или иной форме субсидируется государством с целью сделать его доступным для отдельных категорий граждан. Оценка доступности жилья в России проводится в основном на основе простых агрегированных показателей: коэффициента доступности жилья, индекса возможности приобретения жилья с помощью ипотечного кредита и доли населения, которому доступно приобретение жилья, соответствующего стандартам обеспечения жилыми помещениями, с помощью собственных и заемных средств. По своей экономической сути коэффициент доступности жилья, рассчитываемый как отношение средней рыночной стоимости стандартной квартиры общей площадью 54 м² к среднему годовому совокупному денежному доходу семьи, состоящей из трех человек, характеризует лишь один из факторов доступности жилья, а именно соотношение цен на рынке жилья и уровня доходов населения. Он отражает количество лет, в течение которых семья со средними доходами может приобрести стандартное жилье, откладывая все свои доходы. Рассмотрим изменения коэффициента доступности жилья в РФ в период 2008–2012 года. Следует отметить, что на 2008 год его значение было максимальным и равнялось 4,82 года, в последующий период до 2012 года, его значение уменьшалось и по итогам 2011 года составило 2,84 года. По итогам 2012 года КДЖ увеличился и составил 3,2 года. Данные изменения показаны на рисунке 1 — Коэффициент доступности жилья в РФ, лет.

Стратегической задачей развития доступного рынка жилья в Пензенской области должна стать комплексная программа действий, сочетающая в себе как повышение платежеспособного спроса граждан на покупку жилья, так и формирование достаточного предложения на рынке жилья за счет строительного комплекса. Только опережающее развитие предложения над спросом, в условиях роста доходов населения, обеспечит формирование доступного рынка жилья. Это не допустит неоправданного инфляционного роста цен на жилую недвижимость за счет увеличения объемов банковского ипотечного кредито-



Рис. 1. Коэффициент доступности жилья в РФ, лет

вания и прочих ипотечно-инвестиционных инструментов увеличения платежеспособного спроса при постоянном или недостаточном увеличении объемов предложения жилья со стороны строителей.

В 2012 году по сравнению с первым кварталом 2011 года ввод в эксплуатацию жилья увеличился на 10,4% и составил 741 тыс. кв. м. 50% введенного в Пензенской области жилья пришлось на индивидуальных застройщиков. Они сдали 2 671 дом общей площадью 371 тыс. кв. м. В Пензе построено 418,1 тыс. кв. м жилья (56,4% от общего по области). Это на 27,7 тыс. кв. м (на 7,1%) больше, чем в 2011 году. Пенза заняла второе место в ПФО по темпам ввода жилья. Причем по количеству введенных в эксплуатацию квартир регион стал шестым. В передовиках по сдаче жилья находятся Наровчат, Тамала и Пачелма. Среди отстающих — Беково, Малая Сердоба и Заречный. Притом, что темп ввода жилья за последние три года плавно растет, его максимум прихо-

дился на 2009 год, в тот период было сдано 1024 тыс. кв. м. Все изменения наглядно представлены на рисунке 2 — Ввод жилья, тыс. кв. м.

При данных темпах строительства закономерны изменения значений ввода жилья на душу населения. На 2012 год этот показатель равен 0,54 кв. м. на человека, что на 0,05 пунктов выше значения 2011 года равного 0,49 кв. м. на человека. Максимум приходился на 2009 год, когда ввод жилья на человека составлял 0,75 кв. м. Эти изменения представлены на рисунке 3 — Ввод жилья на душу населения, кв. м./чел.

По итогам 2011–2012 гг. можно сказать что, рынок жилой недвижимости в г. Пенза довольно устойчив и основными его тенденциями являются:

- Ежегодное увеличение объемов жилищного строительства;
- Повышение качества сдаваемого жилья в соответствии с потребительским спросом;

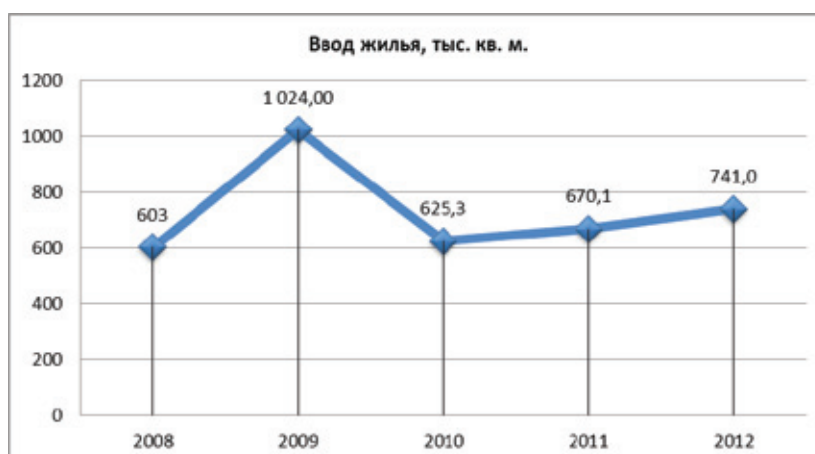


Рис. 2. Ввод жилья, тыс. кв. м.



Рис. 3. Ввод жилья на душу населения, кв. м./чел.

— Разнообразие предложений на рынке: социальное жилье, пентхаусы, таунхаусы, элитное жилье в коттеджных поселках в зеленом поясе города;

— Строительство элитного жилья «клубного» типа, с учетом реализации максимального объема пожеланий клиента.

Одним из стратегических направлений деятельности Администрации города Пенза является создание условий для интенсивного развития жилищного строительства. С этой целью Администрацией города Пенза подготовлены и предлагаются инвесторам площадки под строительство современных многоэтажных жилых комплексов как эконом — класса, так и класса «deluxe» и элитных коттеджных поселков в границах зеленого пояса города. Поэтому закономерен рост оборота жилья в Пензенской области. По итогам 2012 года было произведено рекор-

дное количество сделок с недвижимостью равное 45,4 тыс. шт., что выше значения 2008 года, равное 23,9 тыс. шт. в 1,9 раза. Данные показатели приведены на рисунке 4 — Оборот рынка жилья по данным Росрегистрации.

По итогам 2012 года по данным Пензастат, зарегистрировано 38041 жилых объектов в Пензенской области общей площадью 726,9 тыс. кв. м. стоимость 17188,8 тыс. рублей. Число сделок с недвижимостью с каждым годом становится все больше, это говорит о том, что большинство жителей Пензы и области стараются улучшить свои жилищные условия. В таблице 1 представлены сведения о регистрации прав на жилые помещения в Пензенской области.

Большинство застройщиков в Пензенской области работают в тесном сотрудничестве с банками и предлагают специальные ипотечные программы. Доля сделок с ипо-



Рис. 4. Оборот рынка жилья по данным Росрегистрации

Таблица 1

Сведения о регистрации прав на жилые помещения в Пензенской области

	Число зарегистрированных прав на жилые помещения на основании договоров купли-продажи, ед.	Общая площадь жилых помещений, на которые зарегистрированы права, тыс. м ²	Установленная цена жилых помещений, на которые зарегистрированы права, тыс. руб.
2007	9056	235,7	9830,2
2008	19016	478,4	11091,0
2009	16519	382,9	7009,2
2010	29251	586,0	11854,1
2011	37594	644,4	14449,6
2012	38041	726,9	17188,8

текой на рынке жилья по данным Росрегистрации достигла своего исторического максимума. На конец 2012 года доля сделок с ипотекой достигла отметки в 19,4 %, это выше значения 2011 года на 5,7 % и значения 2008 года на 9,9 %. Данные значения показаны на рисунке 5 — Доля сделок с ипотекой на рынке жилья по данным Росрегистрации.

Данные показатели свидетельствуют о возрастающей активности граждан по вовлечению жилых помещений в гражданско-правовой оборот. Также из проведенного анализа регистрационных действий усматривается возросшая активность оборота жилых помещений, включая совершение сделок физическими лицами с привлечением кредитных средств, а также в рамках реализации федеральных и региональных целевых программ.

Так же одним из приоритетных направлений развития региона является строительство доступного жилья. Перед руководителями государственных органов региона, курирующих строительство, стоит задача по увеличению ввода

жилья в ближайших годах. В области активно идет развитие ипотечного кредитования, межрайонных ипотечных институтов. Главная задача — строительство жилья экономкласса для работников бюджетной сферы, малообеспеченных слоев населения и детей-сирот. Законодательное собрание Пензенской области в феврале 2013 года было приняло законопроект, предусматривающий передачу федеральной земли под возведение жилья эконом класса. Рекомендованная Минэкономразвития РФ цена жилья эконом класса в Пензенской области составляет 28 тыс. 850 рублей за 1 квадратный метр на 2013 год. Граждане, имеющие право на покупку жилья эконом класса, получают возможность приобретать квадратные метры по фиксированной стандартной цене, а застройщики, заключив соответствующий договор, наделяются правом безвозмездного срочного пользования земельными участками, принадлежащими федеральному Фонду содействия развитию жилищного строительства, говорится в сообщении.



Рис. 5. Доля сделок с ипотекой на рынке жилья по данным Росрегистрации



Рис. 6. Жилищный фонд, млн.кв.м.

Данные темпы строительства способствовали тому, что, по данным Пензастат по итогам 2012 года, объем жилищного фонда вырос до значения равного 34,8 млн. кв. м. Анализируя данные за период 2008–2012 года, можно отметить плавный рост объемов жилищного фонда в Пензенской области. Эти изменения показаны на рисунке 6 — Жилищный фонд, млн.кв.м.

В таблице 2 показаны основные сведения о жилищном фонде в Пензенской области по данным Пензастат. Следует отметить, что по итогам 2012 года значение прибывшего жилищного фонда на 30 тыс. кв. м меньше, чем в 2011 году, при этом значение выбывшего больше на 88,1 тыс.кв. м., что говорит к 2012 году о падении качества обслуживания жилищного фонда.

Благодаря плавному росту объема жилищного фонда, за период 2008–2012 года, можно отметить рост обеспеченности жильем населения Пензенской области. По данным Пензастат, к концу 2012 года ее значение составило 25,4 кв. м./чел., что превышает показатель 2011 года равный 24,8 кв. м./чел. Данные изменения показаны на рисунке 7 — Обеспеченность населения жильем, кв. м. / чел.

В таблице 3.5 представлены основные показатели жилищных условий населения Пензенской области. Анализируя данную таблицу, можно отметить общую тенденцию изменений жилищных условий в лучшую сторону.

С точки зрения выстраивания региональной политики поддержки отдельных категорий граждан необходим

Таблица 2

Сведения о жилищном фонде в Пензенской области

	Наличие жилищного фонда по состоянию на конец года (общая площадь жилых помещений, всего, тыс. м ²)	Движение жилищного фонда за год, тыс. м ²		Оборудование жилищного фонда всеми видами благоустройства на конец года, в %
		прибыло общей площади	выбыло общей площади	
2000	30021,7	445,3	196,9	х
2001	30184,8	247,4	84,3	х
2002	30421,3	271,4	34,9	х
2003	30621,8	253,7	53,2	х
2004	30796,1	285,1	110,8	х
2005	30920,4	335,9	211,6	х
2006	31307,6	438,0	50,8	56,1
2007	31772,1	578,4	113,9	56,5
2008	32332,9	615,1	54,3	56,8
2009	32816,7	578,1	94,3	57,3
2010	33359,0	763,4	221,1	57,6
2011	34139,6	883,3	102,7	58,5
2012	34802,1	853,3	190,8	59,4



Рис. 7. Обеспеченность населения жильем, кв. м. / чел.

более дифференцированный подход как к определению затрат на жилье (по площади, расположению, обеспеченности удобствами), так и к категориям граждан, которым такая поддержка будет предоставлена. Намного большая потребность в жилье имеется у людей с меньшими доходами, в то время как люди со значительными доходами такую потребность уже, как правило, удовлетворили и, если нуждаются, то, в основном, в улучшении жилищных условий. Также, по нашему мнению, неправильно учитывать весь семейный доход. Автор предлагает вычитать из суммы, затрачиваемой на приобретение жилья, величину прожиточного минимума, который в 2012 г. по Пензенской области составил 5 027 руб.

Разделим население Пензенской области на три группы согласно ежемесячным среднемудушевым доходам (5 027–10 000 руб., 10 000–25 000 руб. и свыше 25 000 руб.), и установим для каждой группы доли населения, нуждающегося в жилье. Такое разделение на группы используется в статистических сборниках.

Таким образом, формула для расчета Коэффициента доступности (Кд) жилья должна иметь следующий вид:

$$Кд = (С_m \times 54) / ((Д_{сдн} - ПМ) \times 3 \times 12), \quad (1)$$

где $С_m$ — Средневзвешенная стоимость жилья, руб./кв. м;

54 — площадь условной квартиры, кв. м;

$Д_{сдн}$ — среднемудушевой ежемесячный доход нуждающегося в жилье, руб.;

ПМ — величина прожиточного минимума;

3 — число членов домохозяйства, чел.;

12 — количество месяцев в году.

Для определения среднемудушевого дохода населения ($Д_{сдн}$) с учетом дифференциации его по группам доходности и доли нуждающихся в жилье в каждой группе автором предлагается следующая формула:

$$Д_{сдн} = 7,6 \times a_1 \times A \times C_1 + 17,5 \times a_2 \times A \times C_2 + 40 \times a_3 \times A \times C_3 / A (C_1 a_1 + C_2 a_2 + C_3 a_3), \quad (2)$$

где 7,6; 17,5; 40 — среднемудушевой доход по группам населения, тыс. руб.;

a_1, a_2, a_3 — доля населения каждой группы в общей численности;

A — общая численность населения;

C_1, C_2, C_3 — доля нуждающихся в жилье в каждой группе.

В связи с тем, что не существует статистических данных о доле нуждающихся в жилье в каждой группе, потребность в жилье по группам населения определена экспертным путем, исходя из общей потребности населения в жилье. В первой группе, к которой относятся пенсионеры, многие бюджетные работники, малоквалифицированные работники и т.п., потребность в жилье с учетом улучшения жилищных условий составляет порядка 60 %, во второй группе, к которой относятся работники бюджетной сферы, рабочие, специалисты — порядка 80 %, в третьей группе, к которой относятся высокооплачиваемые специалисты, руководители среднего и высшего ранга и т.п. — порядка 20 %. Таким образом, в вышеприведенной формуле C_1 равно 0,6, C_2 —0,8, а C_3 —0,2.

Далее был проведен расчет коэффициента доступности жилья по предлагаемой формуле по Пензенской области на основе статистических данных о величине среднемудушевых доходов населения. Полученный результат представлен в таблице 4 — Расчет коэффициента доступности жилья (Кд) в зависимости от ежемесячных среднемудушевых доходов по группам населения (по данным 2012 г.).

Согласно представленным в таблице данным, можно сделать вывод о том, что по итогам 2012 года жилье является малодоступным для большинства населения Пензенской области, т.к. коэффициент доступности жилья очень высок (для сравнения, в развитых странах он составляет порядка трех лет). Однозначно недоступно коммерческое жилье для граждан, относящихся к первой группе (для приобретения требуется 20 лет), при их численном доминировании (около 45 % всего населения области). Более

Таблица 3

Основные показатели жилищных условий населения Пензенской области

	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Общая площадь жилых помещений, приходящаяся в среднем на одного жителя (на конец года) — всего, м ²	20,2	22,0	22,4	22,9	23,4	23,9	24,1	24,8	25,4
из неё:									
в городской местности	19,1	20,9	21,4	21,9	22,4	22,9	23,0	23,7	24,3
в сельской местности	22,3	24,0	24,5	24,9	25,4	25,9	26,3	27,1	27,7
Число квартир — всего, тыс.	629,6	627,9	636,5	629,5	638,3	643,8	649,9	660,3	665,5
из них:									
однокомнатных	154,8	153,5	155,3	153,7	156,5	158,7	160,4	165,1	170,0
двухкомнатных	277,9	274,9	279,7	275,1	278,2	279,5	281,6	284,5	282,7
трёхкомнатных	176,5	176,6	177,9	175,2	177,7	179,2	180,7	182,6	184,1
четырёхкомнатных и более	20,4	22,9	23,6	25,5	26,0	26,4	27,2	28,1	28,7
Средний размер одной квартиры, м ² общей площади жилых помещений	46,4	48,2	48,3	49,6	49,8	50,2	50,5	50,9	51,5
однокомнатной	31,1	30,8	30,9	31,4	31,4	31,6	31,8	32,2	32,3
двухкомнатной	43,8	45,1	44,7	45,8	45,6	45,8	46,0	46,2	47,1
трёхкомнатной	59,5	61,8	62,2	63,7	64,1	64,4	64,8	65,2	65,6
четырёхкомнатной и более	86,2	98,4	101,6	104,0	107,7	111,2	112,4	115,4	118,4
Удельный вес числа семей, состоявших на учёте в качестве нуждающихся в жилых помещениях, в общем числе семей (на конец года), процентов	10,5	3,4	3,1	2,9	2,7	2,7	3,0	3,0	...
Капитально отремонтировано жилых домов за год, тыс. м ² общей площади	71,8	57,2	36,9	610,9	86,1	77,3	18,4	2,1	-
в т. ч. в квартирах	9,3	10,0	6,2	2,1	42,1	72,4	6,3	0,1	-
Приватизировано квартир (с начала приватизации, по состоянию на конец года): всего, тыс.	149,9	216,1	229,6	234,7	238,8	249,0	252,5	254,0	257,1
в процентах от общего числа квартир, подлежащих приватизации	49,8	69,4	73,5	76,4	78,9	81,3	82,0	82,4	82,9
Жилищный фонд, всего (на конец года, общая площадь жилых помещений; — всего млн. м ²)	30,0	30,9	31,3	31,8	32,3	32,8	33,4	34,1	34,8
в том числе:									
частный	22,5	26,6	27,6	28,2	28,8	29,8	30,5	31,3	32,1
из него в собственности граждан	20,0	25,4	26,3	26,8	27,4	28,3	28,8	29,4	30,0
государственный	1,4	0,7	0,7	0,7	0,7	0,6	0,6	0,6	0,6
муниципальный	5,5	3,6	3,0	2,9	2,8	2,4	2,3	2,2	2,1
другой	0,6	х	х	х	х	х	х	х	х

доступным оно является для населения, относимого ко второй группе (около 5 лет), которое по численности соизмеримо с первой группой (около 40 %) и в большей мере, по сравнению с другими группами, нуждающимся в жилье. Хотя и в этом случае индекс доступности жилья превышает приемлемый индекс, равный трем, что свидетельствует о необходимости государственных преференций гражданам, входящим в эту группу, не говоря, безусловно, о первой группе. Рассмотрим изменения коэффициента доступности жилья в зависимости от ежемесячных среднедушевых доходов по группам населения в расчетный период 2010–2012 года и прогнозный за 2013–2016 года. Данные расчеты приведены в таблице 5 — Расчет изменения коэффициента доступности жилья (Кд) в зависи-

мости от ежемесячных среднедушевых доходов по группам населения за период 2010–2016.

Следует отметить, что динамика изменения коэффициента доступности жилья напрямую зависит от изменения значения средневзвешенной стоимости жилья, руб./кв. м в Пензенской области. В прогнозном периоде планируется снижение коэффициента доступности жилья, но для групп населения с низкими и средними доходами, он остается выше значения 3 лет, это говорит о том, что в будущем доступность жилья для большинства граждан останется такой же низкой. Данные изменения наглядно представлены на рисунке 8 — График изменения коэффициента доступности жилья в зависимости от ежемесячных среднедушевых доходов по группам населения.

Таблица 4

Расчет коэффициента доступности жилья (Кд) в зависимости от ежемесячных среднедушевых доходов по группам населения (по данным 2012 г.)

Показатели	1 группа 5027–10000 руб.	2 группа 10000–25000 руб.	3 группа свыше 25000 руб.
Средневзвешенная стоимость жилья, руб./кв. м	34163		
Величина прожиточного минимума, руб.	5027		
Среднедушевой доход в месяц, руб.	7600	17500	40000*
Доля нуждающихся в жилье (С), %	60	80	20
Доля группы в общей численности населения (а), %	46,4	40	13,6
Кд жилья по каждой группе, лет	19,92	4,11	1,47
Общая численность населения (А), чел	1368872,00		
Средний доход нуждающихся в жилье (Д _{сдн}), руб. в месяц	14072,63		
Кд жилья в среднем, лет	5,67		

* При расчете высшее значение среднедушевого дохода для данной группы принимается 55000 руб.

Из данного графика видно, что для первой группы населения, с низкими доходами, коэффициент доступности жилья остается слишком высоким и находится в районе 20 лет. У второй группы, со средними доходами, коэффициент доступности жилья находится в районе 3 лет, это рекомендованный показатель по ФЦП Жилище. У третьей группы с высокими доходами Кд жилья является самым минимальным. Отсюда следует, что у большинства жителей Пензенской области, около 80%, при высоких ростах цен на жилье и нестабильных доходах, возможность обрести жилье при помощи собственных средств остается минимальной.

Коэффициент доступности жилья является одним из важнейших показателей при оценке жилищных условий граждан. Проведенные выше расчеты показали, что проблема доступности жилья в Пензенской области будет оставаться одной из самых острых.

В последнее время одним из самых основных инструментов решения проблемы обеспечения жильем является ипотека. Большинство людей не имеют достаточное количество собственных средств, что бы приобрести жилье в собственность, поэтому возможность воспользоваться заемным капиталом во многом способствует решению их жилищных проблем. Анализ проведенный в главе 2.3 показал, что рынок ипотечного кредитования в Пензенской области развивается достаточно активно, объемы выданных ипотечных кредитов растут, так же, как и растет количество сделок, оформленных через ипотеку, что говорит о стремлении граждан улучшить свои жилищные условия, и ипотека для них является самым доступным способом для решения этого вопроса.

Проведем анализ возможности улучшений жилищных условий для групп граждан с различными уровнями дохода через показатель индекс возможности приобретения жилья с помощью ипотечного кредита (I). Он показывает

соотношение доходов среднестатистического домохозяйства и доходов, которые необходимо иметь для приобретения стандартного жилья размером 54 м² с помощью ипотечного кредита, выдаваемого на стандартных условиях. Данный показатель используется для учета вероятности получения ипотечного кредита и определяется по формуле:

$$I = \frac{D_c}{TI}, \quad (3)$$

Где I — индекс возможности приобретения жилья с помощью ипотечного кредита;

D_c — доходы семьи из двух человек (к расчету приняты взрослые работоспособные члены семьи);

TI — минимальный совокупный доход семьи для приобретения стандартного жилья размером 54 кв. м. с помощью ипотечного кредита.

$$TI = \frac{LTV}{100\%} \times P \times 54 \times \frac{i}{12 \times 100\%} \times \frac{100\%}{PI}, \quad (10)$$

$$1 - \left(1 + \frac{i}{12 \times 100\%}\right)^{-t \times 12}$$

Где LTV — доля заемных средств в стоимости приобретаемого жилья;

P — среднерыночная стоимость 1 кв. м. жилья;

i — процентная ставка по ипотечному кредиту (% в год);

t — срок кредита;

PI — доля платежей по ипотечному жилищному кредиту в доходах семьи;

54 кв. м. — стандарт обеспечения жилыми помещениями для семьи.

Расчеты индекса возможности приобретения жилья с помощью ипотечного кредита в зависимости от ежемесячных среднедушевых доходов по группам населения в период с 2010–2016 года показан в таблице 6.

Таблица 5
Расчет изменения коэффициента доступности жилья (Кд) в зависимости от ежемесячных среднедушевых доходов по группам населения за период 2010 – 2016

Показатели	2010			2011			2012			2013			2014			2015			2016		
	1 группа	2 группа	3 группа	1 группа	2 группа	3 группа	1 группа	2 группа	3 группа	1 группа	2 группа	3 группа	1 группа	2 группа	3 группа	1 группа	2 группа	3 группа	1 группа	2 группа	3 группа
Среднезвешенная стоимость жилья, руб./кв. м	Низкий доход	Средний доход	Высокий доход	Низкий доход	Средний доход	Высокий доход	Низкий доход	Средний доход	Высокий доход	Низкий доход	Средний доход	Высокий доход	Низкий доход	Средний доход	Высокий доход	Низкий доход	Средний доход	Высокий доход	Низкий доход	Средний доход	Высокий доход
	31 223	32 766	34 163	31 223	32 766	34 163	31 223	32 766	34 163	36 500	39 500	43 000	39 500	43 000	46 000	36 500	39 500	43 000	36 500	39 500	43 000
Величина прожиточного минимума, руб.	4205	4676	5027	4205	4676	5027	4205	4676	5027	5440	5850	6300	5850	6300	6700	5440	5850	6300	5440	5850	6700
Среднедушевой доход в месяц, руб.	6602	16081	33856	7176	17480	36800	7800	19000	40000	8424	20520	43200	9098	22161	46656	9917	24378	50388	10809	26816	54420
Доля нуждающихся в жилье (С), %	60	80	20	60	80	20	60	80	20	60	80	20	60	80	20	60	80	20	60	80	20
Доля группы в общей численности населения (а), %	46,4	40	13,6	46,4	40	13,6	46,4	40	13,6	46,4	40	13,6	46,4	40	13,6	46,4	40	13,6	46,4	40	13,6
Кд жилья по каждой группе, лет	19,54	3,94	1,58	19,66	3,84	1,53	18,48	3,67	1,47	18,35	3,63	1,45	18,24	3,63	1,45	17,83	3,57	1,46	16,79	3,43	1,45
Общая численность населения (А), чел	1385892,12			1375000,00			1368872,00			1368872,00			1368872,00			1368872,00			1368872,00		
Средний доход нуждающихся в жилье (ДСДН), руб. в месяц	12635,82			13734,59			14928,90			16123,21			17413,07			19073,32			20892,70		
Кд жилья в среднем, лет	5,56			5,43			5,18			5,12			5,12			5,05			4,86		

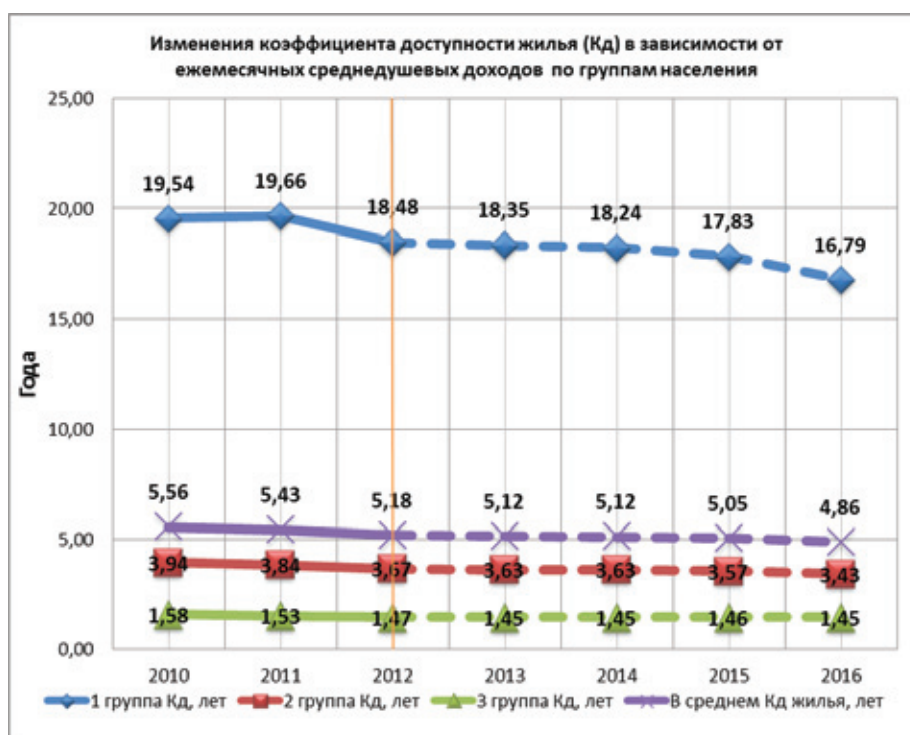


Рис. 8. График изменения коэффициента доступности жилья в зависимости от ежемесячных среднедушевых доходов по группам населения

Таблица 6

Изменения индекса возможности приобретения жилья с помощью ипотечного кредита в зависимости от ежемесячных среднедушевых доходов по группам населения в период с 2010–2016 года

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
t — Срок кредита, мес.	206,8	196,5	186,6	183,2	181	178,1	176
I — Процентная ставка, годовая, %	12,6	12,2	11,6	12,1	12,3	12,6	12,9
P — среднерыночная стоимость 1 кв. м. жилья;	31 223	32 766	34 163	36 500	39 500	43 000	46 000
LTV — доля заемных средств в стоимости приобретаемого жилья, %	57,8	58,52	56,4	56	56	56	57
PI — Платеж к доходу, %	36,5	37,58	36,1	35	34	33	31
Средняя площадь жилья, м ²	54	54	54	54	54	54	54
TI — минимальный совокупный доход семьи для приобретения стандартного жилья размером 54 кв. м. с помощью ипотечного кредита.	31688,70	32459,38	33410,80	37816,68	42762,11	48999,39	57920,33
1 группа с низкими доходами, руб.	6602	7176	7800	8424	9098	9917	10809
2 группа со средними доходами, руб.	16081,6	17480	19000	20520	22161,6	24378	26816
3 группа с высокими доходами	33856	36800	40000	43200	46656	50388	54420
I — индекс возможности приобретения жилья с помощью ИК, %							
1 группа	42 %	44 %	47 %	45 %	43 %	40 %	37 %
2 группа	101 %	108 %	114 %	109 %	104 %	100 %	93 %
3 группа	214 %	227 %	239 %	228 %	218 %	206 %	188 %



Рис. 9. Изменения индекса возможности приобретения жилья с помощью ипотечного кредита в зависимости от ежемесячных среднедушевых доходов по группам населения в период с 2010–2016 года

Значение индекса в 100 % означает, что домохозяйство имеет средние доходы, в точности соответствующие необходимым доходам для приобретения стандартного жилья с помощью ипотечного кредита на средних сложившихся условиях. У второй и третьей групп значение индекса возможности приобретения жилья достигает 100 %, что говорит о возможности воспользоваться услугами банка на стандартных условиях. Если индекс меньше 100 %, то среднестатистическое домохозяйство не в состоянии приобрести стандартное жилье. Значение показателя в 50 % означает, что среднестатистическое домохозяйство имеет лишь 50 % дохода, необходимого для приобретения стандартного жилья с помощью ипотечного кредита. У первой группы населения с низкими доходами индекс не достигает и 50 %, это говорит о том, что граждане с низкими доходами не могут воспользоваться ипотечным кредитом на стандартных условиях. При этом необходимо отметить, что данный индекс важно правильно интерпретировать. Значение индекса меньше 100 % означает невозможность для среднестатистического домохозяйства приобрести стандартное жилье с помощью ипотечного кредита, но такое домохозяйство может улучшить жилищные условия — например, увеличить размер жилья или число комнат путем продажи старого и приобретения нового жилья с помощью ипотечного кредита, либо воспользоваться программами банка с господдержкой. Наглядно изменения индекса возможности приобретения жилья с помощью ипотечного кредита в зависимости от ежемесячных среднедушевых доходов по группам населения в период с 2010–2016 года показан на рисунке 9.

Из данного графика видно, что в прогнозном периоде ипотека на стандартных условиях становится менее доступна для населения.

Проанализировав Индекс возможности приобретения жилья с помощью ипотечного кредита и Коэффициент доступности жилья для групп граждан с различными уровнями дохода, следует выдвинуть следующие предложения по улучшению жилищных условий для различных категорий граждан.

Рассмотрим возможные схемы обеспечения доступным жильем граждан с невысоким уровнем доходов рисунок 10.

Для первой группы населения с низкими доходами Коэффициент доступности жилья является самым высоким, что свидетельствует о том, что при данных ценах на жилье гражданам не хватает собственных денежных средств для улучшения своих жилищных условий. Так же их доходов не хватает, что бы воспользоваться ипотечными программами на стандартных условиях. Но сейчас банки упрощают свои требования к заемщику, а так же разрабатывают программы для различных категорий граждан с господдержкой. В Пензенской области развивается строительство жилья эконом-класса. Стоимость 1 кв. м. жилья в таких домах на 20 % ниже рыночной. Кроме того застройщики и банки предлагают совместно разработанные специальные кредитные программы для приобретения жилья в конкретном доме или жилом комплексе, что повышает возможности граждан с низкими доходами воспользоваться ипотекой. Основой возможностью улучшить свои жилищные условия для граждан с низкими доходами является арендное жилье. Данный сегмент рынка развивается очень медленно, но стоит отметить, что

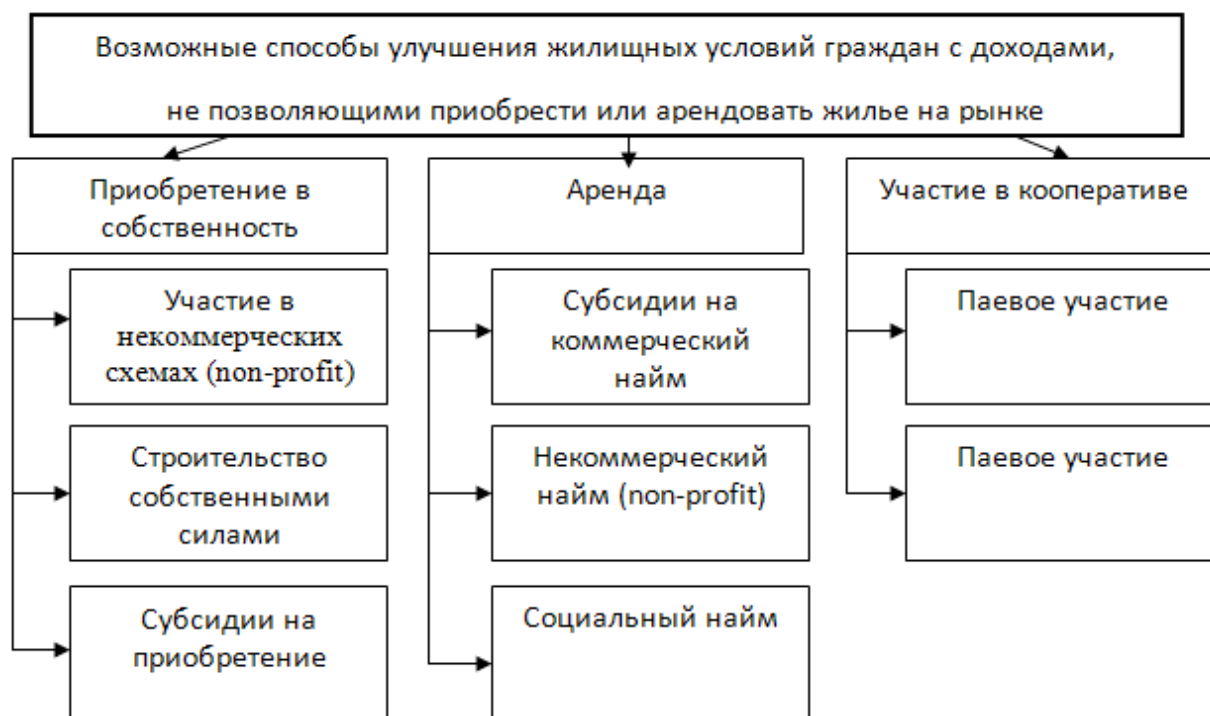


Рис. 10. Возможные схемы улучшения жилищных условий граждан с невысокими доходами

арендное жилье — это наиболее честный способ для государства выполнить обязательства по предоставлению людям возможности комфортного проживания. Мы предлагаем реализовать следующую схему: государство через специально уполномоченные организации, например через Федеральный фонд содействия развитию жилищного строительства, продает площадки для доходных домов по минимальной стартовой цене. Единственное условие — построенный жилой дом не подлежит разделению на квартиры, он регистрируется только как единый объект недвижимости. Если собственник или инвестор хочет его разделить, он должен доплатить до максимальной рыночной стоимости земли на данный момент и только потом его продавать. Необходимо четко прописать механизм получения площадки под застройку, чтобы не было мошеннических схем, когда компания получает землю почти бесплатно, строит объект якобы под арендное жилье, а потом распродает его поквартирно. Бизнес по сдаче в аренду многоквартирного дома выглядит примерно так же, как сдача офисов или торговых площадей. Единственное отличие — денежный поток от аренды жилья гораздо более защищенный. Человек в ситуации различных финансовых кризисов может легко отказаться от аренды офиса, может меньше ходить в магазин, но жить на улице он не сможет. Кроме того, если часть квартир в доме сдается по социальному найму, застройщик еще и обеспечен госзаказом. Конечно, от сдачи квартир возврат инвестиций не такой быстрый, как от продажи: около 6–7 % годовых. Однако застройщику не надо ждать 15 лет. Он может построить арендный дом, заселить туда

арендаторов, в течение года зафиксировать стабильный денежный поток и в течение двух лет продать дом как единый объект недвижимости. Такие объекты будут покупать крупные организации, которых интересуют не спекулятивный капитал, а инвестиции в долгие денежные потоки, например пенсионные фонды. ОАО «Агентство по ипотечному жилищному кредитованию» разработанный ипотечный продукт для юридических лиц «Арендное жилье», направленный на формирование условий кредитования юридических лиц на цели приобретения жилья для предоставления внаем. Продукт представляет собой финансовый инструмент, который должен помочь организациям, заинтересованным в создании арендного жилищного фонда, приобрести такой фонд в кредит, по аналогии с физическими лицами-заемщиками. Продукт должен стать одним из инструментов поддержки создания арендного жилищного фонда, механизмы, заложенные в Продукт, могут использоваться субъектами РФ путем включения института ипотечного кредитования в разрабатываемые подпрограммы развития рынка арендного жилья. Данный проект был удачно реализован в Новосибирске, где построено и заселено два малоэтажных многоквартирных дома, большинство жителей этих домов — молодые люди 20–30 лет, которые имеют возможность арендовать уже меблированную квартиру в хорошем новом доме. Подобный проект возможно реализовать и в Пензенской области. Если начать строительство арендного жилья с 2013 года, в таких районах как Арбеково, Шуист, Терновка, то к 2015 году возможно значительно уменьшить коэффициент доступности жилья. Предпо-



Рис. 11. График изменения коэффициента доступности жилья для населения с низким уровнем дохода

ложим, что ставка аренды будет 17000 руб. в месяц, то коэффициент доступности жилья к 2016 году уменьшится до значения равного 1,54 года. Изменения коэффициента доступности жилья показаны на рисунке 11 — График изменения коэффициента доступности жилья для населения с низким уровнем дохода.

К сожалению, несмотря на очевидные преимущества, рынок арендного жилья в России пока развивается очень медленно. Граждане никак не могут отказаться от идеи, что право на комфортное проживание равно праву собственности. Когда население осознает, что это две разные вещи, миллионы россиян, вместо того чтобы годами, десятилетиями ждать жилье в собственность, начнут комфортно жить уже сегодня в арендном жилье.

Анализ второй группы населения со средними доходами показал, что коэффициент доступности жилья чуть выше показателя равного 3 года. Индекс возможности приобретения жилья с помощью ипотечного кредита достигает 100 %, что позволяет данной группе населения воспользоваться ипотекой на стандартных условиях. Но в прогнозном периоде данный показатель падает и к 2016 году доходов граждан не хватит для погашения кредита. Сейчас банки реализуют ипотечные программы с господдержкой, в дальнейшем требования к заемщикам станут снижаться. Для граждан со средними доходами возможно приобрести в собственность жилье эконом класса. Развитие жилья эконом класса является одной из частей госпрограммы. Она ориентирована на ту категорию населения, уровень дохода которой несколько ниже той границы, которая позволяет им приобрести жилье с помощью собственных либо заемных средств на текущих рыночных условиях. При этом основная цель программы —

запустить механизм строительства жилья эконом класса, без ущерба его качеству, с фиксированной ценой реализации на 20 % ниже текущих рыночных цен, что как раз позволит создать дополнительный спрос для категории людей с низкими и средними доходами. В рамках программы по повышению доступности жилья эконом класса в Пензенской области в прошлом году по заказу областного Агентства ипотечного кредитования построены и сданы в эксплуатацию дома в Пензе, Кондоле и Кузнецке. Первыми новоселами в них стали ветераны Великой Отечественной войны, которые смогли приобрести комфортабельные квартиры с помощью государственных жилищных сертификатов. Аналогичный проект был реализован и в рабочем поселке Мокшан. Современный кирпичный дом возводился по заказу Агентства ипотечного кредитования Пензенской области, основным акционером которого является региональное правительство. Стройку ведут в рамках проекта по повышению в регионе доступности жилья эконом класса. Жилье можно было приобрести в рассрочку, либо, оформив ипотечный кредит — тем более что ставки по нему снижены. Теперь квартиру в новостройке можно оформить всего под 7,9 процентов годовых, а для обладателей материнского капитала — под 7,65 процента. В счет оплаты принимаются все виды социальных сертификатов. С 2013 активное строительство жилья эконом класса будет осуществляться в пригороде Пензы. Регион выгодно отличается по показателям жилищного строительства, в том числе и стоимости одного квадратного метра, цена в домах эконом класса обычно не превышает 30 тыс. руб., что является одним из самых низких показателей в Приволжье. При этом строительство ведется в районах с уже



Рис. 12. График изменения коэффициента доступности жилья для населения со средним уровнем дохода

хорошо развитой инфраструктурой (город Спутник, поселок Заря). При удачно реализованных проектах жилья эконом класса можно снизить коэффициент доступности жилья для граждан со средним уровнем дохода. К 2016 году он упадет до значения 2,6 года. Изменения данного показателя представлены на рисунке 12 — График изменения коэффициента доступности жилья для населения со средним уровнем дохода.

В районах Пензенской области уже есть готовые квартиры эконом класса, цена на которые значительно ниже, чем в самой Пензе. В 2013 г. планируется построить 900 тыс. кв. м жилья. Выполнение такого объема — это не просто экономический показатель, а социальная задача, выполнение которой необходимо для полноценного развития региона.

Для группы населения с высоким уровнем дохода есть возможность улучшить свои жилищные условия с помощью ипотечного кредита. По итогам 2012 года индекс возможности приобретения жилья с помощью ипотечного кредита достиг значения в 239%, что является очень хорошим показателем. У данной группы населения нет острой потребности в улучшении жилищных условий, если только в увеличении общей площади жилья, либо в увеличении числа комнат.

После проведенного анализа в результате стоит отметить, что проблема доступности жилья в Пензенской области существует и для большинства жителей она является острой, но пути ее решения имеются с помощью ряда мероприятий по улучшению жилищных условий для групп граждан с различным уровнем дохода.

Литература:

1. Аверченко В. А. Доступное и комфортное жилье — гражданам России // Промышленное и гражданское строительство. 2005. — № 12. — с. 3–6.
2. Баронин С. А. Методология формирования и развития территориальных рынков доступного жилья: дис.д-ра экон.наук /С. А. Баронин; Московский государственный строительный университет. — Москва, 2005.
3. Белоусова Л. С. Социально-экономические аспекты формирования рынка жилья и регулирования жилищного строительства в регионе / Л. С. Белоусова // Финансы и кредит. 2006. — № 7 (211). — С. 68–75.
4. Гусев А. Б. Доступность жилья в России и за рубежом // Капитал страны. Работа выполнена при финансовой поддержке Российского гуманитарного научного фонда (проект № 08–02–00065а) <http://www.kapital-rus.ru/articles/article/610>.
5. Гусев А. Б. Оценка доступности жилья с кредитом в России. Электронный ресурс./ А. Б. Гусев Режим доступа: <http://www.kapital-rus.ru>
6. Заводова Т. С. Экономико-математическое моделирование ценообразования и доступности жилья на региональном рынке //08.00.13 — Иваново, 2009.

Государственная поддержка малого бизнеса (на примере Волгоградской области)

Рудыкина Валентина Петровна, кандидат экономических наук, доцент
Российский государственный торгово-экономический университет, Волгоградский филиал

По мере увеличения рыночного содержания экономики России возрастает в ней роль малого бизнеса. И наоборот: рост малого бизнеса в России увеличивает рыночный характер экономики. Развитие рыночной экономики, а так же усиление и увеличение малого предпринимательства актуализирует проблему взаимодействия государства с ним, и в первую очередь проблему его поддержки.

Проблема государственной поддержки того, что зарождается и, развиваясь способствует развитию национальной экономики, стояла во всех национальных экономических системах. Но ее следует особенно осмысливать когда в стране формируется развивающаяся рыночная экономика, а развитые рыночные экономики уже находятся на стадии постиндустриального общества.

Если говорить о том, что малый бизнес «активирует структурную перестройку экономики..., «мобилен»..., отличается способностью и готовностью к инновациям..., расширяет поле внутренней и внешней конкуренции..., вносит значительный вклад в стабилизацию социальной ситуации» [3, с. 21] и т.д., то бесспорным становится вопрос о государственной его поддержке.

При этом следует ответить на вопрос что именно следует поддерживать в малом бизнесе, в каких формах и как.

Считаем, что в решении данного вопроса нужно сочетать два подхода: стратегический — исходя из целей формирования модели рыночной экономики России и роли в нем малого бизнеса; и тактический — используя накопленный опыт всеми рыночными экономиками по формированию малого предпринимательства.

Следует выделить тот факт, что временной период и процессы создания малого бизнеса в развитых странах, а так же задачи «догоняющего» или «опережающего» развития развивающихся рыночных экономик определяют процессы создания и поддержки государством малых форм экономики. В развитых рыночных экономиках создание предприятий малого бизнеса прошло более длительный период. Они создавались в процессе концентрации и специализации крупного производства, который привел к тому, что крупные предприятия стали «отдавать» поставку и даже подготовительные производства специализирующимся на этом предприятиям, которые, как правило формировались как средние или малые, либо в этих нишах стали создаваться новые малые и средние предприятия.

В развивающихся экономиках процесс концентрации и специализации ускорился созданием малых и средних предприятий, которые конкурировали на одних и тех же рынках с крупным бизнесом с аналогичными ви-

дами товаров [1, с. 41]. В этом видится не только особая роль предпринимательского духа, но и роль государства многих стран в разных формах поддерживающего малый и средний бизнес страны.

Учитывая вышеизложенное, охарактеризуем поддержку создания и развития малого бизнеса в Волгоградской области. Можно выделить следующие направления поддержки малых форм предпринимательства.

Первое направление — это упрощение процедуры создания бизнеса. Мы уже ушли от большого количества согласований при создании бизнеса и сейчас открытие малого предприятия занимает 10–20 дней. И здесь многое зависит от того, насколько предприниматель владеет компьютерными технологиями и как планирует организацию создания своего предприятия. Хорошее знание компьютера избавляет его от хождения по инстанциям на основе использования своего интернет-кабинета. И поэтому этот процесс займет минимальное количество времени. В противном случае этот процесс затягивается. Это направление скорее всего не поддержка малого бизнеса, а движение к созданию рыночной инфраструктуры формирования и сопровождению бизнеса.

Второе направление — формирование льготных режимов налогообложения, в которых множество налогов заменяется одним, причем по ставке значительно меньшей, чем в традиционной системе налогообложения, либо предприниматель платит рассчитанную и постоянную величину налога. К таким режимам налогообложения относятся упрощенная система налогообложения и единый налог на вмененный доход (ЕНВД), который до 2018 года заменяется на патент.

Третье направление — это упрощение процедуры получения кредита малыми предприятиями.

И четвертое — формирование государственных и региональных программ поддержки малого бизнеса. Охарактеризуем содержание четвертого направления на примере поддержки малого бизнеса Волгоградской области.

По количеству малых и средних предприятий Волгоградская область занимает десятое место среди регионов — лидеров. Вместе с тем, в последнее время наметилась тенденция уменьшения количества малых и средних предприятий Волгоградской области. Эта тенденция отражает динамику предприятий МСБ по России, сложившуюся в последние годы. Уменьшение составило: с 100,4 тыс. ед. — в 2011 г. до 98,56 тыс. ед. — в 2012 году; в том числе юридических лиц — с 25,2 тыс. ед. до 27,4 тыс. ед., индивидуальных предпринимателей — с

75,2 тыс. ед. до 71,5 тыс. ед. за этот же период. Только с 1 января 2012 г. по 31 декабря 2012 г. сократилось количество индивидуальных предпринимателей на 1,9%, а среднесписочная численность малых и микро-предприятий уменьшилась на 3,2%.

Причины уменьшения количества малых и средних предприятий носят объективный характер: произошло ограничение торговли алкогольной продукции, изменились условия работы рынков, а главное — с 1 января 2013 года произошло единовременное двукратное увеличение пенсионных страховых взносов для самозанятого населения. Все это привело к тому, что предприятия с годовым оборотом в 100 тыс. рублей после уплаты всех налогов теряли коммерческий смысл деятельности.

Вышеназванные причины снижения количества малых и средних предприятий имеют место и в 2013 году, поэтому в Администрации Волгоградской области имеется оптимистический и пессимистический прогнозы динамики индивидуальных предпринимателей на 2013 год.

Волгоградская область, как и другие регионы России участвует в федеральных программах поддержки малого и среднего бизнеса. В 2012 году федеральная поддержка проводилась в следующих формах: выделение субсидий, развитие молодежного предпринимательства, формирование и поддержка инфраструктуры малого бизнеса (бизнес-инкубатор, гарант фонд, центр микрофинансирования), поддержка инновационных предприятий, софинансирование муниципальных программ. В 2012 году освоено из средств федерального бюджета — 104395,63 тыс. руб., из областного бюджета — 37263,29 тыс. руб.

Отрицательная динамика малых и средних предприятий в последние годы диктует необходимость разработки и использования новых форм поддержки бизнеса. Федеральная и муниципальная поддержка бизнеса диктуется и тем, что экономика области продолжает оставаться в депрессивном состоянии после последнего экономического кризиса.

Волгоградский центр предпринимательства выделяет такие новые формы государственной поддержки малых и средних предприятий как: центр инжиниринга, программа «крупный и малый бизнес», инвестклуб (портал предприятия), поддержка центров инноваций социальной сферы, агропромпарки, поддержка формирования иной бытовой инфраструктуры.

Происходит изменение бытовой инфраструктуры в направлении переориентации торговли в киосках и ларьках на формат «магазин у дома», в том числе с использованием франшизы. Программами поддерживается организация кооперативно-фирменной торговли и объединение в сети, оптовая торговля, в том числе обеспечивающая поставки для государственных нужд.

В программе «Малый и средний бизнес» осуществляется поддержка формирования команд профессионалов

малого бизнеса, получения грандов, формирование совместных проектов.

Только на новые формы развития малого и среднего предпринимательства в 2013 году будет направлено 132.1 млн. рублей. Значительную долю в финансировании мероприятий программ занимает субсидирование затрат малого и среднего предпринимательства на сертификацию. Размер субсидии определяется из расчета 50 процентов произведенных заявителем затрат. Максимальный размер субсидии на покрытие расходов, связанных с получением одного сертификата, проведением контроля (надзора), составляет 500 тыс. рублей, а в расчете на одного заявителя — 1 млн. рублей по затратам одного года.

Затраты, связанные с проведением сертификации, контроля (надзора) на группу компаний, субсидированию не подлежат.

Субсидии предоставляются на сертификации по ISO 9001; ISO 14001; OHSAS 18001; ГОСТ Р 12.0.006—2002; SA 8000; ISO/IEC 27001; GMP (Good Manufacturing Practice); HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point); ISO 22000; ISO/TS 16949:2002; TL 9000; ISO 13485; обязательная маркировка CE; формы «А», «СТ-1».

Тем самым государство поддерживает предпринимателей, производящих качественную продукцию и услуги на уровне европейских стандартов.

В последнее время изменяются не только формы поддержки предпринимательства, но и введен новый формат ее получения. Заявительный порядок предоставления субсидии заменен единым конкурсным отбором предпринимателей-получателей финансовой поддержки. Активно привлекаются внебюджетные источники для финансирования программных мероприятий. Создается единый информационно-аналитический портал государственной поддержки малого и среднего предпринимательства Волгоградской области. Создается единая комплексная база данных предпринимателей.

Цель всех мероприятий: повышение эффективности целевого использования бюджетных средств, направляемых на государственную поддержку предпринимательства.

Охарактеризуем состав и величину финансовой поддержки малых предприятий Волгоградской области по данным таблицы 1.

Как свидетельствуют данные таблицы 1, в 2013 году в области продолжается поддержка мероприятий инновационного характера, усилилась поддержка инфраструктуры малого и среднего бизнеса в форме инжиниринговых услуг, формирование агропромпарков, поддерживается развитие социальной сферы. Все это свидетельствует о том, что в стране и области продолжает формироваться структура экономики более соответствующей рыночному типу с инновационной направленностью.

Таблица 1

Финансирование мероприятий программы поддержки малого и среднего бизнеса
за счет средств федерального и областного бюджетов (в млн. рублей)

Мероприятия	Финансовые средства
Субсидирование части затрат субъектам малого и среднего предпринимательства на плату по договорам финансовой аренды (лизинга)	8 500/34 000
Оказание поддержки начинающим субъектам малого предпринимательства, в том числе инновационным	3 000/12 000
Субсидирование части затрат субъектам малого и среднего предпринимательства — действующим инновационным компаниям	7 000/28 000
Субсидирование части затрат субъектам малого и среднего предпринимательства, связанных с приобретением оборудования в целях создания, развития или модернизации производства	4 000/16 000
Субсидирование части затрат субъектам малого и среднего предпринимательства на развитие центров времяпрепровождения детей	1 000/4 000
Субсидирование части затрат субъектам малого и среднего предпринимательства на уплату процентов по кредитам, привлеченным в российских кредитных организациях	4 500/18 000
Субсидирование части затрат субъектам малого и среднего предпринимательства, направленных на повышение энергоэффективности их производств	1 000/4 000
Субсидирование части затрат субъектам малого и среднего предпринимательства на технологическое присоединение к объектам электросетевого хозяйства	1 000/4 000
Субсидирование части затрат субъектам малого и среднего предпринимательства на сертификацию	250 (обл)
Субсидирование части затрат, произведенных субъектами малого и среднего предпринимательства, в том числе субъектами молодежного предпринимательства, на оплату образовательных услуг	500 (обл)
Субсидирование части затрат субъектам малого и среднего предпринимательства, связанных с участием в выставочно-ярмарочных мероприятиях, в том числе реализующих инновационную продукцию	474 (обл)
Создание и развитие центра инжиниринга Волгоградской области	500/2 000

Литература:

1. Краснов И. Роль малых и средних предприятий в мировой экономике. //Проблемы теории и практики управления. — 2013. — № 1. — с. 38–46.
2. Косариков А., Соколова О. Малый бизнес в России: программирование развития //Проблемы теории и практики управления. — 2012. — № 19–10. — с. 158–163
3. Мильнер Б., Орлова Т. Малый бизнес: проблемы организации и управления. //Проблемы теории и практики управления. — 2013. — № 4. — с. 38–30.
4. Мильнер Б., Орлова Т. О государственной системе поддержки малого бизнеса. //Проблемы теории и практики управления. — 2013. — № 5. — с. 23–34.

7. ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА

Сущность и организационная структура мясомолочного подкомплекса и приоритетные направления его развития

Аничкина Ольга Александровна, кандидат экономических наук, доцент;

Савина Юлия Ивановна, доцент

Московский государственный университет технологий и управления, институт экономики и бизнеса

Мясомолочный подкомплекс — достаточно сложная организационно-экономическая и технологическая конструкция, включающая сферу производства, переработки и реализации мясомолочной продукции. [1,2]

Выделение мясопродуктового подкомплекса как самостоятельной структуры связано с тем, что:

- в производстве мяса участвуют биологические объекты (животные), от которых получают по несколько видов продукции. Крупный рогатый скот, в частности, продуцирует молоко, мясо, является поставщиком сырья для кожевенной промышленности. Птица дает яйцо, мясо, пух, перо и т.д.;

- мясо-сырье производит не одна отрасль, а несколько — скотоводство, свиноводство, птицеводство, овцеводство и другие, что определяет взаимозаменяемость различных видов мяса и конкуренцию между их производителями;

- для различных видов животных в силу их физиологических особенностей необходимы разные условия содержания, кормления и обслуживания;

- средства производства выпускаются для животноводства и перерабатывающей промышленности отдельно, а не конкретно для мясного подкомплекса.

В идеальном виде в мясной подкомплекс должны включаться только специализированные хозяйства по выращиванию и откорму крупного и мелкого рогатого скота, по воспроизводству, доращиванию и откорму свиней, свинопредприятия с полным циклом производства, бройлерные птицефабрики, ветеринарная служба, заготовительные организации, а также мясокомбинаты, специализированные оптовые рынки, фирменные магазины розничной торговли. Но в действительности мясной подкомплекс — гораздо более сложная структура. Ядром мясного подкомплекса, объединяющим взаимосвязанные отрасли, участвующие в процессе производства и товарного обращения конечной продукции, является животноводство всех сельскохозяйственных организаций различных организационно-правовых форм, фермерских хозяйств и личных хозяйств граждан в части выращивания и откорма животных для получения мяса. [2]

Мясомолочный подкомплекс в настоящее время представляет собой не целостную структуру, а совокупность разрозненных предприятий по производству, переработке и сбыту мясомолочной продукции, не объединенных общими экономическими интересами. Существующая система хозяйствования не стимулирует структурную перестройку и рост производительности труда, носит затратный характер, не заинтересовывает производителей в развитии мясного животноводства, а перерабатывающие предприятия — в безотходной, комплексной переработке скота и птицы. [2]

Преодоление негативных явлений в мясном подкомплексе требует разработки системы организационно-экономических мер по повышению эффективности функционирования всего мясного подкомплекса и отдельных его отраслей, включающей создание условий для развития интеграционных процессов между всеми участниками единой продуктовой цепочки; мобильное освоение достижений научно-технического прогресса; государственное регулирование объемов поставок сырья, его переработки и реализации готовых продуктов с использованием экономических методов; гибкое ценообразование на мясо и мясные продукты с учетом спроса, предложения и потребительских свойств конечной продукции; ликвидацию монополизма, создание альтернативных производств и структур; льготное кредитование и налогообложение; контроль за конкурентами и защиту внутреннего рынка, анализ складывающейся конъюнктуры на рынке продовольствия и ценных бумаг; маркетинговый подход к построению сферы реализации. Выявление приоритетных направлений развития мясомолочного подкомплекса страны потребовало разработки перечня проблем развития мясомолочного подкомплекса на основе комплексного анализа объекта прогнозирования.

В связи ограниченными материальными и финансовыми ресурсами на период до 2020 г. осуществлено ранжирование по степени важности проблем развития мясомолочного подкомплекса (рис. 1). Причем следует отметить, что предпочтение было отдано тем направлениям, которые позволяют с минимальными материаль-



Рис. 1. Приоритетные направления развития мясомолочного подкомплекса

ными и финансовыми ресурсами вывести мясомолочный подкомплекс страны из кризисного состояния и повысить продовольственную безопасность страны. [1]

Ранжирование проблем развития мясомолочного подкомплекса осуществлено по основным сферам деятельности мясомолочного подкомплекса, включая и сельское хозяйство. Это объясняется тем, что без восстановления сельскохозяйственного производства рассчитывать на успех не приходится. Прогнозировать развитие мясомолочного подкомплекса без учета изменений в отраслях растениеводства сложно, так как для роста производства мяса и молока необходимо не только учитывать изменения в структуре кормовых культур, но и знать об изменениях, например, в производстве зерна, масличных культур и др. Это объясняется тем, что основным сырьем в комбикормовой промышленности является зерно. Сейчас в сельском хозяйстве страны особенно остро стоит проблема повышения эффективности отрасли, отдачи от созданного производственного потенциала. Основным путем повышения эффективности сельскохозяйственного производ-

ства на современном этапе является перевод его на инновационный путь развития.

Рост производства животноводческой продукции должен осуществляться на основе интенсификации, повышения продуктивности животных. Как показывает анализ современного состояния животноводства в данном направлении есть значительные резервы.

В связи с этим важным приоритетным направлением в мясомолочном подкомплексе является модернизация перерабатывающих предприятий. Только более интенсивное внедрение инноваций в перерабатывающей промышленности позволит повысить конкурентоспособность предприятий по переработке животноводческого сырья. [1]

Инвестиционный климат в России пока остается неблагоприятным. Низкий уровень инвестиционной активности сдерживает структурно-технологические преобразования в производстве. Ограниченность накоплений у перерабатывающих предприятий не позволяет обеспечить даже замену выбывающих устаревших фондов, не говоря о рас-

ширенном их воспроизводстве. Между тем, проведенный анализ инвестирования пищевой промышленности в последние годы в сравнении с другими отраслями промышленности свидетельствует о том, что мясомолочная промышленность является одной из привлекательных, как для иностранных, так и для российских инвесторов. При создании более благоприятного инвестиционного климата в России привлекательность мясомолочной промышленности для инвесторов возрастет, что позволяет надеяться на обновление в перспективе значительной части уставших основных фондов. [1]

Для выхода их кризисного состояния продовольственного комплекса страны целесообразно создать регулируемую рыночную инфраструктуру через формирование и поэтапное развитие системы оптовых продовольственных рынков разных уровней. Систему оптовых продовольственных рынков целесообразно рассматривать как сферу движения продовольственных товаров, в том числе мясных и молочных продуктов, от товаропроизводителя до потребителя.

Исследование показало, что в развитых странах созданы системы крупной оптовой торговли через оптовые продовольственные рынки и оптовый покупатель гарантирует сбыт пищевой продукции на экономически при-

емлемых условиях и даже может быть инвестором производства. Чем сильнее развита экономика страны, тем большая доля продовольственных товаров реализуется через оптовые рынки. Это относится в первую очередь к молочным продуктам, которые имеют длительный срок хранения: животное масло, сыр, молочные консервы, сухое молоко и др. [1,2]

Современный оптовый продовольственный рынок — это управляемый и регулируемый механизм товародвижения с соответствующей структурой, включающей в себя комплекс торговых, складских, административных помещений и вспомогательных служб. Оптовый рынок задает участникам торгов «правила игры», суть которых сводится к обеспечению соответствующих требований по улучшению качества, безопасности, ассортимента, стандартизации, упаковки. Причем следует отметить, что население страны предпочитает приобретать молочные продукты на оптовых продовольственных рынках из-за более низких цен на них. [2]

Таким образом, развитие мясомолочного подкомплекса страны в перспективе до 2020 года позволит не только увеличить выработку отечественных мясных и молочных продуктов, но и повысить уровень продовольственной безопасности страны.

Литература:

1. Гончаров В.Д., Аничкина О.А., Котеев С.В. Молочный подкомплекс России/ Под. Ред. Д.э.н., профессора Гончарова В.Д. — М.: Энциклопедия российских деревень, 2010. — 216 с.
2. Гончаров В.Д., Котеев С.В.. Молочный подкомплекс России. — М.: Энциклопедия российских деревень, 2009. — 161 с.

Стратегический анализ отрасли и макроокружения электроэнергетики ОАО «Газпром нефтехим Салават»

Деревяшкин Александр Валерьевич, студент

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

Введение

Для проведения наиболее объективного и детального анализа состояния электроэнергетики ОАО «Газпром нефтехим Салават» необходимо определить максимальное количество факторов, которые оказывают и могут оказывать влияние в ближайшее будущее на развитие электроэнергетики предприятия и отрасли в целом. Для решения поставленной задачи наиболее подходящим и конструктивным с точки зрения широты информации является стратегический анализ внутренней среды электроэнергетики предприятия. Как правило, данный вид анализа широко применяется для определения дальнейшей стратегии развития организаций и предприятий, учитывая специфику отрасли в целом. Под организацией и предприятием

в данном случае всегда предполагается объект, который производит и поставляет товары и услуги на рынок потребителю. В нашем же случае, задачей является анализ электроэнергетики предприятия, электроэнергетики — как неотъемлемой составляющей ОАО «Газпром нефтехим Салават» при производстве и поставке товаров и услуг на рынок, как составляющей, которая прямо влияет на ценообразование товаров нефтеперерабатывающей отрасли.

Стратегический анализ отрасли и анализ макроокружения электроэнергетики предприятия

Электроэнергетика является основной отраслью любого современного государства, темпы роста генерируемой электроэнергии и использование потенциала энер-

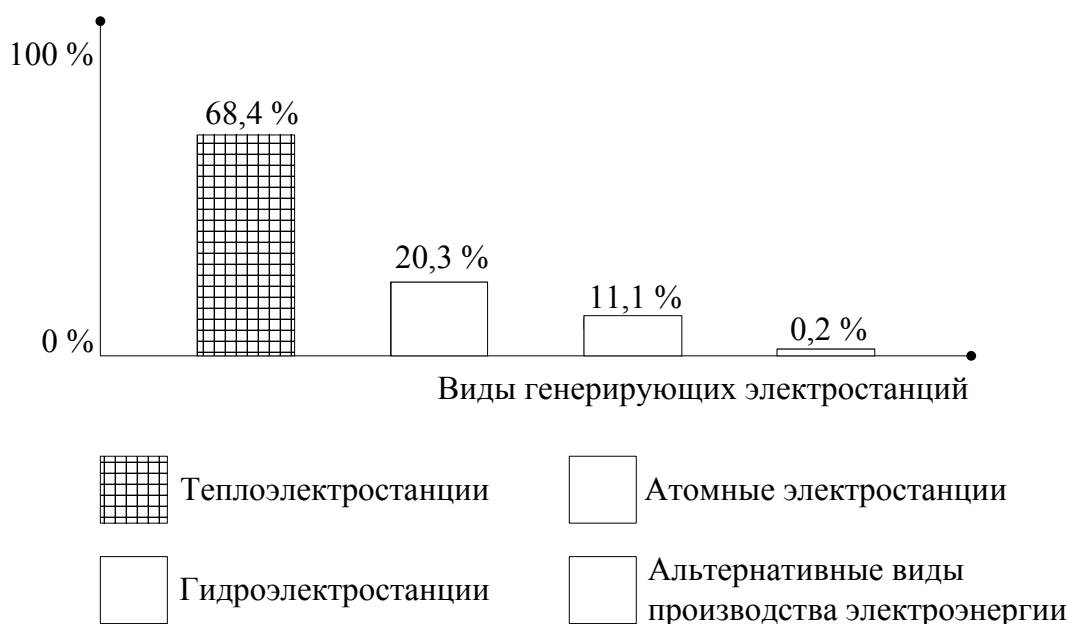


Рис. 1. Объемы генерируемой электроэнергии

госбережения страны прямо свидетельствуют о росте и развитии экономики в целом и об увеличении производства внутреннего валового продукта (ВВП). Государство не может позволить себе строительство новых объектов и сооружений, развивать промышленность, медицину и инфраструктуру населённых пунктов, если нет новых мощностей.

В энергосистемах Российской Федерации эксплуатируется более 600 тысяч километров воздушных и кабельных линий электропередачи напряжением 35 кВ и выше и 2 миллиона километров напряжением 0,4...20 кВ [1].

По данным министерства энергетики Российской Федерации, энергетическая система страны включает в себя порядка 700 электростанций мощностью свыше 5 МВт, на конец 2012 года общая установленная мощность которых составила 223070,83 МВт.

На рисунке 1 представлены данные по объёму генерируемой электроэнергии в зависимости от типа электростанций [2].

В производстве электроэнергии доминирует тепловая энергетика, по мировым объемам производства на ТЭЦ приходится около 90% всей генерируемой электроэнергии. Такую картину можно наблюдать практически во всех странах, лишь в нескольких десятках стран большая часть электроэнергии генерируется иными видами электростанций.

Федеральная служба государственной статистики обладает исчерпывающими данными по росту ВВП и энергобалансу нашей страны, анализ которых наглядно показывает зависимость данных показателей и свидетельствует о темпах роста экономики, рисунок 2 [3]. Российская Федерация ежегодно экспортирует электроэнергию в страны СНГ и дальнего зарубежья, что является показа-

телем превышения производства электроэнергии над его потреблением.

За последнее десятилетие электроэнергетическая отрасль претерпела множество реформ, итогами которых стали радикальные реорганизации: изменение системы государственного регулирования отрасли, первые шаги к созданию конкурентного рынка электроэнергии. Произошли изменения и в структуре отрасли: вместо прежних вертикально-интегрированных компаний, выполнявших все функции производства, транспортировки и сбыта электроэнергии, созданы структуры, специализирующиеся на отдельных видах деятельности.

Следует так же отметить, что благодаря реформе за последние 10 лет общая установленная мощность всех электростанций в России увеличилась на 26 ГВт, что сопоставимо с мощностью всех АЭС в стране, а объём инвестиций за 10 лет вырос в 3,5 раза — до 900 млрд. руб. ежегодных инвестиций [4].

Дальнейший стратегический анализ обусловлен необходимостью выявления основных факторов макроокружения, влияющих на электроэнергетику предприятия и отрасли. В нашем случае анализ проводится по трём основным факторам макроокружения электроэнергетики предприятия, структурно представленным на рисунке 3.

Проводя анализ действующих законов и нормативно-правовых актов в области электроэнергетики можно сделать вывод, что процесс реорганизации и реформирования отрасли идет полным ходом. Более того, правительство Российской Федерации и министерство энергетики Российской Федерации оперативно реагируют на изменения, которые происходят в отрасли. Итогом оперативного анализа и дальнейших капитальных реоргани-

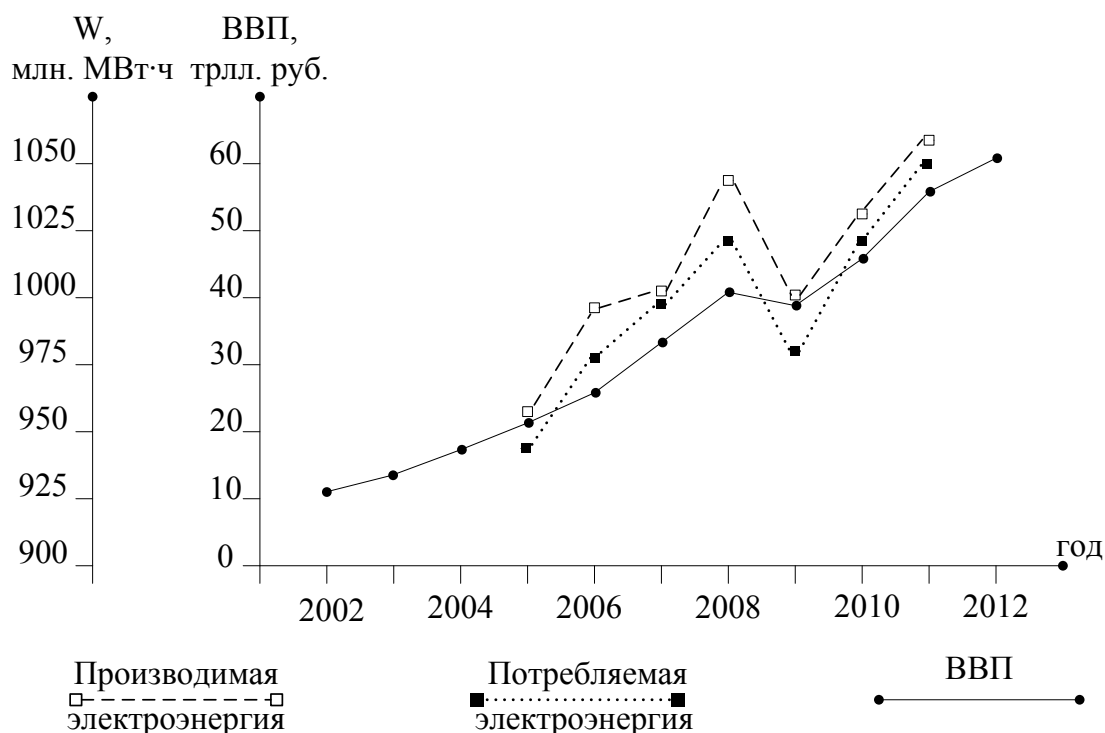


Рис. 2. График зависимости энергобаланса и ВВП в России

заций в электроэнергетике явилась государственная программа Российской Федерации «Энергоэффективность и развитие энергетики». Для реализации данной программы до 2020 года, необходимы инвестиции в объеме 28 658 762 481,60 тыс. рублей, часть из которых — 667 151 951,5 тыс. рублей из бюджетных источников финансирования [5]. Причиной такого огромного вливания инвестиций является как устаревшая материально-техническая база отрасли, так и необходимость создания новых генерирующих мощностей, ведь именно развитие электроэнергетики задаёт тон развитию всей страны. Задача: обновить материально-техническую базу в электроэнергетике, не допустить дефицита генерируемых мощностей, снизить энергоёмкость ВВП и полностью использовать потенциал энергосбережения в отрасли.

По данным министерства энергетики Российской Федерации энергоёмкость ВВП России примерно в 2,5 раза выше среднемирового уровня и в 2,5–3,5 раза выше, чем во многих других странах. В связи с этим, Указом Пре-

зидента Российской Федерации от 4 июня 2008 года № 889 «О некоторых мерах по повышению энергетической и экологической эффективности российской экономики» поставлена глобальная задача снижения энергоёмкости ВВП России к 2020 году не менее чем на 40 % по сравнению с 2007 годом. Только за счёт выполнения всех мероприятий подпрограммы № 1 государственной программы Российской Федерации «Энергоэффективность и развитие энергетики» ожидается снижение энергоёмкости ВВП на 13,5 %.

Суммарное энергопотребление России в 2007 году составило порядка 990 миллионов тонн условного топлива. При внедрении энергосберегающего и энергоэффективного оборудования до уровня развитых стран Европы, энергопотребление снизилось бы до величины 650 миллионов тонн условного топлива. Другими словами, потеря электроэнергии составляет около 35 % [2].

Анализируя данные представленные министерством энергетики Российской Федерации, напрашивается

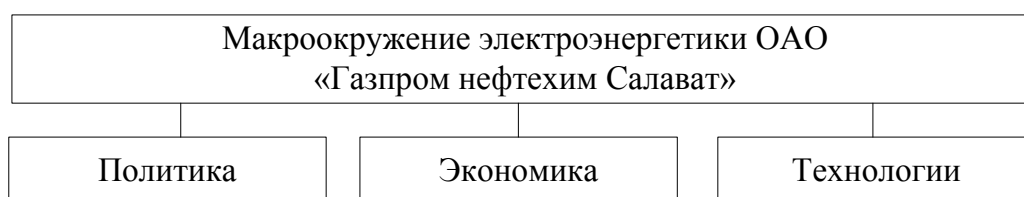


Рис. 3. Составляющие анализа макроокружения отрасли

вывод, что наша страна обладает огромным не использованным потенциалом в энергосбережении и причины этого очевидны: устаревшая материально-техническая база отрасли, отсутствие масштабного внедрения энергосберегающих технологий и не отвечающая современным требованиям оптимизация распределительных сетей.

Решать существующие проблемы по энергосбережению так же призван Федеральный закон Российской Федерации от 23 ноября 2009 г. № 261-ФЗ «Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации». Согласно ФЗ-261 основными полномочиями органов государственной власти Российской Федерации в области энергосбережения и повышения энергетической эффективности являются:

- разработка и реализация федеральных программ;
- определение товаров, которые должны содержать информацию об энергетической эффективности;
- определение требований энергетической эффективности зданий, строений, сооружений;
- государственный контроль над соблюдением требований законодательства об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности [6].

Федеральный закон Российской Федерации от 23 ноября 2009 г. № 261-ФЗ «Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» является катализатором для разработки и внедрения региональных программ по энергосбережению и повышению энергоэффективности на уровне субъектов Российской Федерации. В Республике Башкортостан постановлением правительства РБ от 30 июля 2010 года № 296 введена в работу Комплексная программа Республики Башкортостан «Энергосбережение и повышение энергетической эффективности на 2010–2014 годы». Целями программы являются: снижение энергоемкости валового регионального продукта на 3,1–3,3% ежегодно (ВРП); повышение эффективности экономики республики; экономия бюджетных средств за счет энергосбережения. На период с 2006 года в Республике Башкортостан потери электроэнергии в сетях общего пользования составляют в среднем 10%, что соответствует 2300 млн. кВт·ч ежегодно. Для финансирования программы «Энергосбережение и повышение энергетической эффективности на 2010–2014 годы» в Республике Башкортостан необходимы вливания в объеме 51,7 млрд. рублей [7].

Реализация в масштабах страны принятой стратегической политики в области модернизации электроэнергетической отрасли и внедрения новейших систем энергосбережения требует подготовки высококвалифицированных специалистов. Сколковский институт науки и технологий 12 декабря 2012 года подписал двусторонние соглашения о сотрудничестве с четырьмя ведущими компаниями: ОАО

«Холдинг МРСК», ОАО «Системный оператор Единой энергетической системы», индустриальной группой En+Group и ЗАО «Агентство по прогнозированию балансов в энергетике». На базе Сколтеха формируется исследовательский центр по энергетическим системам, системам автоматизированного учёта электроэнергии, новые методики диагностики оборудования, моделирование и проектирование сложных социотехнических систем в энергетике, основные технологии генерации электроэнергии и др. [8].

Анализ электроэнергетической отрасли и макрокружения электроэнергетики предприятия отражает основные факторы, влияющие на электроснабжающие организации ОАО «Газпром нефтехим Салават», формирующие политику ОАО «Газпром нефтехим Салават» в области энергосбережения и энергоэффективности и влияние современной развивающейся технической базы на подготовку высококвалифицированных специалистов.

Электроснабжение потребителей ОАО «Газпром нефтехим Салават» осуществляют: ООО «Башкирская генерирующая компания» — Салаватская ТЭЦ и ООО «Ново-Салаватская ТЭЦ». ООО «Ново-Салаватская ТЭЦ» обеспечивает ОАО «Газпром нефтехим Салават» теплом на 88%, электроэнергией на 40%. Максимальная мощность ООО «Ново-Салаватская ТЭЦ» 530 МВт, из которых используется лишь около 60% мощности. Часть оборудования находится в консервации из-за уменьшения объемов потребления. ООО «Башкирская генерирующая компания» — Салаватская ТЭЦ осуществляет электроснабжение потребителей не только нефтехимического комплекса, но и города Салават и имеет установленную электрическую мощность в 185 МВт.

В состав нефтеперерабатывающего завода входят десять технологических цехов, осуществляющих переработку и производство нефтепродуктов. Общее количество приводов нагнетательных машин технологических цехов по состоянию на 2012 год представлено в таблице 1. Электроснабжение потребителей осуществляется от 132 распределительных устройств на уровне напряжения 0,4 и 6 кВ.

Многие проблемы, присущие отрасли, так же имеют место в электрохозяйстве нефтеперерабатывающего завода: 30% всех ресурсов по динамическому оборудованию и оборудованию распределительных устройств отработали свой нормативно-технический срок службы и введены в эксплуатацию до 1990-го года. Это напрямую свидетельствует о повышенных физических потерях электроэнергии при её передаче и преобразовании.

Потери, возникающие при передаче электроэнергии по кабельным линиям, при не эффективном использовании полезной мощности на валу электродвигателей, можно охарактеризовать как технические затраты электроэнергии (затраты при передаче и преобразовании электроэнергии).

На рисунке 4 представлен график общепроизводственного потребления электроэнергии (включающий тех-

Таблица 1

Состав динамического электрооборудования НПЗ

Уровень напряжения, В	Уровень мощности, кВт	Количество электродвигателей, шт	Суммарная мощность, кВт
Выше 1000 В	Свыше 250 кВт	126	61410
До 1000 В	Свыше 100 кВт	306	89674
	От 10 до 100 кВт	1046	41141
	От 0,5 до 10 кВт	1726	5911
Всего		3204	198136

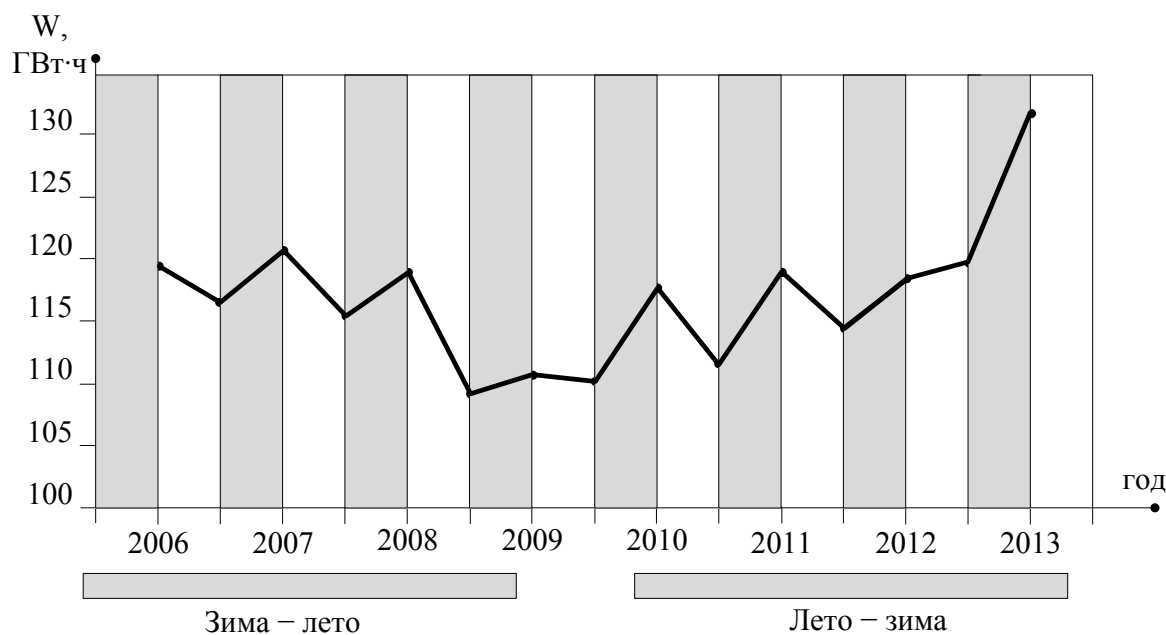


Рис. 4. График общепроизводственного потребления электроэнергии

нические затраты электроэнергии) потребителями нефтеперерабатывающего завода ОАО «Газпром нефтехим Салават».

Заключение

Проведенный анализ отрасли показывает основные факторы, влияющие на дальнейшее развитие энергетического хозяйства не только ОАО «Газпром нефтехим Салават», но всех потребителей электроэнергии республики Башкортостан. Электроэнергетика — как основа всех отраслей нашей промышленности, оставаясь долгие годы в тени модернизаций и реорганизаций, стала одним из «тормозов» экономики нашей страны. В исследо-

вательской работе приведены основные законы, положения и нормативные акты, определяющие дальнейшее развитие отрасли. Огромные денежные вливания в последующие годы должны решить основные проблемы электрохозяйства страны и отдельных предприятий: обновление материально-технической базы, применение новых энергосберегающих технологий и реорганизации в аппарате управления электрохозяйства предприятий. В аппаратах управления электроэнергетическим хозяйством существует организационная и функциональная разобщенность подразделений, которая является препятствием на пути проведения комплексного управления электрохозяйством и энергосберегающей политики предприятия.

Литература:

1. Сибикин И. Ю., Сибикин М. Ю. Технология энергосбережения. — М.: «Форум», 2010
2. Министерство энергетики Российской Федерации. <http://minenergo.gov.ru/>
3. Федеральная служба государственной статистики. <http://www.gks.ru/>
4. «Теплоэнергетика России 2012–2016. 10 лет с начала энергореформы». — М.: INFOLine., 2013, 480 с.
5. Государственная программа Российской Федерации «Энергоэффективность и развитие энергетики»

6. Федеральный закон Российской Федерации от 23 ноября 2009 г. № 261-ФЗ «Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»
7. Комплексная программа Республики Башкортостан «Энергосбережение и повышение энергетической эффективности на 2010–2014 годы»
8. Сколковский институт науки и технологий. <http://www.skoltech.ru/ru>

Ресторанный бизнес как составная часть общественного питания, проблемы и возможности на региональном уровне

Костенюкова Галина Александровна, доцент;

Аничкина Ольга Александровна, кандидат экономических наук, доцент

Московский государственный университет технологий и управления, институт экономики и бизнеса

В настоящее время на рынке предприятий общественного питания России не разработана жесткая классификация заведений. В мировой практике существует множество принципов классификации ресторанов: по ассортименту, по квалификации персонала, по целевой аудитории, по ценовому уровню. В России наиболее распространена простейшая классификация по типу: ресторан, бар, кафе, столовая, закусочная. При этом четких требований к тому или иному виду заведений общепита в России до сих пор не разработано. Поэтому обычно специализация заведения общепита определяется, исходя из его собственного позиционирования.

Последствия финансово-экономического кризиса оказались существенными для российского рынка общественного питания. Вслед за развивающимся кризисом россияне стали снижать свои расходы на питание «вне дома», что привело в 2010 году к сокращению объема рынка общественного питания на 12,8% по сравнению с 2009 годом. С учетом несостоявшегося роста, наблюдаемого в 2005–2009 годах, падение рынка в 2010 году составило 25%–28%.

Однако кризис привел к «очищению» рынка: некоторые сетевые проекты не смогли пережить экономический спад и прекратили свое существование. Отметим, что наименее устойчивыми в условиях кризиса оказались сети, с небольшим числом точек (3–5 заведений), для которых была характерна скорее стратегия «выживания на рынке», в то время как более крупные игроки стали применять стратегию «выживания».

Последним пришлось концентрировать внимание на сохранении своих ключевых (с точки зрения географии присутствия) позиций на рынке общественного питания, поэтому в кризисный период были столь распространены такие меры искусственного стимулирования спроса, как: продолжительные скидки, снижение цен на некоторые блюда (напитки), введение программ лояльностей и так далее.

Потребитель результатов деятельности предприятий ресторанного бизнеса — конкретный индивид. Общест-

венное питание является отраслью социальной сферы, качество функционирования которой во многом определяет не только уровень удовлетворенного спроса совокупного потребителя, но и характер решения многих социальных проблем в рамках социальной политики государства.

Общественное питание становится все более инвестиционно привлекательным для зарубежных партнеров, заинтересованных в развитии ресторанного бизнеса в России.

В настоящее время большинство предприятий сферы ресторанного бизнеса следует относить к многопрофильным предприятиям, поскольку они удовлетворяют не только базовые, физиологические потребности посетителей, но и коммуникативные потребности, потребности в проведении тех или иных форм досуга, а также в получении определенных культурных благ. [2]

На тех территориях, где рыночная инфраструктура недостаточно развита и поэтому современные логистические цепи в рамках поставки, переработки и хранения продуктов питания отсутствуют, предприятия ресторанного бизнеса налаживают прямые длительные хозяйственные связи непосредственно с производителями сельхозпродукции. Последние формируют продовольственный комплекс. В ситуациях же должного развития оптово-посреднического звена и сети мелкооптовой торговли продовольственными товарами повышается роль торгово-сбытового комплекса, состояние которого является важным индикатором качества функционирования рыночной инфраструктуры. В последние десятилетия многие предприятия ресторанного бизнеса включают в содержание своей хозяйственной деятельности культурно-развлекательные программы, поставку определенного вида культурно-досуговых услуг. В то же время хозяйствующие субъекты общественно питания выступают своего рода структурными подразделениями крупных развлекательных комплексов, казино, клубов так называемой «досугово-развлекательной» специализации. Поэтому в этом контексте речь идет взаимодействии сферы ресторанного бизнеса с культурно-

развлекательным комплексом. Важной составляющей хозяйственной деятельности предприятий ресторанного бизнеса следует рассматривать некоммерческую деятельность, в рамках которой предприятия выступают организаторами некоммерческих акций, спонсорами, благотворителями и т. п. Речь идет о предоставлении услуг общественного питания на бесплатной основе или на условиях оплаты этих услуг по социально низким ценам. Пользователями такого рода услуг в рамках социального туризма являются социально незащищенные группы потребителей, в том числе не проживающие в соответствующем месте.

Сфера ресторанного бизнеса содействует развитию въездного туризма в соответствующем регионе. Это, в свою очередь, создает условия для комплексного территориального развития посредством эффекта мультипликатора через повышение деловой активности региона и его инвестиционной привлекательности. Создавая в отрасли новые рабочие места, расширяя туристскую инфраструктуру и повышая эффективность ее функционирования, ресторанный бизнес решает как экономические, так и социальные функции. [1]

Таким образом, современные предприятия ресторанного бизнеса могут тесно взаимодействовать с различными отраслевыми комплексами: продовольственным, торгово-сбытовым, туристско-экскурсионным, рекреационным, культурно-развлекательным, комплексом социальной защиты населения.

Следует иметь в виду, что сфера ресторанного бизнеса является составной частью сферы общественного питания и не относится к семейному (личному) питанию. Как только семейное питание выходит за рамки функционирующего одного домохозяйства, оно трансформируется в общественное питание.

В то же время ресторанный бизнес может выполнять функции как коллективно организованного питания, так и индивидуально организованного питания. К субъектам коллективно организованного питания относятся предприятия сферы ресторанного бизнеса, функционирующие в учреждениях: лечебно-оздоровительных, туристско-спортивных, культуры и искусства, воспитания и образования, средств массовой информации и т. п.

Предприятия индивидуально организованного питания обслуживают посетителей различного статуса, не связанных друг с другом местом потребления каких-либо других услуг и выполнением тех или иных общих социальных функций. Продукция таких предприятий часто имеет более широкий ассортимент и более персонифицирована. Предприятия индивидуально организованного питания общедоступны: они могут функционировать в системе городской и муниципальной инфраструктуры и быть ориентированы на широкий круг потребителей. Рассмотрение двух групп предприятий сферы ресторанного бизнеса актуально в том смысле, что каждая из них имеет свою систему управления и адекватный данной системе экономический механизм функционирования.

Общественное питание относится к тем отраслям экономики, которые способствуют рационализации использования свободного времени человека. С одной стороны, услуги предприятий ресторанного бизнеса создают условия для сокращения времени, затраченного на ведение домашнего хозяйства, в части времени, необходимого для приготовления пищи, а с другой — эффективного использования свободного времени на проведение досуга. Велика роль предприятий общественного питания и в рационализации использования рабочего времени своих посетителей. Особенно это актуально для тех предприятий общественного питания, которые работают в рамках социальной инфраструктуры хозяйствующих субъектов более высокого уровня управления.

В зависимости от содержания выполняемых экономических и социальных функций предприятия сферы ресторанного бизнеса имеют принципиально различные технологии и формы обслуживания клиентов. Так, например, различного рода предприятия быстрого питания ориентированы на минимизацию времени посетителя, затрачиваемого на приготовление и прием пищи. Рестораны же, поставляющие широкий спектр социально-культурных и досуговых услуг, предлагающих широкий ассортимент порционных блюд, в том числе эксклюзивных под заказ конкретного клиента, напротив, предполагают увеличение времени нахождения в зале своего среднестатистического посетителя.

Сфера ресторанного бизнеса играет важную роль и в смягчении проблемы занятости населения. В этом проявляется одна из ее важнейших социальных функций. В силу того что, с одной стороны, в данной сфере весьма высока доля ручного труда, а с другой — наблюдается ярко выраженная устойчивая тенденция бурного экономического роста в отрасли, сфера ресторанного бизнеса существенно влияет на уровень и структуру безработицы, емкость рынка труда соответствующих специальностей, его структурные сдвиги и т. п. [2]

С активным участием предприятий сферы ресторанного бизнеса решаются глобальные социальные задачи на всех уровнях управления экономикой: мега, макро-, мезо- и микроуровнях. Услуги общественного питания могут быть в качестве неосновных, сопутствующих поставке основной социальной услуги — в области образования и воспитания, рекреации, физической культуры и спорта и т. д. **Сфера ресторанного дела** — это социальный институт, который решает важные социальные задачи общества и индивидуума. Предприятия отрасли кроме физиологической функции удовлетворения потребителя в пище, все больше выполняют и другие функции, непосредственно связанные с процессами социализации в обществе. Эти функции «работают» на протяжении всей жизнедеятельности человека. [1]

Ресторанное дело решает или смягчает важные проблемы урбанизованного общества. В условиях кардинальных изменений в характере производительных сил современного города и территориальной организации раз-

мещения населения предприятия отрасли выступают реальным инструментом решения важных социально-экономических задач на уровне территории, хозяйствующих субъектов и отдельных граждан.

В мегаполисах, крупных культурных и туристских центрах ресторанное дело играет особую роль. Основными клиентами предприятий отрасли выступают туристы в рамках внешнего и внутреннего туризма. При этом многие заведения ресторанного типа функционируют на территории туристских комплексов, заповедников, дворцово-парковых ансамблей и т.п. Объекты туристской инфраструктуры: музеи, театры, центры развлечений и т.п. — все больше строят философию своего бизнеса на принципах комплексного маркетинга, предполагающих совместное стратегическое планирование деятельности совместно с предприятиями сферы ресторанного бизнеса.

Литература:

1. Г.А. Папирян Менеджмент в индустрии гостеприимства. — М.: «Эксмо», 2011, 287 стр.
2. В.К. Сирый, И.О. Бухаров, С.В. Ярков, Ф.Л. Сокирянский Ресторанный бизнес: управляем профессионально и эффективно. — М.: «Эксмо», 2009, 352 стр.

Государственно-частное партнерство в инновационной сфере

Пугачев Никита Сергеевич, магистрант
МГИМО (У) МИД России

В статье анализируется государственно-частное партнерство в инновационной сфере, институты Российской Федерации, которые поддерживают инновационную деятельность.

Ключевые слова: *государственно-частное партнерство, ГЧП, инновации, инновационная сфера, институты РФ, Сколково, РВК.*

Эффективность современных экономических систем определяется способностью создавать, хранить, внедрять новшества. Новшество — это оформленный результат фундаментальных, прикладных исследований, разработок в какой-либо сфере деятельности по повышению её эффективности. Новшества могут представлять собой открытия, патенты, изобретения, товарные знаки, технологии, производственный или управленческий процесс, ноу-хау и т.п.

Спустя почти 100 лет термин «инновация» претерпел небольшие изменения. В российском законодательстве термин «Инновация» закреплён в Федеральном законе № 127 «О науке и государственной научно-технической политике». Согласно данному закону, «инновация» — это введенный в употребление новый или значительно улучшенный продукт (товар, услуга) или процесс, новый метод продаж или новый организационный метод в деловой практике, организации рабочих мест или во внешних связях [1].

В XXI веке прирост производительности труда и ВВП в развитых странах обеспечивается в основном за счет

В результате формируется тот комплексный социально-культурный продукт, который так важен в части развития культурного туризма.

Велика роль отрасли и в процессах взаимопроникновения национальных культур. Предприятия ресторанного дела выступают своеобразными проводниками национального кулинарного искусства, национальной кухни, национальных традиций приготовления и потребления пищи. Речь идет о решении строго определенных глобальных социальных задач на планетарном уровне. Изначально, формируясь вне отраслевой экономики, эти задачи переносятся на уровень конкретных предприятий.

Таким образом, подводя итоги, следует сделать вывод: сфера ресторанного бизнеса играет важнейшую роль в решении многих глобальных социально-экономических задач страны и региона.

выпуска и реализации наукоёмкой продукции и услуг. Инновационный процесс из «точечного» экономического явления постепенно превратился в доминанту экономического развития.

Востребованность инновационного пути развития отечественной экономики стала более ясной с наступлением кризиса 2008 года, когда возникли проблемы на традиционном для России сырьевом рынке.

На мировом рынке наукоёмкой продукции удельный вес принадлежит США — 36–40 %, Японии — около 30 %, Германии — 16 %, Китаю — 6 %, России — 0,3–0,5 %. К сожалению, в России лишь 8 % роста ВВП достигается за счет инновационного сектора. Сегодня доля инновационно-активных предприятий по России составляет 8,5 %, а для 100 крупных (с годовым оборотом свыше 100 млн долл.) компаний этот показатель равен 39 % [2].

Необходимость же государственно-частного партнерства в инновационной сфере вызвана тем, что сама инновационная деятельность не является предпринимательской в чистом виде. Государство должно выступать в роли

гаранта доли риска, особенно на первых стадиях инновационного процесса.

Можно выделить пять направлений, обеспечивающих развитие государственно-частного партнерства в инновационной сфере:

1. предоставление госгарантий на привлечение бизнесом займов на внедрение наукоёмких технологий;
2. постановка на баланс результатов научных исследований на базе реализации инновационных и инвестиционных проектов;
3. субсидирование, за счёт бюджетов всех уровней, части затрат бизнеса на НИОКР;
4. передача созданной научно-технической продукции в счёт погашения долгов бизнес-структур перед государством;
5. комерционализация инновационной продукции на внутреннем и внешних рынках.

Финансовый вопрос является несомненно самым сложным в инновационном бизнесе. Государство через свои институты должно поддерживать инновационных предпринимателей. К несчастью, зачастую (в 60–70 % случаев в США и в 90–95 % — в России) им приходится выживать за счет внутренних ресурсов (средств учредителей) и бесплатных внешних источников (в западной литературе используется термин «3F: Family, Friends, Fools», т.е. «семья, друзья и дураки»). Другие источники — гранты и средства вузов, бизнес-инкубаторов, центров трансфера технологий. Крупнейшие банки-кредиторы малого и среднего, в том числе инновационного бизнеса — Сбербанк России, Уралсиб, «Возрождение», а также Российский банк развития. В России в 87 % случаев разработка новых продуктов ведется за счёт собственных средств компании. 18 % компаний использовали средства РВК и «Роснано» [3].

Причины, ограничивающие кредитование инновационных компаний в России: отсутствие спроса на инновационную продукцию, недостаточность правового обеспечения привлечения ресурсов инновационными компаниями, низкая конкурентоспособность наших инновационных продуктов.

Основные направления государственно-частного партнерства в инновационной сфере:

1. участие государства в развитии системы венчурного финансирования;
2. государственно-частное финансирование различных программ инновационной направленности, государственный заказ на исследования и разработки;
3. государственное содействие становлению институтов современного рынка инноваций, центров трансфера технологий, патентования и защиты прав собственников интеллектуального продукта.

Государство за последние годы активно инициировало формирование системы финансовых институтов развития (госкорпорация «Банк Развития», Инвестиционный фонд Российской Федерации), а также институтов развития инновационной экономики (ОАО «Российская венчурная

компания», фонд «Сколково», ОАО «Роснано», Автономная некоммерческая организация «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов», а также государственная некоммерческая организация «Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере», госкорпорации «Ростехнологии», «Роснано», «Росатом»), которые базируются на принципах ГЧП. Среди вышеперечисленных институтов, необходимо выделить ОАО «РВК» и фонд «Сколково», т.к. они играют первостепенную роль в поддержании малого инновационного бизнеса на территории Российской Федерации.

ОАО «РВК» — государственный фонд фондов и институт развития Российской Федерации, один из ключевых инструментов государства в деле построения национальной инновационной системы [4].

ОАО «РВК» было создано в соответствии с распоряжением Правительства Российской Федерации от 7 июня 2006 года № 838-р. Основные цели деятельности ОАО «РВК» — стимулирование создания в России собственной индустрии венчурного инвестирования и значительное увеличение финансовых ресурсов венчурных фондов. Компания исполняет роль государственного фонда венчурных фондов, через который осуществляется государственное стимулирование венчурных инвестиций и финансовая поддержка высокотехнологического сектора в целом, а также роль государственного института развития отрасли венчурного инвестирования в Российской Федерации.

Инновационный центр «Сколково» — это строящийся современный научно-технологический комплекс по разработке и коммерциализации новых технологий. Это российская «Кремниевая долина». 28.09.2012 года был издан Федеральный закон № 224 «Об инновационном центре «Сколково». Проект создания Инновационного Центра реализуется Фондом «Сколково» (полное название — Фонд развития Центра разработки и коммерциализации новых технологий). Миссия Фонда «Сколково» — создание экосистемы, формирование благоприятных условий для инновационного процесса: ученые, конструкторы, инженеры и бизнесмены совместно с участниками образовательных проектов будут работать над созданием конкурентоспособных наукоёмких разработок мирового уровня в пяти приоритетных направлениях: энергоэффективность и энергосбережение, ядерные технологии, космические технологии и телекоммуникации, биомедицинские технологии, стратегические компьютерные технологии и программное обеспечение.

Любая инновационная компания, занимающаяся исследовательской деятельностью по одному из пяти приоритетных направлений, может получить статус участника проекта, подав заявку в Фонд «Сколково». Фонд рассматривает разработки, направленные на решение актуальных проблем, стоящих перед обществом, и ориентированные преимущественно на глобальный рынок. Заявку соискателя ждёт рассмотрение в профильной эк-

спертной коллегии. В панель аккредитованных экспертов входят как российские, так и иностранные учёные, инвесторы и предприниматели, которые осуществляют оценку на предмет научной и коммерческой состоятельности проектов. Статус Участника предусматривает ряд льгот и преференций:

содействие в поиске и привлечении венчурного капитала;

возможность целевого финансирования в форме грантов до 300 млн. рублей при условии соинвестиций от 25 % до 75 % в зависимости от стадии развития проекта;

доступ к высокотехнологическому исследовательскому оборудованию в пределах инфраструктуры, создаваемой в «Сколково», а также скидка на приобретение ПО;

получение широкого перечня необходимых услуг для более эффективного осуществления хозяйственной деятельности, услуг в области защиты результатов интеллектуальной деятельности, информационной и PR-поддержки;

упрощенная процедура найма иностранных сотрудников.

К настоящему времени в Фонд «Сколково» поступило более 4000 заявок, 861 компания стали Участниками, одобрено 176 грантов на сумму в 8,6 млрд. рублей.

Один из самых известных афоризмов английского философа, и государственного деятеля Фрэнсиса Бэкона является: «Кто не применяет новых средств, должен ждать новых бед». В результате анализа данной темы можно сделать вывод, что в настоящий момент Российская Федерация использует все доступные инструменты для избежания «бед». В качестве «средств» всё чаще используется институт государственно-частного партнерства. В государственном аппарате понимают вызовы XXI века, и множество усилий и средств выделяется ежегодно на борьбу с ними. Согласно федеральному закону «О федеральном бюджете на 2013 год и на плановый период 2014 и 2015 годов» [5] 3,7 миллиарда рублей будет потрачено на поддержку проектов, отобранных президентской комиссией по модернизации и технологическому развитию экономики. Подводя итог, необходимо отметить, что государство все чаще прибегает к практике государственно-частного партнерства в инновационной сфере.

Литература:

1. Федеральный закон от 23.08.1996 N 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике» // «Российская газета», N 167, 03.09.1996.
2. Любимцева С. Инновационная трансформация экономической системы. // Экономист. — № 9—2008
3. Федюкин И., Горбань М., Шапочка Е., Кострома Л., Гуриев С. Инновационный бизнес: Что такое инновации. // Ведомости — 18 июня 2010 г.
4. URL:<http://www.rusventure.ru/ru/company/brief/>
5. ФЗ от 03.12.2012 № 216-ФЗ «О федеральном бюджете на 2013 год и на плановый период 2014 и 2015 годов» // «Российская газета», № 283, 07.12.2012.

8. МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

Последствия вступления России в ВТО

Булатова Айсылу Ильдаровна, кандидат социологических наук, доцент;
Рамазанова Эльвира Ильдаровна, студент
Башкирский государственный университет (г. Уфа)

Вступление России во Всемирную Торговую Организацию (ВТО) с точки зрения экономического роста открывает стране доступ к более дешевому импортному сырью и комплектующим, финансовым, коммуникационным, транспортным и другим услугам, предоставляет защиту российским экспортерам на внешних рынках, поскольку одна из главных функций ВТО — отслеживание одинаковых условий для всех членов организации. ВТО дает инструменты ведения торговых споров и преодоления торговых коллизий. Кроме того, вступление России в ВТО будет влиять на региональное развитие и определит различную степень вовлеченности российских регионов в глобальную экономику.

Актуальность рассматриваемой проблемы объясняется тем, что членство России в ВТО заметно скажется на экономике страны, от условий вступления зависит будущее страны. Оценка негативных и позитивных последствий вступления России в ВТО является одним из самых обсуждаемых и острых.

21 июля 2012 года президент России Путин В. В. подписал закон «О ратификации Протокола о присоединении Российской Федерации к Марракешскому соглашению об учреждении Всемирной торговой организации от 15 апреля 1994 г».

Документ был принят Государственной думой 10 июля 2012 года и одобрен Советом Федерации 18 июля 2012 года. Протоколом оформлялось членство Российской Федерации во Всемирной торговой организации. На протяжении всего периода вступления (около 18 лет) России в ВТО велись дискуссии о целесообразности такого шага, о позитивных и негативных его последствиях.

В публикациях сторонников членства России в ВТО подчеркивалась важность ее вступления в эту организацию для устойчивой работы крупнейших российских экспортеров и для повышения эффективности работы предприятий, ориентированных на внутренний рынок за счет усиления международной конкуренции. Противники членства в ВТО выдвигали свои доводы: по их мнению, вступление РФ в ВТО может привести к катастрофическим последствиям для национальных перерабатывающих предприятий. Однако противникам и сторонникам не хватило 18 лет, чтобы просчитать прогнозные величины выгод или потерь российской экономики [2].

Для того чтобы оценить эффективность вступления России к каким изменениям приводит данное вступление, рассмотрим последствия вступления в ВТО на примере других стран.

Украина вошла в ВТО в 2008 году. «Федерация Работодателей Украины» провела исследование того, как сказалось понижение импортных тарифов на производстве:

- Из 36 000 человек, работавших в автомобилестроении, потеряла работу половина.
- Пострадал агропромышленный комплекс и продовольственный сектор.
- 50 украинских заводов, производящих сахар, остановились.
- В сахарной промышленности и свиноводстве потеряли рабочие места около 500 000 человек.
- Большие потери понесли также деревообработка и легкая промышленность.
- Негативные тенденции в винодельческой, молочной, пищевой и авиационной промышленности.

Деиндустриализация в Африке. Проводимые с 1980-х годов экономические реформы и снижение импортных пошлин привели:

- В Сенегале треть рабочих в промышленности потеряла работу.
- В республике Берег Слоновой Кости к разрушению химической, текстильной, обувной промышленности и автомобилестроения.
- В Сьерра-Леоне, Судане, Танзании, Уганде и Заире к вытеснению импортом национальных производителей товаров потребления, что привело к резкому росту безработицы.
- В Кении к упадку производства напитков, табака, текстиля, сахара, кожи, цемента и стекла.
- В Малави к банкротству текстильной отрасли, производства одежды, мыла и моющих средств, масел и птицеводства. Промышленное производство упало с 20 % ВВП в начале 1990-х до 10,7 % в 2004 г.

Обязательства, которые взяла Россия в связи с вступлением в ВТО, можно разделить на 4 раздела:

1. Снижение ставок импортных пошлин и импортных квот. По данным Минэкономразвития России, снижение среднеарифметического значения импортной ставки со-

ставит 3,6% (с 12,9% до 9,2%), а средневзвешенной ставки 4,7% (с 11,9% до 7,1%). В любом случае снижение составит порядка 30% и коснется всех отраслей экономики, кроме добычи топливно-энергетического природного сырья, где конкуренция с импортом России не грозит.

2. Снятие иностранных барьеров на допуск иностранных компаний к отечественным рынкам. Количественные ограничения на импорт, такие как квоты, запреты, разрешения, предварительные санкции, лицензирование или же другие требования или ограничения, которые не подтверждены в ВТО и не проводятся под ее провизией, должны быть исключены без возможности введения повторно.

3. Сокращение экспортных пошлин. Россия обязалась снизить ставки примерно на 700 товарных позиций. Нефтегазовый экспорт при этом не будет затронут, а максимальный эффект будет достигнут для черных и цветных металлов, где экспортные ставки снизятся до 0%.

4. Обязательства по реформированию законодательства и системы государственного управления. Российское законодательство за период переговоров по ВТО постепенно приводилось в соответствие нормам организации. Некоторые обязательства еще не полностью выполнены — в сфере реформирования системы государственных закупок, ответственности за дискриминацию иностранных фирм и так далее.

Вступление в ВТО не позволяет решить одну из серьезных проблем инвестиционного климата России — неразвитость индустриальной среды. Наряду со слабой эффективностью финансовой системы этот фактор является основным для сдерживания инвестиций в российскую экономику.

Отечественный банковский сектор защищен от конкуренции филиалов иностранных банков, так как российские переговорщики отстаивали сохранение запрета на деятельность в России филиалов иностранных банков. Таким образом, повышение эффективности работы банков под давлением прямой конкуренции с иностранцами и снижение стоимости кредитов для промышленности не наблюдается.

Сейчас стоимость долгосрочных кредитов для промышленных предприятий составляет, в среднем, 10,5% в год, а процентные платежи по кредитам промышленных предприятий достигают 2 трлн. руб. в год. И формируют около 9% процентов себестоимости продукции промышленного сектора. В такой ситуации сокращение процентной ставки на 1% привело бы к снижению себестоимости продукции на 1%, то есть обеспечивало бы экономию на 200 млрд. руб. во всей промышленности.

Таможенная пошлина на новые иномарки после вступления в ВТО снижается с 30% до 25%, а затем в течение 7 лет — с 25% до 15%. При этом в России планируется ввести утилизационный сбор на поддержанные иномарки — от 26 800 до 165 200 рублей.

От уплаты сбора будут освобождены личные машины беженцев, дипломатов, раритетные автомобили старше

30 лет и машины, прибывшие с территории Таможенного союза.

В условиях вступления в ВТО и ориентации на размещение производственных мощностей за пределами национальной территории при сохранении и развитии своего финансового, организационного и управленческого потенциала задачами реконструкции и развития регионального хозяйственного комплекса является постепенное обновление имеющихся производственных фондов предприятий — путь, определяющий постоянное отставание от мировых лидеров, — сколько формирование благоприятных условий для организации новых производств и реализации крупномасштабных инновационных предпринимательских проектов. В наших условиях решение этих задач может быть достигнуто, главным образом, за счет активного вовлечения экономики региона в систему мирохозяйственных связей. [1]

Последствия вступления в ВТО отразились на производителях мяса. С 23 августа пошлина на ввоз свинины в рамках квоты снижена с 15% до 0%. Пошлина на импорт свинины вне квоты снижена с 75% до 65%.

Пошлина на ввоз живых свиней снижена с 40% до 5%. Импорт чистопородных племенных свиней по-прежнему будет облагаться нулевой пошлиной.

По подсчетам Ernst&Young, объем производства сельхозпродукции после вступления в ВТО может снизиться на 1%. При этом в выигрыше должны оказаться переработчики мяса. Квоты на ввоз свинины планируется отменить только в 2019 году.

По договору о вступлении в ВТО допустимый объем государственной поддержки сельхозпроизводителей в 2012 году составил не более \$9 млрд. Постепенно его нужно будет снизить до \$4,4 млрд. На данный момент, через Минсельхоз крестьяне получают около \$4 млрд (130 млрд рублей в 2012 году). Деньги идут на развитие села, улучшение плодородия почв и субсидирование процентных ставок по кредитам фермерам.

В июле правительство РФ одобрило программу развития сельского хозяйства на 2013–2020 годы, в рамках которой аграриям планируется выплатить 1,5 трлн рублей. Чтобы не нарушить правила ВТО, чиновники решили изменить форму помощи. Вместо прямого субсидирования приняли переход к поддержке повышения доходности. Развитые страны используют именно такой механизм, но при этом критерии отбора не позволяют безнадежно безответственным предприятиям получать немалые госсредства. [3]

После вступления в ВТО снизились пошлины на вывоз древесины. В рамках квот, которые составляют 5,9 млн кубометров для ЕС и 285 900 кубометров для других стран, пошлина на вывоз необработанной ели составит 13%, сосны — 15% против 25%, которые были до вступления страны в ВТО.

Экспортировать необработанную древесину становится выгоднее. Этот момент оказывает негативное влияние на отечественных производителей мебели.

Несмотря на обилие негативной информации о последствиях вступления России в ВТО, экспертные оценки по вопросу Региональных аспектов вступления России в ВТО являются утешительными. Более половины опрошенных экспертов считает, что вступление Российской Федерации во Всемирную Торговую организацию окажет положительное воздействие и 45 % уверены, что результат окажется отрицательным. Аналогичный результат получен при рассмотрении оценок отраслевой готовности экономики России. 55 % экспертов предполагает, что к вступлению готовы отдельные отрасли, и 45 % — что экономика не готова в целом. Причина такого разделения кроется отраслевой принадлежностью экспертов.

Оценки перспектив вступления в ВТО для регионов оказались более оптимистичными, чем в целом по стране. Около 70 % опрошенных экспертов считает, что членство в ВТО приведет к улучшению экономической ситуации в Среднеуральском регионе. Металлургическая промышленность является ведущим сектором экономики Среднего Урала, это одна из немногих высокотехнологичных

экспорто-ориентированных отраслей экономики региона. Metallургия Среднего Урала готова конкурировать с мировыми лидерами, и достаточное количество времени работает по правилам международной организации. Готовность металлургии региона оценивается как высокая.

Такие отрасли как сельское хозяйство, легкая и лесная промышленность не достаточно готовы к ВТО.

Подводя итоги изучения вступления России в ВТО, следует отметить, что опыт ранее вступивших в ВТО развивающихся стран показал, что итогом стало разрушение сельскохозяйственного, промышленного комплексов национальных экономик.

Вступление России в ВТО — это потеря суверенитета, разорение сельского хозяйства и промышленности, безработица, приватизация общественных благ, снижение безопасности продуктов питания и навязывание ГМО.

Россия потеряет в будущем возможность развивать свою промышленность и сельское хозяйство, поскольку в ВТО запрещены любые меры их поддержки и защиты. Вступлением в ВТО Россия закрепляет за собой статус поставщика дешевых ресурсов без своего производства.

Литература:

1. Международные экономические отношения: Учебник / А. И. Евдокимов и др. — М.: ТК Велби, 2003, с. 13
2. Этот день мы приближали как могли...//Национальный банковский журнал № 1 (92), 2012, с. 24—29
3. Forbes.ru:<http://www.forbes.ru>

Анализ внешнеэкономической деятельности региона как фактора повышения его экономической эффективности (на примере Белгородской области)

Королькова Алиса Евгеньевна, студент
Белгородский государственный университет

В статье раскрыта сущность внешнеэкономической деятельности как фактора, оказывающего влияние на развитие и повышение эффективности экономической природы Белгородского региона. Также произведен статистический анализ внешнеэкономического сотрудничества Белгородской области с другими странами, выявлены основные проблемы данного сотрудничества и пути их решения.

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность, экспорт, импорт, иностранные инвестиции.

Внешнеэкономическая деятельность страны представляет собой важнейшую сферу, влияющую на ее общее экономическое развитие. В настоящее время происходит быстрый рост приграничной торговли. В связи с этим исследование внешнеэкономической деятельности Российской Федерации на примере Белгородской области, как региона, находящегося на западной границе России, а кроме того, являющегося одним из самых развитых и передовых регионов страны, является очень важным и актуальным в наше время.

Актуальность темы данного исследования определяется рядом обстоятельств. Во-первых, после произошед-

шего сравнительно недавно распада СССР и перехода к рыночной системе экономики структура внешних экономических связей России значительно изменилась, появились новые партнеры в лице бывших союзных государств. Во-вторых, внешнеэкономическая деятельность оказывает значительное влияние на развитие ведущих отраслей промышленности, так как расширение области товарооборота, стимулирует интенсификацию производства и инновационное развитие, необходимые для поддержания конкурентоспособности продукции. В-третьих, существует необходимость проводить глубокий экономический анализ внешнеторговой деятельности, чтобы оценить ос-

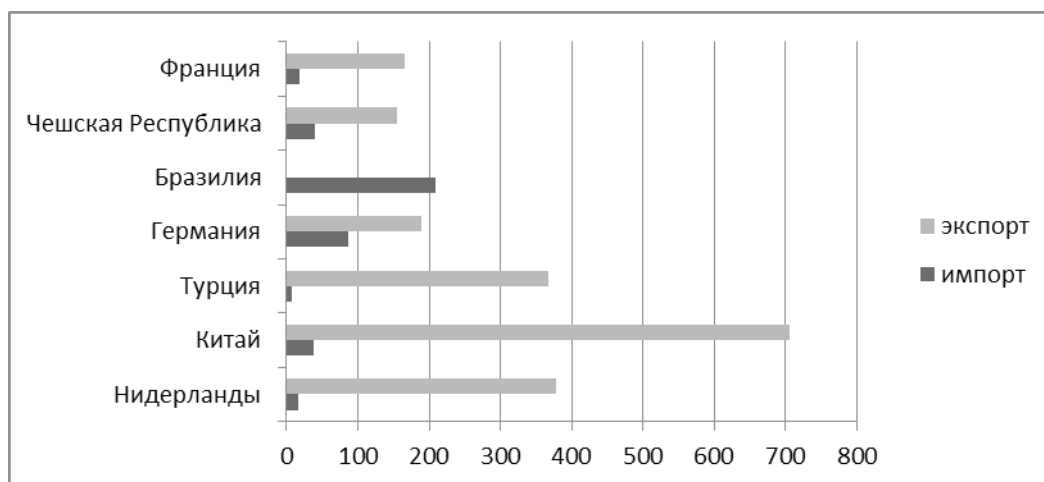


Рис. 1. Основные торговые партнеры Белгородской области в 2012 году, объем торговли в млн. долл.

новые проблемы и выявить перспективы развития экономики государства [2, с. 134–135].

В связи с этим, целью данного исследования является анализ внешнеэкономической деятельности как фактора повышения эффективности развития экономики региона. исследование — экономика Белгородской области. исследование — внешнеэкономическая деятельность Белгородской области.

В современной хозяйственной практике промышленный кластер — это группа географически соседствующих и интеграционно-взаимосвязанных компаний, действующих в определенной сфере, взаимодополняющих друг друга и усиливающих таким образом конкурентные преимущества отдельных компаний и, следовательно, кластера в целом [1, с. 65–66]. В Белгородской области можно выделить следующие кластеры: агропромышленный, горно-металлургический, кластер перерабатывающего производства, строительный, транспортно-логистический, туристско-рекреационный.

География внешнеторговых связей Белгородской области весьма обширна. На рисунке 1 представлены основные торговые партнеры предприятий Белгородской области из стран дальнего зарубежья во внешнеторговом обороте области в 2012 году.

Представленные на рисунке 1 данные позволяют сделать вывод, что основными торговыми партнерами предприятий Белгородской области из стран дальнего зарубежья в 2012 году являлись: Нидерланды, Китай, Турция, Германия (274,7 млн. долл.), Бразилия (209,5 млн. долл.), Чешская Республика (194,1 млн. долл.), Франция (183,2 млн. долл.). Большую часть во внешнеторговом обороте со странами дальнего зарубежья в 2012 году занял Китай (744,3 млн. долл.), следом идут Нидерланды (395,3 млн. долл.), на третьем месте расположилась Турция (374,7 млн. долл.) [3, с. 51]. Однако доли Турции и Нидерландов практически равны. Экспортные поставки в данные страны превышают их импортные поставки в Белгородскую об-

ласть. Исключением является Бразилия, во внешнеторговых отношениях с которой присутствует только импорт в Белгородскую область. Наибольшую часть импорта составляет импорт из Бразилии, включающий такие товары, как сахар-сырец, машины для уборки сельскохозяйственных культур. Наибольшую часть экспортных операций занимают поставки в Китай. Экспорту в Китай подлежат руды и концентраты железные, черные металлы, машины стиральные.

Структура экспорта области преимущественно сырьевая. В основном ее определяет промышленный потенциал области, в котором традиционно сохраняется преимущество продукции горно-металлургического комплекса, в том числе металлургической продукции более высокой степени переработки. На экспорт также поставляются изделия из черных металлов, средства транспорта и запасные части, машины, оборудование и механизмы, инструменты и аппараты. Большую часть экспорта Белгородской области (56,5% от товаров, поставленных на экспорт) занимают черные металлы, на втором месте находятся руды и концентраты железные. Необходимо также отметить то, что показатель экспорта стиральных машин в 2012 году достиг отметки в 72,6 млн. долл. Данный показатель превысил показатель предыдущего года на 72,6 млн. долл., темп его прироста составил 254561,2%. Такой резкий рост мог быть связан с заключением новых контрактов на поставку стиральных машин либо с вступлением в силу сроков поставки, предусмотренных в заключенных ранее контрактах. (ЗАО «СОАТЭ» — Старооскольский завод автотракторного электрооборудования) [3, с. 65].

Структуру импорта в период с 2007 по 2012 годы составили товары производственно-технического назначения широкой номенклатуры с различными стоимостными объемами и потребительские товары (рис. 2).

Согласно данным рисунка, большую часть импорта составили вагоны железнодорожные, трамвайные, гру-

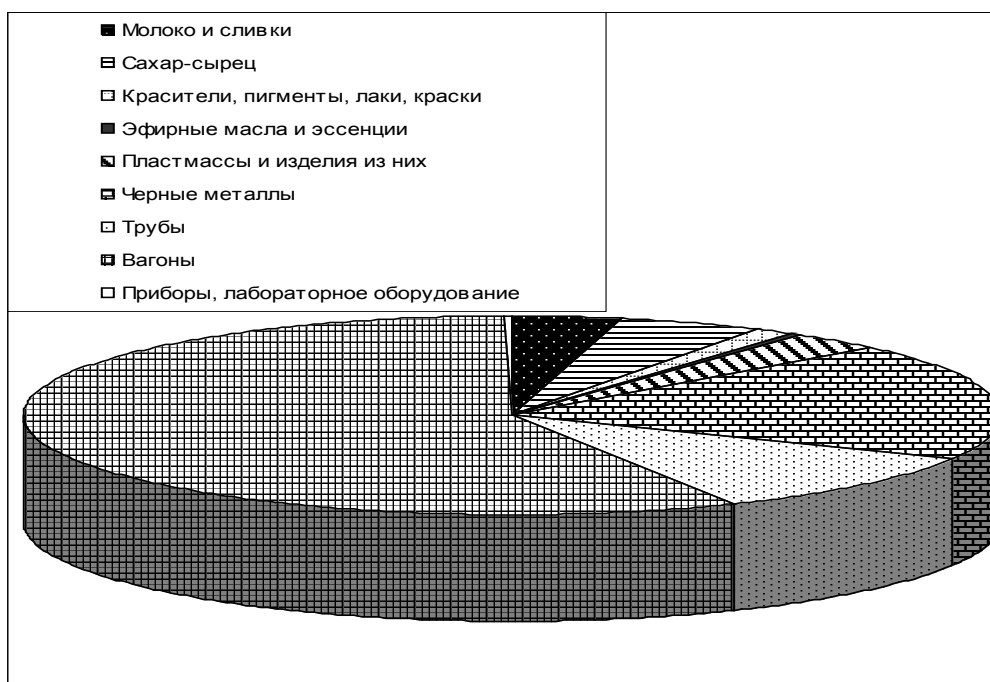


Рис. 2. Структура импорта важнейших товаров Белгородской области в 2012 году (в млн. долл.)

зовые (57,3% от указанных товаров), на втором месте находятся черные металлы, на третьем — трубы. Также немалую долю занимает сахар-сырец (4,6% от перечисленных товаров).

На рисунке 3 представлена структура стран, инвестировавших в экономику региона в 2012 году. Больше

всего инвестиций (56,2%) поступало из Нидерландов. На втором месте по объему инвестиций, направленных в область, находится Германия (37,7%). Также следует отметить Великобританию, на долю которой приходится 3,6% инвестиций, и Кипр (1,4%). Доли остальных стран не превышают 1%.

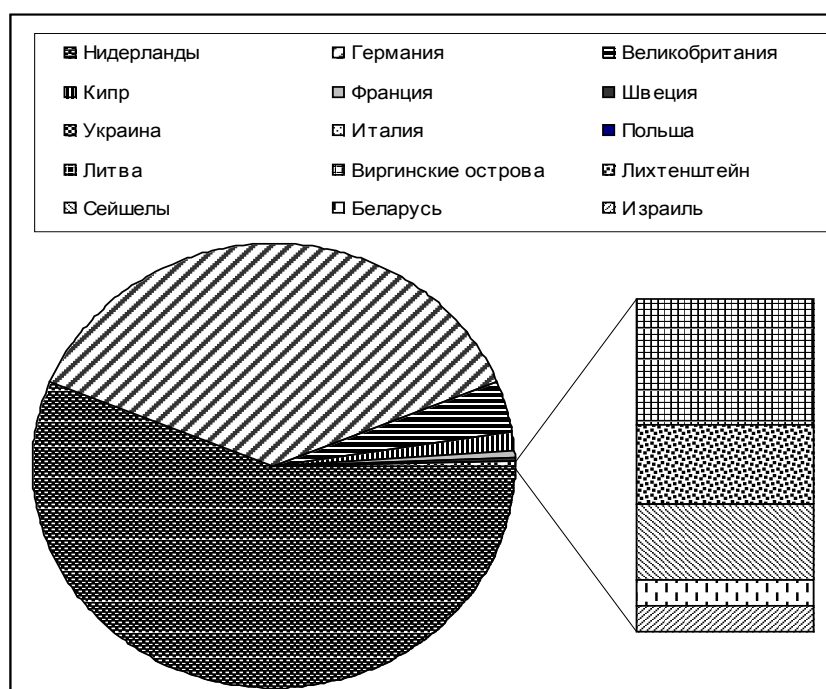


Рис. 3. Структура стран-инвесторов в экономику Белгородской области в 2012 году

По структуре поступления иностранных инвестиций по видам деятельности в Белгородскую область в 2012 году, можно заключить, что наибольшее количество инвестиций (1970 млн. долл. или 59,4 %) пришлось на добычу полезных ископаемых. 38,9 % было инвестировано в обрабатывающие производства. Доли поступления инвестиций в остальные сферы в 2012 году не превысили 1 % [4, с. 21]. Из этого можно сделать вывод, что наиболее привлекательной сферой вложения капитала для иностранных инвесторов по-прежнему остается деятельность, связанная с добычей и обработкой полезных ископаемых.

В рамках исследования были выявлены основные проблемы развития внешнеэкономической деятельности белгородского региона и пути их разрешения:

1. Сырьевая направленность экспорта. Необходимо направлять усилия Правительства области на диверсификацию экспортного потенциала. Достигать ее следует через развитие и поддержку предприятий, осуществ-

ляющих обработку добытых ресурсов, а также занятых в производственной деятельности.

2. Снижение экспортного потенциала. Чтобы разрешить данную проблему, необходимо предпринять действенные меры для поддержки производителей, экспортирующих свою продукцию. В числе таких мер можно назвать: льготное налогообложение и кредитование, государственное страхование экспортных операций и другие средства государственного регулирования.

3. Низкая конкурентоспособность производимых в регионе товаров по сравнению с товарами, изготавливаемыми за рубежом — обеспечение конкурентоспособности экономики за счет перехода к инновационному социально ориентированному типу развития в условиях глобализации российской экономики. Повышение устойчивости экономики области за счет совершенствования условий и стимулирования развития малого и среднего бизнеса, в особенности предоставление особых льгот той его части, которая осуществляет внешнеторговую деятельность.

Литература:

1. Блудова С. К. К вопросу о методике оценки региональной внешнеэкономической деятельности [Текст]: / С. К. Блудова // Вопросы статистики. — М., 2012. — № 11. — С. 65–66.
2. Прокушев Е. Ф. Внешнеэкономическая деятельность [Текст]: учеб. пособие / Е. Ф. Прокушев. — М.: Изд.-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2012. — 208 с.
3. Внешнеэкономическая деятельность Белгородской области [Текст]: стат. сборник / Белгородстат, 2012. — 112 с.
4. Инвестиции в Белгородской области в 2011 году [Текст]: стат. бюл./ Федер. Служба гос. Статистики, Территориальный орган федер. службы гос. статистики по Белгор. обл. — Белгород: Белгор. облкомстат, 2011. — 33 с.

Повышение роли управления инвестиционными проектами в Республике Казахстан

Кудереев Нурсултан Жансерикович, студент
Российский университет дружбы народов (г. Москва)

Политика управления инвестиционными проектами в Республике Казахстан представляет собой достаточно важный и сложный раздел своего рода финансового менеджмента. Принимаемые в этой области решения, конечно же, рассчитаны прежде всего именно на длительные периоды времени.

В принципе инвестиционная деятельность и, соответственно, политика управления инвестиционными проектами, в той или иной степени, так или иначе присуща любому государству.

Во времена ещё в общем-то недавнего господства плановой экономики в Казахстане, как части единого целого — огромного Советского Союза, широко использовались способы абсолютной и сравнительной экономической эффективности капитальных вложений и новой техники. В их основу был положен критерий на-

роднохозяйственного эффекта, который можно получить в результате создания и реализации объекта инвестиций.

Сегодня каждый хозяйствующий субъект в нашей республике вправе самостоятельно распоряжаться своим капиталом: куда, когда, сколько и на каких условиях вкладывать имеющиеся ресурсы, а значит и самостоятельно рассчитывать размеры будущего дохода от реализации того или иного варианта инвестирования.

Помимо частных инвесторов в правильной оценке инвестиционной привлекательности проектов заинтересовано и само казахстанское государство, которое кардинально изменило принципы предоставления централизованных ресурсов.

Все инвестиционные проекты и программы, осуществляемые за счет или с участием финансовых средств республиканского бюджета, требующие государственной

поддержки, реализуемые с привлечением иностранных кредитов под гарантии правительства Республики Казахстан, подлежат государственной комплексной экспертизе. По результатам рассмотрения документов готовится экспертное заключение, содержащее оценку экономических, технических, финансовых и социальных аспектов инвестиционного проекта (программы), а также выводы о целесообразности его реализации и участия государства в инвестировании.

В период проведения прединвестиционных исследований важным моментом является выбор методики оценки эффективности инвестиционных проектов. За рубежом нашей республики, особенно на Западе, каждая корпорация, руководствуясь сложившимся опытом управления финансовыми ресурсами, их объемами, целями, преследуемыми в тот или иной момент, а иногда и амбициями, применяет свою методику. Вместе с тем в последние два десятилетия сформировались и общие подходы к решению данной задачи.

Инвестиционные проекты могут быть оценены различными способами, но при использовании любого из них (кроме экологических, социальных и некоторых других) важно знать уровень дохода, который обеспечат инвестиции и размер дополнительной прибыли. Практически все методы оценки инвестиций основаны на сравнении прибыльности вложенных средств в различные проекты. При этом в качестве альтернативы инвестициям в тот или иной проект выступают финансовые вложения в другие объекты, помещение средств в банк под проценты или обращение их в ценные бумаги.

Оценка реальности достижения положительных результатов от инвестиций является ключевой задачей любого проекта вложения средств в реальные активы.

Когда говорят о необходимости учета риска при управлении проектами, обычно имеют в виду основных его участников: заказчика, инвестора, исполнителя (подрядчика) или продавца, инвестора и покупателя, а также страховую компанию.

При анализе риска любого из участников проекта, конечно же, используются определённые критерии. К ним, думается, нужно отнести такие, как потери от риска независимы друг от друга; потеря по одному направлению из «портфеля рисков» не обязательно увеличивают вероятность потери по другому (за исключением форс-мажорных обстоятельств); максимальный возможный ущерб не должен превышать финансовых возможностей участника...

Высокая степень риска проекта приводит к необходимости поиска путей ее искусственного снижения. В практике управления проектами существует три главных способа снижения риска:

- распределение риска между участниками проекта (передача части риска соисполнителям);
- страхование;
- резервирование средств на покрытие непредвиденных расходов.

Принятие решений инвестиционного характера, как и любой другой вид управленческой деятельности, основывается на использовании различных формализованных и неформализованных методов и критериев. Степень их сочетания определяется разными обстоятельствами, в том числе и тем из них, насколько менеджер знаком с имеющимся аппаратом, применимым в том или ином конкретном случае.

В отечественной и зарубежной практике известен целый ряд формализованных методов, с помощью которых расчёты могут служить основой для принятия решений в области инвестиционной политики.

Вероятно, управление все же в большей степени является искусством, чем наукой. Тем не менее, имея некоторые оценки, полученные формализованными методами, пусть даже в известной степени условные, легче принимать окончательные решения.

Безусловно, очень важно уметь выделить закономерности, лежащие в их основе управления инвестиционными проектами, ведь хорошо изучив эти закономерности, мы будем иметь возможность оказывать известное воздействие на факторы инвестиционной активности с надеждой получить необходимые результаты от этого воздействия и тем самым управлять инвестиционным процессом.

В нашей казахстанской и зарубежной практике известен целый ряд формализованных методов, расчёты, с помощью которых могут служить основой для принятия тех или иных решений в области инвестиционной политики.

Какого-то универсального метода, пригодного для всех случаев жизни, конечно же, не существует. По всей видимости, управление все же в большей степени является искусством, чем наукой. Тем не менее, имея некоторые оценки, полученные формализованными методами, пусть даже в известной степени условные, легче принимать окончательные решения по управлению инвестиционными проектами.

Существуют всё же определённые простые правила принятия управленческих решений инвестиционными проектами: 1) при высокой чувствительности и низком уровне надежности прогноза по успешности инвестиционного проекта проводят повторную проверку расчетов, при среднем уровне надежности внимательно отслеживают все отклонения от расчетных параметров и производят постоянный контроль при высокой надежности прогнозирования успешности инвестиционного проекта; 2) при средней чувствительности, низком и среднем уровне надежности прогноза рекомендуется отслеживать отклонения, высоком уровне надежности — можно установить и забыть; 3) при низкой чувствительности и таком же уровне прогнозов еще есть необходимость контролировать отклонения параметров, а при средней чувствительности и высоком уровне надежности — так же установить и забыть.

Конечно же, необходимо помнить об этом при управлении такими важными для нашей республики инвестиционными проектами, как строительство международного

курорта «Кендерли» в Мангистауской области, строительство туристского центра «Жана-Иле» на побережье Капчагайского водохранилища в Алмаатинской области, строительство АЭС на базе РУ ВБЭР-300 в Мангистауской области, строительство Международного аэропорта Кендерли со взлетно-посадочной полосой в Мангистау-

ской области, строительство Каспийского Энергетического Хаба в Мангистауской области и т.д., и т.п.

Таким образом, во многом реализация инвестиционных проектов и предложений непосредственно и во многом связана с определённым повышением роли управления этими самыми инвестиционными проектами.

Литература:

1. Бирман Г., Шмидт С. Экономический анализ инвестиционных проектов. // пер. с англ. под ред. Л. П. Белых. — М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2007.
2. Бочаров В. В. Методы финансирования инвестиционной деятельности предприятия., М., «Финансы и статистика», 2008.
3. Бригхэм Юджин Ф. Энциклопедия финансового менеджмента / пер. с англ. 5-е изд. — М.: РАГС, «ЭКОНОМИКА», 2008.
4. Бука Л. Ф., Зайцева О. Н. Экономический анализ. Ч. 1. Новосибирск, 2012.
5. Кныш М. И., Перекатов Б. А., Тютиков Ю. П. Стратегическое планирование инвестиционной деятельности. СПб, 2012.
6. Ковалев В. В. Методы оценки инвестиционных проектов. М., Финансы и статистика, 2010.

9. ФИНАНСЫ, ДЕНЬГИ И КРЕДИТ

Аналитическая характеристика расходов на социальную сферу и в реальный сектор экономики бюджетов субъектов Центрального федерального округа и оценка влияния на уровень риска несбалансированности региональных бюджетов

Балынин Игорь Викторович, студент

Калужский филиал Финансового университета при Правительстве Российской Федерации

Социально-экономическое развитие региона в значительной степени обуславливается осуществляемой бюджетной политикой, ключевым вызовом которой на современном этапе развития является проблема несбалансированности и обеспечения устойчивости региональных бюджетов. В последнее время необходимость и важность решения проблемы сбалансированности, создания условий для устойчивости и стабильности бюджетов бюджетной системы Российской Федерации, устранения рисков их несбалансированности постоянно декларируются в различных нормативно правовых документах.

В целях выявления субъектов с наибольшим и наименьшим уровнем риска несбалансированности бюджета была предложена авторская модель оценки, базирующаяся на нескольких группах факторов [1]. Одной из составляющих разработанной модели является аналитическая характеристика расходной части региональных бюджетов (в частности, расходов на социальную сферу и реальный сектор экономики) с последующей оценкой влияния на уровень риска несбалансированности региональных бюджетов.

В таблице 1 приведены данные о расходах бюджетов субъектов Центрального федерального округа (далее — ЦФО) за 2007–2012 годы.

Таблица 1

Расходы бюджетов субъектов ЦФО в 2007–2012 годах

№ п/п	Субъект Центрального федерального округа	Сумма расходов по годам, млн. руб.					
		2007	2008	2009	2010	2011	2012
1	Белгородская область	33790,51	47375,93	48561,41	51921,75	69374,11	67521,16
2	Брянская область	18791,28	22665,65	26016,63	27225,52	31798,67	36346,16
3	Владимирская область	22865,83	27621,03	31038,35	33617,58	34922,15	38754,97
4	Воронежская область	30041,78	41411,68	46782,77	56043,90	58577,30	69358,14
5	Ивановская область	16872,19	20269,99	24411,06	25219,53	27840,13	30474,91
6	Калужская область	19885,17	23027,82	23438,67	30620,21	35530,48	36346,16
7	Костромская область	11376,92	13279,70	17197,91	18500,85	18522,84	19875,67
8	Курская область	17068,31	22821,52	24727,41	27424,02	36028,30	38490,31
9	Липецкая область	24422,27	29142,64	29791,93	30513,93	34344,70	36990,92
10	Московская область	187713,15	235368,75	251381,37	225085,03	254342,86	290429,48
11	Орловская область	10566,64	15078,86	16619,85	19422,88	21355,73	26328,94
12	Рязанская область	19424,27	25031,10	29090,02	32694,98	37134,99	41003,43
13	Смоленская область	12481,72	17830,69	19643,49	24626,21	30302,57	33420,45
14	Тамбовская область	16608,68	21430,53	25105,49	27432,97	31885,81	35911,32
15	Тверская область	25033,21	30134,90	38218,35	38799,16	44545,90	46472,63
16	Тульская область	22615,00	30918,11	32895,93	40938,83	36183,66	46330,65
17	Ярославская область	23084,76	29761,69	40519,75	42664,59	41980,36	50336,18
18	Город Москва	928368,14	1315962,3	1154827,8	1106059,5	1398910,2	1534865,8

Источник: составлено автором на основании отчетов об исполнении региональных бюджетов.

Таблица 2

Расходы бюджетов субъектов ЦФО на социальную сферу в 2007–2012 годах

№ п/п	Субъект Центрального федерального округа	Расходы на социальную сферу, млн. руб.					
		2007	2008	2009	2010	2011	2012
1	Белгородская область	8155,51	8139,41	7773,30	7445,91	27502,10	30833,86
2	Брянская область	7359,50	8138,44	8296,31	8678,29	20500,66	22200,14
3	Владимирская область	7639,22	7209,61	9250,52	10202,01	21571,03	26716,51
4	Воронежская область	13377,94	15194,87	18324,54	21553,44	23724,89	45651,68
5	Ивановская область	6938,22	7311,49	9070,48	11016,16	15367,87	18807,87
6	Калужская область	6696,79	5362,77	6433,19	8181,73	14059,87	17584,21
7	Костромская область	4190,91	4473,77	5912,48	8361,00	10464,25	12692,36
8	Курская область	4523,67	4658,10	7218,71	9754,81	20317,89	23070,10
9	Липецкая область	8163,28	7115,76	7158,81	6998,28	19513,52	24326,83
10	Московская область	70183,27	84315,72	89962,73	86368,15	169004,90	208241,64
11	Орловская область	4227,27	5141,19	5604,38	6438,40	12803,70	18138,72
12	Рязанская область	6641,90	7656,97	9017,22	12778,37	21015,48	25313,39
13	Смоленская область	5032,79	6666,48	7494,18	8977,80	18351,63	21595,08
14	Тамбовская область	5094,07	5006,10	5725,64	9405,71	17509,99	21297,33
15	Тверская область	9506,15	12184,37	14730,17	16178,40	24648,99	30617,29
16	Тульская область	8993,96	11345,29	12313,28	14158,05	23585,14	33581,36
17	Ярославская область	7071,95	6666,02	8422,68	11950,18	24801,51	33017,66
18	Москва	355612,51	468180,21	502092,95	564399,16	734152,93	859331,07

Источник: составлено автором на основании отчетов об исполнении региональных бюджетов.

Таблица 3

Расходы бюджетов субъектов ЦФО в реальный сектор экономики

№ п/п	Субъект Центрального федерального округа	Расходы в реальный сектор экономики, млн. руб.					
		2007	2008	2009	2010	2011	2012
1	Белгородская область	11568,51	16580,92	16540,75	18754,06	33353,28	29877,96
2	Брянская область	2602,95	4057,32	5454,90	5545,99	7182,91	10148,94
3	Владимирская область	4686,00	4922,02	5433,75	5228,73	6629,28	7696,65
4	Воронежская область	6148,79	6588,10	8463,67	11199,99	14051,43	17223,91
5	Ивановская область	2151,29	2203,28	3372,22	3604,81	5898,04	6279,90
6	Калужская область	5542,75	6039,50	5567,31	7983,86	10698,26	11196,48
7	Костромская область	1591,40	2111,42	3243,40	2483,93	3504,02	3444,20
8	Курская область	4702,10	6132,05	5702,90	5646,48	9039,96	10680,97
9	Липецкая область	4559,96	7311,94	7233,28	6334,40	8153,73	9379,83
10	Московская область	35535,23	32292,79	36651,11	23736,92	32374,99	49268,71
11	Орловская область	2237,56	2903,40	3567,42	3488,99	4158,55	5872,09
12	Рязанская область	3729,56	5074,03	5838,93	6408,92	9272,29	10597,99
13	Смоленская область	1833,85	2622,60	3384,70	4072,13	6955,52	7379,50
14	Тамбовская область	3637,86	4283,92	5649,61	6553,97	10214,72	11453,40
15	Тверская область	4458,85	5470,54	7135,48	5917,93	7478,92	12510,78
16	Тульская область	4213,70	5404,40	6813,71	8964,11	5840,34	9180,49
17	Ярославская область	3357,51	4656,19	7182,60	5658,77	7635,04	11238,85
18	Город Москва	502178,9	754278,1	532070,4	404921,3	563269,2	1711514,2

Источник: составлено автором на основании отчетов об исполнении региональных бюджетов.

Таблица 4

Коэффициенты роста расходов бюджетов субъектов ЦФО

№ п/п	Субъект Центрального федерального округа	Коэффициент роста общей суммы расходов бюджетов				
		2008	2009	2010	2011	2012
1	Белгородская область	1,4020	1,0250	1,0692	1,3361	0,9733
2	Брянская область	1,2062	1,1478	1,0465	1,1680	1,1430
3	Владимирская область	1,2080	1,1237	1,0831	1,0388	1,1098
4	Воронежская область	1,3785	1,1297	1,1980	1,0452	1,1840
5	Ивановская область	1,2014	1,2043	1,0331	1,1039	1,0946
6	Калужская область	1,1580	1,0178	1,3064	1,1604	1,0230
7	Костромская область	1,1672	1,2951	1,0758	1,0012	1,0730
8	Курская область	1,3371	1,0835	1,1091	1,3138	1,0683
9	Липецкая область	1,1933	1,0223	1,0242	1,1255	1,0770
10	Московская область	1,2539	1,0680	0,8954	1,1300	1,1419
11	Орловская область	1,4270	1,1022	1,1687	1,0995	1,2329
12	Рязанская область	1,2887	1,1622	1,1239	1,1358	1,1042
13	Смоленская область	1,4285	1,1017	1,2537	1,2305	1,1029
14	Тамбовская область	1,2903	1,1715	1,0927	1,1623	1,1262
15	Тверская область	1,2038	1,2682	1,0152	1,1481	1,0433
16	Тульская область	1,3672	1,0640	1,2445	0,8838	1,2804
17	Ярославская область	1,2892	1,3615	1,0529	0,9840	1,1990
18	Москва	1,4175	0,8776	0,9578	1,2648	1,0972

Источник: рассчитано автором на основании отчетов об исполнении региональных бюджетов.

Анализ данных таблицы 1 позволяет сделать вывод о том, что наибольшие объемы расходов свойственны Москве и Московской области, что обусловлено объективными причинами. В таблице 2 приведены расходы региональных бюджетов ЦФО на социальную сферу в 2007–2012 годах.

Данные таблицы 2 демонстрируют наличие социальной направленности региональных бюджетов в связи с выделением значительных сумм на финансирование социальной сферы. В таблице 3 приведена информация о расходах региональных бюджетов ЦФО в реальный сектор экономики.

Данные таблицы 3 свидетельствуют о том, что на региональном уровне финансированию реального сектора экономики уделяется значительное внимание, что подтверждается возрастающими суммами расходов из бюджетов субъектов ЦФО.

Для получения конкретной оценки темпов роста общей суммы расходов, расходов на социальную сферу и расходов в реальный сектор экономики необходимо рассчитать соответствующие коэффициенты. Так, в таблице 4 представлены коэффициенты роста общей суммы расходов бюджетов.

Анализ показал наличие ежегодного роста общей суммы расходов в исследуемом периоде практически во всех субъектах. Уменьшение финансирования наблюдалось лишь в Московской области (2010 г.), г. Москве

(2009, 2010 гг.), Белгородской области (2012 г.), Ярославской области (2011 г.), Тульской области (2011 г.). В таблице 5 представлены коэффициенты роста расходов бюджетов субъектов ЦФО на социальную сферу.

Анализ показал значительный рост расходов на социальную сферу в субъектах ЦФО с 2011 года. Наиболее высокий рост наблюдался в Белгородской области — в 3,7 раза; наименьший рост — в Воронежской области (в 1,1 раза). Однако, в 2012 году, в Воронежской области был наибольший рост (по сравнению с другими субъектами ЦФО) — в 1,9 раза. В таблице 6 приведены коэффициенты роста расходов бюджетов субъектов ЦФО в реальный сектор экономики.

Анализ показал рост расходов региональных бюджетов в реальный сектор экономики. Наибольший рост произошел в 2011 году в Рязанской области — в 3,3 раза и в 2012 году в Москве — в 3,0 раза.

На основании осуществленных выше расчетов необходимо осуществить сравнительно-рейтинговую оценку влияния расходов региональных бюджетов на уровень риска их несбалансированности с использованием балльного метода. По каждому анализируемому показателю по каждому году исследуемого периода и каждому субъекту ЦФО выставляется определенный балл. В таблице 7 представлены итоговые рейтинговые баллы в разрезе каждого года исследуемого периода и приведен средний рейтинговый балл. Наибольшим баллом (что свидетель-

Таблица 5

Коэффициенты роста расходов бюджетов субъектов ЦФО на социальную сферу

№ п/п	Субъект Центрального федерального округа	Коэффициент роста расходов на социальную сферу,				
		2008	2009	2010	2011	2012
1	Белгородская область	0,9980	0,9550	0,9579	3,6936	1,1211
2	Брянская область	1,1058	1,0194	1,0460	2,3623	1,0829
3	Владимирская область	0,9438	1,2831	1,1029	2,1144	1,2385
4	Воронежская область	1,1358	1,2060	1,1762	1,1007	1,9242
5	Ивановская область	1,0538	1,2406	1,2145	1,3950	1,2238
6	Калужская область	0,8008	1,1996	1,2718	1,7184	1,2507
7	Костромская область	1,0675	1,3216	1,4141	1,2516	1,2129
8	Курская область	1,0297	1,5497	1,3513	2,0829	1,1355
9	Липецкая область	0,8717	1,0061	0,9776	2,7883	1,2467
10	Московская область	1,2014	1,0670	0,9600	1,9568	1,2322
11	Орловская область	1,2162	1,0901	1,1488	1,9886	1,4167
12	Рязанская область	1,1528	1,1776	1,4171	1,6446	1,2045
13	Смоленская область	1,3246	1,1242	1,1980	2,0441	1,1767
14	Тамбовская область	0,9827	1,1437	1,6427	1,8616	1,2163
15	Тверская область	1,2817	1,2089	1,0983	1,5236	1,2421
16	Тульская область	1,2614	1,0853	1,1498	1,6658	1,4238
17	Ярославская область	0,9426	1,2635	1,4188	2,0754	1,3313
18	Москва	1,3165	1,0724	1,1241	1,3008	1,1705

Источник: рассчитано автором на основании отчетов об исполнении региональных бюджетов.

Таблица 6

Коэффициенты роста расходов бюджетов субъектов ЦФО в реальный сектор экономики

№ п/п	Субъект Центрального федерального округа	Коэффициент роста расходов в реальный сектор экономики				
		2008	2009	2010	2011	2012
1	Белгородская область	1,43328	0,997578	1,13381	1,778456	0,895803
2	Брянская область	1,558739	1,344459	1,0167	1,295153	1,412929
3	Владимирская область	1,050368	1,103966	0,962269	1,267858	1,161007
4	Воронежская область	1,071447	1,284691	1,323301	1,254593	1,225776
5	Ивановская область	1,024165	1,530546	1,068973	1,636159	1,064742
6	Калужская область	1,089622	0,921816	1,43406	1,339986	1,04657
7	Костромская область	1,326772	1,536123	0,765841	1,410675	0,982928
8	Курская область	1,304109	0,930016	0,990105	1,600992	1,181528
9	Липецкая область	1,603509	0,989241	0,875731	1,287214	1,150372
10	Московская область	0,908754	1,134963	0,647645	1,363909	1,521814
11	Орловская область	1,297577	1,228703	0,978017	1,191905	1,412053
12	Рязанская область	1,360491	1,150748	1,09762	3,279096	0,504295
13	Смоленская область	1,43011	1,290586	1,2031	1,708079	0,402117
14	Тамбовская область	1,177591	1,318795	1,160076	1,558554	0,654107
15	Тверская область	1,226897	1,304345	0,829367	1,263774	0,507557
16	Тульская область	1,28258	1,260771	1,315599	0,651524	0,389249
17	Ярославская область	1,3868	1,54259	0,787845	1,34924	1,47201
18	Москва	1,502011	0,705404	0,76103	1,391058	3,038537

Источник: рассчитано автором на основании отчетов об исполнении региональных бюджетов.

Таблица 7

Сравнительно-рейтинговая оценка влияния расходной части (бюджетов)
на уровень риска несбалансированности бюджетов субъектов ЦФО

№ п/п	Субъект Центрального федерального округа	Рейтинговый балл					СРБ
		2008	2009	2010	2011	2012	
1	Липецкая область	7,67	3,00	4,33	10,33	9,67	7,00
2	Московская область	7,33	5,67	1,33	9,67	13,33	7,47
3	Тверская область	9,33	14,00	4,33	6,67	6,33	8,13
4	Калужская область	2,33	5,00	16,33	9,33	8,00	8,20
5	Владимирская область	4,67	10,67	7,67	8,00	11,00	8,40
6	Город Москва	16,33	2,33	3,67	10,00	10,00	8,47
7	Белгородская область	12,00	3,33	7,33	17,67	3,00	8,67
8	Костромская область	7,33	17,00	9,00	5,67	6,33	9,07
9	Ивановская область	4,67	15,00	9,33	8,67	8,33	9,20
10	Тульская область	12,00	7,00	13,67	3,00	12,00	9,53
11	Брянская область	11,00	10,00	6,67	12,33	10,00	10,00
12	Курская область	9,67	9,33	11,67	15,00	6,33	10,40
13	Рязанская область	11,00	10,33	13,67	11,33	6,33	10,53
14	Воронежская область	9,67	11,33	14,00	3,00	15,33	10,67
15	Орловская область	13,33	8,33	10,00	6,33	15,67	10,73
16	Тамбовская область	7,33	12,33	14,33	11,67	8,33	10,80
17	Ярославская область	8,67	17,00	9,33	8,00	15,67	11,73
18	Смоленская область	16,67	9,33	14,33	14,33	5,33	12,00

Примечание. СРБ — средний рейтинговый балл

Источник: рассчитано автором на основании таблиц 1–6.

ствуется о наибольшем риске) является балл, равный количеству исследуемых субъектов (в данном исследовании — 18 баллов).

На основании проведенного исследования можно сделать вывод о том, что наибольшим уровнем риска несбалансированности региональных бюджетов среди субъек-

тов ЦФО в результате влияния проводимой политики формирования расходной части обладают Смоленская (12,00 баллов) и Ярославская области (11,73 балла), наименьшим — Липецкая (7,00 балла) и Московская области (7,47 балла).

Литература:

1. Балынин И.В. Проблема сбалансированности бюджета в контексте социально-экономического развития страны и региона//Сборник научных работ лауреатов областных премий и стипендий. Выпуск 9.-Калуга: КГУ им. К.Э. Циолковского, 2013.-440 с., с. 303–312.

Виды операций коммерческих банков

Кутафьева Лилия Владимировна, студент

Тольяттинский государственный университет, Институт финансов, экономики и управления

Современные коммерческие банки способны оказывать до 300 видов услуг (как в Японии). В настоящее время круг банковских операций растет. Но далеко не все банковские операции повседневно присутствуют и используются в практике конкретного банковского учреждения,

так, например, выполнение международных расчетов и трастовых операций. Но есть определенный перечень операций, так сказать, стандартный набор, без которого банк не может существовать и нормально функционировать.

Особенности коммерческих банков проявляются в ходе выполнения присущих им операций и услуг. Операции коммерческого банка представляют собой проявление банковских функций на практике.

Согласно российскому законодательству, а именно Закону «О банках и банковской деятельности», к числу основных видов банковских операций относят следующие [1]:

1) привлечение денежных средств юридических и физических лиц во вклады (до востребования и на определенный срок);

2) предоставление кредитов от своего имени за счет собственных и привлеченных средств;

3) открытие и ведение банковских счетов физических и юридических лиц;

4) осуществление переводов денежных средств по поручению физических и юридических лиц, в том числе банков-корреспондентов, по их банковским счетам;

5) инкассация денежных средств, векселей, платежных и расчетных документов и кассовое обслуживание физических и юридических лиц;

6) купля-продажа иностранной валюты в наличной и безналичной формах;

7) привлечение во вклады и размещение драгоценных металлов;

8) выдача банковских гарантий;

9) осуществление переводов денежных средств без открытия банковских счетов, в том числе электронных денежных средств (за исключением почтовых переводов).

Кроме основных, указанных выше операций, существует ряд сделок, которые так же предусмотрены законодательством [1]:

1) выдача поручительств за третьих лиц, предусматривающих исполнение обязательств в денежной форме;

2) приобретение права требования от третьих лиц исполнения обязательств в денежной форме;

3) доверительное управление денежными средствами и иным имуществом по договору с физическими и юридическими лицами;

4) осуществление операций с драгоценными металлами и драгоценными камнями в соответствии с законодательством Российской Федерации;

5) предоставление в аренду физическим и юридическим лицам специальных помещений или находящихся в них сейфов для хранения документов и ценностей;

6) лизинговые операции;

7) оказание консультационных и информационных услуг.

Все операции и сделки, производимые коммерческим банком, осуществляются в рублях, исключение составляют банки, имеющие соответствующую лицензию Банка России, они могут выполнять операции в иностранной валюте. Все правила совершения банковских операций указаны в соответствующем Федеральном законе.

Согласно статье 5 данного закона «кредитной организации запрещается заниматься производственной, торговой и страховой деятельностью» [1].

Коммерческому банку предоставлено право на осуществление выпуска, покупку, продажу, учет, хранение и другие операции с ценными бумагами, на что не требуется получение специальной лицензии.

Банковские операции можно разделить на 3 группы: пассивные, активные и комиссионно-посреднические (банк взимает за них комиссионной вознаграждение).

Банки делятся на активные и пассивные в связи с тем, что они по-разному влияют на формирование и размещение банковских ресурсов. Банковский ресурс — это сумма денежных средств, которая имеется в его распоряжении и может быть использована им для осуществления активных операций.

В ходе проведения пассивных операций возрастают остатки денежных средств на пассивных счетах банка, где учитываются фонды банка, остатки на депозитных счетах клиентов, задолженность по кредитам другим банкам, прибыль банка и т.д. В свою очередь, активные счета приводят к увеличению средств на активных счетах, здесь отражаются денежная наличность, банковские ссуды, вложения в ценные бумаги, здания, оборудования и др.

Активные и пассивные операции коммерческого банка тесно взаимосвязаны. Рассмотрим каждую из данных операций подробнее.

Пассивные операции — это операции по привлечению средств в банки и формированию ресурсов в них. На сегодняшний день, в условиях рыночной экономики, особую важность приобретает процесс формирования банковских пассивов, оптимизация их структуры и, в связи с этим, качество управления всеми источниками денежных средств, которые образуют ресурсный потенциал коммерческих банков. Пассивные операции коммерческих банков с ценными бумагами направлены на формирование их ресурсной базы и заключаются в выпуске банком собственных ценных бумаг. В составе этих операций можно выделить две группы [3, с. 255]:

1) операции, связанные с выпуском банком эмиссионных ценных бумаг (акций, облигаций);

2) операции по выпуску ценных бумаг не эмиссионного характера (разовый выпуск банком собственных векселей, оформление срочных вкладов депозитными и сберегательными сертификатами).

Выделяют четыре формы пассивных операций коммерческих банков [2, с. 115]:

1. первичная эмиссия ценных бумаг коммерческого банка.

2. отчисления от прибыли банка на формирование или увеличение фондов.

3. получение кредитов от других юридических лиц.

4. депозитные операции.

С помощью первых двух форм пассивных операций создается первая крупная группа кредитных ресурсов — собственные ресурсы. Две последние формы пассивных операций создают вторую крупную группу ресурсов — заемные, или привлеченные, кредитные ресурсы.

Собственные ресурсы банка представляют собой банковский капитал и приравненные к нему статьи. Роль и величина собственного капитала коммерческих банков имеют особенную специфику, отличающуюся от предприятий и организаций, занимающихся другими видами деятельности тем, что за счет собственного капитала банки покрывают менее 10% общей потребности в средствах. Обычно государство устанавливает для банков минимальную границу соотношения между собственными и привлеченными ресурсами. В России это соотношение установлено в размере не менее 1:25 (от 1:15 до 1:25 в зависимости от типа банка).

Значение собственных ресурсов банка состоит, прежде всего, в том, чтобы поддерживать его устойчивость. На начальном этапе создания банка именно собственные средства покрывают первоочередные расходы, без которых банк не может начать свою деятельность. За счет собственных ресурсов банки создают необходимые им резервы. Наконец, собственные ресурсы являются главным источником вложений в долгосрочные активы.

Активные операции — это операции, посредством которых банки размещают имеющиеся в их распоряжении ресурсы для получения прибыли; операции по предоставлению денежных средств, различающихся по срокам, размерам, типам пользователей, кредитным ресурсам, характеру обеспечения, формами передачи денежных средств. Это краткосрочное и долгосрочное кредитование, предоставление потребительских ссуд населению, приобретение ценных бумаг, лизинг, факторинг, инновационное финансирование и кредитование, долевое участие средств банка в хозяйственной деятельности предприятий и так далее.

По экономическому содержанию активные операции делятся на [2, с. 137]:

- ссудные;
- расчетные;
- кассовые;
- инвестиционные;
- гарантированные.

Активные операции связаны с размещением ресурсов в ценных бумагах и получением банком доходов, как прямо, в виде дивидендов или процентов.

В составе активных операций коммерческих банков с ценными бумагами также можно выделить две группы: операции инвестиционного и неинвестиционного характера.

К первой группе относятся операции по покупке банком долевых и долговых ценных бумаг за свой счет с целью формирования своего портфеля ценных бумаг и получения дохода в виде процента. Неинвестиционные активные операции связаны с покупкой коммерческим банком за свой счет долевых и долговых ценных бумаг с целью последующей их продаж с извлечением доходов в виде разницы между ценой продажи и ценой покупки. Инвестиционная деятельность, связанная с операциями с ценными бумагами, крайне важна для коммерческих банков в жестких условиях конкуренции. В банковском деле инвестиции означают средства, вложенные в ценные

бумаги предприятий и государственных учреждений на относительно продолжительный период времени. Инвестиции коммерческих банков отличны от кредитных ссуд по ряду особенностей.

Во-первых, кредитные ссуды предполагают использование средств в течение сравнительно небольшого периода времени при условии их возвратности в установленный срок с оплатой ссудного процента.

Во-вторых, при кредитовании инициатором сделки выступает заемщик, а при инвестировании — коммерческий банк.

В-третьих, в кредитных сделках банк — один из главных кредиторов и в то же время инвестор средств в ценные бумаги предприятий и учреждений.

В-четвертых, банковское кредитование напрямую связано с личными отношениями банка с заемщиком, а инвестирование — обезличенная деятельность через различные виды ценных бумаг.

В активах банков выделяются две важнейшие группы операций — кредитные (учетно-ссудные) и фондовые операции. На них приходится до 80% всего баланса.

Кредитные операции можно классифицировать по ряду признаков.

В зависимости от обеспечения различаются [4, с. 219]:

- 1) ссуды без обеспечения (бланковые);
- 2) ссуды, имеющие обеспечения:
 - А) вексельные;
 - Б) подтоварные;
 - В) фондовые.

Вексельные ссуды — это кредиты, выдаваемые в форме покупки векселя или под залог векселя. Учитывая вексель, банк становится его владельцем и выплачивает лицу, эмитировавшему вексель или предъявившему его к учету, определенную сумму денег. За эту операцию банк взимает с клиента определенный процент, который называется учетным процентом, или дисконтом.

Подтоварные ссуды — это ссуды под залог товаров и товарораспорядительных документов.

Фондовые ссуды — это ссуды под обеспечение ценных бумаг.

По срокам погашения [4, с. 220]:

- 1) не имеющие определенного срока — онкольные (погашаемые по требованию заемщика или банка);
- 2) краткосрочные (до одного года);
- 3) среднесрочные (от одного года до пяти лет);
- 4) долгосрочные (свыше пяти лет).

По характеру погашения [4, с. 220]:

- 1) погашаемые единовременным взносом;
- 2) погашаемые в рассрочку.

По методу взимания процента [4, с. 221]:

1) процент удерживается в момент выдачи ссуды (при учете векселя, при предоставлении потребительской ссуды);

2) процент уплачивается в момент погашения кредита или равномерными взносами на протяжении всего срока кредита.

К фондовым операциям банков относятся [5, с. 140]:

- разнообразные операции с ценными бумагами: покупка ценных бумаг для собственного портфеля (инвестиции);
- первичное размещение вновь выпущенных ценных бумаг среди держателей;
- покупка и продажа ценных бумаг на рынке по поручению клиента (обслуживание вторичного оборота ценных бумаг);

— ссуды под ценные бумаги.

В заключение можно сказать, что существует огромное количество операций, выполняемых коммерческим банком. Некоторые из них используются постоянно, а некоторые приходят в действие изредка. Операции коммерческого банка можно разделить на 3 группы: активные, пассивные и комиссионно-посреднические, каждая из указанных групп имеет свое назначение, но все они взаимосвязаны.

Литература:

1. Федеральный закон от 02.12.1990 № 395—1 «О банках и банковской деятельности» с последующими изменениями от 01.07.2011 № 169-ФЗ и от 11.01.2011 № 200-ФЗ.
2. Банковское дело: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям и специальности «Финансы и кредит» / [Е.Ф. Жуков и др.]; под ред. Е.Ф. Жукова, Н.Д. Эриашвили. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. — 655 с.
3. Канаев А.В. Банковская деятельность в сфере теории финансового посредничества: традиции и инновации // Вестник СПбГУ. — 2009. — №3. — с. 113–123
4. Костерина Т.М. БАНКОВСКОЕ ДЕЛО: Учебно-практическое пособие. — М.: Изд. центр ЕАОИ, 2009. — 360 с.
5. Челноков В.А. Деньги, кредит, банки. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. — 366 с.

Система управления государственным долгом

Павловская Елизавета Александровна, аспирант

Украинская академия банковского дела Национального банка Украины (г. Сумы)

В статье обозначен вопрос, который касается существующих долговых проблем государства, выявлены потребности в построении действенной системы управления государственным долгом.

Ключевые слова: *долговая политика, государственный долг, система управления государственным долгом.*

In the article an issue is identified that concerns the existing debt problems of the state, also identified the need to build an effective system of public debt management.

Keywords: *debt policy, public debt, public debt management system.*

Актуальность проблемы. Существующие долговые проблемы государства требуют совершенствования долговой политики Украины и построения действенной системы управления государственным долгом.

В Украине не существует четко сформулированной политики управления государственным долгом, то есть данная политика вообще неэффективна, не дает возможность быстро и оперативно вмешиваться в решение актуальных проблем финансовой системы.

Процесс управления государственным долгом сопровождается определенными проблемами, которые касаются, во-первых, сужение понятия государственного долга в украинском законодательстве, не способствует реалистическому прогнозированию основных макроэкономических показателей социально-экономического развития страны, проблемам учета и отчетности, а также

проблем структуризации государственного долга.

Если использовать государственную задолженность в механизме государственного регулирования экономики, то возникает необходимость постоянного внимания со стороны правительства к проблеме регулирования государственного долга, и это побуждает к формированию определенной стратегии управления им в соответствии с бюджетной и монетарной стратегией в целом. Управление государственным долгом — сложный аспект экономической политики, поскольку предполагает совместную работу нескольких институтов, которые несут ответственность за конкретно определенные функциональные и другие элементы в процессе управления. Именно от эффективности управления и от ответственности будет зависеть, можно ли считать государственный долг недостатком или стимулом для экономического развития страны.

Использование различных методов управления задолженностью в странах постсоциалистического лагеря обычно не всегда направлялось на решение комплексной задачи социально-экономического развития, а первоочередное направление на решение текущих проблем в сфере государственных финансов. Но даже осуществление заимствований на рынке государственных ценных бумаг не обеспечили социально-экономического развития страны, а также являются фактором дестабилизации всех секторов финансового рынка. Основными направлениями управления государственным долгом является поиск надежных источников для выплат долга и рациональное использование внешних заимствований.

Анализ последних научных исследований и публикаций. Несмотря на значительное количество нормативно-правовых актов, регулирующих порядок образования государственного долга, на значительное количество исследований ученых — не создано эффективной целостной системы порядка, форм, принципов и методов управления государственным долгом. До сих пор не принят закон о принципах и системы бюджетного финансирования расходов на управление государственным долгом. То есть, тормозится процесс систематизации принципов управления, а также планирования и расходования средств на эти цели осуществляются вообще неэффективно и это негативно сказывается именно на реализации основных направлений долговой политики.

Управление государственным долгом — это процесс привлечения займов государством и отношения уполномоченных на это органов государственной власти, связанных с его обслуживанием.

Василик О.Д. утверждал, что управление государственным долгом — «это совокупность мероприятий государства по определению ставок процентов и выплаты процентных доходов кредиторам, выпуска и погашения долговых обязательств, установления лимита займов, поддержание курса государственных обязательств, изменения условий уже выпущенных займов, определение условий и выпуска новых займов». [2]. Опарин В.Н. считал, что «управление государственным долгом заключается в обеспечении платежеспособности государства, реальных источников его погашения» [3]. Федосов В.М. утверждал, что «управление государственным долгом — комплекс мероприятий, осуществляемых государством в лице уполномоченных органов по определению объемов и условий привлечения средств, их размещение и погашение, а также обеспечения платежеспособности государства» [4]. Боднарук Т.Г. определил, что: «управление государственным долгом — совокупность государственных мероприятий, связанных с выпуском и погашением государственных долговых обязательств, определением ставок процентов и выплатой дохода по государственным ценным бумагам, установлением лимита долга, поддержанием курса государственных обязательств, определению условий выпуска новых государственных ценных бумаг» [5]. В экономической литературе под управлением понимают регулирование структуры го-

сударственных долговых обязательств при заданном совокупном объеме задолженности. В частности, Э. Ролф определяет, что управление государственным долгом — это действия уполномоченных на то органов — центрального банка государства или казначейства, направленные на изменение количества и видов ценных бумаг в обращении. В работе Смита, управление определяется как все действия правительства, которые влияют на структуру государственного долга. При этом определение объемов эмиссии новых ценных бумаг для покрытия дефицита или объема обязательств, которые должны быть выкуплены государством не относятся к функциям управления государственным долгом. В русской литературе, по определению Б. Болдырева, управление государственным долгом это совокупность действий государства, которые связаны с изучением конъюнктуры на рынке ссудных капиталов, выпуском новых займов и выработкой условий выпуска, с выплатой процентов по ранее выпущенным займам, проведением конверсий и консолидации займов, установлением курса облигаций на денежном рынке, проведением мероприятий по определению процентных ставок по государственному кредиту. Автор относит к управлению государственным долгом мероприятия государства по погашению ранее выпущенных займов, срок действия которых уже истек. М.А. Лауфер подобно признает содержание управления государственным долгом. Под редакцией профессора В.Н. Родионовой в книге «Финансы», под управлением государственным долгом понимается совокупность мероприятий государства по выплате доходов кредиторам и погашению займов, изменению условий уже выпущенных займов, определению условий и выпуску новых ценных бумаг.

Управление государственным долгом следует понимать именно как одно из направлений экономической политики государства, которая связана с деятельностью в качестве заемщика или гаранта. Д.Л. Головачева утверждает, что это прерогатива законодательной власти, или правительства и заключается в следующем: — формирование политики государственного внутреннего или внешнего долга; — установление границы задолженности; — определение основных направлений и целей воздействия на микро и макроэкономические показатели; — установления возможности и целесообразности финансирования за счет государственного долга общегосударственных программ. А.М. Русайкина добавляет определение законодательных основ регулирования отношений, возникающих в процессе формирования долга, размещение, обслуживание, а также погашения государственного долга [7].

Целью этой работы является изучение существующих долговых проблем государства и построение действенной системы управления государственным долгом.

Изложение основного материала исследования. Под системой управления государственным долгом необходимо понимать совокупность мер, направленных государством на определение необходимости, условий привлечения, обслуживания и погашения государственных

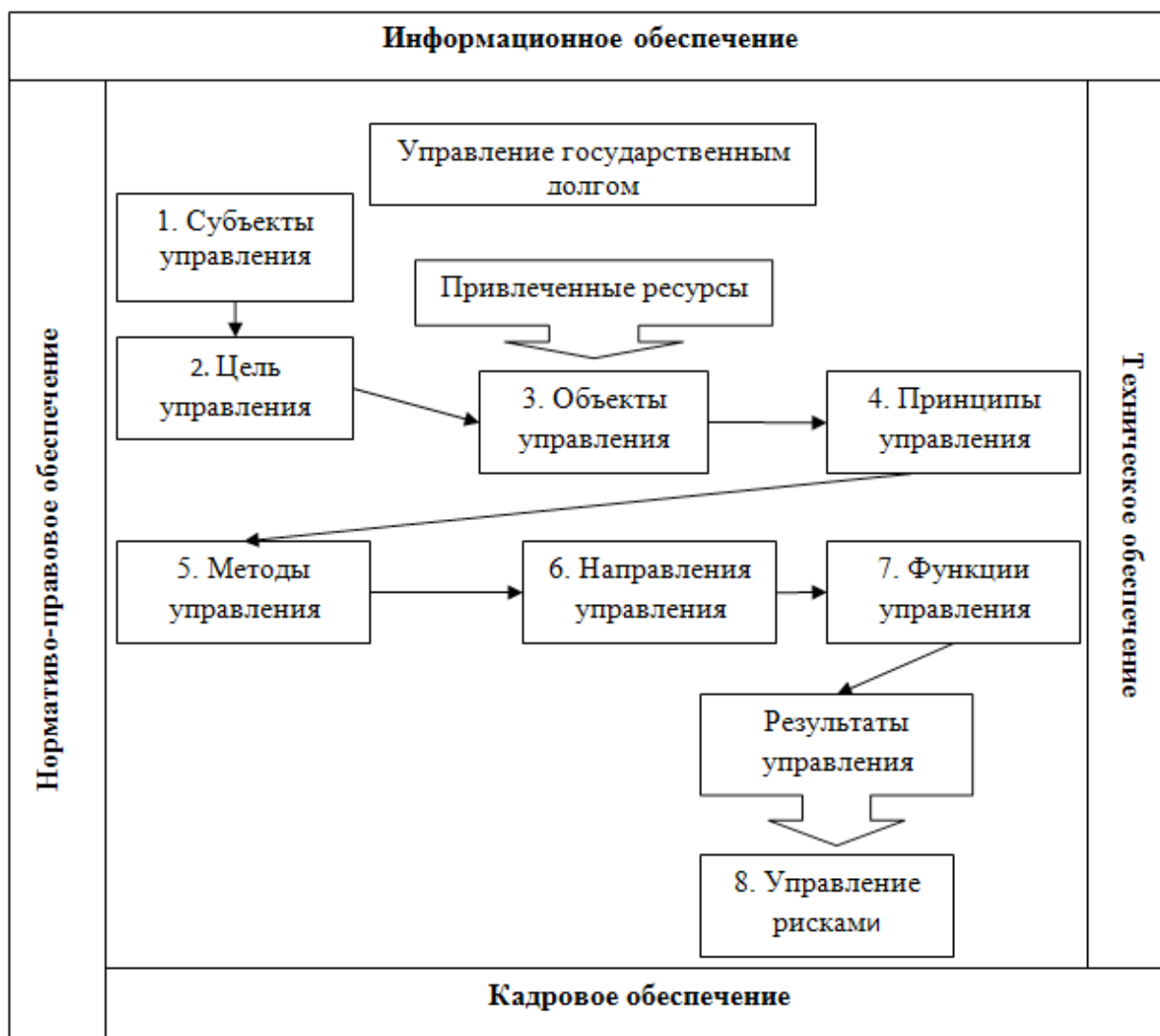


Рис. 1. Система управления государственным долгом

займов с целью обеспечения общественных интересов, признаков не нарушая экономической безопасности государства. Предложенный нами вариант системы управления государственным долгом рассмотрен на рисунке 1.1. Исходя из вышеприведенного рисунка, можно проанализировать все составляющие системы управления государственным долгом.

Рассмотрим первый элемент системы — субъекты управления государственным долгом. Субъектами выступают органы, организации, учреждения, на которые в соответствии с действующим законодательством возложена обязанность по управлению государственным долгом. Кабинет Министров Украины является представителем интересов государства в государственном заимствовании. Важную роль в сотрудничестве с международными финансовыми организациями выполняет Управление международного сотрудничества, международных отношений и внешнеэкономической политики Кабинета Министров Украины. Среди субъектов системы особое место занимает Министерство финансов Украины. В составе послед-

него субъекта создан департамент управления государственным долгом. Он сочетает структурные подразделения, деятельность которых связана с планированием и подготовкой кредитных проектов, анализом, учетом, обслуживанием государственного долга.

Цель управления государственным долгом заключается в использовании государственных займов как инструмента улучшения стратегического развития экономики, определяет необходимость финансирования государственных программ с целью ускоренными темпами экономического роста, улучшение инвестиционного обеспечения в государстве, покрытия временных разрывов между доходами и расходами государства в текущей перспективе.

Управление размещением заемных средств является главным элементом всей системы управления долгом государства. Привлеченные средства следует использовать с целью финансирования роста производственных мощностей. Но должно наращиваться производство товаров не только для внутренних потребностей, но и экспорт продукции, очень необходимый для получения иностранной

валюты на обслуживание и погашение внешнего долга. Стратегической целью управления государственным долгом является обеспечение необходимыми объемами ликвидных средств государственного управления и минимизации расходов, связанных с рисками, погашением, обслуживанием государственного долга, создание предпосылок макроэкономической стабильности в краткосрочной и долгосрочной периодах; получить наивысший эффект от финансирования за счет заемных средств и избежать макроэкономических трудностей и проблем платежного баланса в будущем. Изучая польский опыт управления государственным долгом, можно несколько применить в управление государственным долгом Украины, учитывая сегодняшние реалии нашей страны. Интересным для нашего государства является то, что стратегией управления государственным долгом определены приоритетные цели долговой политики. Однако, несмотря на то, что чаще всего декларируется реализация прежде всего бюджетных целей, связанных с обеспечением безопасности финансирования правительственных программ, сбалансирования бюджета, минимизацией стоимости обслуживания долга, содержанием безопасного уровня долга, к существенным целей управления государственным долгом можно отнести также цели в монетарной сфере: координация управления государственным долгом с денежной политикой; макроэкономические цели: поощрение бережливости, развитие и поддержка функционирования внутреннего рынка ценных бумаг.

Цели управления задолженностью, заключаются в следующем:

- «фискально ориентирован debt management» — государство пытается привлечь займы на привлекательных ценовых условиях, что приводит к минимизации расходов по обслуживанию государственного долга;
- реструктуризации внешней задолженности в соответствии с целями экономической политики и учитывая его «нейтральность» он должен быть удален из инструментов государственного регулирования экономики;
- антициклическая концепция «debt management», то есть выступает как инструмент стабилизационной политики государства. Преимущество данного вариант заключается в сохранении экономической стабильности.

Объектом управления выступает структура сроков обращения различных долговых обязательств, в результате чего государство частично или полностью реструктуризирует свою задолженность; структуру кредиторов, благодаря выпуску нерыночных займов, предназначенных для определенных групп кредиторов; величину совокупного государственного долга — в той части, которая является результатом денежно-кредитной политики, проводимой центральным банком.

Объект регулирования включает в себя следующие элементы:

- структуру сроков обращения различных долговых обязательств, то есть государство частично или полностью реструктуризирует свою задолженность;

- структуру кредиторов;
- величину совокупного государственного долга.

От эффективного использования привлеченных займов зависит возможность их погашения и обслуживания. Если внешние займы рассчитывать довольно сложно, поскольку это связано используют именно на финансирование бюджетного дефицита, формирование резервов НБУ или погашение государственного долга. Следует заметить, что на эффективность использования займов рассчитывать сложно, потому что это связано с расчетами ряда сложных макроэкономических показателей.

Эффективное управление государственным долгом должно предусматривать соблюдение следующих принципов:

- безусловности — обеспечение безусловного выполнения государством всех обязательств перед инвесторами и кредиторами;
- единства — учет в процессе управления государственным долгом всех видов обязательств, эмитированных как центральным правительством, так и местными советами — снижение рисков — размещение и погашение займов таким образом, чтобы максимально снизить влияние колебаний конъюнктуры мирового рынка капиталов и ценных бумаг на рынок государственных обязательств;
- оптимальности структуры — поддержание оптимальной структуры долговых обязательств государства по срокам обращения и погашения, смягчение «пиков» платежей;
- сохранение финансовой независимости — оптимизации структуры долговых обязательств государства между инвесторами-резидентами и инвесторами-нерезидентами, постепенное замещение внешнего заимствования внутренним;
- снижение стоимости обслуживания государственного долга — за счет досрочного выкупа долговых обязательств государства;
- прозрачности — соблюдение полной прозрачности заимствований, начиная от рассмотрения их целесообразности до окончательного погашения, обеспечение доступа международных рейтинговых агентств к достоверной информации об экономическом положении в стране-заемщик [6].

С целью обеспечения платежеспособности государства, то есть возможности погашения долгов, применяются различные методы корректировки ссудной политики.

Наиболее распространенными являются рефинансирование долга и реструктуризация задолженности.

Управление государственным долгом предусматривает совокупность мероприятий государства, направленных на погашение долговых обязательств страны: выплаты кредиторам, погашение внешних и внутренних займов, предоставления гарантий, изменение условий выпущенных займов, определение условий выпуска и размещения новых государственных долговых обязательств и др.

Эффективная политика управления государственным долгом включает в себя следующие направления:

— поддержание государственного долга на уровне, обеспечивающем сохранение экономической безопасности страны;

— осуществление постоянного мониторинга динамики долговых выплат с тем, чтобы в графике погашения долга отсутствовали периоды пиковых нагрузок, а основные выплаты приходились на моменты ожидаемого роста экономики;

— создание такой структуры государственных займов, чтобы выполнение обязательств по ним было связано с наименьшими затратами и минимальным риском для экономики страны;

— минимизация стоимости долга за счет удлинения срока заимствований и снижения доходности по долговым обязательствам;

— своевременное и полное выполнение обязательств с целью недопущения начисления штрафов за просрочку и обеспечения стране репутации первоклассного заемщика;

— обеспечение эффективного целевого использования привлеченных средств;

— создание единой системы управления долгом для координации мер по снижению уровня задолженности и обеспечения эффективного контроля за привлечением и использованием средств;

— согласование политики по обслуживанию внешнего долга с финансовой и экономической политикой в целом;

— применение различных методов управления государственным долгом.

В рамках управления внешним долгом должна проводиться работа по диверсификации источников привлечения средств, минимизации стоимости займов, выявления и нейтрализации возможных рисков. К основным рискам, которые следует учитывать при управлении внешним государственным долгом, следует отнести прежде всего валютный риск, риск падения цен на экспортные товары, риск падения (или повышения) процентных ставок на международных рынках капиталов и ряд других. Главной целью управления рисками и диверсификации является подбор оптимального портфеля долговых обязательств в котором должны преобладать заимствования на долгосрочной основе и по минимальным процентным ставкам.

Эксперты ведущих долговых агентств рекомендуют долговым менеджерам в различных странах мира сочетать традиционный анализ CAR (cost-at-risk analysis) с инструментарием стресс-тестов, учитывающий особенности макроэкономической среды, финансовой системы и долговых процессов в соответствующей стране. Стресс-тестирование является методом оценки чувствительности финансовой позиции правительства, объема долговых обязательств государства и размера долговых выплат к воздействию «исключительных, но правдоподобных» потрясений [7].

За «Руководящими принципами управления суверенными рисками и высоким уровнем государственного

долга» органы, ответственные за управление государственным долгом, должны идентифицировать основные источники рисков, влияние которых подвергаются суверенные балансы. Поэтому неотъемлемым элементом системы управления рисками в сфере государственного долга должны быть анализ и мониторинг макроэкономических рисков, которые влияют на состояние государственных финансов и долговую способность правительства. Такие риски могут измеряться с помощью показателей реального сектора, платежного баланса, денежно-кредитной сферы и государственного бюджета.

Стресс-тесты динамики государственного долга в рамках макроэкономических сценариев должны объединить перспективные макроэкономические прогнозы по оценке чувствительности государственного долга (его общего объема, структурных составляющих, долговых выплат) в вероятных потрясениях в экономике и финансовой сфере.

Существует несколько видов обеспечения системы управления государственным долгом информационное обеспечение, техническое обеспечение, кадровое и нормативно-правовое обеспечение.

На современном этапе Украина, как и большинство развитых стран, и развивающихся стран, использует внешние и внутренние заимствования для финансирования бюджетного дефицита. Это приводит к возникновению тенденции постоянного роста абсолютной суммы государственного долга. В связи с этим актуальным является вопрос обеспечения пользователей полной и достоверной информацией о состоянии и составляющие государственного долга.

Подобным решением в Украине стала Информационно-аналитическая система «Управление государственным долгом». Она разработана для поддержки принятия решений в области управления государственным долгом, связанными с ним бюджетными ресурсами и макроэкономического прогнозирования. Указанные цели достигаются путем полной информационной поддержки планирования и учета государственного долга, контроля расходования заемных средств, выполнение платежей по обслуживанию и погашению государственного долга, расчета фактических и плановых показателей государственного бюджета, а также расчета и анализа фактических и прогнозных долговых показателей [8].

Управление государственным долгом, к сожалению, имеет хаотическую организацию и не гарантирует эффективного использования заимствованных ресурсов. Для этого нет ни достаточного нормативного сопровождения, ни взвешенной долгосрочной долговой стратегии, ни необходимого информационного обеспечения.

Важным элементом системы управления государственным долгом является техническое обеспечение осуществления. Ведь внедрение казначейской формы касового выполнения Государственного бюджета Украины возможно при условии применения современных информационно-вычислительных технологий, предусматрива-

ющих комплексное использование компьютерной техники и программных продуктов. Это, в свою очередь, обуславливает необходимость разработки и утверждения программы их создания с определением этапов, сроков, объемов и источников финансирования.

Выводы. С целью повышения эффективного управления долгом правительства Украины целесообразным осуществление следующих мероприятий тактического и стратегического характера:

- провести крупномасштабную операцию по выкупу с вторичного рынка долговых обязательств Украины. Источником необходимых ресурсов могли бы стать займы заинтересованных финансовых институтов (банков) Запада и средства, поступающие в счет погашения странами-дебиторами своих обязательств перед Украиной;

- обратиться к странам, которые являются основными кредиторами Украины, с предложением пересмотреть долговые требования с тем, чтобы привести в соответствие с реальными возможностями бюджета ежегодные платежи в счет обслуживания государственного долга.

Целесообразно добиваться не уменьшение основной суммы долга, а сокращение обслуживания задолженности, то есть многолетней реструктуризации по льготной (в пределах 1,5 %) ставке за отсрочку:

- предложить международным финансовым организациям рефинансировать платежи в счет погашения и обслуживания накопленной задолженности;

- разработать концепцию управления государственным долгом Украины, включая среднесрочную стратегию внутренних и внешних займов;

- создать Фонд управления государственным долгом Украины, задача которого заключалась бы в поддержке вторичного рынка долговых обязательств Украины как элемента повышения кредитного рейтинга страны, а также управления рисками, сопутствующими операциями по погашению и обслуживанию государственного долга.

Каждому государству необходимо выбирать долговую стратегию, направленную на стабильный экономический рост, обеспечение необходимыми темпами прироста ВВП и обеспечения полной занятости, обеспечения финансирования социальных программ, привлечение необходимых объемов иностранных инвестиций, сдерживание инфляционных процессов. Соответственно, данная стратегия требует от государства системного подхода, для того чтобы определить многоплановый характер управления государственной задолженностью. Искусство управления состоит в выборе наиболее эффективного метода для быстрого и качественного выполнения управленческих задач.

Литература:

1. Вавилов В. Я. Государственный долг. — М.: МФА, 1998. — 220 с.
2. Василик О. Д. Теория финансов: Учебник. — К.: НІОС, — 2000. — 386 с.
3. Опарін В. М. Фінанси (загальна теорія): навч. посіб. / Валерій Михайлович Опарін: 2-ге вид., доп. та перероб. — К.: КНЕУ, 2004. — 240 с.
4. Федосов В. М. Управління державним боргом у контексті ризик-менеджменту / В. М. Федосов, О А Колот // Фінанси України. — 2008. — № 3. — С. 3—33.
5. Бондарук Т. Г. Механізм управління та обслуговування державного боргу // Фінанси України — 2003. — № 4. — С. 82—87.
6. Симоненко В. Проблемы государственного долга в контексте финансовой безопасности Украины / 36. «глобалізація інвестиційних процесів та фінансова безпека України». К., 2004. — С. 24.
7. International Monetary Fund. Managing Sovereign debt and Debt Markets through a Crisis — Practical Insights and Policy Lessons / Prepared by the Monetary and Capital markets Department/ — April 18, 2011 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.imf.org>
8. Информационно-аналитическая система «Управление государственным долгом» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://iqusion.com/uk/component/content/article/307-derjborg>.

10. УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ

Развитие методики внутреннего аудита процесса выпуска и продажи готовой продукции

Багдасарян Диана Гамлетовна, кандидат экономических наук, старший преподаватель
Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), филиал в г. Георгиевске (Ставропольский край)

Организация аудиторского контроля (внешнего, внутреннего) обеспечивает стабильность и экономическое развитие государства. В условиях наличия в России самых разнообразных форм собственности, создания системы внешнего и внутреннего аудиторского контроля, развития аудита эффективности, внедрения международных стандартов и интернациональных систем учета, контроля и аудита одной из главных задач является внедрение механизма эффективного аудиторского контроля за использованием ресурсов на всех циклах хозяйственных операций: приобретение и заготовление, производство, выпуск и продажа готовой продукции, оплата продукции.

Внутренний аудит предполагает исследование принятых методик и операций организации внутренним аудитором для подтверждения их соответствия политике и стратегии организации, оценки эффективности использования производственных ресурсов, для чего в настоящее время используются в основном 3 методики:

- сплошная проверка и контроль всей первичной документации и учетных регистров, являющаяся весьма трудоемким процессом;
- выборочные проверки, требующие высокой квалификации контрольно-аудиторского аппарата;
- использования инструментария контрольного и аудиторского инжиниринга в виде контрольных и аудиторских нулевых балансов, позволяющие определять чистые активы и чистые пассивы на начало и конец проверяемого периода, фиксировать изменение собственности и определять основные факторы этого изменения по данным Главной книги и учетных регистров, и виновных лиц по данным первичных документов.

В соответствии с Правил (стандартом) № 29 «Рассмотрение работы внутреннего аудитора», утвержденного Постановлением правительства РФ от 25.08.2006 г. № 523, внутренний аудит — контрольная деятельность, осуществляемая внутри аудируемого лица его подразделением — службой внутреннего аудита. Функции службы внутреннего аудита включают мониторинг адекватности и эффективности системы внутреннего контроля.

Институт внутренних аудиторов США (Institut of Internal Auditors) разработал следующее определение: внутренний аудит — это независимая деятельность в органи-

зации (на предприятии) по проверке и оценке ее работы в ее же интересах. Цель внутреннего аудита — помочь членам организации эффективно выполнять свои функции. Внутренние аудиторы предоставляют своей организации (предприятию) данные анализа и оценки, рекомендации и другую необходимую информацию, являющуюся результатом проверок.

В соответствии с международными стандартами аудита объем, цели и задачи внутреннего аудита в каждом случае различны и зависят от размеров и структуры хозяйствующего субъекта, требований руководства и менеджмента, осуществляемых видов деятельности, специфики технологии производства и т.д.

Основные этапы внутренней аудиторской проверки определяют технологический процесс аудирования (табл. 1).

Отчеты и рабочие документы внутреннего аудита в отличие от отчетов внешнего аудита не стандартизированы, так как внутренний аудит направлен на сообщение сведений о результатах проверки различных объектов контроля по разным направлениям для различных целей.

Однако главное требование к таким отчетам — передавать информацию ясно и понятно.

В настоящее время службами внутреннего аудита применяются типовые методики проверок материальных ресурсов, проверок процесса продаж продукции (работ, услуг). Если аудит внутреннего аудита проводится в разрезе бизнес-процессов, то аудит традиционно проводится в отношении производственной и финансово-сбытовой деятельности. Недостатком применяемых методик является использование традиционных методов контроля, которые должны быть дополнены инжиниринговыми методами контроля на базе механизмов контрольного и аудиторского инжиниринга. Методику внутреннего аудита целесообразно разрабатывать на основе выделения учетно-контрольных точек аудирования, что позволит осуществлять промежуточный и итоговый контроль показателей, характеризующих процесс выпуска и отгрузки готовой продукции.

Во-первых, необходимо учитывать требования Правила (стандарта) № 29 «Рассмотрение работы внутреннего аудитора», утвержденного Постановлением правительства РФ от 25.08.2006 г. № 523, определяемые объем и цели внутреннего аудита, взаимоотношения между вну-

Таблица 1

Основные этапы проведения внутреннего аудита

Этапы аудита	Содержание	Источники информации	Выходные документы
1. Подготовка проведения внутренней аудиторской проверки	Изучение учредительных документов, внутренних приказов распоряжений. Ознакомление с технологией оказания и реализации услуг по грузовым железнодорожным перевозкам.	Учредительные документы, приказы инструкции, штатное расписание, первичные документы, учётные регистры, формы отчётности и др.	Служебная записка руководителю предприятия о состоянии учёта и системы внутреннего контроля, оценки деятельности.
2. Законодательное и нормативное обеспечение аудита	Определение состава документов правового, экономического, организационно-технологического обеспечения.	Законодательные и нормативные акты, учредительные документы, учётная политика, график документооборота.	Формулировка предложений по плану, программе аудита и порядка проведения работы.
4. Порядок проведения проверки	Определение методов проверки. Получение необходимых аудиторских доказательств и их систематизация в рабочих документах аудитора.	Первичные документы, учётные регистры, финансовая (бухгалтерская отчётность)	Перечень процедур для получения внутренних аудиторских доказательств.
5. Обсуждение предварительных заключений, предложений с руководством предприятия.	Выявление соответствия порядка отражения бухгалтерских записей (проводок) и записей в учётных регистрах, отчётности.	Аудиторские доказательства, полученные в ходе аудиторской проверки. Рабочие документы аудитора.	Обоснование предложений и рекомендаций руководству предприятия.
6. Подготовка отчёта внутреннего аудитора	Обобщение результатов аудита деятельности предприятия. Формулировка заключений и предложений.	Аудиторские доказательства. Рабочие документы аудитора.	Отчёт о результатах работы внутреннего аудитора.

тренним и внешним аудитором, понимание и предварительную оценку внутреннего аудита, сроки взаимодействия и координации, оценку эффективности внутреннего аудита.

Объем и цели внутреннего аудита в каждом случае различны и зависят от размера и структуры аудируемого лица и требований его руководства.

В-вторых, принимались во внимание группировочные признаки функций и задач внутреннего аудита в организациях с учетом областей применения (табл. 2).

В-третьих, внутренний аудит процесса выпуска и продажи готовой продукции проводится на основании принятой учетной политики, первичной документации, учетных регистров, Главной книги, отчетности, с обязательным проведением анализа.

В качестве расчетных аналитических показателей используются:

- величина чистых активов;
- величина чистых оборотных активов (собственных оборотных средств);
- коэффициенты оборачиваемости оборотных активов, материальных оборотных средств (запасов), готовой продукции, дебиторской задолженности;
- оборачиваемость оборотных активов, материальных оборотных средств (запасов), готовой продукции, дебиторской задолженности за период в днях;

— коэффициенты рентабельности оборотных активов, готовой продукции, продаж, расходов по обычным видам деятельности по прибыли от продаж и др.

В-четвертых, при проведении внутреннего аудита необходимо убедиться в соблюдении правил составления и оформления первичной документации и записей в учетных регистрах, соблюдении методологии учета и оценки затрат, себестоимости произведенной, отгруженной и проданной продукции, остатков производственных ресурсов, валовой себестоимости продаж, выручки и финансового результата от продаж.

В-пятых, методология внутреннего аудита построена на использовании различных методов контроля:

- традиционные методы контроля:
- контроль на базе системы отклонений от нормативов (инвентарный контроль, сверка расчетов, использование центров ответственности, использование учетно-контрольных точек аудирования и др.);
- контроль на базе применения процессных методов (контроль первичной документации по формальным признакам и по существу, контроль учетных записей, арифметический контроль сумм в процессах заготовления, производства, выпуска и продажи готовой продукции);
- инжиниринговые методы контроля на базе механизмов контрольного и аудиторского инжиниринга. Про-

Таблица 2

Функции и задачи внутреннего аудита с учетом областей применения

Область применения	Функции и задачи внутреннего аудита
Бухгалтерский учет и налогообложение	<ul style="list-style-type: none"> — проверка соблюдения законодательно-нормативной базы — экспертиза средств и способов, используемых для идентификации, оценки и классификации бухгалтерской информации и составления на ее основе отчетности — проверка ведения бухгалтерского учета и налогового учета
Планирование с учетом результатов внутреннего аудита	<ul style="list-style-type: none"> — формирование и совершенствование всей системы планирования — установление потребности в информации для процесса планирования, в том числе воспроизводимой в результате внутреннего аудита — оценка целесообразности плановых заданий — проверка планов на полноту и реальность — налоговое планирование — составление сводного плана организации
Контроль	<ul style="list-style-type: none"> — оценка контрольных систем, обеспечивающих проведение политики организации — проверка и мониторинг системы внутреннего контроля — оценка эффективности механизма внутреннего контроля, изучение и оценка контрольных процедур — контроль за сохранностью и динамикой имущества и собственности — оценка адекватности системы внутреннего контроля — контроль эффективности использования ресурсов в процессах заготовления, производства, выпуска и продажи готовой продукции — контроль выпуска, отгрузки и продажи готовой продукции — инвентаризационный контроль производственных ресурсов
Экономический анализ	<ul style="list-style-type: none"> — разработка показателей и методов текущего и прогнозного анализа, методик аналитических процедур применительно к этапам внутреннего аудита, к циклам хозяйственных операций и т. д. — формирование и оценка ведения дел руководством организации — оценка перспектив непрерывности деятельности организации
Управленческие решения	<ul style="list-style-type: none"> — определение приоритетных направлений в деятельности организации — внедрение современных форм и методов работы — формирование моделей бизнеса на основе предвидения возможных и желаемых результатов — оптимизация использования внутренних ресурсов по направлениям деятельности
Специальные функции	<ul style="list-style-type: none"> — консультирование — проведение семинаров, повышение квалификации — организация к подготовке проведения внешнего аудита, налоговых проверок — информационное обслуживание управленческих структур по результатам внутреннего аудита

верка начинается с составления нулевого производного баланса на начало и конец проверяемого периода, определения изменения чистого капитала и проведения контроля счетов Главной книги в целях определения основных факторов, вызвавших эти изменения. По обнаруженным расхождениям приступают к анализу и контролю учетных регистров и первичной документации.

В-шестых, необходимо учитывать и реализовать основные требования, предъявляемые к контролируемой информации (табл. 3).

В-седьмых, исследованные диссертантом оптики аудиторского контроля отличаются рядом контрольных функций, обеспечивающих эффективный контроль процесса выпуска и продажи готовой продукции:

- производственная оптика ориентирована на усиление контроля по всей цепочке заготовления, производства, выпуска и продажи готовой продукции; характеризуется трехкратным определением себестоимости продукции и системой учетно-контрольных точек аудирования: себестоимость произведенной, отгруженной и проданной продукции;

- финансовая оптика характеризуется валовым определением себестоимости продаж с корректировкой на изменение всех видов производственных ресурсов за проверяемый период.

В-восьмых, экономическая направленность внутреннего аудита связана с максимизацией прибыли в разрезе соответствующих оптик контроля и аудита с направлением

Таблица 3

Основные требования, предъявляемые к контролируемой информации

Наименование требования	Содержание, предъявляемое к контролируемой информации
Своевременность	Информация должна быть готова и доступна к тому времени, когда в ней возникает потребность (это основное требование к учетной информации для нужд управления)
Краткость	Информация должна быть четкой и не содержать ничего лишнего
Сравнимость	Информация должна быть сопоставимой по времени и по подразделениям
Релевантность	Информация должна подходить для той цели, для которой она подготовлена
Адресность	Информация должна быть доведена до ответственного исполнителя и при этом соблюдаться конфиденциальность
Обратная связь	Подтверждение или корректировка прежних данных
Адаптивность	Способность учитывать изменения окружающей среды и вносить коррективы в процесс регулирования хозяйственных связей с партнерами

ностью от аналитического к синтетическому состоянию (традиционные методы аудиторского контроля), сохранением и динамикой собственности от синтетических к аналитическим показателям (инжиниринговые методы аудиторского контроля).

С учетом указанных положений методика внутреннего аудита процесса выпуска и продажи готовой продукции представлена данными табл. 4, где в качестве сегментов методики выделены учетно-контрольные точки аудирования, по которым обеспечивается проведение промежуточного и итогового контроля.

Использование аналитических процедур предполагает логический контроль качества информации, интуитивные методы диагностики, экспертную оценку показателей, контроль и анализ отклонений от нормативов (планов, прогнозов, ожидаемых закономерностей и взаимосвязей), оценка противоречивости отклонений и их отличия от предполагаемых величин и др. Выявляя с помощью аналитических процедур отклонения в составе затрат на производство продукции, необходимо учитывать, что их присутствие в бухгалтерском учете может быть обусловлено объективными причинами (рис. 1).



Рис. 1. Логическая схема обоснования причин отклонений в себестоимости продукции

Таблица 4

Методика внутреннего аудита процесса выпуска и продажи готовой продукции

Учетно-контрольные точки аудирования, по которым обеспечивается проведение промежуточного и итогового контроля		Остатки производственных ресурсов Себестоимость произведенной продукции Себестоимость отгруженной продукции Себестоимость проданной продукции Валовая себестоимость Выручка от продажи продукции Финансовый результат от продажи продукции	
Технологический процесс внутреннего аудирования		План внутренней аудиторской проверки. Программа внутренней аудиторской проверки. Порядок проведения внутренней аудиторской проверки. Подготовка и оформление результатов аудита. Порядок последующего контроля.	
Методологическая основа программы внутреннего аудита		Методы учета запасов. 2) Методы оценки запасов. 3) Способ оценки запасов в отчетности. 4) Порядок проведения инвентаризации запасов. 5) Способ учета затрат. 6) Механизм (этапы) исчисления себестоимости готовой продукции. 7) Условия признания продаж. 8) Момент признания продаж. 9) Критерий признания дохода. 10) Момент признания дохода. 11) Момент признания расхода. 12) Периодичность аудита.	
Объект аудита и источники информации (ИИ)		Хозяйственные операции по учету выпуска и продажи готовой продукции. ИИ: Учетная политика. и первичные документы. График документооборота по движению готовой продукции. Регистры синтетического и аналитического учета по счетам 20, 25, 26, 30—35, 39, 40, 43, 44, 45, 50, 51, 62, 90, 99. Книга продаж. Главная книга. Расчет фактической себестоимости произведенной, отгруженной, проданной продукции. Отчетность.	
Аудиторские процедуры		Изучение положений учетной политики. Инвентаризация. Контроль хозяйственных операций и документов. Контроль учетных записей. Пересчет. Арифметический контроль сумм. Подтверждение соответствия. Аналитические процедуры. Проверка документации по формальным признакам. Сверка данных первичных документов с регистрами синтетического и аналитического учета.	
Периодичность внутреннего аудита		Ежемесячно. Ежеквартально. Выборочно регулярно. Выборочно нерегулярно.	
Формулы, используемые для внутреннего контроля в разрезе учетно-контрольных точек аудирования	Себестоимость готовой продукции	Затраты на производство	По элементам затрат, предусмотренным учетной политикой По статьям калькуляции, предусмотренным учетной политикой
		Производственные ресурсы	Контроль изменения за период для определения себестоимости продукции путем корректировки затрат на изменение остатков ресурсов
		Произведенной	$СГП_{\text{произведенной}} = НП_{\text{на начало}} + ЗП - НП_{\text{на конец}}$
		Отгруженной	$СГП_{\text{отгруженной}} = ГП_{\text{на начало}} + СГП_{\text{произведенной}} - ГП_{\text{на конец}}$
		Проданной	$СГП_{\text{проданной}} = ГП_{\text{отгруженная на начало}} + СГП_{\text{отгруженной}} - ГП_{\text{отгруженная на конец}}$
		Валовая себестоимость	$СГП_{\text{валовая}} = ГП_{\text{на начало}} + НП_{\text{на начало}} + ЗП - ГП_{\text{на конец}} - НП_{\text{на конец}}$ $СГП_{\text{валовая}} = ПР_{\text{на начало}} + ЗП - ПР_{\text{на конец}}$
	Финансовый результат от продаж		$ФР = ВП - СГП_{\text{проданной}}$ $ФР = ВП - СГП_{\text{валовая}}$ $ФР = ПР_{\text{на начало}} + ВП - ЗП - ПР_{\text{на конец}}$
Результат аудита		Ошибки, искажения и отклонения в разрезе используемых учетно-контрольных точек аудирования за контролируемый период, отражаемые в отчете внутреннего аудитора	
Принимаемые решения		Оперативные, тактические и стратегические решения по результатам аудита: усиление, изменение системы контроля, надежность и эффективность системы внутреннего контроля; необходимость проведения внешнего аудита, управленческого аудита эффективности	

Таблица 5

Примерное содержание отчета службы внутреннего аудита

Разделы отчета	Содержание
Вводная часть	Сведения об объекте проверки, целях, задачах и основных этапах внутреннего аудита, информацию, отражающую процесс планирования внутреннего аудита, включая план и программу внутреннего аудита и любые изменения к ним, методы получения аудиторских доказательств, период аудита, состав группы внутренних аудиторов, источники информации
Результаты внутреннего аудита	Результаты проверки отдельных участков бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности, согласно программе внутреннего аудита. В каждом разделе информацию целесообразно представлять по принципу значимости. При оформлении результатов внутреннего аудита необходимо провести обзор рабочих документов, выявить характер расхождений, возможное влияние на показатели бухгалтерской отчетности внешних факторов, существенные недочеты системы внутреннего контроля и т. п.
Результаты аналитической проверки	Аналитический отчет должен содержать сведения о статьях отчетности, подвергшихся наибольшим изменениям; типе финансовой устойчивости; результатах анализа ликвидности и платежеспособности, оценке уровня и соответствия ключевых индикаторов рыночному уровню, результаты анализа согласованности форм бухгалтерской отчетности и контрольных соотношений, оценке степени достоверности отчетности с точки зрения ее экономического содержания; существенных неопределенностей, ставящих под сомнение непрерывность деятельности
Итоговая часть	Наиболее существенные факты и обстоятельства, необходимые для подтверждения неверных толкований совершенных операций и обеспечивающие подготовку выводов о степени и надежности проверенной информации; оценка воздействия фактов нарушений на финансовые результаты, выводы по результатам внутреннего аудита, предложения по повышению эффективности принимаемых решений и улучшению показателей экономической деятельности

При этом принимались во внимание структура и содержание отчета внутреннего аудита, формируемого и передаваемого руководству организации в целях принятия управленческих решений (табл. 5).

Внутренний аудит не только дает информацию о деятельности самой организации, но и подтверждает правильность и достоверность отчетов менеджеров. Используя информацию внутреннего аудита, руководство предприятия может оперативно и своевременно осуществлять необходимые изменения внутри предприятия.

Методика внутреннего аудита процесса выпуска и про-

дажи готовой продукции ориентирована на организацию промежуточного и итогового аудиторского контроля использования ресурсов в процессе выпуска и продажи готовой продукции в разрезе учетно-контрольных точек аудирования, что обеспечивается использованием следующих блоков: технологический процесс внутреннего аудирования; методологическая основа программы внутреннего аудита; объект аудита; аудиторские процедуры; периодичность внутреннего аудита; формулы, используемые для внутреннего контроля в разрезе учетно-контрольных точек аудирования; результат аудита; принимаемые решения.

Литература:

1. Андреев В. Д. Внутренний аудит: Учебное пособие [Текст] / В. Д. Андреев — М.: Финансы и статистика, 2003.
2. Апсите М. А. Внутренний аудит в организациях потребительской кооперации [Текст] / М. А. Апсите. — Новосибирск, 2007.
3. Васильева Н. В. Стандарты и методы внутреннего аудита [Текст] / Н. В. Васильева // Accounting Report, март/апрель.

Эволюция оценки

Гасанов Магомедали Юзбекович, аспирант

Российский государственный аграрный университет — МСХА им. К.А. Тимирязева (г. Москва)

«Бухгалтерский учет — это язык знаков и правил их употребления, созданный для замены реальных объектов их символами, позволяющими описать хозяйственную деятельность и ее результаты» [8, с. 13]. Реальные объекты имущества, обязательства, факты хозяйственной жизни предприятия в бухгалтерском учете находят отражение в числах. «Присвоение численных значений объектам и событиям по определенным правилам» Стивенс называл оценкой или измерением (Stevens S. S., 1946, p. 677–680). Я. В. Соколов под оценкой понимает «способ перевода учетных объектов из натурального измерителя в денежный», который «предполагает выбор и проведение в жизнь одной или нескольких процедур» [8, с. 197]. Актуальность разработки принципов оценки объектов бухгалтерского учета обусловлена тем, что выбор оценки активов, обязательств, в конечном итоге, влияет на финансовый результат деятельности организации. При имеющемся разнообразии видов оценок, необходимо выбрать такую, которая позволит получить достоверные данные в бухгалтерской (финансовой) отчетности, а значит удовлетворит требованиям международных стандартов.

Прежде всего необходимо ответить на вопрос, с какого момента начинать отсчет в развитии оценки, т. е. когда возникает оценка как прием учета? С одной стороны, если рассматривать оценку как перевод объектов учета в денежный измеритель, то моментом возникновения оценки можно считать появление монет — V в. до н. э. Вместе с тем, если понимать под оценкой выражение объектов учета в каком-то едином эквиваленте, то можно утверждать, что оценка как прием учета появляется еще до

возникновения денег, когда вследствие развития товарообменных операций появляются товары — всеобщие эквиваленты. Действительно, при осуществлении таких товарообменных операций происходит определение ценности различных товаров по сравнению с каким-либо товаром — всеобщим эквивалентом. А это и есть, на наш взгляд, не что иное, как оценка.

Таким образом, по нашему мнению, началом развития оценки следует считать появление товаров — всеобщих эквивалентов. Полагаем, что в развитии оценки как приема бухгалтерского учета можно выделить шесть этапов, которые представлены на рисунке 1.

Полагаем, что период с 90-х гг. XX в. по настоящее время можно рассматривать как новый этап развития оценки, связанный с использованием новой учетной парадигмы — справедливой стоимости. Несмотря на то что идея справедливой стоимости уходит своими корнями еще в 60-е гг. XX в. в связи с работами Р. Дж. Чамберса (1966 г.) [7], реальное практическое применение она нашла, по нашему мнению, только в 90-е гг. после включения регламентаций по ее использованию в международный стандарт финансовой отчетности (далее МСФО) (IAS) 32 «Финансовые инструменты: раскрытие и представление информации» в 1995 г. Отметим, однако, что в данном стандарте еще не фигурировало само определение справедливой стоимости.

Оно появилось лишь в 1998 г. в МСФО (IAS) 39 «Финансовые инструменты: признание и оценка». Однако тогда еще значения таких понятий, фигурировавших в определении справедливой стоимости, как «желающие совершить такую сделку, независимые друг от друга сто-

Возникновение оценки: оценка в товарах - всеобщих эквивалентах	Появление оценки в денежном измерителе	Распространение оценки в денежном измерителе на все объекты учета	Возникновение первых реалистичных попыток обоснования выбора применяемых оценок	Формирование теории оценки	Появление новой парадигмы учета — справедливой стоимости
Появление товаров - всеобщих эквивалентов - V в. до н.э.	V в. до н.э. - XII в.	XIII–XIV вв.	XIV в. — первая половина XIX в.	Вторая половина XIX в. — 90-е гг. XX в.	90-е гг. XX в. — начало XXI в.

Рис. 1. Эволюция оценки как элемента метода бухгалтерского учета

роны» в указанном стандарте отсутствовали. Впервые эти понятия были раскрыты в 2000 г. в МСФО (IAS) 40 «Инвестиции в недвижимость».

Дальнейшее развитие требований к оценке связано со стремительным расширением сферы применения справедливой стоимости для различных объектов учета в разных стандартах. Проведенный анализ эволюции оценки позволяет выявить следующие ее закономерности:

- постепенное расширение многообразия видов, методов и способов оценки;
- непрерывное усложнение приемов оценки;
- постепенное осознание значимости оценки в бухгалтерском учете;
- постоянное противоборство двух основных видов оценки — себестоимости и рыночной стоимости;
- постепенное вытеснение исторической стоимости справедливой стоимостью.

Изучение научных взглядов по вопросам оценки активов позволило определить основные альтернативные концепции стоимости, которые могут применяться в учете биологических активов и сельскохозяйственной продукции. Такими концепциями является оценка по исторической и справедливой стоимости.

Рассмотрим подробно каждый из видов оценки.

Сторонниками исторической оценки были сотни выдающихся бухгалтеров, среди которых можно выделить Л. Пачоли, И. Фишера, В. Осбора, Герстера, Аугшпурга, Савари, А. Гильбо, О. Мэй. Л.Р. Дикси, А.П. Рудановского, Ф.В. Езерского и многих наших современников.

Фишер впервые четко определил оценку бухгалтерского номинализма — оценку по себестоимости. Однако оценка по себестоимости не удовлетворяла многих бухгалтеров — она делала несопоставимой ценность, увеличивала актив скрытыми убытками, а иногда приводила к занижению прибылей.

На это указывал и Л.Р. Дикси, обращая внимание на то, что на предприятии может быть безденежная прибыль (или, при наличии денежных средств, убыток). Это возможно в результате изменения цен на активы. Если их рыночная цена возрастет выше учетной стоимости, то образуется безденежная (потенциальная) прибыль, и, наоборот, если рыночная цена на них опустится ниже учетной — возникает безнадежный (потенциальный) убыток.

Институалисты во главе с О. Мэй решительно выступали за оценку по себестоимости. Бухгалтер, по их мнению, должен поддерживать оценку активов на первоначальном уровне, т. е. по себестоимости. Только это позволяет правильно исчислить конечный финансовый результат. Естественно, неизменность оценки приводит к образованию скрытых резервов, но это оправдано следующей причиной: нельзя считать финансовым результатом то, что не обнаружено в деньгах; предприятие вправе пользоваться финансовой автономией. Вместе с тем многие видные американские бухгалтеры, включая О. Мэя, считали, что именно оценка по себестоимости привела к великой депрессии 1929 г.

Основной вклад в развитие теории исторических оценок сформулировал А.П. Рудановский. Основная идея Рудановского состояла в том, что себестоимость, исчисляемая по фактическим затратам, носит односторонний характер ввиду весьма возможного различия уровня цен на одинаковые материалы. В связи с этим, считал он, необходимо определять две себестоимости: одну — по фактическим затратам, другую — по нормированным. Разрыв между ними должен обуславливать коммерческую политику предприятия. Рудановский предлагал включать в себестоимость только прямые затраты, полагая, что косвенные затраты возмещаются за счет прибавочного продукта и, следовательно, должны списываться на дебет счета «Прибыли и убытки». При этом он понимал, что такое решение не обеспечивает абсолютной точности исчисления себестоимости, так как, с его точки зрения, величина себестоимости представляет математическое ожидание.

Если Рудановский трактовал значение себестоимости как величины вероятной (стохастической), то Галаган стремился к ликвидации косвенных расходов, к трансформации их в прямые. Самой трудной была трансформация расходов по содержанию оборудования. Здесь Галаган предлагал сначала исчислять затраты по содержанию каждой машины, а затем определить время изготовления на машине конкретных видов продукции. Такой метод, по его мнению, почти свел бы на нет все накладные расходы (как распределять то небольшое, что останется, несущественно).

Д.Л. Волков под первоначальной оценкой понимает собственно процесс оценки, а не вид, так как в результате первоначальной оценки, т. е. процедур оценки, которые проводятся при наличии имущества к бухгалтерскому учету, определяется их историческая стоимость [1, с. 165]. А историческая стоимость уже в зависимости от вида актива, по мнению автора, имеет различные названия: первоначальная стоимость для основных средств и нематериальных активов, фактическая себестоимость для материально-производственных запасов, фактические затраты на приобретение для финансовых вложений [1, с. 165–166].

Достоинства учета по исторической стоимости, по нашему мнению, следующие: сопоставление затрат с реализованными доходами; для большинства компаний соответствует информации, необходимой для управления. Также отметим и следующие недостатки: базируется на устаревших данных; игнорирует нереализованные доходы; измеряет некоторые ключевые активы и обязательства на ноль.

Как отмечает Я.В. Соколов, «самыми яркими защитниками» оценки по себестоимости стали Р. Антонини и Ю. Идзири [8, с. 366]. Применение оценок по себестоимости Р. Антонини обосновывает их реалистичностью, отсутствием субъективизма, простотой в работе и отсутствием необходимости в трудоемких и дорогостоящих процедурах переоценки. Ю. Идзири связывал необходимость применения оценок по себестоимости с природой двойной записи, осуществляемой на основании факта совершенной операции, достоверностью информации о полу-

Таблица 1

Определения понятия «оценка», содержащиеся в различных источниках.

Источник	Определение оценки
Теория бухгалтерского учета: учебное пособие/Под ред. проф. Е. А. Мизиковского. — М.: Экономистъ, 2004.	Денежное измерение имущества организации и источников его формирования
Кутер М. И. Теория бухгалтерского учета: учебник. — М.: Финансы и статистика, 2002.	Процесс определения денежных сумм, по которым элементы финансовой отчетности должны признаваться и вноситься в бухгалтерский баланс и в отчет о прибылях и убытках
Соколов Я. В. Основы теории бухгалтерского учета. — М.: Финансы и статистика, 2007.	Способ перевода учетных объектов из натурального измерителя в денежный
Хендриксен Э. С., Ван Бреда М. Ф. Теория бухгалтерского учета/Пер. с англ. под ред. Я. В. Соколова. — М.: Финансы и статистика, 2008.	Присвоение численных значений объектам и событиям по определенным правилам
Теория бухгалтерского учета: учебное пособие для вузов/Под ред. проф. Н. П. Любушина. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009.	Способ выражения объектов бухгалтерского учета в обобщающем стоимостном измерителе, единицей которого является рубль Способ выражения экономических событий (явлений) в денежном измерителе для выявления динамики изменения анализируемых показателей

ченной прибыли и состоянии ресурсов предприятия, экономичностью учетной работы.

В начале 20—21 века преобладают подходы на основе расчета и калькулирования себестоимости. Здесь следует отметить таких ученых как С. А. Николаева, В. В. Ковалев, Вит. В. Ковалев, Л. И. Хоружий.

Л. И. Хоружий утверждает, что бухгалтерская калькуляция является экономическим механизмом примирения противоречий между производителем и покупателем, где ее роль заключается в ощущении этих противоречий непосредственно в рублях, который и должен найти компромисс в путях их решения, руководствуясь как здравым смыслом, так и нравственными началами.

Основным признаком вида оценки по себестоимости, в отличие от других является большое количество подвидов (способов алгоритмов определения себестоимости): цеховая себестоимость, заводская себестоимость приобретения (сырья, материалов), фактическая себестоимость, средняя себестоимость, средняя себестоимость за месяц.

Определение понятия «оценка» фигурирует в отечественных и зарубежных монографиях и учебной литературе по бухгалтерскому учету. Вместе с тем, как показал их анализ, единства в трактовке оценки авторами в настоящее время нет. Ниже приведены определения понятия «оценка», содержащиеся в различных источниках.

Следует также отметить, что разными авторами по-разному трактуются объекты оценки: имущество организации и источники его формирования, элементы финансовой отчетности, учетные объекты, объекты и события, активы, объекты бухгалтерского учета и экономические события или явления.

Некоторые ученые, говоря об оценке, акцентируют внимание на ее связи с бухгалтерским балансом и от-

четом о прибылях и убытках. Другие авторы в определении оценки обращают большее внимание на ее правила и способы определения. Некоторые специалисты, давая определение оценки, акцентируют внимание на ее целях.

Аналитический обзор существующих сегодня различных взглядов на принцип учета по стоимости свидетельствует о противоречивости теоретических и практических вопросов, в основе которых лежат различные подходы к определению финансового результата, к целям формируемой информации и условиям ее применения. Главной причиной дискуссий, разворачивающихся вокруг концепции учета по стоимости, является то, что ценность активов, равно как и пассивов, имеет тенденцию к изменению, что обусловлено действием времени. Между тем, по мнению Я. В. Соколова, принцип себестоимости должен быть признан по следующим причинам: во-первых, он объективен, так как оценка в этом случае основана на документах и, что самое важное, за предмет оценки действительно была выплачена (или должна быть выплачена) соответствующая сумма денег; во-вторых, вытекает из принципа двойственности, ибо факты хозяйственной жизни должны быть зарегистрированы в учете в той оценке, в которой они реально происходили; в-третьих, имущество описывается по той цене, по которой оно было действительно приобретено; в-четвертых, реально отражаются финансовые результаты, так как на них не влияют последствия переоценки. Не случайно два выдающихся современных американских бухгалтера Р. Энтони и Ю. Идзири решительно разделяют этот принцип.

Мы считаем, что данная позиция вполне оправдана, поскольку сформированная в соответствии с этим принципом информация будет действительно наиболее досто-

верной и объективной. Тем не менее, следует заметить, что достоверность показателей отчетности сама по себе не решает проблему качества информации. В связи с этим целесообразно наряду с формированием в бухгалтерском учете данных исходя из принципа учета по стоимости, в отчетности раскрывать информацию, удовлетворяющую критерию существенности для пользователей. При этом необходимо отметить, что оценка по первоначальной стоимости будет уместна лишь в случае следования принципу действующего предприятия, предполагающему функционирование предприятия в течение неопределенно длительного периода.

Особое место в совокупности оценок занимает справедливая стоимость.

Под справедливой ценой главный идеолог справедливых цен Фома Аквинский понимал «цену, служащую мерой стоимости полезных для жизни вещей» [8, с. 40]. «Справедливая цена» должна обеспечивать равенство при обмене, т.е. каждый участник сделки должен отдать ровно столько, сколько он получил. Вопрос в том, как определяется «справедливая цена». Согласно рассуждениям Фомы Аквинского, она является результатом субъективных оценок двух обменивающихся сторон. В первую очередь это субъективная оценка продавцом той меры ущерба, которую он понесет, продав данный товар. Этот ущерб в целом соотносится с издержками на приобретение или производство данного товара. Но не менее важным является и субъективная оценка покупателем ценности данного товара, т.е. меры своей потребности в нем. Продавец также должен учитывать качество товара, устанавливая на него цену. В дальнейших рассуждениях Фома Аквинский в основном в качестве «справедливой цены» рассматривает среднюю цену, установившуюся на рынке на данный товар при средних условиях.

К сторонникам современных концепций оценок относятся: Ле. Кутр, Э. Шмаленбах, Ф. Ляйтнеру, И. Крайбиг, И. Ф. Шер, Ф. Шмидт, Т. Лимперг, Г. Свиней, Ж. Б. Дюмарше, которые явились родоначальниками нового футуристического подхода к оценке.

Футуризм (от лат. *futurum* — будущее) в широком значении определяется как совокупность представлений о будущем Земли и человечества, в узком — как область научных знаний, раскрывающая перспективы социальных процессов.

Согласно В. Ле Кутру, при анализе баланса необходимо помнить, что любой баланс включает конструкцию и ситуацию. Первая представлена структурой баланса, соотношением его частей, вторая отражает финансовый результат предприятия. Изучая хозяйственную деятельность предприятия, мы должны исходить из вертикального и горизонтального анализа конструкции, а не из случайных чисел финансовой ситуации.

Согласно международному стандарту финансовой отчетности МСФО 41 «Сельское хозяйство» справедливая стоимость — это цена, которая была бы получена при продаже актива или уплачена при передаче обязательства

при проведении операции на добровольной основе между участниками рынка на дату оценки.

Цель оценки по справедливой стоимости заключается в том, чтобы предоставить пользователю финансовой отчетности наиболее достоверную информацию о реальной текущей стоимости активов и обязательств. Данная информация, безусловно, повышает значимость и достоверность формируемых отчетов. Концепция справедливой стоимости является основополагающим принципом МСФО.

По мнению В. В. Ковалева: «Справедливая стоимость — характеристика объекта, определяющая его сравнительную значимость в потенциальных или фактических меновых операциях в условиях полной информированности участников сделки, их неангажированности и свободы в принятии решений» [1, с. 67–68; 72, с. 138; 71, с. 217]. Как видим, В. В. Ковалев, использует данную категорию по отношению к объектам учета в целом, в то время как многие российские ученые применяют это понятие в основном по отношению к активам [1, с. 152; 102, с. 38]. Лишь отдельные авторы, например Т. Н. Малькова, указывают, что категория справедливой стоимости применима не только к активам, но и к обязательствам: «Справедливая стоимость — стоимость, по которой независимые и информированные стороны могут приобрести активы / погасить обязательства» [4, с. 22].

Однако соблюдение общепринятых условий в качестве основных требований для определения справедливой стоимости на практике вызывает множество вопросов. Так, в определении во главу угла ставится именно информированность об уровне справедливых цен на тот или иной объект оценки. Однако в настоящий момент, несмотря на развитие различных информационных технологий, еще не решена проблема обеспечения необходимой информацией о рыночных ценах объектов учета, недостаток которой ощущается очень остро, как у продавцов, так и у покупателей.

Таким образом, анализ использования справедливой стоимости в современном учете позволяет установить ее следующие основные черты:

- сфера применения справедливой стоимости ограничена. Она применяется только к строго определенному имуществу (инвестиционной собственности, биологическим активам, части финансовых инструментов, активам, выбытие которых предполагается) или операциям (объединение бизнеса, переоценка основных средств, безвозмездное получение ценностей и т.п.). Большинство фактов хозяйственной жизни оценивается по исторической стоимости;

- порядок учета фактов хозяйственной жизни по справедливой стоимости различен для активов и операций. Переоценка активов, учитываемых по справедливой стоимости, относится на финансовые результаты, а операции в оценке по справедливой стоимости капитализируются. Так, изменение справедливой стоимости биологических активов относится на прибыли и убытки, а переоценка основных средств — на статьи капитала;

— способ оценки справедливой стоимости зависит от вида актива и возможности измерения его стоимости. Справедливая стоимость всегда, когда можно, оценивается по ценам активного немонополизированного рынка, на котором продавец и покупатель действуют без посредников, обладают всей полнотой информации и не могут влиять на цены. Если рыночная оценка невозможна, то справедливая стоимость принимается равной дисконтированному доходу от использования данного актива в течение срока его службы. Наконец, если и подходящая оценка оказывается невозможной, то в качестве оценки справедливой стоимости принимается восстановительная

стоимость. В тех исключительно редких случаях, когда все перечисленные методы не позволяют надежно оценить справедливую стоимость, факты хозяйственной жизни оцениваются по исторической стоимости.

Изучив различные литературные источники, можно сделать вывод, что из всех рассмотренных подходов к оценке активов являются следующие: историческая стоимость и справедливая стоимость. По мнению большинства ученых, наиболее достоверной в применении, будет справедливая стоимость. Подход по справедливой стоимости менее разработан чем учет по исторической стоимости и он требует дальнейшей разработки.

Литература:

1. Волков Д. Л. Основы финансового учета. — СПб.: Изд-во СПбГУ, 2003. — 432 с.
2. Ковалев В. В. Финансовый учет и анализ: концептуальные основы. — М.: Финансы и статистика, 2004. — 720 с.
3. Кутер М. И. Теория бухгалтерского учета: учебник. — М.: Финансы и статистика, 2002.
4. Малькова Т. Н. Теория и практика международного бухгалтерского учета. — СПб.: Издательский дом «Бизнес-пресса», 2003. — 348 с.
5. Палий В. Ф. Международные стандарты учета и финансовой отчетности. — Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2011. — 512 с.
6. Рудановский А. П. Теория балансового учета. Оценка как цель балансового учета. — М.: Московское научное издательство, 1928. — 183 с.
7. Соколов В. Я. Оценка по справедливой стоимости // Бухгалтерский учет. 2006. № 1. С. 50—54.
8. Соколов Я. В. основы теории бухгалтерского учета. — М.: Финансы и статистика, 2000. — 405 с.
9. Соколова Я. В., Соколов В. Я. История бухгалтерского учета. — М.: Финансы и статистика, 2004. — 272 с.
10. Теория бухгалтерского учета: учебное пособие для вузов / Под ред. проф. Н. П. Любушина. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009
11. Теория бухгалтерского учета: учебное пособие / Под ред. проф. Е. А. Мизиковского. — М.: Экономистъ, 2004
12. Хендриксен Э. С., Ван Бреда М. Ф. Теория бухгалтерского учета / Пер. с англ. под ред. Я. В. Соколова. — М.: Финансы и статистика, 2008.
13. Хоружий Л. И., Выручаева А. Е. Бухгалтерский учет биологических активов и сельскохозяйственной продукции в условиях переходы на международные стандарты финансовой отчетности: Монография / Л. И. Хоружий, А. Е. Выручаева. М.: Изд-во РГАУ — МСХА, 2012. 197 с.

Опыт стандартизации внутреннего аудита менеджмента качества и безопасности пищевой продукции

Емелин Владимир Николаевич, кандидат экономических наук, доцент;

Кузнецова Алина Юрьевна, студент

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

В настоящее время проведение внутреннего аудита должно предусматривать оценку эффективности деятельности организации в целом и ее структурных подразделений, с целью улучшения управления имеющимися ресурсами на основе системы объективных, достоверных данных о деятельности организации. Для систематизации процесса внутреннего аудита эффективности, повышения качества, достоверности проверки, степени компетентности на любом предприятии следует разработать и внедрить стандарт, который, устанавливает порядок прове-

дения внутреннего аудита системы менеджмента качества и системы менеджмента безопасности продукции.

Особую актуальность эта проблема приобретает для предприятий пищевой промышленности, так как это связано с безопасностью жизнедеятельности и способностью товаров конкурировать на мировом рынке. Безопасность и полезность пищевой продукции имеет важное значение для общества в целом.

Качество стало жизненно важной отличительной чертой. Чтобы получить хорошую продукцию, требу-

ется осуществлять менеджмент качества все в большем объеме на всех этапах создания пищевой продукции, начиная от поставки сырья и заканчивая доставкой готовой продукции конечному потребителю.

Стандарт определяют порядок планирования и проведения внутреннего аудита, регистрации результатов, анализа, разработки и принятия корректирующих и предупреждающих действий и оценки их результативности.

Рассмотрим термины, которые будут использованы в стандарте внутреннего аудита системы менеджмента качества и системы менеджмента безопасности пищевой продукции:

Аудит (проверка) СМК и СМБПП — систематический, независимый и документированный процесс получения информации в виде записей, изложения фактов и других форм, относящихся к политике, процедурам и требованиям системы менеджмента качества (СМК) и системы менеджмента безопасности пищевой продукции (СМБПП).

Аудитор (эксперт) внутренних проверок — лицо, обладающее определенной компетентностью (способность применять знания и навыки на практике) для проведения аудита и прошедшее соответствующее обучение.

Внутренний аудит (проверка) — аудит (проверка), проводимая самой организацией или другим лицом от ее имени.

Незначительное несоответствие (замечание) — отдельное несистематическое упущение, ошибка, недочет в функционировании системы менеджмента качества и (или) системы менеджмента безопасности пищевой продукции или в документации, которые могут привести к невыполнению требований потребителей и/или обязательных требований к продукции, или снижению результативности функционирования процесса системы менеджмента качества и (или) системы менеджмента безопасности пищевой продукции или СМК и СМБПП в целом.

К незначительным несоответствиям может быть отнесено:

- отсутствие записей по какому-то процессу;
- отсутствие необходимого документа или записей в нем;
- отсутствие объективных доказательств ознакомления сотрудников подразделения с технической документацией, документами СМК или СМБПП и др.;
- отдельные нечеткие записи при регистрации данных о качестве и безопасности;
- отсутствие актуализированных копий документированных процедур;
- регистрация данных о качестве и безопасности с нарушением установленных форм и т. д.

Область аудита — содержание и границы аудита. Область аудита включает в себя местонахождение, организационную структуру, виды деятельности и процессы, а также охватываемый период времени.

Целью внутреннего аудита является получение незави-

симой информации о степени реализации политики в области менеджмента качества и безопасности продукции организации, выполнении процедур и требований СМК и СМБПП для повышения достоверности и обеспечения полноты информации и последующего принятия решений по улучшению.

При проведении внутреннего аудита на исследуемом предприятии должно проверяться:

- соответствие документированных процедур, действующих в Организации СМК и СМБПП требованиям, установленным стандартами ГОСТ Р ИСО 9001—2011 и ГОСТ Р ИСО 22000 (МС ISO 22000);
- результативность функционирования процессов СМК и СМБПП или отдельных их требований с точки зрения реализации положений политики в области менеджмента качества и безопасности продукции и достижения запланированных целей;
- возможность улучшения процессов СМК и СМБПП, и повышения качества работы структурных подразделений экономического субъекта;
- несоответствия в СМК и СМБПП или отдельных ее требований в сравнении с требованиями, установленными документами СМК и СМБПП;
- выполнение корректирующих мероприятий по результатам предыдущих аудитов;
- эффективность или неэффективность применения ресурсов (людские ресурсы, инфраструктура);
- степень понимания персоналом организации целей, задач и требований, установленных документами СМК и СМБПП;
- подтверждение строгого соблюдения нормативных и законодательных требований;
- соблюдение критических пределов;
- выполнение всех запланированных процедур мониторинга;
- аккуратность ведения документации, в том числе, результатов мониторинга, отчетов об отклонениях, отчетов о корректирующих действиях, где должны быть внесены все необходимые данные (инициалы и подписи лиц, ответственных за мониторинг, за проверки и одобрения, даты, заключения);
- соответствие средств измерения (данные о поверке и калибровке), используемых для мониторинга;
- квалификация персонала, осуществляющего мониторинг.

При планировании аудита структурных подразделений задачи конкретизируют исходя из специфики деятельности данного структурного подразделения.

Конкретными объектами аудиторской проверки могут быть: процесс СМК и СМБПП, достижение целей в области менеджмента качества и безопасности продукции, деятельность любого из структурных подразделений организации, отдельный документ СМК и СМБПП, отдельные пункты ГОСТ Р ИСО 9001—2011 и ГОСТ Р ИСО 22000 (МС ISO 22000), принятый в качестве обязательного требования и др.

Выбор объектов проверки осуществляется с учетом важности проверяемых процессов, а также имеющих место несоответствий или потенциальных проблем.

Внутренние проверки могут быть плановыми и внеплановыми.

Плановые проверки проводятся на периодической основе (не реже одного раза в год — структурные подразделения, не участвующие в производстве пищевой продукции, не реже двух раз в год — структурные подразделения, участвующие в производственном процессе) и организуются, исходя из состояния различных видов деятельности, а также на основе результатов предыдущих проверок.

При планировании внутреннего аудита, на наш взгляд, следует учитывать:

- результаты предыдущих проверок;
- изменения политики в области менеджмента качества и безопасности продукции;
- наличие изменений в организационной структуре организации;
- введение в действие новых документов СМК и СМБПП;
- документы, содержащие зарегистрированные данные о качестве продукции, а также отражающие данные о работах, проводимых в рамках СМК и СМБПП;
- результативность ранее проведенных корректирующих мероприятий, вызванных несоответствиями в СМК и СМБПП;
- предложения структурных подразделений и должностных лиц.

Внеплановые внутренние проверки проводят по указанию руководителя организации и/или представителя руководства по качеству.

Они могут проводиться в следующих случаях:

- при необходимости до заключения нового договора (контракта) убедиться в результативном функционировании СМК и СМБПП;
- при необходимости представить потребителю в процессе выполнения договора (контракта) доказательства того, что СМК и СМБПП продолжает удовлетворять установленным требованиям;
- при наличии существенных изменений в организационной структуре организации (СМК и СМБПП), в функциональных обязанностях подразделений, в выполняемых процессах;
- при необходимости проверки выполнения корректирующих действий и их результативности;
- при получении рекламации от потребителя;
- при подготовке к сертификации СМК и СМБПП или к их инспекционной проверке.

Внутренний аудит проводят специалист по СМК и БПП и представители отдела сертификации.

Аудиторы, входящие в группу внутреннего аудита, обязаны:

- собирать объективные данные (доказательства) о степени выполнения требований документированных процедур СМК и СМБПП в проверяемом структурном подразделении, с целью установления соответствия фактической деятельности структурного подразделения этим требованиям;
- документировать несоответствия и замечания, сделанные в ходе проведения ВА и обеспечивать сохранность документов, относящихся к аудиту.

Нами предложена последовательность планирования и проведения внутреннего аудита СМК и СМБПП, которая представлена на рисунке 1, этапы которого описаны ниже:

Этапы планирования и проведения внутренних аудитов СМК и СМБПП

Аудиторские процедуры	Документы
1. Разработка план-графика проведения внутреннего аудита (ВА)	План-график проведения ВА
2. Согласование плана-графика проведения ВА	Согласованный план-график проведения ВА СМК и СМБПП
3. Утверждение плана-графика проведения ВА	Утвержденный план-график проведения ВА СМК и СМБПП
4. Формирование состава аудиторов группы ВА	Протокол о создании комиссии
5. Выдача заданий аудиторам на проведение ВА	План-график проведения ВА
6. Подготовка к проведению ВА 6.1. Изучение требований ГОСТ Р ИСО 9001–2011, ГОСТ Р ИСО 22000 (MS ISO 22000), ГОСТ Р ИСО 19011 (MS ISO 19011) и др. документов, регламентирующих деятельность структурного подразделения. 6.2 Составление перечня контрольных вопросов 6.2. Проведение вводного совещания в проверяемом СП.	1. План-график проведения ВА; 2. ГОСТ Р ИСО 9001–2011 3. ГОСТ Р ИСО 22000 (MS ISO 22000) 4. ГОСТ Р ИСО 19011 (MS ISO 19011) 5. Другие документы, регламентирующие деятельность структурного подразделения. 6. Перечень контрольных вопросов
7. Проведение заключительного совещания к осуществлению ВА	Окончательный план график об осуществлении ВА

8. Проведение ВА	1. План-график проведения ВА;
9. Анализ результатов ВА, выявление несоответствий требованиям элементов СМК и СМБПП	2. ГОСТ Р ИСО 9001—2011
	3. ГОСТ Р ИСО 22000 (MS ISO 22000)
	4. ГОСТ Р ИСО 19011 (MS ISO 19011)
	5. СТО СМК и СМБПП и другие документы по тематике ВА.
10. Разработка корректирующих мероприятий	1. Акт по результатам ВА,
11. Составление акта о результатах ВА и его регистрация	2. Папка «Материалы по аудиту и записи по качеству»
12. Рассылка отчета заинтересованным лицам	
13. Реализация корректирующих мероприятий	1. Акт по результатам ВА с отметками о выполнении
14. Составление отчета о результатах ВА (один раз в полгода)	1. Акт по результатам ВА
	2. Отчет о результатах ВА
15. Информирование заинтересованных лиц об устранении несоответствий	Акт по результатам ВА с отметками о выполнении корректирующих действий
16. Оценка результативности СМК и СМБПП по результатам ВА	Методика оценки
17. Контроль выполнения плана-графика аудитов	План-график проведения ВА
18. Проведение последующих ВА в соответствии с планом-графиком проведения ВА	План-график проведения ВА
19. Оформление дела (отчета) об аудите	Отчет аудиторов по качеству
20. Учёт, контроль и хранение записей ВА	Папка «Материалы по аудиту и записи по качеству»

Оценка результативности СМК и СМБПП по результатам проведенного аудита должна проводиться отдельно по следующим показателям:

— количество и важность выявленных несоответствий аудитом при проверке структурных подразделений (коэффициент результативности внутреннего аудита Q1) и по проверенным элементам СМК и СМБПП (коэффициент

результативности внутреннего аудита Q2);

— комплексный показатель (QСМК (ВА)) по выполнению плана-графика проведения внутреннего аудита, выполнению корректирующих действий и результативности их выполнения, результативности ВА по структурному подразделению организации и результативности внутреннего аудита по элементам СМК и СМБПП.

Оценка результативности СМК и СМБПП по результатам внутренних аудитов

Критерий оценки	Оценка
По проверенным элементам СМК и СМБПП (Q₂)	
Не выявлено ни одного несоответствия и имеется не более одного замечания	СМК и СМБПП соответствует установленным требованиям q ₂ = 1
Не выявлено ни одного несоответствия и имеется не более пяти замечаний по разным областям аудита	СМК и СМБПП частично соответствует установленным требованиям q ₂ = 0,8
Не выявлено ни одного несоответствия и имеется более пяти замечаний по разным областям аудита	СМК и СМБПП частично соответствует установленным требованиям q ₂ = 0,7
Выявлено одно несоответствие и имеется не более пяти замечаний по разным областям аудита	СМК и СМБПП не соответствует установленным требованиям q ₂ = 0,6
Выявлено более двух несоответствий и имеется более двух замечаний по разным областям аудита	СМК и СМБПП не соответствует установленным требованиям q ₂ = 0,4 и менее

При оценке результативности СМК и СМБПП по результатам внутреннего аудита должен использоваться обобщенный показатель QСМК (ВА), определяемый по формуле:

$$Q_{\text{СМК (ВА)}} = (K_1 + K_2 + K_{\text{ВА}} + Q_2) / 5 \quad (1)$$

Где K₁ — коэффициент выполнения программы ВА;

K₂ — коэффициент выполнения корректирующих действий;

K_{ВА} — коэффициент результативности выполнения К и КД;

Q₂ — коэффициент результативности ВА по элементам СМК и СМБПП.

Коэффициент K₁ рассчитывается по соотношению

$$K_1 = A_1 / A_2 \quad (2)$$

Где A₁ — количество проведенных аудитов за отчетный период;

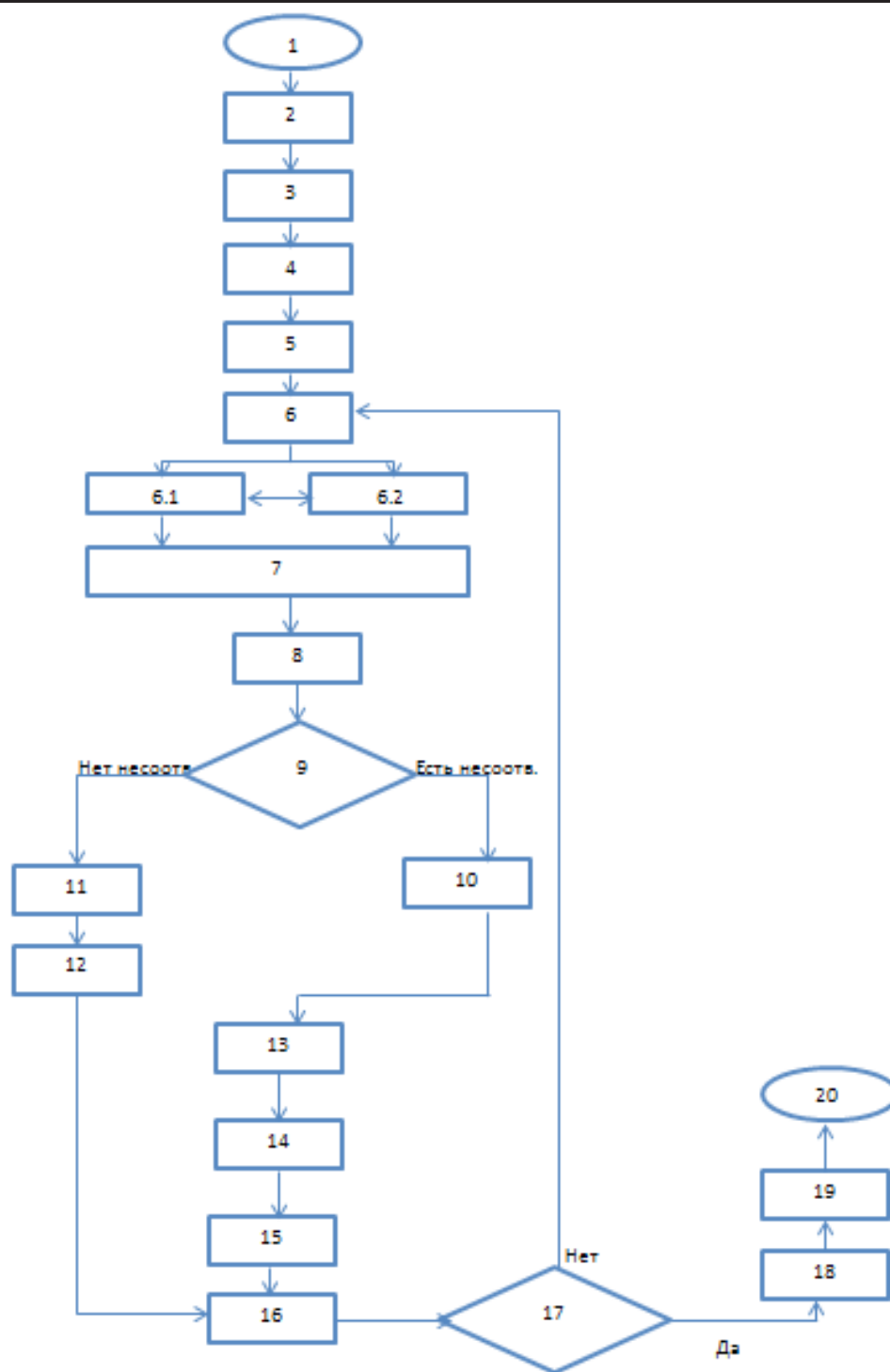


Рис. 1. Блок-схема планирования и проведения внутреннего аудита СМК и СМБПП

A_2 — количество запланированных аудитов;

Коэффициент K_2 рассчитывается по соотношению:

$$K_2 = A_3/A_4 \quad (3)$$

Где A_3 — количество выполненных корректирующих действий;

A_4 — количество запланированных корректирующих действий по результатам аудитов.

Коэффициент K_{BA} — рассчитывается, как среднеарифметическая сумма коэффициентов результативности выполнения КД по всем актам ВА за год

(4)

Критерием результативности процесса ВА является

значение $Q_{СМК\ (BA)}$, который должен быть более $Q_{СМК\ (BA)} 0,8$ т. е. 80%.

Все записи, необходимые для получения объективных свидетельств осуществления процедуры «Внутренний аудит» СМК и СМБПП проверяемого структурного подразделения Организации, сформируются в папку «Материалы по аудиту и записи по качеству», хранящейся в делопроизводстве СМК и СМБПП.

Следует отметить, что в папку «Материалы по аудиту и записи по качеству» каждого проверенного структурного подразделения должны входить:

— акты по результатам ВА с отметками о выполнении;
— контрольные листы по проведению аудиторской проверки;
— мероприятия по устранению несоответствий, выявленных при внутреннем аудите СМК и СМБПП в данном структурном подразделении.

Папка хранится в делопроизводстве СМК и СМБПП в течение пяти лет.

Аналогичный стандарт внутреннего аудита менеджмента качества и безопасности пищевой продукции внедрен в ООО МПК «Атяшевский». Опыт его принятия по-

казал, что повысилось качество ведения документации, улучшился входной контроль и стабилизировалось качество готовой продукции.

Таким образом, при внедрении данного стандарта который, устанавливает порядок проведения внутреннего аудита системы менеджмента качества и системы менеджмента безопасности пищевой продукции, позволит не контролировать каждую единицу продукции, а сделать так, чтобы не было ошибок в работе, которые могли бы привести к появлению брака или плохому качеству продукции.

Литература:

1. ГОСТ Р ИСО 9001—2008 (МС ISO 9001:2008) Системы менеджмента качества. Требования. Режим доступа: <http://files.stroyinf.ru/Data1/55/55247/>
2. ГОСТ Р ИСО 22000—2007 (МС ISO 22000:2005) «Системы менеджмента безопасности пищевой продукции. Требования к организациям, участвующим в цепи создания пищевой продукции».
3. Основные требования международных стандартов ISO к системам менеджмента качества и безопасности (МЕНЕДЖМЕНТ В ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ). Режим доступа: <http://www.rae.ru/topographs/128—4195>
4. Плетнева Н.П., Методология подготовки, проведения и анализа результатов аудитов систем менеджмента. 2011 г. — 90 с.
5. ISO 9001. Материалы Auditing Practices Group (APG). Режим доступа: [www.iso.org/tc176/ISO 9001 Auditing Practices Group](http://www.iso.org/tc176/ISO_9001_Auditing_Practices_Group).

Особенности учета кредиторской задолженности в условиях перехода на международные стандарты бухгалтерского учета

Стягайло Марина Юрьевна, студент;

Муляр Валентина Павловна, кандидат экономических наук, доцент
Одесский государственный аграрный университет (Украина)

Цель исследования — изучение особенностей учёта расчетов с поставщиками в сельскохозяйственных предприятия и поиск путей усовершенствования данного участка бухгалтерского учёта.

Ключевые слова: поставщики, учёт, финансовое состояние, сельское хозяйство, агропромышленный комплекс.

Features of Accounting of Accounts Payable in the Conditions of Transition to International Accounting Standards

Styagailo Marina Yurievna, the student;

Mulyar Valentina Pavlovna, the candidate of economic sciences
Odessa state agrarian university (Ukraine)

The aim of research is investigation of account features of calculations with suppliers in agricultural enterprises and search of way of improvement of this area of record — keeping.

Keywords: suppliers, accounting, financial state, agriculture, agro-industrial complex.

Необходимость исследования вопроса использования международных стандартов бухгалтерского учета (МСБУ) при ведении бухгалтерского учета вообще,

и обязательств, в частности, объясняется применением их большим количеством европейских стран и направлением стандартов на объединение и унификацию ведения бухгал-

терского учета в этих странах. Переход к рыночным отношениям, возникновение международных хозяйственных и финансовых связей выдвинули в число актуальных вопросов о совершенствовании бухгалтерского учета и его приближении к международным стандартам. Международные стандарты учета представляют собой документы, определяющие общий подход к составлению финансовой отчетности и предлагающие варианты учета отдельных средств или операций предприятий. Они не являются обязательными и носят рекомендательный характер. Однако, в связи с процессами интеграции в развитии мирового хозяйства, эти стандарты приобретают все большее значение как наиболее удобное средство «общения» между предприятиями различных стран.

В условиях недостаточного обеспечения сельскохозяйственных предприятий оборотными средствами рост кредиторской задолженности становится распространенным явлением. Данное явление возникает в результате установления хозяйственных отношений между предприятиями агропромышленного комплекса. В процессе деятельности не всегда осуществляется расчет сразу, что предполагает возникновение обязательств предприятия, которые приводят к кредиторской задолженности.

В свою очередь платежный кризис предприятия влияет на несвоевременную уплату государственных обязательств, которые осуществляются за счет бюджета. Решения вышеприведенной сложной проблемы во многом зависят от совершенствования бухгалтерского учета и аудита взаиморасчетов.

Опыт показывает, что скорость проведения расчетных операций может варьироваться от нескольких дней до нескольких часов, что стало возможным благодаря введению системы электронной почты между банками и специальными карт. Чем быстрее происходит процесс расчетов, тем эффективнее работает экономика. Важную роль в этом играет правильная организация учета расчетных операций, который должен осуществляться с учетом действующего законодательства и практики работы предприятий.

Рыночные отношения требуют пересмотра системы бухгалтерского учета, одним из центральных элементов которой является учет взаиморасчетов субъектов хозяйствования.

Субъекты хозяйствования на первый план выдвигают решения собственных проблем, вместо выполнения финансовых обязательств по платежам перед партнерами.

Одним из основных элементов реформирования бухгалтерского учета и финансовой отчетности в соответствии с МСФО должна стать разработка новых и уточнение ранее утвержденных положений по бухгалтерскому учету.

В международной практике ведения учета с поставщиками рассматривается в МСБУ 1 «Представление финансовой отчетности», МСБУ 10 «Непредвиденные события и события, происшедшие после даты баланса»,

МСБУ 12 «Налоги на прибыль», МСФО 17 «Аренда», МСФО 19 «Выплаты работникам», МСБУ 32 «Финансовые инструменты: раскрытие и представление», МСБУ 37 «Обеспечение, условные обязательства и условные активы» [1].

Понятие обязательств в международных стандартах: обязательства — это нынешняя задолженность субъекта хозяйствования, которая возникает в результате прошлых событий и погашение которой, как ожидается, приведет к выбытию ресурсов субъекта хозяйствования, которые воплощают в себе экономические выгоды.

Оценивать обязательства нужно суммой денег, стоимостью товара или услуги, необходимых для уплаты долга.

В соответствии с МСБУ 37 обеспечения признаются обязательствами с неопределенным сроком или суммой, поскольку эти обязательства являются нынешней задолженностью и вероятно, что для его погашения потребуются выбытие ресурсов, заключающих в себе экономические выгоды. Но некоторые страны вообще не относят обеспечения к обязательствам, поскольку для их определения необходимо применять предварительные оценки, что противоречит порядку определения обязательств по фактически проведенной операции.

В соответствии с МСБУ 37 обеспечения следует признавать, если:

- 1) субъект хозяйствования имеет текущую задолженность (юридическое или конструктивное) в результате прошлого события;
- 2) вероятно, что выбытия ресурсе, которые воплощают в себе экономические выгоды, потребуются для погашения задолженности;
- 3) можно достоверно оценить сумму задолженности.

Оценка обязательств согласно МСБУ 37: обеспечения отражаются в балансе в составе краткосрочных или долгосрочных обязательств. В бухгалтерской практике нашего государства вообще не предусмотрено разделение обеспечений за время их привлечения, хотя срок выполнения этих обязательств разный.

Следовательно, обеспечение будущих расходов и платежей и целевое финансирование в соответствии с нормативными документами, которые регламентируют порядок учета этих ресурсов в отечественной практике, занимают промежуточное место между собственным капиталом и обязательствами, что требует уточнения и корректировки законодательной базы в соответствии с МСБУ [2].

В международной практике долгосрочные и краткосрочные обязательства относят к фактическим, то есть таким, которые возникают из договоров, контрактов или на основе законодательства и их стоимость можно точно определить. Непредвиденные обязательства относят к условным — это несуществующие обязательства, но они являются потенциальными, потому что зависят от будущих событий, которые могут возникнуть в результате прошлого события.

В международной практике порядок определения и отражения краткосрочных обязательств определяется

Таблица 1

Классификация обязательств предприятия

Обязательства	
Долгосрочные	Краткосрочные
<ul style="list-style-type: none"> — долгосрочные кредиты банков; — долгосрочные финансовые обязательства; — отложенные налоговые обязательства; — обеспечения последующих расходов и платежей доходы будущих периодов, которые имеют долгосрочный характер; — прочие долгосрочные обязательства. 	<ul style="list-style-type: none"> — краткосрочные займы; — текущая задолженность по долгосрочным обязательствам; — краткосрочные векселя выданные; — расчеты с поставщиками и подрядчиками; — расчетам по налогам; — расчеты по страхованию; — расчеты по оплате труда; — расчеты с участниками; — обеспечения последующих расходов и платежей доходы будущих периодов, которые имеют краткосрочный характер; — другие текущие обязательства.

в соответствии с МСБУ 1 «Представление финансовой отчетности», МСБУ 37 «Обеспечение, условные обязательства и условные активы».

В соответствии с МСБУ краткосрочная кредиторская задолженность представляет собой все кредиты банков и другие займы, погашение которых должно быть осуществлено в течение года с даты составления баланса. К долгосрочной задолженности относятся кредиты банков и прочие займы, привлеченные на срок более одного года. По задолженности должны начисляться проценты, которые отражаются в отчетности как пассив.

В соответствии с учетом по методу начислений МСБУ вся кредиторская задолженность отражается в периоде, в котором она возникает. Поэтому все налоговые штрафы и пени должны быть начислены полностью.

Составляющие краткосрочных обязательств по источникам образования согласно МСФО 1 и МСБУ 37:

- 1) задолженность по счетам поставщиков и прочие начисленные обязательства;
- 2) задолженность по дивидендам;
- 3) начисленные налоги, таможенные платежи и обязательства по социальному страхованию;
- 4) текущая часть долгосрочной задолженности;
- 5) доходы будущих периодов;
- 6) кредиты банков и прочие займы;
- 7) потенциальные (условные) обязательства.

Литература:

1. Международные стандарты бухгалтерского учета [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://prou4ot.info/index.php?section=browse&CatID=52&ArtID=110>
2. Международные стандарты финансовой отчетности [Электронный ресурс]. — Режим доступа: minfin.gov.ua

Непредвиденные (потенциальные) обязательства — это обязательства, которое может возникнуть вследствие прошлых событий и существование которого будет подтверждено только тогда, когда произойдет или не произойдет одно или более неопределенных будущих событий, над которыми предприятие не имеет полного контроля;

В соответствии с требованиями МСБУ и принципов и традиций, которые сложились в отечественной бухгалтерской практике, обязательства предприятия предлагаем классифицировать (таблица 1) следующим образом:

Для дальнейшего усовершенствования классификации обязательств нами предложено распределить обеспечения расходов и платежей, а также доходы будущих периодов по сроку привлечения на долгосрочные и краткосрочные и включить в соответствующих классов счетов. Это даст возможность расширить теоретико-методологическую базу бухгалтерского учета обязательств предприятия.

Одной из проблем перехода на МСФО является финансирование, в частности, это связано с тем, что вряд ли государственные органы смогли бы обеспечить быстрый и эффективный переход на новые стандарты бухгалтерского учета и основной причиной этого является отсутствие необходимых средств и материальной базы. Скорее всего весь груз по переходу на новые стандарты бухгалтерского учета ляжет на сами предприятия.

Изменения в форме бухгалтерского баланса

Якупов Ильшат Фанисович, студент

Казанский (Приволжский) федеральный университет, институт экономики и финансов (Татарстан)

Основной тенденцией развития бухгалтерского баланса в России в последние годы является упрощение его структуры. Самые последние изменения были внесены в бухгалтерский баланс приказом Минфина России от 2 июля 2010 года N 66н «О формах бухгалтерской отчетности организаций» (в редакции приказов Минфина России от 05.10.2011 г. № 124н, от 17.08.2012 г. № 113н и от 04.12.2012 г. № 154н).

В отличие от предыдущего приказа о формах отчетности (приказ Минфина России от 22.07.2003 г. № 67н) утвержденные новым приказом формы (в частности, бухгалтерский баланс) не являются образцами, на основе которых предприятия разрабатывают свои формы. Теперь необходимо предоставлять формы именно в том виде, в каком они утверждены приказом. Однако следует отметить, предприятия вправе самостоятельно детализировать показатели по статьям отчетов.

Следует отметить, что новый приказ отменяет нумерацию отчетных форм. Официально формы отчетности теперь необходимо именовать развернуто. Также кодировка строк в бухгалтерском балансе теперь обязательна только при предоставлении бухгалтерской отчетности в органы государственной статистики и другие органы исполнительной власти. Из формы баланса исключена справка о наличии ценностей, учитываемых на забалансовых счетах. Вдобавок, перед показателями статей появилась графа «Пояснения», в которой указывается номер соответствующего пояснения к бухгалтерскому балансу [5, с. 12].

Новая форма бухгалтерского баланса отражает информацию в динамике трех последовательных лет: на отчетную дату текущего периода и на 31 декабря двух лет, предшествующих отчетному периоду.

В разделе I «Внеоборотные активы» бухгалтерского баланса в самостоятельную статью «Результаты исследований и разработок» выделена часть активов, которая ранее отражалась в составе статьи «Нематериальные активы». Теперь по данной новой статье указывается сумма расходов на выполнение НИОКР, отраженная на счете 04 и которая не списана на расходы по обычным видам деятельности или на прочие расходы на отчетную дату [2, с. 45].

Также в раздел I добавлены две статьи — «Нематериальные поисковые активы» и «Материальные поисковые активы». Согласно п. 27 Положения по бухгалтерскому учету «Учет затрат на освоение природных ресурсов», утвержденного приказом Минфина РФ от 06.10.2011 г. № 125н (ПБУ 24/2011), существенная информация о затратах на освоение природных ресурсов (недр), признаваемых внеоборотными активами, отражается по отдельной

строке в бухгалтерском балансе. Все остальные поисковые затраты предприятие относит к расходам по обычным видам деятельности.

В разделе I новой формы баланса отсутствует статья «Незавершенное строительство», в которой приводились остатки по счетам 07 «Оборудование к установке»; 08 субсчета 1 «Приобретение земельных участков», 2 «Приобретение объектов природопользования», 3 «Строительство объектов основных средств», 4 «Приобретение объектов основных средств». Некоторые специалисты рекомендуют отражать данные суммы в составе статьи «Прочие внеоборотные активы». Однако, это не совсем корректно, так как информацию о капитальных вложениях вряд ли можно назвать несущественной [4]. Для решения данного вопроса необходимо обратиться к п. 20 ПБУ 4/99. Там приводится таблица с показателями баланса. В таблице в группе статей «Основные средства» среди расшифровок находится «Незавершенное строительство». Следовательно, незавершенные капиталовложения следует отражать по статье «Основные средства».

Следует подчеркнуть, что в данном разделе новой формы показатель «Долгосрочные финансовые вложения» переименован в «Финансовые вложения».

В разделе II «Оборотные активы» бухгалтерского баланса также произошли существенные изменения. Так, показатель «Запасы» в новой форме баланса отражается обобщенно, без расшифровки. Организации самостоятельно определяют детализацию данного показателя.

В разделе II новой формы баланса дебиторской задолженности уделена всего одна статья — «Дебиторская задолженность». В связи с этим, при отражении сумм дебиторской задолженности необходимо учитывать несколько нюансов. Во-первых, в отношении авансов и предварительной оплаты. Согласно документам Минфина России, в случае выдачи авансов и предоплаты работ, услуг, которые связаны, например, со строительством объектов основных средств, данные суммы отражаются в бухгалтерском балансе в разделе I «Внеоборотные активы» [1]. Там также указывается, что данный порядок отображения авансов в балансе не зависит от срока погашения обязательств по выданным авансам (предоплате).

Во-вторых, в отношении расчетов с покупателями и заказчиками. Согласно п. 19 ПБУ 4/99, активы, срок обращения которых находится в пределах операционного цикла, превышающего 12 месяцев, относятся к краткосрочным. Типичным примером таких активов является дебиторская задолженность покупателей и заказчиков. Данная задолженность перманентно входит в состав операционного цикла, поэтому отображается в бухгалтерском балансе в составе оборотных активов. Кроме того,

не имеет значения, превышает или нет срок платежа, предусмотренный договором, 12 месяцев после отчетной даты.

Иные же виды дебиторской задолженности следует квалифицировать в соответствии с требованиями п. 19 ПБУ 4/99. Следовательно, такая дебиторская задолженность будет отражаться в составе оборотных активов, если срок ее погашения составляет менее 12 месяцев после отчетной даты. Если же срок погашения прочих видов дебиторской задолженности будет превышать 12 месяцев после отчетной даты, то эти суммы указываются в качестве внеоборотных активов.

В разделе II баланса «Оборотные средства» были изменены названия нескольких строк: «Краткосрочные финансовые вложения» заменили «Финансовыми вложениями», а затем «Финансовыми вложениями (за исключением денежных эквивалентов)», а строка «Денежные средства» теперь именуется «Денежные средства и денежные эквиваленты». Данные изменения связаны с введением Положения по бухгалтерскому учету «Отчет о движении денежных средств», утвержденного приказом Минфина России от 02.02.2011 г. № 11н (ПБУ 23/2011).

Изменения также коснулись раздела III бухгалтерского баланса «Капитал и резервы». Во-первых, уточнено название статьи «Уставный капитал» — в новой форме она именуется «Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)».

Во-вторых, если в старой форме баланса добавочный капитал показывался одной строкой — «Добавочный капитал», то в новой форме он учитывается при помощи двух самостоятельных статей — «Переоценка внеоборотных активов» и «Добавочный капитал (без переоценки)». По первой статье учитываются суммы прироста стоимости внеоборотных активов, выявляемого по результатам их переоценки. По второй статье показывается добавочный капитал, сформированный, к примеру, за счет:

- эмиссионного дохода, который представляет собой положительную разницу между продажной и номинальной стоимостью акций, полученную в процессе формирования уставного капитала;

- курсовой разницы, связанной с расчетами с учредителями по вкладам, в том числе вкладам в уставный (складочный) капитал организации, выраженным в иностранной валюте.

Следует также отметить, что резервный капитал в новой форме баланса отражается обобщенно, без расшифровки. По строке «Резервный капитал» показывается общая сумма резервного капитала предприятия, образованного как в соответствии с законодательством Российской Федерации, так и в соответствии с учредительными документами.

Рассмотрим изменения, которые произошли в разделах IV «Долгосрочные обязательства» и V «Краткосрочные обязательства». Во-первых, в обоих разделах строки «Займы и кредиты» были переименованы в «Заемные средства». Во-вторых, строки «Прочие долгос-

рочные обязательства» в разделе IV и «Прочие краткосрочные обязательства» в разделе V были переименованы в «Прочие обязательства».

Следует обратить особое внимание на оценочные обязательства. С 1 января 2011 года действует Положение по бухгалтерскому учету «Оценочные обязательства, условные обязательства и условные активы», которое утверждено приказом Минфина России от 13.12.2010 г. № 167н (ПБУ 8/2010).

Приказом № 66н в раздел IV бухгалтерского баланса была введена статья «Резервы под условные обязательства». Такое название соответствовало прежней редакции ПБУ 8/01, согласно которой предусматривалось отображение в бухгалтерском учете и отчетности сумм существующих условных обязательств. Но, в соответствии с новой редакцией ПБУ 8/2010, данный показатель в бухгалтерском учете и отчетности не отражается.

Вдобавок, в разделе V «Краткосрочные обязательства» находилась статья «Резервы предстоящих расходов». Однако, начиная с 1 января 2011 года, в бухгалтерском учете не формируются резервы предстоящих расходов. Возможность формирования подобных резервов была предусмотрена п. 72 Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации. Но на основе приказа Минфина России от 24.12.2010 г. № 186н п. 72 был исключен из Положения.

В то же время в пассиве бухгалтерского баланса не были предусмотрены специальные строки для отражения оценочных обязательств.

Чтобы привести показатели баланса в соответствие с изменениями, произошедшими в бухгалтерском учете, приказом Минфина № 124н в бухгалтерском балансе были заменены названия двух строк — «Резервы под условные обязательства» в разделе IV и «Резервы предстоящих расходов» в разделе V на «Оценочные обязательства» [3].

В разделе V новой формы баланса «Краткосрочные обязательства» отсутствует статья «Задолженность перед участниками (учредителями) по выплате доходов». Суммы данной задолженности отражаются в новом балансе по статье «Кредиторская задолженность» в разделе V. Следует также подчеркнуть, что по статье «Кредиторская задолженность» показываются суммарные данные об общей величине кредиторской задолженности со сроком погашения менее 12 месяцев без расшифровки по видам задолженности, как было ранее. Однако организации вправе самостоятельно определять детализацию по данной статье.

Изменения, которые затронули бухгалтерскую отчетность, а в частности, и бухгалтерский баланс, имеют как своих оппонентов, так и своих сторонников. Оппоненты утверждают, что бухгалтерский баланс становится все менее и менее информативным, и это отрицательно сказывается на определении и анализе финансового положения организации. Сторонники изменений считают, что баланс был излишне детализирован и содержал статьи,

не столь полезные и нужные пользователям информации. Теперь же некоторые статьи показаны укрупненно, баланс стал более компактным, и организации, в случае существенности информации, могут детализировать статьи баланса. Позиция сторонников является более оправ-

данной, так как в новой форме бухгалтерского баланса детализироваться будет только та информация, без знания которой невозможно будет оценить финансовое положение организации; а несущественная информация будет показана укрупненно.

Литература:

1. Об отражении в бухгалтерском балансе суммы выданных авансов и предварительной оплаты работ, услуг [Электронный ресурс]: письмо Минфина РФ от 11.04.2011 г., № 07–02–06/42 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».
2. Башкатова Л. И. Новый формат бухгалтерского баланса // Бухгалтерский учет. — 2012. — № 2. — с. 44–50.
3. Дьячкова О.А. Формы бухгалтерской отчетности: изменения актуальные и на перспективу [Электронный ресурс]: Практический бухгалтерский учет. Официальные материалы и комментарии. — 2012. — № 2 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».
4. Полякова М. С. Годовая отчетность за 2011 год: формирование бухгалтерского баланса и пояснений [Электронный ресурс]: Российский налоговый курьер. — 2012. — № 1–2 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».
5. Фомичева Л. П. Бухгалтерская отчетность по новым формам // Бухгалтерский учет. — 2011. — № 1. — с. 11–20.

11. МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И КОММУНИКАЦИИ

Использование маркетинговых технологий в сфере высшего образования

Бакун Татьяна Валерьевна, кандидат экономических наук, доцент
Нижевартровский государственный университет (Тюменская обл.)

В статье рассматриваются вопросы использования CRM-технологии и CRM-систем в маркетинговой деятельности высшего учебного заведения. Автор указывает на актуальность применения информационных маркетинговых технологий в выстраивании отношений вуза с выпускниками.

Ключевые слова: маркетинг, концепция маркетинга взаимоотношений, CRM, высшее образование.

Маркетинг взаимоотношений нацелен на создание и поддержание эффективных коммуникаций с целевым сегментом рынка [1]. В сфере образования маркетинг связан с управлением взаимоотношениями между учебными заведениями и их клиентами. Куц С.П. [2] различает «управление взаимоотношениями» — разработка различных совместных программ взаимоотношений между компаниями (межфирменные сети) — информационного обмена, обучения персонала, разработки и вывода на рынок новой продукции и пр.; и «управление индивидуальными взаимоотношениями» — создание, поддержание и развитие долгосрочных индивидуальных взаимоотношений как с потребителями, так и с поставщиками. В контексте исследовательской проблемы используем термин «управление взаимоотношениями», а подразумеваем «управление индивидуальными взаимоотношениями».

Управление взаимоотношениями с клиентами позволяет вузу использовать CRM-технологии. CRM (аббревиатура от Customers Relationship Management — «управление взаимоотношениями с клиентами»).

Исследования в области CRM-технологий представлены в работах Коробейникова Е.А., Лосева С.В., Марчанда Д., Моисеева А.В., Молино П., Пейна Э., Петренко Е.С., Романовой М.В., Третьяк О.А. и др.

Так CRM, по мнению Третьяк О.А. это концептуальная модель, предполагающая управленческие изменения, реинжиниринг процессов компании. Модель основана на выполнении трех условий:

1) наличие единого хранилища информации и системы, куда мгновенно помещаются и где в любой момент доступны все сведения о всех случаях взаимодействия с клиентами;

2) синхронизированное управление множественным каналами взаимодействия (т.е. существуют организационные процедуры, которые регламентируют использование этой системы и информации в каждом подразделении компании);

3) постоянный анализ собранной информации о клиентах и принятие соответствующих организационных решений, например, о ранжировании клиентов исходя из их значимости для компании, выработке индивидуального подхода к клиентам согласно их специфическим потребностям и запросам [3].

Разработка стратегии взаимоотношений с клиентами стала возможна благодаря новшествам в области информационных технологий. Значит, сегодня организации могут совершенствовать свою работу с клиентами, используя целый спектр технологий по управлению базами данных, а также растущее число приложений для CRM. Использование приложений для CRM позволяет создавать массивы клиентских данных, анализировать, интерпретировать и конструктивно использовать полученные данные, гарантирует обратную связь с клиентами [4].

Для успешного функционирования вузы прибегают к использованию информационных технологий, элементом которых могут стать CRM-системы.

К необходимости применения CRM в вузе приводит несколько важных тенденций:

— переход от транзакционной маркетинговой деятельности к маркетингу взаимоотношений;

— более широкое использование технологий для управления информацией;

— системы и процессы CRM дают вузу возможность держать в памяти каждый значимый контакт с потребителем;

— CRM — это возможность развития и поддержания длительных взаимовыгодных отношений со стратегически значимыми клиентами.

Целями CRM являются:

а) увеличение объема клиентской базы;

б) увеличение эффективности проектов (прибыльность);

в) увеличение отдачи от одного клиента (объем и количество проектов);

г) увеличение уровня удовлетворенности клиентов.

Таблица 1

Типы CRM-систем [1]

Тип	Программные продукты	Функциональные возможности	
		Для фирмы	Для вуза
Операционный (оперативный) CRM	SalesExpert, Terrasoft, WinPeak, Papyc CRM, GoldMine, Microsoft CRM, Siebel Sales Logic и др.	Формализация всех управленческих и маркетинговых процессов взаимодействия с потребителем/клиентом. Планирование и контроль коммуникаций с потребителями/клиентами. Сбор и классификация максимальной информации о потребителе/клиенте.	Накопление и систематизация поступающей информации о студентах, выпускниках; о периодичности контактов с клиентами; об объеме оказываемых услуг, финансовых поступлениях и пр.
Аналитический CRM	Монитор CRM, Marketing Analytic, Триумф-Аналитика, Data Analyzer, EasyABC Plus, OROS Enterprise и др.	Поиск, накопление, организация, анализ, интерпретация и использование данных, полученных в результате деятельности организации.	То же что для фирм
Комбинированный (коллаборационный, совместный) CRM	Монитор CRM 3.5, Monitor CRM Pilot, 1C:CRM ПРОФ	Получение комплексных отчетов, в т. ч. управленческих. Осуществление всестороннего контроля работы сотрудников. Информация о ценах и конкурентах. Планирование и прогнозирование работы компании. Сбор контроль и анализ пожеланий потребителей. Взаимодействие между клиентами, организацией и его сотрудниками.	То же что для фирм
e-CRM-система	Oracle Siebel CRM Oracle E-Business Suite	Регистрация и анализ всех контактов между покупателем и продавцом, осуществленные через WEB-сайт компании или по электронной почте.	Определяет построение сайта и эффективно обслуживает каждого клиента в процессе оказания Интернет-услуги.

Важно отметить, что при исследовании проблемы внедрения CRM-системы не были получены данные об использовании CRM-системы в сфере образования. Однако имеется опыт использования CRM-систем другими организациями сферы услуг. Поэтому, адаптировав программные продукты этой маркетинговой технологии, вуз на основе опыта других организаций рынка услуг, получит преимущества в работе с клиентами [5].

Преимущества организации работы вуза со студентами и выпускниками в CRM-системе заключаются в следующем:

- использование единого для вуза инструмента, позволяющего накапливать и анализировать всю информацию о потребителях и контактах;
- совместная работа с потребителями преподавателей и сотрудников разных подразделений вуза;
- распределение потребителей между сотрудниками подразделений вуза в зависимости от характера связи.

Работа с выпускниками (потенциальными потребителями услуг вуза в будущем) в CRM-системе предполагает:

ведение карточки клиента — контактная информация, принадлежность к сегменту (отрасль, регион, профессия), оценка перспективности связей;

- формирование и анализ записей по каждому контакту — формирование истории взаимоотношений;
- планирование работы, рассылка информации;
- изучение удовлетворенности и пожеланий участников контактов.

Для оценки результативности от использования CRM-системы в вузе предложено применить следующие показатели:

А. Доля клиентов в базе, в т. ч. физических лиц. / организаций в общем количестве клиентов вуза (зависит от своевременного пополнения базы данными о новых и существующих клиентах).

Количество клиентов вуза, в том числе в базе указывает на количество потенциальных клиентов и рост числа контактов в будущем. Один клиент может осуществлять один и более контактов (в зависимости от их содержания, например образовательные услуги, заказ на практику, научные исследования и т. д.).

Б. Количество активных клиентов (осуществивших 2 и более контактов, например за 1 год)

В. Доля осуществленных и неосуществленных контактов в целевой базе клиентов. Предположим, что причинами неосуществленных контактов являются контакты, утерянные по техническим причинам (смена номеров и т.д.); неосуществленные действующие контакты (не дозвонились и т.п.); отказы от контакта и т.д.

Оценка показателей зависит от общего количества клиентов вуза, содержания контактов, частоты контактов в определенный период времени, целей исследователя и т.д.

Предложенные показатели позволяют оценить результативность использования CRM-системы в маркетинге взаимоотношений вуза.

Применение CRM-технологии в маркетинговой деятельности вуза с клиентами позволит получить следующие результаты:

- работа одновременно со множеством различных групп клиентов (студенты, специалисты, работодатели, родители) по поддержанию с ними постоянных контактов;

- значительное сокращение временных затрат на поиск информации о нужном клиенте, об истории взаимоотношений с вузом и о его потребностях;

- повышение качества обслуживания, что ведет к увеличению числа связей клиента с вузом.

Среди преимуществ использования CRM-системы существуют недостатки. На сегодняшний день подавляющее большинство систем поддержки маркетинговых решений, управления клиентами не имеют интеграции с другими системами. Многие вузы не заинтересованы в организации эффективной маркетинговой деятельности. Высокая стоимость многофункциональных CRM-систем, услуги по их внедрению и сопровождению ограничивают часть потенциальных потребителей в их применении. Недостаточна адаптивность качественных зарубежных разработок к использованию в российских условиях [6].

Таким образом, несмотря на недостатки использования CRM-систем целесообразным является изучение вопроса применения CRM- и других технологий на российском рынке образовательных услуг.

Литература:

1. Бакун Т. В. Маркетинговый подход к формированию взаимоотношений вуза с выпускниками: дис. ...канд.экон.: 08.00.05 / Т. В. Бакун. — Омск, 2011.
2. Куш С. П., Афанасьев А. А. Маркетинговые подходы компании на разных уровнях управления межфирменной сетью — [Электронный ресурс]. — <http://www.ecsoman.edu.ru/db/msg/150506> (дата обращения 23.08.2013)
3. Третьяк О. А. Маркетинг: новые ориентиры модели управления: Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2009. — XII, 403 с.
4. Пейн Э. Руководство по CRM. Путь к совершенствованию менеджмента клиентов — СПб.: Изд-во: «Гревцов Паблишер», — [Электронный ресурс]. — <http://www.management.com.ua/marketing/mark165.html> (дата обращения 23.03.2013)
5. Бакун Т. В., Лейнвебер О. Ю. Интегрированные маркетинговые коммуникации вуза в рамках концепции маркетинга взаимоотношений // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». 2012. № 4. С. 143–146
6. Мамонтов С. А., Бакун Т. В. Информационное (коммуникационное) обеспечение маркетинга взаимоотношений вуза // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». 2011. № 2. С. 123–127

Продуктовая маркетинговая стратегия объекта коммерческой недвижимости

Красовская Екатерина Алексеевна, кандидат экономических наук, доцент
Филиал Московского технологического института «ВТУ» (г. Оренбург)

Продуктовая стратегия объекта коммерческой недвижимости включает разработку рыночного предложения, характеризующегося параметрами площадей объекта и комплекса арендных услуг в рамках маркетинга взаимодействий между арендодателем и арендатором.

Ключевые слова: *продуктовая стратегия объекта коммерческой недвижимости, маркетинговая сущность арендной услуги, целевые рыночные сегменты объекта коммерческой недвижимости.*

Продуктовая стратегия, как элемент системы маркетинговых стратегий объекта коммерческой недвижимости (ОКН) имеет целью формирования рыночного предложения из собственно площадей объекта и арендных услуг

Управляющей компании (УК), разрабатываемого для целевого рынка, т. е. в соответствии с концепцией объекта.

Целевыми потребителями в сфере управления коммерческой недвижимостью рассматривается совокуп-

ность потребителей на рынке B2B, т.е. арендаторов и B2C, т.е. посетителей (клиентов, покупателей). В этой связи взаимодействия с целевыми сегментами необходимо рассматривать в плоскости концепции маркетинга взаимодействий.

Среди основных критериев привлекательности ОКН можно выделить:

1) для B2C: среднее время пребывания, количество посетителей (трафик) в единицу времени, степень равномерности распределения посетителей по зонам торгового комплекса и отсутствие малопосещаемых зон, среднее количество магазинов, услуг, предприятий питания за одно посещение одного посетителя, средняя покупка на 1 посетителя (совокупный средний чек);

2) для B2B: стабильное и эффективное функционирование арендаторов, максимизация их прибыли, необходимые условия для торговых и технологических процессов, высокие показатели товарооборота и прибыль на 1 м² площади.

Формирование рыночного предложения ОКН для сегмента B2B включает разработку:

— товарно-ассортиментной (продуктовой) политики, которая заключается в формировании перечня необходимых арендаторам услуг с регламентированием качества их оказания;

— ценовой политики в виде применения методик и расчета арендных ставок для различных арендаторов.

В качестве основного рыночного продукта в сфере управления коммерческой недвижимостью выступает арендная услуга, маркетинговая сущность которой состоит в обязательном сочетании взаимодействий компании с арендаторами по двум этапам:

1) взаимодействия до заключения договора аренды: брокеридж или комплекс мероприятий по поиску потенциальных арендаторов, ведению переговоров, согласованию условий аренды, подписанию договора аренды;

2) взаимодействия по исполнению обязательств по договору аренды: арендная услуга управляющей компании, представляющая собой постоянный циклический процесс по оказанию комплекса услуг арендатору, оговоренных арендным договором.

Схематически сущность арендной услуги как маркетингового предложения по взаимодействию арендодателя (УК ОТКН) и арендатора в виде «луковицы товара» представлена на рисунке 1.

Анализ практического опыта деятельности УК ОКН позволяет констатировать тот факт, что арендные услуги в основном целесообразно систематизировать по типу обслуживаемых площадей ОКН (таблица 1).

Количественная оценка продуктовой стратегии может быть оценена с позиции масштаба предложения, т.е. по объёму площадей и прогнозируемому значению доли рынка по данному показателю.

Количественные индикаторы реализации продуктовых целей можно отследить в показателях прироста площадей в коммерческой эксплуатации или долей рынка на стратегических зонах хозяйствования (СЗХ) по видам коммерческой недвижимости.

Качественные параметры предложения будут характеризоваться целевым зонированием и оснащением площадей, обеспечивающими высокие стандарты функционирования и организации сотрудничества с сегментами рынка (B2B и B2C).

Параметры продуктовых стратегий должны разрабатываться с учетом портрета потребителя (арендатора), причем целесообразно иметь портрет идеального потребителя, как комплекса самых лучших характеристик, так и систему показателей, ниже которых арендатор-соискатель не получит права аренды площадей в ОКН.

Для понимания параметров целевых потребителей необходимо определить портрет идеального потребителя. Это арендатор, обладающий следующими характеристиками:

1. Качества арендатора: крупная международная или федеральная (российская) компания, собственник известного бренда (брендов), длительный срок рыночной деятельности, безупречная деловая и финансовая репутация и соответствие концепции ОКН;

2. Поведение арендатора: готовность заключать договора аренды на большие площади, по максимально возможной арендной ставке, на длительный срок.

Особенности портрета идеального потребителя по целевым сегментам рынка коммерческой недвижимости:

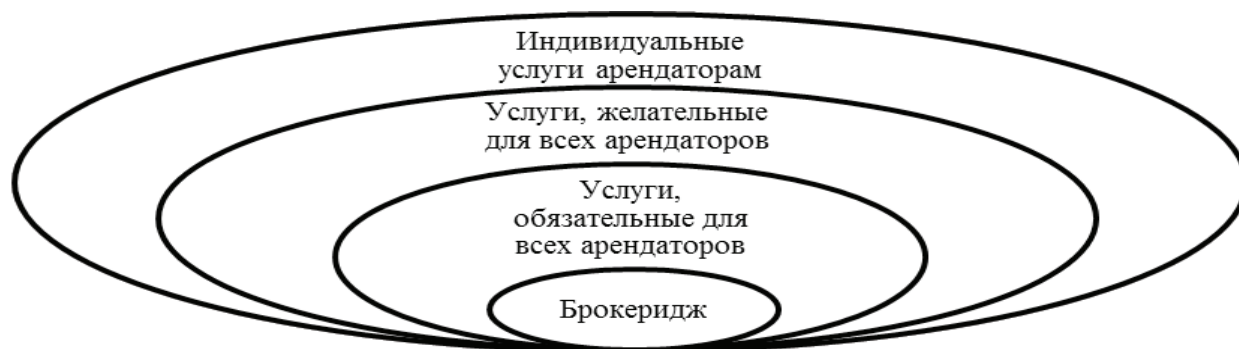


Рис. 1. «Луковица товара» арендной услуги

Таблица 1

Классификация услуг УК по типу обслуживаемых площадей ОКН

Состав классификации	Перечень
Услуги по организации эксплуатации в местах общего пользования	<ul style="list-style-type: none"> — благоустройство и обеспечение чистоты и уборки прилегающей территории; — освещение площадей общего пользования — наружное освещение и подсветка фасада; — круглосуточная охрана площадей общего пользования; — освещение автомобильной парковки в течение обычных рабочих часов в темное время суток; — поддержание фасадов в надлежащем состоянии; — услуги по управлению и координации деятельности на ОКН.
Услуги по техническому обслуживанию арендуемого помещения	<ul style="list-style-type: none"> — техническое обслуживание систем вентиляции, отопления, кондиционирования; — техническое обслуживание водоснабжения и канализации (при наличии); — техническое обслуживание систем энергоснабжения; — техническое обслуживание систем пожарной безопасности.
Дополнительные услуги (при наличии)	<ul style="list-style-type: none"> — охрана; — клининг; — видеонаблюдение; — Интернет, связь; — услуги по ответственному хранению материальных ценностей на складе; — услуги грузчиков; — предоставление инвентаря (тележки для мусора, доставки товаров, т.д.); — услуги по ремонту интерьера, оборудования и инвентаря; — мероприятия по дезинфекции, дезинсекции и дератизации помещений; — навигация; — размещение рекламы на рекламных возможностях ОКН.

1. Сегмент торговой недвижимости: крупная известная компания (собственник бренда или брендов) — оператор торговли, индустрии развлечений, общественного питания, сферы услуг, соответствующая концепции объекта торговой недвижимости. Претендует на максимальные площади в аренду по максимальной ставке аренды, заключает договор аренды на длительный срок, обладает финансовой устойчивостью и отличной деловой репутацией и пунктуальный в платежах и не притязательный в «коммунальных вопросах».

2. Сегмент офисной недвижимости: крупная известная компания — оператор сферы услуг и других видов деятельности, соответствующая концепции объекта офисной недвижимости. Претендует на максимальные площади в аренду по максимальной ставке аренды, заключает договор аренды на длительный срок, обладает финансовой устойчивостью и отличной деловой репутацией, пунктуальный в платежах и не притязательный в «коммунальных вопросах» и имеет узнаваемый фирменный стиль и соответствует дресс-коду объектов офисной недвижимости.

3. Сегмент складской недвижимости: крупная известная компания, деятельность которой соответствует концепции объекта складской недвижимости, лучше 3PL-оператор (оказывает логистические услуги на арендуемых площадях). Заключает договор аренды на длительный срок (7–12 лет) по максимальной арендной ставке, обла-

дает финансовой устойчивостью и отличной деловой репутацией, пунктуальный в платежах и не притязательный в «коммунальных вопросах».

Особенности портрета потребителя (арендатора) торговой коммерческой недвижимости по способности формировать трафик посетителей:

1. «Якорь» или «магнит» (формирует и аккумулирует трафик) — это относительно крупная компания с сильным позитивным имиджем (собственник бренда (ов), торговых марок и т.д.), соответствующая концепции объекта коммерческой недвижимости. Запрашивает для аренды максимальные площади по индивидуальной арендной ставке и договор аренды заключает на длительный срок. Финансово-устойчивая компания с хорошей деловой репутацией в бизнес-среде, что отражается в пунктуальности платежей по обязательствам.

2. «Потребитель» или «поглотитель» потока (самостоятельно не формирует трафик, но эффективно использует поток, созданный «якорями») — это компания среднего или малого бизнеса, соответствующая концепции объекта коммерческой недвижимости. Запрашивает для аренды относительно небольшие площади, периодически инициирует пересмотр арендных ставок в сторону снижения из-за волатильности финансовой устойчивости. Обладает слабой деловой репутацией и периодически допускает несвоевременность в платежах.

Для ОКН, где арендаторы заинтересованы в высоком трафике посетителей, важен анализ портрета данной целевой аудитории — покупателя товаров и услуг, предоставляемых арендаторами. Портрет сегмента B2C формируют такие основные характеристики, как: совокупное предложение пула арендаторов, эффективность усилий УК по повышению лояльности посетителей, имидж ОКН, демографические параметры населения целевого территориального ранка. Рассматриваются также демографические (возраст, уровень доходов и др.) и поведенческие (частота посещений, затраты времени на дорогу от дома, длительность разового посещения, средние затраты на одно посещение и др.) характеристики, которые выясняются посредством полевых маркетинговых исследований посетителей ОКН.

Неотъемлемым элементом рыночного предложения является цена, т.е. ставка арендной платы ОКН, ко-

торая всегда индивидуальна и устанавливается на договорных началах. В качестве основных факторов, определяющих размер арендной ставки целесообразно рассматривать:

- принцип и метод ценообразования (исчисление арендной ставки: фиксированная ставка, процент товарооборота арендатора и др.);
- месторасположение арендатора по зонам ОКН (зонирование по товарным предложениям арендаторов, этажность ОКН и др.);
- тип арендатора («якорь», «магнит», «поглотитель» потока);
- трафик посетителей (общий для ОКН и по зонам объекта);
- территориально расположение ОКН в городе / населенном пункте;
- конъюнктура рынка и др.

Литература:

1. Красовская Е. А. Особенности анализа эффективности бизнес-процессов девелопера / Журнал «Научное обозрение», № 6, 2012 — с. 360—370.
2. Красовская Е. А. Функциональный бизнес-процессинг девелоперов / Материалы IX Международной научно-практической конференции «Стратегические вопросы мировой науки — 2013», том 4: Экономические науки, Прземисл (Польша), 2013. — 76 с. — с. 60—65.
3. Шкардун В. Д. Маркетинговые основы стратегического планирования: Теория, методология, практика. — 3-е изд. — Издательство «Дело» АНХ, 2008. — 384 с.

13. ЭКОНОМИКА ТРУДА

Преодоление безработицы как приоритетное направление государственной политики

Морозова Софья Ильинична, старший преподаватель;

Чернышова Наталья Алексеевна, студент

Российский государственный аграрный университет — МСХА имени К.А. Тимирязева

Уровень безработицы — важный показатель макроэкономики, один из индикаторов состояния экономики страны. Правительства разных стран мира направляют огромные средства на поддержку рынка труда и регулирования занятости.

Безработица — отсутствие возможности получить работу, которую человек желает и может выполнять. Безработица возникает в случае, когда количество желающих работать трудоспособных людей больше, чем количество имеющихся пригодных для них рабочих мест [2, с. 30].

Экономический кризис приводит к росту безработицы, так как правительство вынуждено сокращать размер заработной платы, пенсий, предприятия сокращают рабочие места, в результате сокращается объем ВВП, снижается инвестиционная привлекательность экономики страны, растут государственные долги. Проблема безработицы и экономический кризис в одной стране отрицательно сказываются на экономике других стран.

Безработица в России составила в январе 2013 года 6% экономически активного населения против 6,6% годом ранее. Такие данные приведены в оперативном докладе Федеральной службы государственной статистики (Росстат). По данным статистики Международной организации труда, уровень безработицы в России за июнь составил 5,3%. В рамках саммита G20 министр труда России Максим Топилин сообщил, что ситуация на рынке труда спокойная, хотя темпы роста промышленности и ВВП желают оставаться лучшими. По сведениям министерства, сейчас в стране имеется 1,8 млн. свободных рабочих мест, а количество безработных составляет около 944 тысяч человек. Это ниже, чем в США, многих странах ЕС. Несмотря на то, что уровень безработицы в большинстве российских регионов остается невысоким и в основном демонстрирует снижение, ситуация с безработицей в региональном разрезе остается резко полярной. Анализируя данные Росстата за январь-май 2013 года, можно отметить, самый высокий уровень безработицы (13,3%) зафиксирован в Северо-Кавказском Федеральном округе (включая Чеченскую Республику — 27,9%, Ингушетию — 45,5%). Причем такая ситуация наблюдается уже достаточно давно, и, несмотря на все усилия федеральной и региональных вла-

стей, пока переломить ее не удастся. Самый низкий показатель — 3,3% — отмечен в Центральном Федеральном округе (в том числе данные для Москвы — 1,6%). Причем данный разрыв из года в год практически не меняется, что связано с процессом урбанизации и миграцией человеческих ресурсов из регионов и в особенности сельских местностей в крупные города [2].

Безработными признаются трудоспособные граждане, которые не имеют работы и заработка, зарегистрированы в органах службы занятости в целях поиска подходящей работы, ищут работу и готовы приступить к ней [1]. Таким образом, реальный уровень безработицы отличается от официальных данных. По данным Росстата, только каждый 4-й житель страны, оказавшийся без работы, приобретает официальный статус безработного. Кроме того, стоит также учесть, что показатели безработицы формируются за счет иностранных мигрантов, занятых трудовой деятельностью, а также лиц пенсионного возраста. Еще одним важным фактором является невеселое демографическое положение. По демографическому прогнозу до 2030 года, предоставляемому Росстатом, за ближайшие 15 лет население страны сократится более чем на 10 миллионов, а смертность по-прежнему будет опережать рождаемость, что, несомненно, пагубно отразится как на экономике страны в целом, так и непосредственно на показателях уровня безработицы.

Одной из нерешенных проблем является как явная, так и скрытая молодежная безработица. В России, по официальным данным, молодежная безработица выросла по сравнению с докризисными временами. В 2006–2007 годах в общей структуре безработицы на возрастную группу от 20 до 34 лет приходилось от 43,4 до 44,5%. А после кризиса на эту же группу приходится уже 47,7–48,1%. То есть, по данным Росстата, безработица среди молодых россиян выросла на 3–4 процентных пункта по сравнению с докризисными временами. Несмотря на то, что по официальным данным доля обращений от выпускников профессионального образования снизилась, а доля трудоустроившихся, напротив, выросла, существует «псевдозанятость». На рынке труда имеется ряд вакансий ручного труда, которые во многих странах заменены авто-

матами, при этом в некоторых секторах экономики России наблюдается дефицит кадров. Официальная статистика не отражает реальной ситуации с трудоустройством студентов и молодых специалистов. Реально безработица данной группы населения гораздо выше. Одной из причин такой ситуации является выпуск вузами специалистов, не востребованных экономикой страны.

За последние пять лет из-за мирового финансового кризиса безработица выросла на 28 млн. человек, достигнув пика в 199 млн. безработных в 2009 году. В конце 2012 года в мире не могли найти работу 197 млн. человек. По данным исследования Международной организации труда и ОЭСР, больше всего официально зарегистрированных безработных в Испании — 26,8%, Южной Африке — 25,2%, Италии — 12%, Евросоюзе и Франции — по 11%, Турции — 8,3%. Меньше всего в Корее — 3%, Китае — 4,1%, Японии — 4,1%, Индии — 4,6%, Мексике — 5,2%, Австралии — 5,5%, России — 5,3%.

Эксперты Международной организации труда отмечают рост неформальной занятости в России с 20% до 25% за последние 10 лет. По масштабам «теневой» занятости лидирует Индия — 83,6% людей работают неофициально. Далее идут Индонезия — 72,5%, Мексика — 53,7%, Аргентина — 49,9%, Китай и Турция — по 30%, Россия — 12,1%.

Международная организация труда рассматривает неформальный сектор как совокупность очень мелких единиц, производящих и распределяющих товары и услуги и состоящих, в основном, из независимых, самостоятельно занятых производителей. Влияние данного показателя на состояние экономики страны можно оценить двояко. С одной стороны, причиной неформальной занятости является отсутствие адекватных рабочих мест на рынке труда, с другой — это специфическая часть рынка труда, к которой можно отнести фрилансеров, либо работающих в виде предпринимателей без образования юридического лица. Рост различных неформальных видов занятости негативно сказывается на положении работников и их семей, так как снижается уровень их жизни, социальная защищенность, а также на экономике страны — сокращаются налоговые и пенсионные поступления, что приводит к усилению бюджетных ограничений.

Опираясь на статистику ряда стран, необходимо отметить, что увеличение числа безработных — общемировая тенденция. По прогнозам Международной организации труда, в 2013 году число безработных в мире увеличится на 5,1 миллионов человек и достигнет уровня в 202 млн. человек. Причем среди них лишь четверть проживают в развитых странах, остальные — в развивающихся государствах и, прежде всего, в Юго-Восточной Азии и Африке южнее Сахары. Таким образом, проблема безработицы — это глобальная проблема, и, решая её, необходимо прилагать усилия как на национальном, так и международном уровнях.

Обращаясь к опыту борьбы мировых держав с безработицей в периоды кризисов, стоит упомянуть «Новый

курс» Франклина Рузвельта, который предполагал направление безработных в создаваемые специальные организации («трудовые лагеря»), занимавшиеся строительством и ремонтом дорог, мостов, аэродромов и т.д. Особую роль играла организация работ для молодежи. В 1938 году был принят закон о справедливых условиях труда, вследствие которого правительство могло устанавливать минимальную зарплату и максимальную продолжительность рабочей недели. Таким образом, разработанные программы, такие как трудоустройство безработных, социальное страхование, а также создание Федеральной корпорации по страхованию кадров помогли преодолеть последствия «Великой депрессии», охватившей США в 1929–1933 гг.

Еще одним примером борьбы с безработицей служат появившиеся в 70-е годы XX века в результате стагфляции в США и Великобритании методики «рейганомика» и «тэтчеризм», характерными чертами которых являлись отказ от вмешательства государства в экономику страны и принципы свободного рынка. В результате принятых мер странам удалось подавить стремительный одновременный рост безработицы и инфляции. Крупнейший гарвардский экономист Дэни Родрик считает, что проблему занятости решит введение системы налоговых поощрений, согласно которой, чем больше у предприятия штат, тем ниже взимаемые налоги.

Испания столкнулась с проблемой большого числа мигрантов из Северной Африки и Латинской Америки. Однако предложенная Правительством компенсация затрат по возвращению на родину оказалась невостребованной. В начале текущего столетия в стране было испробовано еще одно средство — резкое сокращение пособия по безработице. Несмотря на бурные протесты испанцев, правительству государства все же удалось добиться заметных сдвигов в решении данной задачи.

Правительство Великобритании направляет усилия на борьбу с безработицей среди молодежи. Программа по борьбе с молодежной безработицей была предложена лидером партии либерал-демократов Ником Клеггом в январе 2012 года. Согласно «программе Клегга», каждый из бизнесменов, кто согласился взять на работу представителя молодёжи, получал налоговый вычет. В то же время Министерство труда Великобритании изменило систему трудового стажа. Результатом принятых мер стало снижение уровня безработицы к минимальному значению.

По данным Министерства труда и социальной защиты Белоруссии, на 1 января 2013 года уровень безработицы в стране составил 0,5% экономически активного населения. При этом число свободных рабочих мест за год увеличилось на 19,9%. Согласно государственной программе занятости, борьба с безработицей включает создание новых рабочих мест, обеспечение занятости жителей малых и средних городов, поселков и регионов с высоким уровнем безработицы, обеспечение выпускников учебных заведений первым рабочим местом, а также организация трудовой занятости наиболее уязвимых категорий граждан.

Сегодня все чаще начинают прослеживаться тенденции экономики, направленные на возвращение к планированию и государственному регулированию, существовавшим в СССР, что, несомненно, должно положительно отразиться на уровне безработицы. Вспомним, что в 1918 г. декретом «О биржах труда» В.И. Ленин ликвидировал все частные и платные бюро и конторы по найму и учредил государственные бесплатные Биржи труда, на которые возлагалось трудоустройство безработных. Таким образом, к концу 1930 безработица в СССР была полностью ликвидирована. Также одним из лучших способов борьбы с безработицей в СССР являлось целевое трудоустройство молодых специалистов. Частичное внедрение данных методик прошлого могло бы способствовать сокращению безработицы в сегодняшние дни.

Исходя из выше изложенного, можно выделить следующие негативные социально-экономические последствия безработицы:

- недоиспользование экономического потенциала общества, когда реальный ВВП существенно меньше потенциального;
- снижение уровня жизни населения, потребительского спроса, уровня сбережений;
- потеря профессиональных знаний и навыков;
- сокращение налоговых и пенсионных поступлений;
- рост алкоголизма, наркомании, самоубийств;
- обострение криминогенной ситуации;
- увеличение социальной дифференциации.

Поскольку для населения трудовая деятельность является источником существования, отсутствие работы негативным образом сказывается не только на конкретном человеке, но и на государстве в целом. Не стоит забывать, что социальная сфера, экономика, демография, политика тесно взаимосвязаны. Нарушение баланса процессов ведет к большим потерям во всех сферах общественной жизни. Именно поэтому так важно найти пути решения и разработать ряд мер, направленных на сокращение безработицы или хотя бы поддержания ее на сегодняшнем уровне.

Решение проблем безработицы невозможно без стимулирования экономического роста. Среди принятых правительством мер можно отметить введение налоговых льгот для тех, кто открывает производство на Дальнем Востоке, что способствует не только созданию рабочих мест, но и росту деловой активности российского

предпринимательства. Правительство готово выделять больше бюджетных мест и увеличивать финансирование тем университетам и институтам, которые готовят специалистов с учетом рыночных потребностей регионов. Стимулировать необходимо не только высшие, но и средние специальные учебные заведения, подготавливающие специалистов во взаимодействии с потенциальными работодателями. Среди мер, направленных на устранение дисбаланса в реальном секторе экономики, необходимо отметить:

- создание базовых кафедр, осуществляющих практическую подготовку студентов на базе предприятий;
- развитие сетевых форм взаимодействий вузов и предприятий, в том числе создание и реализация совместных образовательных программ;
- внедрение практик прикладного образования и прочие.

Сегодня работодатель несет ответственность только в рамках обязательного пенсионного и социального страхования. За иностранных работников не платятся взносы, что делает иностранную рабочую силу дешевле. Вменение работодателям обязанности добровольного медицинского страхования иностранных работников позволит сгладить разницу в цене рабочей силы.

Решение проблем безработицы и занятости населения является одной из приоритетных направлений развития экономики. Несмотря на то, что безработица как явление обусловлено действием рыночных механизмов (предложение труда не должно превышать спрос на труд), это одна из острейших социальных проблем общества. В связи со стремительными изменениями во всех сферах жизни и продолжающимся развитием рыночной системы показатели уровня безработицы постоянно будут варьироваться. Проводя свою национальную трудовую политику, каждое государство ориентируется на особенности развития локальных рынков труда. Поэтому при отражении российских тенденций занятости в общих тенденциях развития мирового рынка труда, необходимо опираться на специфические черты национальной экономики в конкретный период её реформирования. Важнейшей задачей, решение которой возложено на государство, по-прежнему будет являться поддержание минимального уровня безработицы и достижение наиболее полной и эффективной занятости населения как социальной гарантии для человека.

Литература:

1. Закон РФ от 19.04.1991 N 1032-1 (ред. от 02.07.2013) «О занятости населения в Российской Федерации»// Собрание законодательства РФ. — 1996 — № 17 — ст. 1915 — КонсультантПлюс. [Электрон.ресурс]. — Электрон.дан. — [М., 2013.]
2. Райзберг Б.А. Популярный финансово-экономический словарь/Б.А. Райзберг. — М.: Маросейка, 2011. — 308 с.
3. <http://www.gks.ru>

14. ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ, УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Оценка корпоративной культуры и ее влияние на деятельность предприятий

Аброськина Виктория Дмитриевна, студент
Амурский государственный университет (г. Благовещенск)

В условиях радикальных социально-экономических преобразований в России корпоративная культура стала значимым фактором, влияющим на эффективность и конкурентоспособность организаций. Зарубежными исследователями установлено, что процветающие организации характеризуются высоким уровнем развития корпоративной культуры. Современными российскими учеными этот факт признается, ими делаются определенные шаги применения и адаптации методик диагностики зарубежных авторов.

Умение анализировать и оценивать корпоративную культуру способствует принятию управленческих решений, направленных на повышение эффективности деятельности организации.

Занковский А.Н. определяет корпоративную культуру как своего рода программное обеспечение сознания, как ценностно-смысловое поле, способное задавать направленность поведению и деятельности сотрудников [1, с. 12].

Львов Д.В. под корпоративной культурой предлагает понимать систему событий и процессов, конституируемых, с одной стороны, типовыми экзистенциальными переживаниями, состояниями, стереотипами восприятия и образами, с другой стороны — декларируемыми и латентными нормами и ценностями [2, с. 9].

Михайлина С.А. определяет корпоративную культуру как комплекс тех необходимых знаний, навыков, верований, а также разделяемых данным кругом профессионалов ценностей и норм поведения, которые формируются в ходе совместной деятельности членов организации для достижения общих целей и позволяют им действовать взаимоприемлемым образом, исполнять значимые для них роли [3, с. 6].

Корпоративная культура как сложившиеся традиции и руководящие принципы существует в каждой организации. Можно сказать, что она является основой жизненного потенциала предприятия: то, ради чего люди стали членами одной команды; то, как строятся отношения между ними; какие устойчивые нормы и принципы жизни и деятельности предприятия они разделяют.

Исследование, описываемое в настоящей статье, было проведено с целью получения качественной и количественной оценки корпоративной культуры, выявления

взаимосвязи уровня развития корпоративной культуры и производительности труда, а также для разработки рекомендаций по ее совершенствованию.

В качестве объекта исследования было выбрано ООО «Строитель — 2», так как на предприятиях строительной отрасли можно увидеть большее количество элементов корпоративной культуры, а значит более полно их изучить.

В настоящее время существует большое количество методик оценки такого явления, как корпоративная культура. На наш взгляд, комплексная оценка должна состоять из четырех этапов:

- составление типологической характеристики культуры;
- определение уровня развития культуры;
- выявление основных особенностей культуры;
- расчет индекса культуры.

Данная методика оценки корпоративной культуры была применена на ООО «Строитель — 2», основным видом деятельности которого является производство общестроительных работ по строительству зданий и сооружений.

Типологическая характеристика культуры данного предприятия составлена на основе наблюдения и опроса сотрудников. Основные результаты представлены в таблице 1.

На втором этапе комплексной оценки культуры предприятия всем работникам было предложено пройти тест «Уровень развития корпоративной культуры», представленный в учебных пособиях по социологии управления.

По мнению большинства опрошенных, которые составляют долю равную 60%, корпоративная культура в ООО «Строитель — 2» находится на среднем уровне, 30% определяют уровень развития как высокий и лишь 10% как очень высокий. Никто не оценил культуру предприятия как имеющую тенденцию к деградации, что является положительным результатом.

Подробный анализ ответов работников предприятия, позволил выявить узкие места и показатели, по которым они определили тот или иной уровень. Были получены следующие результаты:

- работникам предоставляется полная возможность овладеть своей специальностью, развить умения и навыки, приобрести необходимый опыт;

Таблица 1

Типологическая характеристика культуры ООО «Строитель – 2»

Автор (ы) типологии	Тип культуры	Основная характеристика
Г.Хофстед	Индивидуалистическая и мужская культура, с высоким уровнем дистанции власти и избегания неопределенности.	В ООО «Строитель-2» руководители, как правило, концентрируются на частных вопросах и деталях. Доминирующие ценности — настойчивость, напористость, не придается особого значения заботе о людях.
Т. Е. Дейл и А. А. Кеннеди	Культура высокого риска и быстрой обратной связи	На предприятии любят быстрое получение денег и быстрые сделки. Общение немногословное, зачастую очень быстро, языком коротких реплик и жестов.
М.Бурке	Культура «огорода»	В деятельности предприятия используются испытанные в прошлом модели с внесением в них минимума изменений.
И. Оучи	Рыночная культура	Эффективность деятельности ООО «Строитель-2» определяется на основе стоимостных показателей.

— система коммуникаций достаточно развита: подчиненные могут непосредственно общаться со своим руководителем, получают информационные распечатки;

— половина опрошенных не ощущают себя вовлеченными в процесс принятия решений, считают деятельность предприятия плохо организованной. Остальные имеют противоположное мнение;

— взаимоотношения работников друг с другом, их кооперация находятся на низком уровне, что является негативным моментом для трудового коллектива.

Третий этап предложенной нами комплексной оценки культуры организации заключается в определении ее особенностей. Для этого в исследовании была использована методика OCAI, разработанная К. Камероном и Р. Куинном. Методика OCAI предполагает, что существуют четыре различные модели корпоративной культуры (клановая, адхократическая, рыночная и иерархическая), шесть атрибутов культуры (важнейшие характеристики организации, общий стиль лидерства в организации, управление наемными работниками,

связующая сущность организации, стратегические цели, критерии успеха) и то, что для каждой модели культуры есть различные предопределенные значения каждого из атрибутов. Преимуществом данного метода является формирование двух профилей: «как есть» и «как должно быть». Затем формулируются необходимые направления для проведения изменений в корпоративной культуре.

Результаты исследования по данной методике показали, доминирование иерархической культуры (34%). Второе место занимает рыночная (33%), третье — клановый тип (19%), адхократическая составляющая культуры (14%) находится на последнем месте. Такое положение дел не устраивает сотрудников предприятия. В перспективе персонал организации стремится за счет снижения рыночной и иерархической культуры повысить уровень клановой до 32% и адхократической до 27%.

Графическое изображение результатов исследования на данном этапе оценки культуры представлено на рисунке 1.

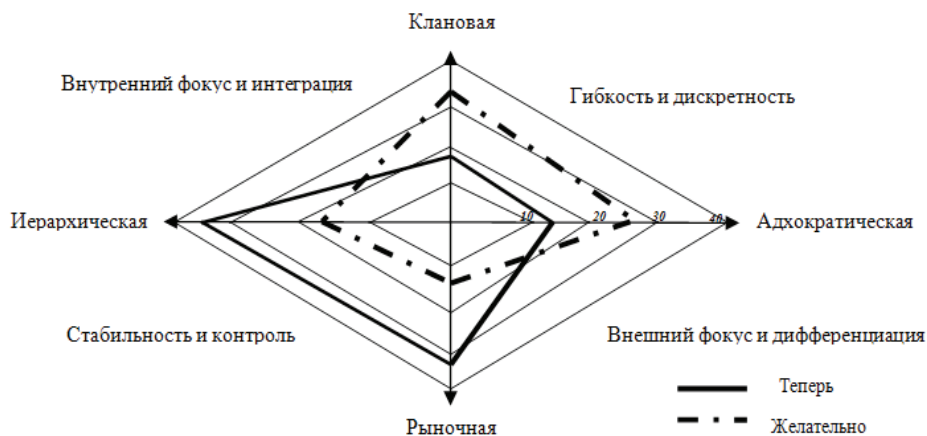


Рис. 1. Корпоративная культура в ООО «Строитель-2» по методике OCAI

Заключительный этап — количественная оценка, которая проводится путем расчета индекса культуры. Для этого использовалась модифицированная методика Денисона, которая состоит в определении индикаторов культуры, установлении их значимости, а также расчете индекса культуры.

Анализ полученных результатов по данной методике показал, что на предприятии наиболее значимой характеристикой культуры является стратегическое управление, т. е. доведение стратегических целей до персонала, индекс культуры равен 0,61, что соответствует среднему уровню. Такие характеристики как согласованность действий, развитие человеческого капитала необходимо повышать, ведь их индикаторы находятся на низком уровне.

Многие исследователи, изучая корпоративную культуру, отмечают ее влияние на эффективность деятельности предприятия. Для определения данной взаимосвязи был проведен корреляционно-регрессионный анализ между индексом корпоративной культуры и производительностью труда. В исследовании приняли участия предприятия г. Благовещенска, г. Белогорска, г. Свободного (Амурская область).

В результате мы получили, что между производительностью труда и индексом корпоративной культуры существует умеренная зависимость, так как линейный коэффициент корреляции равен 0,5. Полученное уравнение регрессии показало, с увеличением индекса корпоративной культуры на 0,1 производительность труда увели-

чится на 3841,7 тыс./чел. Добиться такого роста индекса корпоративной культуры очень сложно, да и прирост производительности труда для каждого предприятия будет свой. Однако можно с уверенностью отметить, что корпоративная культура оказывает положительное влияние на эффективность деятельности предприятий.

По результатам проведенного исследования можно дать следующие рекомендации по повышению корпоративной культуры:

- создание корпоративного кодекса и введение единого стиля одежды;
- создание и ведение веб-сайта;
- ведение фотоальбома о жизни предприятия;
- смена участников бригады, работающей на объекте;
- создание на информационном стенде рубрики «Именинник».

Таким образом, в исследовании была предложена комплексная методика оценки корпоративной культуры предприятия, которая была апробирована на конкретном предприятии. В результате чего было выявлено несоответствие действительной ситуации с ожидаемой, выявлена проблема низкой сплоченности коллектива, обезличенности сотрудников с точки зрения общего управления. Путем проведения корреляционно-регрессионного анализа была доказана зависимость между производительностью труда и индексом корпоративной культуры, также в ходе исследования разработаны конкретные рекомендации по ее совершенствованию.

Литература:

1. Занковский А. Н. Организационное лидерство в пространстве корпоративной культуры: автореф. дисс. ... доктора психологических наук / А. Н. Занковский. — М, 2012. — 33 с.
2. Львов Д. В. Архетипическая составляющая корпоративной культуры: автореф. дисс.... канд. философских наук / Д. В. Львов. — Красноярск, 2012. — 22 с.
3. Михайлина С. А. Социально-философский анализ поведенческих регуляторов в корпоративной культуре: автореф. дисс. ... канд. фил. наук / С. А. Михайлина. — М, 2013. — 27 с.

Бизнес-план как ключевой документ при создании и развитии предприятия

Нор Светлана Александровна, студент

Ухтинский государственный технический университет (Республика Коми)

Бизнес-планирование, как ключевой элемент стратегического планирования, является неотъемлемой частью подготовительного этапа перед любым стартапом. И зачастую, начинающие предприниматели подходят к этому вопросу не со всей серьезностью, ведь бизнес-план позволяет привлечь заинтересованных лиц, в том числе и инвесторов, поскольку развитие дорогостоящих проектов без них не представляется возможным. Тем более что, составляя бизнес-план, можно эффективно определить проблемы и вопросы, с которыми сталкивается предприятие.

Таким образом, овладение искусством составления бизнес-плана становится крайне актуальным.

Стоит отметить, что бизнес-план всегда ориентирован на развитие: он разрабатывается в случаях создания бизнеса, обновления ассортимента, выбора новой стратегии, преобразования предприятия, совершения крупной сделки, выбора технического новшества и т. п. А для небольших и краткосрочных проектов, не требующих значительных вложений, он может заменить инвестиционный проект, что говорит о том, что инвестиционный проект и бизнес-план могут быть близкими по структуре.

Бизнес-план, несомненно, очень важен и для связи с внешней средой. Он предоставляется банкам и инвесторам для предоставления кредитов и инвестиций, партнерам и клиентам — для принятия решений о сотрудничестве, общественности и прессе — для формирования имиджа предприятия, а собственному коллективу для объединения усилий в достижении поставленных целей.

Чтобы грамотно составить бизнес-план, который смог бы привлечь заинтересованных лиц, и реализовать запланированный проект, организаторам нужно собрать достаточное количество разнообразной, достоверной и современной информации о состоянии изменяющейся внешней среды. Тем более что бизнес-план должен представлять собой правдивый анализ, основанный на реалистичных прогнозах и планах, которые в свою очередь должны быть обоснованы и подкреплены расчетами, графиками и ссылками на источники информации. Поэтому не следует делать неопределенных утверждений, всем пояснениям и определениям следует придать точную форму, основанную на маркетинговой информации и других данных. Бизнес-план должен быть представлен в привлекательной, лаконичной, простой форме и размножен в достаточном для его рассмотрения количестве экземпляров.

В зависимости от специфики предприятия, производимой продукции и поставленных целей, бизнес-планы имеют различную структуру и объем; содержание плана, его порядок так же отличаются. Однако, при этом, в каждом бизнес-плане можно выделить следующие основные части:

1. *Резюме проекта* представляет собой обобщенную информацию о предприятии, показывающую ее миссию, цели и задачи, потенциал и прибыльность; так, резюме содержит в себе прогнозы и планы. Действительно, если резюме не заинтересует потенциальных инвесторов или партнеров, то велика вероятность, что бизнес-план так и не будет дочитан. На нескольких страницах, как правило, должна быть изложена сущность проекта, приводятся цифровые данные об объемах будущих продаж, прибыли, рентабельности и срока окупаемости вложений.

Резюме может выглядеть как сокращенные выводы каждого раздела бизнес-плана, или как некий описательный рассказ. Первый вариант резюме, естественно, пишется быстро, однако, в отличие от второго, имеет слишком деловой стиль. В любом случае, резюме является краткой презентацией будущего проекта, которая либо привлечет к себе внимание и заинтересует, либо наоборот.

2. *Модель проекта* подразумевает собой разработку структурных схем товарных, финансовых, информационных потоков, описывающих условия снабжения, производства и сбыта продукции. Прежде всего, это необходимо для визуализации всех процессов и для более легкого восприятия.

3. *Инвестиционный план* является одной из самых важных частей бизнес проекта, который предназначен для создания модели реализации проекта во времени

и оптимального распределения инвестиционных ресурсов. В итоге инициатор проекта должен как можно точнее представить себе, что он должен сделать, в какие сроки, с какими затратами. [5]

Описывая потребности в инвестициях, источников этих инвестиций (уже имеющихся, и тех, к которым планируется прибегнуть в будущем), следует привести обобщенные сведения о расходовании средств по направлениям деятельности в процессе реализации проекта. Необходимо изложить план получения средств: сколько необходимо средств для реализации данного проекта; источники получения средств; ожидаемый срок возврата вложенных средств и получения инвесторами прибыли. [2, с. 19]

Для обоснования потребности в средствах дается краткое описание стоимости проекта по категориям:

- новые закупки (земля, помещения и сооружения, включая транспортирование, страхование, установку и строительство);
- улучшение инфраструктуры;
- увеличение оборотных средств;
- непредвиденные расходы проекта.

Так же рассматривая условия финансирования проекта, следует точно указать объем необходимого кредита, а также подробно разработать графики его получения и погашения.

4. *Операционный план* раскрывает организацию производства продукции: описание номенклатуры, материалы и комплектующие для производства, накладные расходы на производство и реализацию, план персонала (структуру подразделений, условия оплаты труда), план производства (издержки, график производства), план продаж (цена, объем продаж, схемы реализации) и налоговую информацию (налоговые платежи, ставки). Так, описывая продукт, необходимо понять, какие потребности он призван удовлетворять, что в нем особенного, каков его жизненный цикл и так далее. Далее в плане производства должны указываться источники сырья и материалов, описываться все технологические процессы, характеристики оборудования, например, производственная мощность, условия приобретения оборудования, контроль качества. Данные желательно приводить в перспективе на несколько лет.

5. *Маркетинговый план* по праву является важнейшей частью бизнес-плана, так как прежде чем начинать продавать товар необходимо понять, будут ли этот товар покупать, нуждается ли потребитель в этом товаре; другими словами, необходимо убедительно показать, что предлагаемая продукция или услуги имеют рынок сбыта. Маркетинговый план включает анализ рынка, стратегию выхода на рынок, тактику поддержания продаж. Несомненно, особое внимание следует уделить анализу конкурентоспособности предприятия. Требуется детально изучить рынки, на которые поставляется продукт, описать каналы распределения и методы продвижения товара, определить объемы продаж, уровень цен и уровень

прибыльности. Так же немаловажным является реклама и количество средств, которые будут на нее затрачены.

6. *Организационный план* включает в себя организационную модель реализации проекта, ее участников, описание предприятия (историческая справка, отрасль деятельности, руководящие органы) и перспектив ее развития, описание структуры и бизнес-процессов. Описывая компанию, необходимо указать ее юридический статус, состав аффилированных лиц компании (собственников, кредиторов, аудиторов), состав руководителей, основные виды деятельности, ее месторасположение, цели, отличия данного предприятия от других компаний. Кроме того, целесообразно в этом разделе оговорить вопросы оплаты труда руководящего персонала, систему найма рабочих и служащих на предприятие, описание их должностных обязанностей.

7. *Финансовый план* предназначен для описания процедур финансирования инвестиционных затрат и формирования оборотных средств, который включает следующие разделы: экономическое окружение проекта (ставки рефинансирования, курсы валют, ставки дисконтирования), описание источников финансирования проекта, условия финансирования проекта, структуру распределения прибыли.

После расчета модели проекта финансовую состоятельность можно будет оценить по таблицам денежных потоков, отчета о прибылях и убытках, балансу, финансовым коэффициентам и показателям (чистый дисконтированный доход, период окупаемости, внутренняя норма доходности инвестиций, индекс прибыльности инвестиций). Финансовый план обязательно должен содержать планируемый график выполнения (календарный план) работ в рамках проекта.

8. *Анализ проекта* осуществляется с помощью изменения значений наиболее важных параметров проекта: инфляционный анализ; анализ чувствительности проекта, анализ валютных рисков, анализ безубыточности, анализ рисков проекта, What-if (Что если?) анализ.

Чтобы снизить финансовый риск, предприятия могут распределять риск между участниками проекта, резерви-

ровать средства на покрытие непредвиденных расходов или же застраховаться.

Целью анализа чувствительности является определение степени влияния различных показателей на финансовый результат проекта. В качестве показателей чаще всего используются: внутренний коэффициент рентабельности (IRR), срок окупаемости проекта (PBP), чистая приведенная величина дохода (NPV), индекс прибыльности (PI).

При анализе чувствительности в качестве варьируемых факторов принимаются следующие: физический объем продаж как следствие емкости рынка, доли предприятия на рынке, потенциала роста рыночного спроса; продажная цена и тенденции ее изменений; переменные издержки и тенденции их изменений; постоянные издержки и тенденции их изменений; требуемый объем инвестиций. [2, с. 30]

9. *В приложения* включается любая дополнительная информация, подтверждающая эффективность проекта — статьи, экспертные оценки, характеристики оборудования и т.д. Сюда включается второстепенная и справочная информация. К примеру, в приложения стоит включить результаты маркетинговых исследований, заключения аудиторов, подробные технические характеристики продукции, план предприятия, копии учредительных документов, копии балансов и отчетов о финансовых результатах предприятия, договора аренды, договора на поставку сырья, оборудования, договора на сбыт продукции, перечень основного имущества и т.п. Объем приложений не ограничивается;

Подводя итоги, можно сказать, что составление грамотного, четко структурированного бизнес-плана так важно, ведь бизнес-план — это документ, в котором просматриваются самые главные элементы будущего или уже существующего предприятия; это документ, позволяющий проанализировать все проблемы предприятия и способы их решения, выявить сильные и слабые стороны; это документ, позволяющий выстроить прочные взаимоотношения с заинтересованными лицами.

Литература:

1. Бухалков М.И., Внутрифирменное планирование: Учебник — : ИНФРА-М, 2007. — 368 с. — ISBN: 5-16-002268-6
2. Баканов Г.Б., Бизнес-план как начальный этап инновационного менеджмента: Учебно-методическое пособие — Таганрог: ТРГУ, 2009. — 50 с.
3. Бизнес-план как важнейший инструмент современного менеджмента//INFO MANAGEMENT. URL: http://infomanagement.ru/lekcija/Bisnes_plan_kak_instrument
4. Как оценить бизнес-план долгосрочного развития//Корпоративный менеджмент. URL: http://www.cfm.ru/business-plan/long-term_develop.shtml
5. Правильное составление бизнес плана приносит больше пользы// Бизнес журнал MA-NA-GER. URL: <http://www.ma-na-ger.ru/finansy/biznes-plan/2264-2009-12-01-17-49-32.html>

15. РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

Франчайзинг в малом бизнесе.

Аниськина Елена Васильевна, студент

Мордовский государственный университет имени Н.П. Огарева

Как отмечают исследователи, всё большую популярность в кругах малого и среднего бизнеса франчайзинговая система. Франчайзинг — это долгосрочное сотрудничество двух или нескольких партнеров, которые объединяются с целью совместного использования товарного знака, отработанной технологии, ноу-хау и других объектов права интеллектуальной собственности. Договор франчайзинга охватывает широкий спектр экономических и правовых отношений. Иными словами, франчайзинг — это дублирование, копирование успешного бизнеса, взаимовыгодное партнерство, распространение профессиональных технологий, новый уровень управления.

Отношения в системе франчайзинга выглядят следующим образом: организатор франчайзинговой сети сбыта — франчайзер, который владеет определенной торговой маркой и технологией ведения бизнеса, предоставляет франчайзи — малому предприятию, входящему во франчайзинговую сеть, — право на ведение дела под его торговой маркой, фирменный дизайн, маркетинговые технологии и определенный набор товаров и услуг. Франчайзи, который является независимым хозяйствующим субъектом, обязуется перед франчайзером соблюдать установленные стандарты качества продукции и услуг, а также технологии производственных и обслуживающих операций, выплачивать соответствующее вознаграждение и предоставляет франчайзеру право его контролировать.

Прототипом современной системы франчайзинга принято считать систему продаж и обслуживания швейных машин Зингера. Но родоначальником франчайзинга считается Рэй Крок, основавший в 1955 году компанию McDonald's System, Inc, которая на сегодняшний день является крупнейшей франшизной компанией в мире. [1]

В России франчайзинг начинает получать широкое распространение лишь в начале 1990-х годов, тогда на отечественном рынке впервые появились фирмы-франчайзеры. Но считается, что официально в России первую франшизу продала компания «Баскин-Робинс» в 1993 году. С этого и началась эра франчайзинга в нашей стране.

К началу 2011 года в нашей стране в сфере малого бизнеса уже работало около 500 фирм-франчайзеров. На протяжении 10 предыдущих лет количество таких ком-

паний стремительно росло. Интенсивный рост их был зафиксирован в 2004 году. Самыми известными в России компаниями, работающими по франшизе считаются Ростикс, SudWay, Росинтер с брендами Эль Патио и Планета суши, SELA, Savage. [2]

Почему же франчайзинговая сеть сбыта так хорошо развивается именно в малом сегменте бизнеса? В первую очередь потому, что франчайзинг более эффективно решает основные проблемы любого бизнеса: нехватка времени, отсутствие дополнительных денежных средств для открытия своего бизнеса, а также отсутствие заинтересованного персонала. Именно франчайзи несет стартовые инвестиционные расходы, финансирует открытие новых представительств, закупает оборудование, платит зарплату персоналу и т.д. При этом временные затраты франчайзера минимизируются. Особенно это важно, если принято решение о расширении региональной сети бизнеса.

Самыми популярными сферами малого бизнеса в России, наиболее привлекательными франчайзеров стали: торговля — 46%; услуги — 32%; предприятия общественного питания — 22%. Данные представлены на рис. 1.

Основываясь на том, что франчайзинг малого бизнеса в России в первую очередь касается сферы торговых, информационных, технологических услуг, а также предприятий общественного питания, нельзя не сказать, что эти сферы, и суть предпринимательства предполагает повышенные коммерческие риски для предпринимателей. Риски эти велики, зачастую подкреплены не только внутренними условиями действия на рынке, но и внешними факторами: политикой, экономикой, социальными явлениями. Использование франшизы как условия организации предприятия, представляет собой эффективный способ снижения предпринимательских рисков. Франчайзинг дает возможность использовать молодым предприятиям отработанную схему действий, которая дала результаты, принесла немалую выгоду.

Единственным препятствием к осуществлению столь важной миссии франчайзинга оказывается отказ государства в помощи. Наиболее ощутимым ударом становится необходимость регистрации, потери времени, коррупционным разрастанием аппарата.



Рис. 1. Сферы малого бизнеса, применяющие франшизу

Однако в России существуют и учреждения, помогающие начинающим предприятия в построении франчайзинговой сети сбыта. К примеру, существует РАФ — российская ассоциация франчайзинга, созданная в 1997 году, которая является членом Всемирного Совета по франчайзингу (World Franchise Council). Ее цель — продвижение и отстаивание интересов наших бизнесменов перед государственными структурами. В РАФ входят более сорока организаций.

В России, по примеру западных коллег, издается специализированное издание о франчайзинге «Купи бренд. Франчайзинг в России», которое способствует развитию и продвижению подобного бизнеса в нашей стране. Кроме этого, Газета «Коммерсант», журнал «Секрет фирмы» постоянно публикуют статьи, посвященные франшизам. За последние годы выпущено уже несколько книг.

Отечественные бизнесмены, пытаются принести франчайзинг к массе, сделать его как можно больше известным. В Москве регулярно проводится выставка по франчайзингу — BuyBrand, повсеместно проводятся семинары, симпозиумы и практикумы, направленные на популяризацию франчайзинга. Такая стратегия ведения бизнеса может быть очень прибыльной при определенном ведении дел. Это показывают примеры самых успешных компаний, использующих франшизу. Компания «Баскин-Робинс», которая, как отмечалось, была первой франшизной компанией в России, может похвастать разветвленной сетью кафе под своей маркой, особенно в городах федерального значения — Москве и Санкт-Петербурге. Мороженое от Баскин-Робинс очень популярно, и наши бизнесмены регулярно открывают новые точки с этим брендом. Однако по франшизе работают не только в Москве и Санкт-Петербурге. Есть удачные проекты и в ре-

гионах нашей страны: в Пермском и Краснодарском крае, а также в Татарстане и в Республике Мордовия.

На сегодняшний день развитие франчайзинга в Республике Мордовия находится на начальной стадии развития. Лидером является сфера розничной торговли — особенно непродовольственный ритейл — магазины одежды, обуви. В столице республики Мордовия — в Саранске — их насчитывается около 70. Это Savage, SELA, ТМ ТВОЕ, Эконика, EuroSpag и другие, а также представлены фирмы в сфере общественного питания («Макдональдс», Subway, Автосуши, Baskin Robbins и т.д.) и несколько — в сфере услуг (турагентства «Горячие туры», «1001 тур» и «Велл»). На данный момент в г. Саранске ведется строительство первого пятизвездочного отеля «Sheraton».

В настоящее время франчайзинг в Республике Мордовия не получил широкого распространения, хотя возможности его внедрения очень перспективны. На рис. 2 мы видим основные проблемы сдерживания развития франчайзинга, которые можно классифицировать по причинам их возникновения: экономические, организационно-правовые, социально-психологические проблемы, образовательные.

Эти проблемы характерны в целом и для России.

а) экономические проблемы:

1) нестабильность развития экономики России. Франчайзинговые схемы требуют стабильности, прогнозируемости и предсказуемости экономического развития страны в целом;

2) отсутствие у большинства предпринимателей (потенциальных франчайзи) необходимого стартового капитала для вхождения во франчайзинговую систему. Если учесть, что франчайзи должен вносить разовую франшизную плату (паушальный платеж), то стартовый ка-



Рис. 2. Основные проблемы, сдерживающие развитие франчайзинга

питал франчайзи должен быть достаточно большим. Далеко не все отечественные предприниматели обладают подобным капиталом;

3) сложность, а порой и невозможность получения кредитов для создания стартового капитала. Как правило, кредиты банков краткосрочны (до года) и обусловлены рядом условий, выдвигаемых банком. За это время франчайзи не справляется со своими кредитными обязательствами, так как в большинстве случаев на развитие франчайзинговой системы требуется значительное время;

б) организационно-правовые проблемы.

В России сдерживание развития франчайзинга происходит, прежде всего, в правовой сфере, а точнее сказать, из-за практически полного отсутствия правового обеспечения.

В России нет законодательства, регулирующего франчайзинговые отношения. В современной правовой системе России термин франчайзинга встречается только один раз, в 54 гл. Гражданского кодекса РФ (ГК РФ), где утверждается: «коммерческая концессия» является синонимом франчайзинга. А англоязычным обозначениям — «франчайзер» и «франчайзи» соответствуют термины «правообладатель» и «пользователь». Именно на основе этой правовой нормы и предлагается официально решать все вопросы, связанные с взаимоотношениями франчайзеров и франчайзи. Однако большая часть действующих в России франчайзинговых сетей договором коммерческой концессии не пользуются, в лучшем случае он включается в пакет других документов, которые подписывают партнеры.

в) социально-психологические проблемы. К ним можно отнести:

1) отсутствие отечественного опыта и боязнь провала у субъектов франчайзинговой системы — франчайзера и франчайзи. Первое, с чем сталкиваются организаторы франчайзинговых систем в России, — это отсутствие собственно отечественного опыта франчайзинга и бо-

язнь предпринимателей-потенциальных франчайзи провала во франчайзинговой системе в целом. Ссылка на зарубежный опыт воспринимается, как правило, достаточно скептически, и на него следует возражение, что не весь западный опыт работает в России, особенно в современных условиях;

2) отсутствие должного уважения к интеллектуальной собственности. У нас ценится товар, имеющий материальную форму, а франчайзинг предполагает передачу и оплату интеллектуальной собственности, такой как: торговая марка; технология производства; организация бизнес-процессов и ряда других. Предстоит длительная и систематическая работа, подкрепленная правовыми и экономическими методами, прежде чем в России начнут уважать интеллектуальную собственность, а без этого франчайзинг будет недостаточно эффективен;

3) боязнь франчайзи потерять самостоятельность и собственное «лицо» предпринимателя и менеджера. Естественно, что вхождение во франчайзинговую систему требует от франчайзи работать по тем стандартам, которые сформулировал франчайзер. Однако работа в крупной франчайзинговой системе дает франчайзи такой опыт, который он за редким исключением не сможет приобрести самостоятельно, и этот опыт компенсирует все прочие потери.

г) образовательные проблемы связаны со слабой подготовкой предпринимателей в области франчайзинга. У российских предпринимателей отсутствуют необходимые знания о преимуществах и экономическом содержании франчайзинговых отношений.

Но, несмотря на столь сложную ситуацию, складывающуюся в сфере франчайзинга в России, можно с уверенностью говорить об эффективности данного вида организации малого предпринимательства. Разрастание сетей, основанных на франчайзе, идет быстрыми темпами, что говорит о высокой прибыльности, качестве и надежности подобных условий ведения дел.

Литература:

1. Марков С. Франчайзинг: проблемы развития бизнеса. / С. Марков // Проблемы теории и практики управления. — 2007. — № 3. — С. 104–107.
2. Нехаева Н. Е., Саттарова Ю. Н. Проблемы и перспективы развития франчайзинга в Мордовии/ Н. Е. Нехаева, Ю. Н. Саттарова // Актуальные проблемы географии и экологии. — 2012. — № 1 (11);
3. Гражданский кодекс Российской Федерации, гл. 54. Режим доступа: http://base.garant.ru/10164072/54/#block_2054
4. Сайт <http://biznec-info.ru/>

Инвестиционная привлекательность как средство реализации экономической политики Республики Дагестан

Ахмедова Милена Расуловна, соискатель ДНЦ РАН, преподаватель
Кубанский государственный университет (г. Краснодар)

В данной статье анализируется инвестиционная ситуация в Республике Дагестан, представлены методы правовой поддержки инвесторов, рассмотрены проблемы инвестирования в экономику республики и даны меры привлечения инвесторов

Ключевые слова: инвестиции, регион, потенциал, приоритетные направления,

Одно из важнейших направлений развития экономики региона является формирование эффективной региональной инвестиционной политики.

Инвестиционная политика является частью социально-экономической политики и поэтому ее реализация должна быть направлена на достижение целей социально-экономического развития региона. [4]

Дагестан по инвестиционной привлекательности занимает 33 место, а по СКФО — 2, уступая лишь Ставропольскому краю. Но это не заслуга властей. Привлекательность для инвесторов из следующих особенностей региона: благоприятные климатические условия; удобное геополитическое положение; наличие транспортной инфраструктуры (автомобильный, железнодорожный, морской транспорт, незамерзающий морской порт, аэропорт, трубопроводный транспорт); богатство природных ресурсов (морские, водные, минерально-сырьевые); нормативную правовую базу, направленную на создание благоприятной инвестиционной среды и привлечение инвесторов; уникальный природный и растительный мир; дешевую рабочую силу.

Одной из важных задач для экономического развития республики является создание благоприятного инвестиционного климата и имиджа республики в целях привлечения в ее экономику отечественного и иностранного капитала, передовых технологий и техники.

В рамках реализации механизма частно-государственного партнерства продолжались работы по созданию 7 инвестиционных площадок промышленно-производственного и туристско-рекреационного типа со всей необходимой инфраструктурой, из них 6 инвестиционных площадок по ФЦП «Юг России» за счет средств фе-

дерального бюджета и средств республиканского бюджета РД и 1 площадка — за счет средств Инвестиционного фонда РФ и средств республиканского бюджета РД. На территории указанных площадок за счет средств инвесторов проводилась работа по реализации крупных инвестиционных проектов: строительство двух стекольных заводов («Строительство завода по производству листового стекла флоат-методом», «Строительство стеклотарного завода «Анжи-Стекло»), Гоцатлинской ГЭС, горнолыжного курорта «Чиндирчери» и др.

Вместе с тем, имелись проблемы с привлечением внебюджетных инвестиций. Так, отсутствие инвестора проекта «Санаторно-курортный комплекс «Дар-вагчай» с. Мичурино, Дербентский район» привело к тому, что не подписано соглашение с Минрегионом России о предоставлении в 2011 году субсидий федерального бюджета в рамках ФЦП «Юг России» на создание инженерной инфраструктуры данной площадки (72,5 млн. руб.). Указанные средства перераспределены по другим объектам, строящимся в республике в рамках ФЦП «Юг России».

Республика в настоящее время показывает вполне неплохие результаты инвестиционной деятельности. Объем инвестиций в основной капитал за счет всех источников финансирования за 2012 год составил 152,4 млрд. руб. или 108,3% и увеличился по сравнению с 2011 годом на 1,7%. Республика Дагестан в рейтинге крупнейших реальных инвестиционных проектов СКФО по общему объему инвестпроектов почти сравнялась с регионом-лидером в СКФО — Ставропольским краем.

Основными отраслями инвестирования в республике являются строительство (33,66%), транспорт и связь

(23,02%), производство и распределения электроэнергии, газа и воды (15,59%), образование и здравоохранение (10,95%). [5]

Но, тем не менее, имея такой потенциал, республика использует его не в полной мере. Это происходит из-за отсутствия четкой политики и стратегии ее реализации.

Одним из основных показателей, характеризующим ситуацию в данном направлении, является «инвестиции в расчете на душу населения», который по итогам 2012 года сложился на уровне 51,9 тыс. рублей, что в 1,7 раза ниже общероссийского уровня. Уменьшить этот разрыв станет возможным после реализации поставленных приоритетов в Стратегии экономического развития республики.

В Республике Дагестан рейтинги частных потенциалов в процентах от Российской Федерации в целом следующие: потребительский составляет примерно 2%, трудовой — 1,5%, финансовый — 1,3%, инфраструктурный — 1,04%, институциональный — 0,8%, туристический — 0,7%, природно-ресурсный — 0,5%, производственный — 0,3%, инновационный — 0,096%.

Статистика показывает, что по производственному и инновационному потенциалу Республика Дагестан имеет самые низкие показатели, как раз характеризует регион как слабо обеспеченный основными фондами и передовыми технологиями.

Доля потенциала Дагестана в общероссийском потенциале составляет примерно 1%.

В настоящее время в экономику Дагестана все больше начинают вкладывать свои средства иностранные инвесторы. Суммарный объем притока иностранных инвестиций в экономику Дагестана 2012 году составил 28895 тыс. долларов. Структура иностранных инвестиций состоит только из прямых инвестиций, они составляют 28451 тыс. долларов и 30,8% к 2011 году. Это способствует созданию на территории региона новых мощностей и производств, способствующих модернизации и повышению конкурентоспособности экономики.

Преобладание прямого инвестирования в республике оправдано, так как портфельные инвесторы зачастую теряют возможность влиять на решения и не получают достоверную информацию о реальном положении дел в компании и вытесняются из нее.

В настоящее время для привлечения инвесторов и создания подходящих условий для них в республике приняты ряд законов, такие как Законы «О государственной поддержке инвестиционной деятельности на территории Республики Дагестан»; «О государственной поддержке юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, реализующих инвестиционные проекты в Республике Дагестан с привлечением денежных средств кредитных организаций»; «О государственных гарантиях Республики Дагестан»; «О залоговом фонде Республики Дагестан»; «О государственной поддержке лизинговой деятельности в Республике Дагестан»; «Об инвестиционном налоговом кредите»; «О внесении изменений в статью 3 За-

кона Республики Дагестан «О налоге на имущество организаций».

Главным законом, направленным на формирование благоприятного инвестиционного климата в Дагестане, является закон «О государственной поддержке инвестиционной деятельности на территории Республики Дагестан». Именно в нем обусловлены формы государственной поддержки как отечественным, так и зарубежным инвесторам.

Инвесторам, которые вкладывают средства в приоритетные направления развития республики, оказывается дополнительная государственная помощь. Им предоставляются налоговые льготы в течение срока окупаемости проекта, но более пяти лет со дня финансирования проекта. Также для таких инвесторов ставка налога на прибыль из части, которая зачисляется в региональный бюджет, уменьшается на 4%. Но определено, что сумма льгот не должна быть выше, чем сам бюджет инвестиционного проекта.

Другой формой государственной помощи для предпринимателей, инвестирующих в приоритетные направления республики, является предоставление инвестиционного налогового кредита в части налогов, зачисляемых в республиканский бюджет Республики Дагестан. Для этого он должен с одобрения финансовых органов заключить договор с налоговым органом и согласовать сумму, в пределах которой сможет ежемесячно уменьшать свои налоговые обязательства, пока не исчерпает ее полностью. [3]

Законом РД «О налоге на имущество организаций» предусматривается освобождение от уплаты налога на имущество организаций предприятий, реализующих приоритетные инвестиционные проекты, в пределах срока окупаемости инвестиционного проекта, но не более пяти лет, в части имущества, создаваемого или приобретаемого для реализации инвестиционного проекта и не входившего в состав налогооблагаемой базы до начала реализации инвестиционного проекта. [1]

Также республиканские власти освобождают от налогообложения организации — в отношении объектов (имущества), вводимых по инвестиционному проекту строительства новых гидроэлектростанций в течение пяти лет с момента ввода объекта в эксплуатацию и по 1,1 процента на период с шестого по десятый год.

Освобождаются от уплаты налога на имущество организаций предприятия по производству сельскохозяйственной продукции при условии, что выручка от указанного вида деятельности за прошедший год составляет не менее 70 процентов общей суммы выручки от реализации продукции (работ, услуг).

Государство предоставляет гарантии возврата заемных средств и тем инвесторам, которые вкладывают средства на реализацию приоритетных инвестиционных проектов. Эти гарантии определены законом РД «О государственных гарантиях Республики Дагестан». Рассмотрение вопросов для предоставления государственных гарантий

в Правительстве РД была создана Комиссия по предоставлению государственных гарантий.

Но, несмотря на эти мероприятия, в республику неохотно вкладывают свои средства и главными факторами, создающими препятствия на пути инвестиций в экономику Дагестана, являются обостренная политическая ситуация, сложные межнациональные отношения, социальная напряженность на Северном Кавказе и как следствие отсутствие сохранности бизнеса, гарантированности прибыли и высокий уровень инвестиционного риска. Также одной из немаловажных проблем для вложения финансовых средств в экономику республики является угроза безопасности. [2] В таких условиях основными источниками инвестирования остаются собственные средства региона, т.е. бюджетные средства, дотации, специальные средства, выделяемые федеральным центром под целевые программы.

Также важным отрицательным моментом является механизм исполнения этих законов. В Дагестане обычной практикой стало невыполнение отдельных законов и решений судов, а также высокая коррумпированность силовых структур.

Инвесторы не хотят вкладывать средства в проекты с длительным сроком окупаемости, так как в России одни законы противоречат другим, часто вносятся кардинальные изменения в законы и, конечно, ни о каком инвестиционном планировании говорить не приходится.

Проблемы инвестирования в Дагестане непосредственно связаны и с проблемами в России. Это существование теневой экономики. Некоторые эксперты оценивают ее долю в 30, а то и в 50 %. Почти все предприниматели ведут двойную и даже тройную отчетность. И чтобы избежать этого инвестор не просто должен контролировать и участвовать в управлении предприятием, но и лично набирать управленческий персонал. Также объект инвестирования сам не застрахован от обмана инвестора. Другой проблемой является отсутствие квалифицированных кадров, которую можно решить, внедрив соответствующую целевую республиканскую программу, которая будет включать, например, проверку качества даваемых знаний учителей в школах и преподавателей в вузах, трудоустройство способных студентов, доступность республиканских стипендий для студентов, в том числе получивших призовые места на конференциях, зависимость заработных плат от обязанностей и личных достижений на государственной работе и т.д. Также нужно привлекать всех дагестанцев, уехавших и получивших образования и опыт в других городах и странах, вернуться на родину.

Большой рост экономики республики возможен, если привлекать инвестиции в реальный сектор, так как именно он консолидирует основных производителей валового продукта, а значит, в нем сосредоточен наибольший потенциал обеспечения жизнедеятельности любого региона.

Для стимулирования инвесторов в первую очередь нужно предоставить налоговые льготы по налогу на прибыль, на имущество и по земельному налогу.

Что касается налога на прибыль, то нужно уменьшить налогооблагаемую прибыль на сумму, затраченную на капитальные затраты и на сумму погашения кредитов. Сюда включить и проценты, которые получит инвестор от осуществления капитальных вложений. Это поможет простимулировать инвесторов показывать свою реальную прибыль и создаст законный механизм снижения налогообложения.

Также целесообразно освобождать от налога на землю, которую инвестор использует для строительства инвестиционного объекта с начала капитальных вложений и на весь период срока строительства и два года после его окончания. Такая налоговая льгота заставит инвесторов стремиться к уменьшению сроков строительства своих объектов.

По налогу на имущество путем уменьшения налогооблагаемой стоимости имущества на балансовую стоимость основных производственных фондов, введенных в эксплуатацию в период, не превышающий четырех кварталов подряд. Для инвесторов, которые вложили свои средства на сумму свыше 2 млн. рублей можно освобождать от налога на имущества на два года, а тех, кто вложил свыше 6 млн. рублей — на 4 года. Это будет стимулировать инвесторов повышать объемы своих капиталовложений.

Региональным властям необходимо создать банк, уставный капитал которого на 50 % будет состоять из средств республиканской администрации. И этот банк должен сосредоточить на своих счетах основные налоги Республики Дагестан. Так как на сегодняшний день все операции со средствами, которые предоставляют дагестанские банки, производятся в банках других регионов, преимущественно в Москве. Таким образом, республика недополучает налоги.

Было бы целесообразным создать сайт, на котором будет расписана инвестиционная деятельность республики. На этом сайте должны быть представлены все инвестиционные проекты, осуществляемые на территории Дагестана, с определением стадии подготовки и со сроком сдачи; законы и нормативно-правовые акты, регламентирующие инвестиционную деятельность, а также льготы инвесторам; порядок и образцы заключения договоров с субъектами предпринимательской и инвестиционной деятельности.

Начать строить экономику, направленную на создание благоприятного инвестиционного климата для привлечения инвесторов, нужно с формирования инвестиционной политики региона.

Таким образом, инвестиционная привлекательность региона играет огромную роль в системе комплексного подхода к оценке эффективности функционирования региональной экономики. Поэтому региональная власть непременно должна повышать качество и рост уровня жизни населения.

Литература:

1. Гусейнова М.Р. Инвестиционная политика Республики Дагестан. Материалы международной научно-практической конференции «Социальные и производственные основы модернизации экономики Оренбуржья», Екатеринбург, 2011. С. 25–28. с. 26
2. Закон Республики Дагестан от 08.10.2004 N 22 (ред. от 03.10.2007) «О налоге на имущество организаций» (принят Народным Собранием РД 30.09.2004) (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.01.2008)
3. Министерство экономики РД. <https://minec-rd.ru>
4. Перская В.В. Глобализация и государство. — М.: Изд-во РАГС, 2005. — 208 с. ;
5. Рейтинговое агентство «Эксперт Ра» <http://raexpert.ru>

Плюсы и минусы строительства магистрального газопровода «Бованенково-Ухта» на территории МО ГО «Воркута» в рамках ухода экономики города от монозависимости

Дудкина Иветта Викторовна, помощник заместителя руководителя
Администрация муниципального образования городского округа «Воркута»

По данным переписи населения 2010 года количество городов Российской Федерации составляет 1100 единиц [8], и примерно 1/3 из них имеют статус монопрофильных. К моногородам, как правило, относят те поселения, где жизнь и благополучие людей находятся в тесной зависимости от деятельности одного предприятия, либо группы предприятий, связанных единой производственной цепочкой или обслуживающих один и тот же рынок, на которых занято более 25 % экономически активного населения.

В общий федеральный список монопрофильных городов России включены 4 населенных пункта Республики Коми — Воркута, Инта, Емва и Жешарт, самым крупным из них является муниципальное образование городского округа «Воркута».

В текущем 2013 году Воркута — заполярный город с непростым прошлым и перспективным будущим — отмечает свой 70-летний юбилей. На протяжении всего существования этого уникального населенного пункта, имеющего столь тяжелую и одновременно интересную судьбу, самым главным направлением деятельности его жителей была и остается добыча угля, а градообразующим предприятием — ОАО «Воркутауголь», собственником которого с 2003 года является ОАО «Северсталь Ресурс». Однако с недавних пор Воркута стала постепенно уходить от монозависимости.

В январе 2002 года Правление ОАО «Газпром» определило полуостров Ямал регионом стратегических интересов компании. Выход на Ямал имеет принципиальное значение для обеспечения роста добычи газа в Российской

Федерации, которая занимает 1 место среди всех стран мира по добыче природного газа и конденсата [1, с. 4]. Первоочередным объектом освоения на Ямале стали сеноман-аптские¹ залежи Бованенковского месторождения газа, для транспортировки которого запланировано сооружение многониточной газотранспортной системы, связывающей полуостров Ямал и центральные районы России [2] и направленной на увеличение объемов и бесперебойного экспорта российского газа в Западную Европу по трубопроводной системе Nord Stream [3].

Общая протяженность трассы составит свыше 2400 км, включая газотранспортный коридор «Бованенково-Ухта» протяженностью около 1100 км (проектная производительность — 140 млрд. м³ газа в год), который проходит в районе вечной мерзлоты, в том числе через территорию Воркутинского района (рис. 1, 2). Работы по строительству ведет в основном ООО «Стройгазконсалтинг», заказчиком является ЗАО «Ямалгазинвест» [3]. Первая нитка протяженностью более 1240 км (с учетом резервных ниток подводных переходов) введена в эксплуатацию в октябре 2012 года. В настоящее время продолжается строительство второй нитки и восьми компрессорных станций. Полностью завершить строительство системы магистральных газопроводов планируется в 2016 году.

Появление на территории муниципального образования городского округа «Воркута» представителей газовых структур (дочерних предприятий, входящих в холдинг ООО «Стройгазконсалтинг») с целью строительства газопровода «Бованенково-Ухта», несомненно, является

¹ В геохронологической шкале соответствует сеноманскому веку продолжительностью приблизительно 6,5 млн. лет. Содержит уникальные месторождения природного газа, из которых в настоящее время производится основная часть добычи российского газа. Состоит почти исключительно из метана, не требует переработки, является наиболее дешевым. Глубина залегания от 1000 до 1700 метров. — <http://ru.wikipedia.org/>.

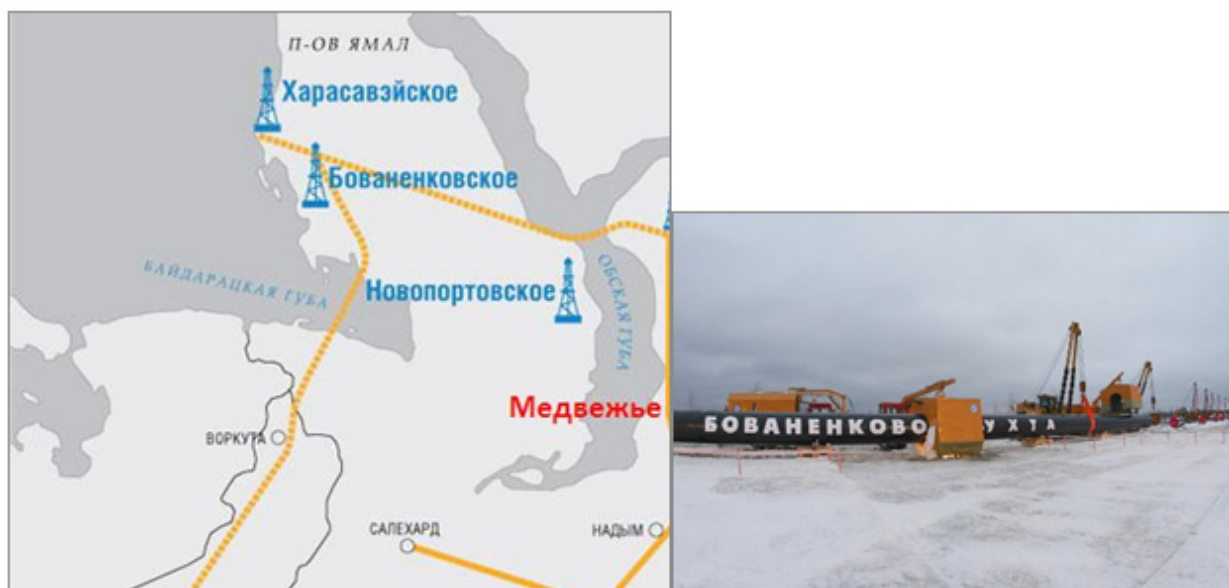


Рис. 1–2. Строительство магистрального газопровода «Бованенково-Ухта» проходит через МО ГО «Воркута»

положительным моментом в процессе развития как промышленности и экономики всего Крайнего Севера, так и города Воркуты в рамках его ухода от монопрофильности, поскольку увеличилась налоговая база, созданы новые рабочие места, происходит рост конкурентоспособности предприятий социальной инфраструктуры.

Вместе с тем наблюдаются различные негативные тенденции в функционировании данных структур на территории Воркуты. Оперативность разрешения сложившихся проблем является наиболее актуальным вопросом в преддверии празднования 70-летия города в 2013 году. За первое полугодие 2013 года в администрации МО ГО «Воркута» состоялось два совещания по вопросам и проблемам, возникающим в процессе пребывания на территории МО ГО «Воркута» вахтовых работников и при их отправлении в поездах дальнего следования из города Воркуты к местам постоянного проживания.

В процессе обсуждения вопросов повестки совещаний были рассмотрены различные вопросы и проблемы, особую важность из которых имеют рост преступности с участием вахтовых работников как на территории Воркутинского района, так и в поездах дальнего следования, рост оборота наркотиков, рост заболеваемости (в том числе ВИЧ), повреждения волоконно-оптической линии связи, повреждения дорожного покрытия. Далее рассмотрим эти проблемы более подробно, а затем представим пути их решения.

I Количество правонарушений за 2010–2013 гг., совершенных гражданами, осуществляющими трудовую деятельность на территории обслуживания ОМВД России по г. Воркуте вахтовым методом.

С января по август 2013 года в ОМВД России по г. Воркуте зарегистрировано 259 сообщений о различных правонарушениях в отношении граждан, работающих

вахтовым методом на территории г. Воркуты (всего за 2010 год — 111, всего за 2011 год — 259, за аналогичный период 2012 года — 289, всего в 2012 году было зарегистрировано 421 подобное сообщение). В основном гражданами, работающими вахтовым методом в Воркуте, совершаются преступления корыстной направленности (за 8 месяцев 2013 г.: кражи — 6; угон — 5; грабеж — 3; нарушение ПДД и эксплуатации транспортных средств — 2; подделка, изготовление или сбыт поддельных документов — 7) и преступления, направленные против личности (за 8 месяцев 2013 г.: умышленное причинение тяжкого вреда здоровью — 1; умышленное причинение средней тяжести вреда здоровью — 1; побои — 1; угроза убийством или причинением тяжкого вреда здоровью — 2; похищение человека — 1; кража — 4; мошенничество — 1; присвоение или растрата — 1; нарушение правил безопасности при ведении работ — 1; заведомо ложные показания — 1).

С января по август 2013 года все преступления были совершены работниками холдинга ООО «Стройгазконсалтинг» (за аналогичный период 2012 года работниками холдинга ООО «Стройгазконсалтинг» были совершены 17 преступлений.)

II Количество правонарушений за 2010–2013 гг., совершенных в поездах различного сообщения гражданами, осуществляющими трудовую деятельность на территории обслуживания ОМВД России по г. Воркуте вахтовым методом.

В настоящее время в системе Единой дислокации Воркутинского линейного отдела полиции сотрудниками постоянно перекрываются 3 железнодорожных вокзальных комплекса (г. Воркута, г. Инта, г. Лабытнанги). Для несения службы по обеспечению охраны общественного порядка и безопасности на постах и маршрутах в среднем

ежесуточно привлекается до 12 сотрудников (штатное количество составляет 34 сотрудника), что позволяет составлять 3 круглосуточных поста и 4–6 маршрутов, в том числе по сопровождению поездов дальнего следования следующих по участку оперативного обслуживания.

Несмотря на принимаемые меры, остается сложной оперативная обстановка в пассажирских поездах дальнего следования. Всего в поездах дальнего следования и местного сообщения в 2013 году зарегистрировано 179 сообщений о происшествиях (в основном, это кражи и хулиганство — оскорбления пассажиров и сотрудников правоохранительных органов, нахождение на транспорте в состоянии алкогольного опьянения), за аналогичный период 2012 года — 223, то есть наблюдается снижение преступности на транспорте.

Ежесуточно по участку оперативного обслуживания проходит до 12 поездов дальнего следования и местного сообщения. В ходе проведенного анализа было установлено, что наиболее криминальными участками Северной железной дороги, находящимися в зоне оперативного обслуживания Воркутинского ЛОП, а также непосредственно примыкающими к данной зоне, являются: ст. Лабытнанги — ст. Сейда, ст. Сейда — ст. Инта, ст. Инта — ст. Печора. Наиболее криминальными поездами в отчетном периоде определены:

- пассажирский поезд № 653/654 сообщением «Воркута—Лабытнанги—Воркута»;
- пассажирский поезд № 89/90 сообщением «Воркута—Нижний Новгород—Воркута»;
- пассажирский поезд № 309/310 сообщением «Воркута—Адлер—Воркута»;
- пассажирский поезд № 375/376 сообщением «Воркута—Москва—Воркута».

Наибольшее количество правонарушений и преступлений в поездах на участке оперативного обслуживания совершается в период времени с 12 до 20 часов и с 20 до 23 часов, с 1 по 5, с 10 по 15, с 20 по 25 число каждого месяца, что совпадает с периодом перевахтовки рабочих следующих на работу по строительству газопровода «Бованенково-Ухта».

III Количество правонарушений за 2010–2013 гг., связанных с оборотом наркотиков и совершенных гражданами, осуществляющими трудовую деятельность на территории обслуживания ОМВД России по г. Воркуте вахтовым методом.

Количество работников строительства магистрального газопровода «Бованенково-Ухта», привлеченных к уголовной ответственности за совершение преступлений относящихся к компетенции органов наркоконтроля составляет: 2010 г. — 0; 2011 г. — 0; 2012 г. — 1; за 8 месяцев 2013 г. — 2.

Анализ влияния на криминогенную обстановку за рассматриваемые периоды указывает на определенный рост и активность лиц из числа работников строительства магистрального газопровода, причастных к противоправной деятельности на территории г. Воркута (в основном ино-

городних) связанной с незаконным оборотом наркотических средств и психотропных веществ. В 2011 году был установлен и выявлен факт перевозки и хранения 18,9 гр. марихуаны. Летом 2013 года сотрудниками Воркутинского МРО были задержаны с поличным двое работников ООО «Стройремсервис», приехавших на вахту. Данные лица являлись наркопотребителями и привезли с собой около 300 гр. героина.

Основной проблемой по рассматриваемому вопросу является отсутствие контроля со стороны ответственных лиц строительства магистрального газопровода, позволяющего отражать реальное состояние здоровья и имевших ранее место фактов привлечения к уголовной и административной ответственности по преступлениям, связанным с незаконным оборотом наркотических средств и психотропных веществ, прибывающих на работу вахтовым методом работников из других регионов. По имеющейся информации имеются неоднократные и неединичные случаи укрытия фактов привлечения к уголовной или административной ответственности, укрытия фактов реального состояния здоровья, в том числе и у работников строительства магистрального газопровода, имеющих непосредственное отношение к оборудованию и средствам, представляющим повышенную опасность (водители большегрузных транспортных средств и так далее).

С положительной стороны необходимо отметить возросшую активность по вопросам взаимодействия представителей служб безопасности строительства магистрального газопровода «Бованенково-Ухта» и сотрудников Воркутинского МРО Управления ФСКН России по Республике Коми.

IV Ситуация со здравоохранением за 2010–2013 гг., сложившаяся среди граждан, осуществляющих трудовую деятельность на территории МО ГО «Воркута» вахтовым методом.

С января по март 2013 года для получения стационарной помощи поступил 151 человек, амбулаторно 273 человека. По скорой помощи было осуществлено 150 выездов, из них 75 человек оставлено в медицинских учреждениях. То есть существует проблема большой нагрузки на машины скорой помощи и бригады. Это связано с их выездами в тундровые труднодоступные участки строительства магистрального газопровода «Бованенково-Ухта», что при достаточно небольшом парке карет СМП создаёт вероятность снижения возможности оказания помощи жителям МО ГО «Воркута». Поэтому остается актуальным вопрос о приобретении новых карет скорой медицинской помощи.

Проведение профилактических медосмотров при поступлении на работу вахтовыми работниками осуществляется по месту их основного проживания, то есть за пределами Воркуты, что повышает количество непригодных для работы в условиях Крайнего Севера работников. Имеются случаи смертности от хронических сердечно-сосудистых заболеваний на рабочих местах (например, в 2012 году из 11 смертельных случаев, зарегистриро-

ванных бригадами СМП, 9 человек скончались от заболеваний сердца).

По ВИЧ инфицированным ситуация тоже сложная: всего за 2013 год зарегистрировано 10 случаев ВИЧ инфицированных граждан в Воркуте, из них 3 человека — жители других регионов, из которых 2 человека — вахтовые работники, что составило 66% из числа иногородних. Первый случай выявлен в хирургии «Больницы скорой медицинской помощи», причем выявлен повторно (первоначально человек был выявлен в г. Оренбурге в 2009 году). Справочно: за 2009 г. среди вахтовых работников ВИЧ инфицированных выявлено 1 человек, в 2010 г. — 2 случая, 2011 г. — 3 случая, 2012 г. — 7 случаев (в том числе первично 5 случаев), в 2013 г. — пока 2 случая. Медицинская помощь работающим вахтовым методам на территории МО ГО «Воркута» оказывается в рамках Программы государственных гарантий оказания медицинской помощи. При этом отмечается традиционно низкое качество медицинских профилактических осмотров при трудоустройстве.

V Повреждения волоконно-оптической линии передачи за 2010–2013 гг.

За последние 3 года в Воркутинском районе участились факты повреждений волоконно-оптической линии передачи (ВОЛП) по причине строительства магистрального газопровода «Бованенково-Ухта», поэтому ситуации, когда воркутинцы не могут выйти в Интернет по несколько часов подряд — увы, уже не редкость. Так, с момента ввода ВОЛП в эксплуатацию (2009 год) в зоне ответственности Воркуты, составляющей 176 км, общее время простоев связи составило 55 часов. В процессе проведения земляных работ по подготовке траншей газопровода, созданию водоотливных каналов, возведению площадок для склада нефтепродуктов у строителей случаются различного рода проблемы (поломка большегрузной техники, буксование техники в труднодоступных местах тундры, опрокидывание тракторов в болото), в результате которых происходит продавливание и повреждение ВОЛП. Таким образом, за 2010–2013 гг. количество по-

вреждений ВОЛП в Республике Коми увеличилось почти в 3 раза (в 2010 г. — 2 случая, 2011 г. — 1, 2012 г. — 4, 2013 г. — 6 случаев). В Воркуте динамика менее активна — повреждение ВОЛП происходит в среднем 1–2 раза в год, что, впрочем, тоже немало. Обстоятельства усугубляются тем, что даже если повреждение линии происходит за несколько сотен километров от Воркуты (например, в районе г. Инты или г. Печоры), то в Воркуте всё равно нет связи (рис. 3).

Таким образом, с приходом в МО ГО «Воркута» строительства магистрального газопровода «Бованенково-Ухта» наряду с его положительным влиянием на экономику в целом, по всем проблемам, появившимся с учетом пребывания вахтовых работников, занятых на данном строительстве, предложены следующие пути их решения.

По пункту I:

- В связи с многочисленными заявлениями и обращениями граждан по факту стоянки транспортных средств, в том числе большегрузных, принадлежащих предприятиям и организациям, участвующим в строительстве газопровода, рассмотреть вопрос о выделении и оборудовании стоянок за пределами населенных пунктов.

- Обеспечить установку на технологической дороге, используемой для строительства газопровода, дорожных знаков соответствующих ГОСТу Р 52290–2004.

- Усилить контроль со стороны соответствующих юридических и должностных лиц при выезде (заезде) и в течение рабочей смены над соблюдением водителями транспортной дисциплины и техническим состоянием автотранспорта.

- Продолжить осуществление взаимодействия ОМВД России по г. Воркуте со службами безопасности вахтовых организаций по вопросам обеспечения правопорядка, как на территории расположения вахтовых городков, так и в черте города Воркута.

- На постоянной основе осуществлять профилактическую работу в местах проживания вахтовых работников.

- По совершенным вахтовыми работниками правонарушениям направлять информацию по месту их работы



Рис. 3. Динамика повреждений ВОЛП за 2010–2013 гг. в МО ГО «Воркута» по причине строительства магистрального газопровода «Бованенково-Ухта»

для принятия к данным работникам мер дисциплинарного воздействия.

По пункту II:

— Продолжить проведение ежесуточного анализа складывающейся оперативной обстановки в поездах и на вокзальных комплексах.

— Принять меры к формированию спецаппарата, способного выявлять преступления на стадии подготовки к их совершению.

— Шире использовать возможности ПТК «Розыск-Магистраль» при проведении предварительных оперативных проверок и оперативных разработок.

— На постоянной основе проводить рабочие встречи с администрациями предприятий, использующих при выполнении работ граждан работающих вахтовым методом, с целью выработки совместных решений по оздоровлению оперативной обстановки в период массового передвижения железнодорожным и воздушным транспортом граждан данной категории.

— Решить вопрос о регулярной трансляции в поездах, по поезвному радио, информации о недопустимости нахождения на объектах железнодорожного транспорта в состоянии алкогольного и наркотического опьянения, а также употребления спиртных напитков, в целях обеспечения личной и имущественной безопасности пассажиров и членов поездных бригад; разъяснения гражданам правил поведения на железнодорожном транспорте и порядка обращения по различным вопросам в транспортные предприятия и организации, в органы внутренних дел.

— С целью осуществления мероприятий, связанных с обеспечением транспортной безопасности, необходимо решить вопрос об ограждении вокзальных комплексов на станции Воркута и Инта, что позволит ужесточить пропускной режим на территорию вокзальных комплексов и улучшить меры профилактики в обеспечении охраны общественного порядка, а также своевременному выявлению административных правонарушений и преступлений совершаемых пассажирами и в отношении них.

— В период смены вахтовых работников выставлять дополнительные заслоны из сотрудников транспортной полиции, сотрудников территориальных ОВД и сотрудников службы безопасности ООО «Стройгазконсалтинг» на посадочной площадке станций Воркута, а так же на станции Сейда, где происходит скрещение поездов Лабитнангского и Воркутинского направления.

По пункту III:

Совместно с органами здравоохранения, строительства магистрального газопровода и наркоконтроля про-

водить мероприятия, направленные на дополнительное (контрольное) выявление лиц из числа работников строительства магистрального газопровода по факту их прибытия в г. Воркута возможно причастных к употреблению наркотических средств и психотропных веществ (дополнительное медицинское освидетельствование).

По пункту IV:

— Организовать прохождение медицинского осмотра вахтовых работников по факту прибытия для работы в МО ГО «Воркута».

— Внести в перечень медицинского обследования для оформления медицинской справки установленного образца пункт обязательного бесплатного и анонимного обследования на наличие ВИЧ инфекции.

— Подготовить повторное ходатайство в адрес ООО «Стройгазконсалтинг» о помощи в приобретении карет скорой медицинской помощи, удовлетворяющих требованиям эксплуатации в условиях Крайнего Севера (УАЗ 39623, класс В) в количестве 2 единиц (примерной стоимостью 1 млн. рублей каждая).

По состоянию на 26 сентября 2013 года в рейтинге Forbes ООО «Стройгазконсалтинг» занимает 10-е место среди всех частных компаний России, в которых доля государства не достигает 50%. Участники рейтинга ранжируются по выручке, полученной ими в 2012 году. Всего в списке «200 крупнейших частных компаний России» представлены 56 публичных и 144 непубличные компании, с совокупной выручкой 22,9 трлн. руб. Возглавляет рейтинг «Лукойл» (3,816 трлн. руб.), в первую десятку также входят «Сургутнефтегаз» (849,6 млрд. руб.), Vimpelcom (717,2 млрд. руб.), X5 Retail Group (491,4 млрд. руб.), Evraz (457,6 млрд. руб.), «Магнит» (448,7 млрд. руб.), «Татнефть» (444,1 млрд. руб.), «Северсталь» (432,8 млрд. руб.), «Башнефть» (388,2 млрд. руб.) и «Стройгазконсалтинг» (387,9 млрд. руб.) [4]. Таким образом, ООО «Стройгазконсалтинг» остаётся в российском списке самым крупным представителем строительной отрасли, что позволяет ему помочь в решении проблем, связанных с пребыванием вахтовых работников на территории Воркутинского района, тем более что на официальном сайте ООО «Стройгазконсалтинг» отмечено: «Социальная ответственность является для «Стройгазконсалтинга» важной частью корпоративной этики. На протяжении многих лет СГК сотрудничает с российскими благотворительными фондами, направляет значительные средства на поддержку социально-культурных инициатив регионов присутствия предприятий холдинга» [5].

Литература:

1. Россия'2012: Статистический справочник / Росстат. — М., 2012. — 59 с.
2. URL: <http://www.gazprom.ru/about/production/projects/pipelines/by-ytg/>
3. URL: <http://sgc.ru/ru/projects/pipelines.wbp>
4. URL: <http://sgc.ru/ru/press-room/news/>
5. URL: <http://sgc.ru/ru/social-responsibility/index.wbp>

6. Статистический ежегодник Республики Коми. 2011: Стат. сб. / Комистат. 2011. — 483 с.
7. Янин А. Н. Региональная экономика и управление: учебное пособие. — Москва: Проспект, 2010. — 248 с.
8. <http://ru.wikipedia.org/>.

Роль свободных экономических зон в развитии промышленности в Таджикистане

Каримова Мавзуна Тимуровна, кандидат экономических наук, доцент.

Институт экономики и демографии Академии наук Республики Таджикистан, г. Душанбе

Немаловажную роль в развитии промышленности регионов может сыграть реальное развитие свободных экономических зон (СЭЗ) созданных на территории отдельных регионов Республики Таджикистан. В стране созданы четыре СЭЗ, в частности «Сугд», «Дангара», «Пяндж», «Ишкашим». Каждая СЭЗ имеет свою специализацию, отраженную в соответствующем Положении о создании СЭЗ. Так, СЭЗ «Сугд» по своему типу является промышленно-инновационной зоной, общей площадью в 320 га и сроком на 25 лет. Согласно Положению СЭЗ «Сугд» [2] к числу приоритетных видов деятельности относится организация производства швейных ниток, трикотажных изделий, тканей и готовой продукции из шерсти, шелковой и хлопчатобумажной нити, производство обивочной и портьерной ткани; производство готовых кожаных изделий, обуви и галантереи; производство готовой продукции, предназначенной для швейного производства; производство мебели; производство продукции химической промышленности, машиностроения и строительных материалов (в частности: синтетических красок; автомобилей и запчастей к ним; тракторов и запчастей к ним; насосов; неметаллических труб; электротехнической, радиоэлектронной и бытовой техники; минеральных удобрений; строительных и отделочных материалов и т. п.); производство фармацевтической продукции и т. п. Благодаря СЭЗ «Сугд» планируется преобразовать Согдийскую область в крупнейший современный инновационный центр страны, так как основной акцент направлен на освоение новейших производственных мощностей и привлечение морально не устаревших инновационных технологий. За время создания СЭЗ «Сугд» на ее территории уже функционирует целый ряд СП, например, таджикско-польское Общество с ограниченной ответственностью (ООО) «Скорут Тадж», учредителями которого являются ООО «Дусты Амирхон» от РТ и «Солар-Пол» от Республики Польша; совместное таджикско-российское ООО «Сирандуд-Россия» и др. На базе таджикско-польского предприятия планируется наладить производство теплоизоляционных материалов с использованием базальтовых пород, а на предприятии «Сирандуд-Россия» планируется организовать производство различных болтов, гаек, шурупов и т. п. крепежных изделий из металла. Созданное на территории данной СЭЗ ООО «Насоскомплект» организует сборочное производство насосных агрегатов.

Кроме того, на территории СЭЗ планируется создать предприятие ООО «Офарин», специализация которого направлена на переработку первичного алюминия, созданного в стране, и производство различных форм алюминиевых профилей. Согласно намеченным планам будет налажено и производство дверных и оконных блоков, различных витражей, мебели и других конструкций из алюминия. Развертывание данного производства на территории СЭЗ «Сугд» приведет дополнительно к обеспечению рабочими местами свыше 100 человек. Предприятие ООО «Некон» направлено на переработку мяса и производство мясных и колбасных изделий на базе новейшего оборудования и технологии из Польши. Большую помощь в реализации данного инвестиционного проекта оказал ЕБРР, совместно с ЮСАИД, реализующие в Согдийской области проект по эффективному развитию сельского хозяйства. Проектная мощность данного предприятия свыше 1900 тонн масса в год. Планируется строительство и деревообрабатывающего производства (ООО «Хизмат»), специализирующегося на производстве строительных материалов, пиломатериалов и пагонажных изделий из дерева, производственная мощность в год которого — свыше 5 тыс. м³ пиломатериалов. На базе ООО «Строительное управление Худжандсоз» планируется наладить производство различных железобетонных конструкций и металлических изделий, которые найдут применение в строительстве республики.

С момента своего существования в данной СЭЗ зарегистрировано 16 субъектов с объемом инвестиций — свыше 56 млн. \$ США, пять из которых уже стали производить продукцию, не имеющую аналогов в республике и частично вывозимую в соседние страны и частично покрывающие потребности внутреннего рынка [1, с. 124].

В Хатлонской области созданы две СЭЗ, в частности «Панч» и «Дангара». Тип СЭЗ «Дангара» — индустриальный, и направлен на стимулирование развития промышленности в близлежащих районах на основе эффективного использования местных ресурсов. Недалеко от СЭЗ «Дангара» проходит железная дорога и продолжается строительство автомобильного моста в Афганистан, что способствует развитию логистическо-транспортных услуг.

СЭЗ «Дангара» создана сроком на 25 лет и охватывает территорию в 242,3 га. К числу приоритетных направ-

лений деятельности, согласно Положению «О свободной экономической зоне «Дангара» относятся в первую очередь промышленная переработка сельхозпродукции; производство синтетических и натуральных тканей из шелковой и хлопчатобумажной нити и шерсти; переработка шкур крупного и мелкого рогатого скота и производство готовых кожевенных изделий, обуви и кожевенной галантереи; кроме того налаживание отдельных видов производств в сфере машиностроения, промышленности строительных материалов, фармацевтики, химической и деревообрабатывающей промышленности.

Требования, предъявляемые к инвестиционным проектам, реализуемые на территории всех СЭЗ Республики Таджикистан, заключаются в том, что объем инвестиций, необходимый для осуществления любого проекта должен быть не менее 500 тыс.долл. США, завоз не менее 90 % нового производственно-технологического оборудования со сроком ранней эксплуатации импортируемого в предполагаемую СЭЗ не более 3–5 лет, не позднее трех лет со дня государственной регистрации субъекта на территории СЭЗ ведения производственной деятельности. При этом размер инвестиций используемых на проведение экспортно-импортной деятельности должен быть не меньше 50 тыс. долл. США, а для реализации деятельности в области предоставления услуг — не менее 10 тыс. долл. США.

СЭЗ «Панч» — расположена на границе с Афганистаном и направлена на развитие открытой торговли с Афганистаном и через Афганистан с другими странами региона. «Панч» создана сроком на 25 лет и охватывает 400 га. Две компании «Анбат-Сервис» и «Сантехника-сервис», специализирующиеся в сфере транспортной логистики и на производстве тепловыделяющего оборудования и мини-котельных, приступили к строительству инфраструктуры на территории данной СЭЗ. Кроме того, еще несколько компаний подали заявки на производство на территории данной зоны пенаблоков и пастерблоков, строительство нефтеперерабатывающего завода, а также строительства предприятия по производству плоского стекла и стекольной продукции на базе местного месторождения кварцевого песка, которое расположено недалеко от СЭЗ «Панч».

Созданная на территории ГБАО СЭЗ «Ишкашим» состоит из отдельных территорий общей площадью в 200 га. является комплексной зоной, направленной на широкое экономическое сотрудничество Республики Таджикистан с Афганистаном (провинцией Бадахшан) и Кыргызской республикой (Ошской областью). Основные преимущества данной СЭЗ заключаются в том, что она выступает локомотивом развития не только ГБАО, но и провинции Бадахшан Афганистана, в плане возможности привлечения сырья, ресурсов для переработки продукции сельского хозяйства, горнодобывающей промышленности, способствует взаимовыгодному торговому сотрудничеству и реэкспорту товаров из Китая, Пакистана и Афганистана. СЭЗ «Ишкашим» находится в весьма выгодном террито-

риальном положении так может выступить транспортным коридором, связывающим Таджикистан с Афганистаном, Китаем, Пакистаном и Центральной Азией.

В число приоритетных видов деятельности относится переработка сельскохозяйственной продукции, консервирование мясомолочных продуктов и продукции растениеводства, производство чипсов, фармацевтической продукции и лекарственных препаратов, обработка шерсти и кожи крупного рогатого скота, производство минеральных напитков, производство строительных материалов, добыча и переработка и обработка драгоценных и полудрагоценных камней, производство мраморных изделий и др. Большую помощь в развитии инфраструктуры СЭЗ «Ишкашим» решили оказать Фонд Ага-хана, Университет Центральной Азии, Ассоциация предпринимателей и Горных фермеров «Милал Интер», Правительство Польши, ОБСЕ и ряд других международных организаций. ГБАО славится своим огромным энергетическим потенциалом, богатством недр, и рекреационными возможностями.

Каждая СЭЗ, созданная на территории Республики Таджикистан имеет свои отличительные признаки, которые придают ей конкурентоспособность и стратегическую устойчивость на рынке. Все созданные на территории РТ СЭЗ призваны за счет привлечения иностранных инвестиций и внедрения передового опыта управления и менеджмента стимулировать устойчивое развитие экономики страны и ее регионов. Создание СЭЗ на территории республики направлено на развитие за счет использования иностранных инвестиций экономического потенциала страны, привлечение в страну в непосредственно в объекты, расположенные на территории СЭЗ иностранного и местного капитала, передовой техники и технологии, управленческого опыта и прогрессивных методов хозяйствования; максимальное и эффективное использование имеющихся ресурсов; организации сети экологически чистых производств; формирование самостоятельного бюджета.

СЭЗ для Таджикистана являются новым механизмом направленным на развитие экономики регионов; создание импортозамещающих производств, удовлетворяющих потребности населения Таджикистана и вовлечение экономики регионов и страны в целом в международное разделение труда. Несмотря на то, что начался процесс регистрации субъектов свободных экономических зон и их деятельность по строительству объектов, однако все же следует отметить, что пока еще у нас недостаточен опыт организации СЭЗ, наблюдается недостаток финансовых ресурсов; недостаточное и информационное обеспечение, низкий уровень квалификации сотрудников; недостаточно развита инфраструктура в СЭЗ; обостряется несоответствие между наличием природно-ресурсного потенциала территорий и его технологическим потенциалом; наблюдается и противоречие между ограниченным кругом технических и технологических возможностей субъектов СЭЗ и динамикой развития внешней среды.

Первые уроки создания и функционирования СЭЗ на территории Республики Таджикистан свидетельствуют, что еще предстоит огромная работа по совершенствованию нормативно-правовой базы СЭЗ. Так, например, необходимо продумать вопрос, связанный с определением статуса товаров, производимых на территории СЭЗ, и учете величины добавленной стоимости товара созданного на территории СЭЗ, так как здесь кроится возможность неуплаты косвенных налогов на импорт, в виду ввоза на территорию СЭЗ импортных товаров с грифом «сырье». Кроме того, необходимо урегулировать вопрос, связанный с использованием на территории СЭЗ интеллектуальной собственности. Опыт развитых государств свидетельствует, что созданию СЭЗ предшествует большая и кропотливая работа по созданию инфраструктуры в пределах СЭЗ и возведению важнейших объектов, причем за счет средств из госбюджета страны, а в созданных СЭЗ на территории нашей страны инфраструктура совершенно не развита и нет еще четкого разграничения между созданными СЭЗ их преимущественных направлений развития, размыта специфика свободно-экономической зоны. Кроме того, немаловажным является вопрос об определении оптимального размера СЭЗ, наличии на территории того или иного региона необходимой производственной и деловой инфраструктуры и эффективных условиях для осуществления внешнеэкономической деятельности. Мировой опыт функционирования СЭЗ свидетельствует, что получение эффекта от создания СЭЗ возможно лишь при условии концентрации основных усилий и средств в рамках относительно небольших по размеру зон, которые имеют относительно выгодное экономико-географическое положение и рациональные условия для осуществления внешнеэкономической и внешнеторговой деятельности.

В рамках оптимальной по размеру занимаемой территории СЭЗ можно без значительных затрат организовать контроль за реальным обеспечением реализации льгот-

ного и валютного режимов. Созданные СЭЗ на территории республики имеют, на наш взгляд, недостаточно оптимальный размер, и требуют еще значительных инвестиций, для того чтобы огородить территорию СЭЗ и построить таможенный терминал у входа в СЭЗ за счет средств государственного бюджета. Поэтому физическая невозможность достичь в настоящее время необходимого таможенного контроля на границе зоны и в результате возможность неконтролируемого ввоза на территорию СЭЗ с территории других регионов сырья и других товаров и полуфабрикатов для последующего экспорта может привести к тому, что возможно ситуация с незаконным вывозом товаров за рубеж и дерегулированию валютных операций на территории Таджикистана. Кроме того, разработка цели, задач и приоритетных направлений должны быть всесторонними с учетом результатов SWOT анализа по каждой конкретной СЭЗ. Только тогда создание и функционирование СЭЗ будет эффективным и достигнет поставленной цели.

Мировой опыт свидетельствует, что например, зоны экспортного производства, обустриваются по типу промышленных парков и оснащены необходимыми коммуникациями, подъездными путями, производственными сооружениями, помещениями, которые сдаются на долгосрочную перспективу. Поэтому когда инфраструктура СЭЗ готова, в таких СЭЗ в кратчайшие сроки получают максимальный эффект. В Таджикистане же сложилась совершенно иная картина, когда еще не готовы не объекты инфраструктуры, ни местные предприниматели, ни налоговое законодательство, и ни даже Администрация зон. Кроме того, возникла необходимость в обучении местных предпринимателей основам ведения бизнеса на территории СЭЗ. Свободно-экономическая зона должна служить своеобразным полигоном для апробации новых форм хозяйствования и методов управления, а не быть панацеей в решении назревших проблем в региональной экономике.

Литература:

1. Каримова М. Т. Региональный аспект структурных сдвигов в промышленности Таджикистана. Душанбе. Ирфон. 2013.-132 с.
2. http://www.fezsughd.tj/ru/for_the_investor/priority_activities.php

Влияние кредитной политики банков на реальный сектор экономики

Мамиек Людмила Алиевна, кандидат экономических наук, доцент

Майкопский государственный технологический университет (Республика Адыгея)

Сегодня активно происходят качественные изменения в развитии банковской системы. Кредитные организации двигаются по пути совершенствования банковской деятельности. Главная проблема сегодня состоит в том, что по не зависящим от банков причинам сложилось отставание банковской системы от потребностей экономики страны. Банковская система не удовлетворяет потребностям ускорения роста экономики в количественном плане, по масштабам услуг и особенно по объему кредитования.

Ключевые слова: банковская система, реальный сектор экономики, кредитование, банковские услуги, кредитные организации, кредитные операции.

В национальной экономике банковская система является важнейшим институтом, обеспечивающим общую экономическую стабильность и безопасность ее развития. В настоящее время состояние банковского сектора во многом определяется процессами, происходящими в экономике.

Деятельность банковских учреждений так многообразна, что их действительная сущность оказывается неопределенной. Банки занимаются самыми разнообразными видами операций. Они не только образуют денежный оборот и кредитные отношения; через них осуществляется финансирование промышленности и сельского хозяйства, страховые операции, купля-продажа ценных бумаг, а в некоторых случаях посреднические сделки и управление имуществом. Кредитные учреждения выступают в качестве консультантов, участвуют в обсуждении народно-хозяйственных программ, ведут статистику, имеют свои подсобные предприятия.

Банки — одна из древнейших и наиболее распространенных групп кредитных учреждений, выполняющих в настоящее время большинство кредитно-финансовых услуг и по существу использующихся как институты универсального профиля. Российская банковская система при выполнении своих ключевых функций по обслуживанию и обеспечению экономики финансовыми ресурсами наталкивается на существенные количественные ограничения, которые не позволяют ей на адекватном уровне участвовать в решении проблем, стоящих в настоящее время перед российской экономикой.

Сегодня активно происходят качественные изменения в развитии банковской системы. Кредитные организации двигаются по пути совершенствования банковской деятельности. Внедрение банками передовых бизнес — моделей, новых банковских технологий (банк — клиент, системы денежных переводов, дебетовые и кредитовые карты и т.д.), различных видов кредитования (потребительское, ипотечное и т.д.), увеличение общего времени обслуживания при сокращении времени банковских операций способствуют повышению качества обслуживания клиентов и развитию банковской системы.

Но главная проблема сегодня состоит в том, что по не зависящим от банков причинам сложилось отста-

вание банковской системы от потребностей экономики страны.

Банковская система не удовлетворяет потребностям ускорения роста экономики в количественном плане, по масштабам услуг и особенно по объему кредитования. Так, в настоящее время кредиты составляют лишь 1/10 привлеченных отечественными компаниями средств. Неспособность российских банков мобилизовать капитал со сроком долгового обязательства свыше двух лет является наиболее серьезным препятствием на пути расширения масштабов банковского финансирования реальной экономики. Это говорит о том, что банковская система должна развиваться более быстрыми темпами. Необходимо это для того, чтобы банковская система стала действительно локомотивом, двигателем роста экономики. [1]

В условиях наращивания темпов кредитования реального сектора экономики, а также потребительского кредитования уровень конкуренции между банками, в том числе и в части кредитных операций, значительно возрос. Проявлениями этого на практике являются борьба за клиента и агрессивная кредитная политика. В результате этого увеличились кредитные риски, в том числе риски не возврата предоставленных кредитов.

Несмотря на расширение кредитной деятельности, вклад банковской системы в поддержание экономического роста остается незначительным. По-прежнему, основная часть кредитов реальному сектору носит краткосрочный характер и направлена в большей степени на пополнение оборотных средств предприятий. Финансирование инвестиционных программ предприятия вынуждены проводить главным образом из собственных средств. Банковские кредиты работают не столько на увеличение объемов производства и инвестиций, сколько на оздоровление финансового состояния предприятий: снижение кредиторской задолженности, пополнение ликвидности и увеличение финансовых вложений.

Результаты мониторинга предприятий, проводимого Банком России, показали, что в целом в банковском секторе в республике сложился достаточно высокий уровень обслуживания и качества банковских услуг. При выборе кредитной организации — партнера важную роль играли уверенность в ее финансовом положении, набор предла-

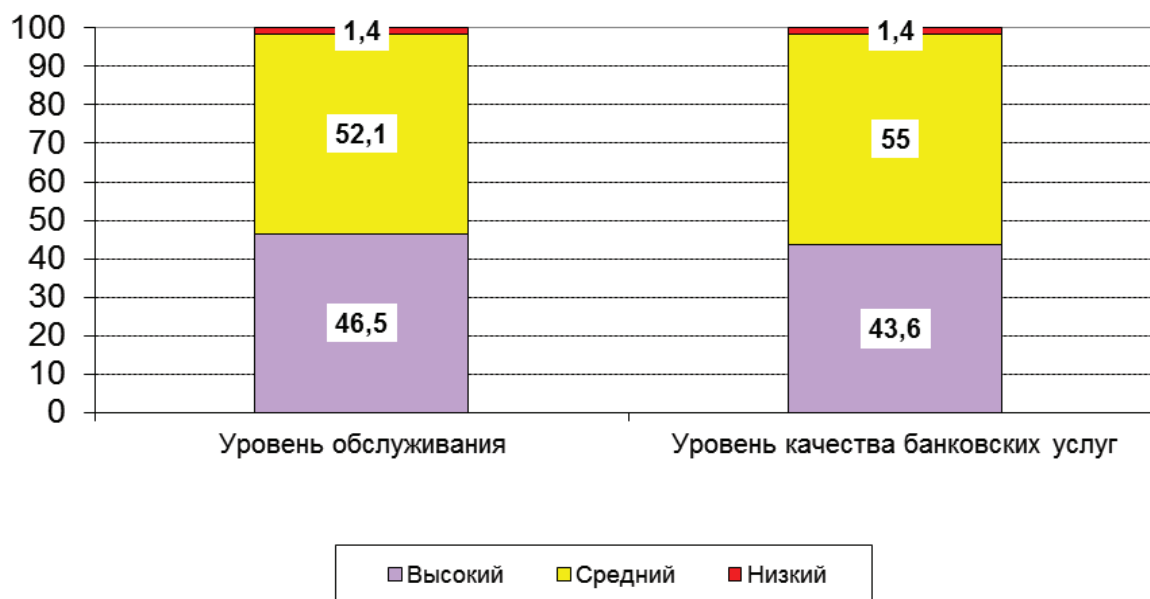


Рис. 1. Оценка предприятиями уровня обслуживания и качества услуг кредитных организаций в 2012 г. (в %, к общему числу участников опроса)

гаемых банковских услуг и условия их оказания, наличие опыта сотрудничества, удобное расположение и уровень квалификации персонала банка. Вместе с тем в этом направлении деятельности сохранились определенные проблемы. По мнению ряда предприятий, кредитными организациями в недостаточной степени учитывался анализ потребностей клиентов и специфика их отраслевой принадлежности (см.рис. 1).

В целях поддержания текущей ликвидности, обеспечения эффективного и бесперебойного функционирования системы расчетов, кредитными организациями привлекались межбанковские кредиты. Так, по состоянию на 01.07.2012 года задолженность по привлеченным межбанковским кредитам составила 10,2 млн. рублей, увеличившись по сравнению с аналогичным периодом 2011 года в 11 раз.

За 9 месяцев 2012 года произошло заметное увеличение количества кредитных организаций, осуществляющих жилищное и ипотечное жилищное кредитование населения республики. Так, по состоянию на 1 октября 2012 года число участников первичного рынка жилищного кредитования увеличилось (по сравнению с 1 октября 2011 года) на 47,8% — до 34 кредитных организаций (на 1 октября 2011 года — 23 кредитных организации), из них число участников ипотечного жилищного кредитования увеличилось на 43,5% — до 33 кредитных организаций (на 1 октября 2011 года — 23 кредитных организации). Всего 52 кредитных организации (в республике и других регионах) осуществляли обслуживание выданных жилищных и ипотечных жилищных кредитов населению региона.

Несмотря на нестабильную экономическую ситуацию, сложившуюся во втором полугодии 2009 года, которая

привела к сдерживанию привлечения средств населения в пассивы банка, конкурентные преимущества на рынке банковских услуг имеют банки способные гарантировать клиентам сохранность вкладов, обеспечить предоставления полного спектра качественных банковских услуг.

За 9 месяцев 2012 года объем кредитов, предоставленных заемщикам республики (включая заимствования за пределами региона), составил 17,1 млрд.рублей, по сравнению с соответствующим периодом прошлого года объем вновь выданных кредитов вырос в 1,6 раза или на 6,1 млрд.рублей (за 9 месяцев 2011 года был рост в 1,4 раза).

В разрезе видов экономической деятельности объем предоставленных за 9 месяцев кредитов распределился следующим образом: предприятиям обрабатывающих производств выдано 3,3 млрд.руб., предприятиям оптовой и розничной торговли, ремонта автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования — 1,5 млрд.руб., предприятиям сельского хозяйства, охоты и лесного хозяйства — 1,3 млрд.руб., строительства — 1,3 млрд.руб., прочим видам деятельности — 0,3 млрд.рублей.

А предприятия в основном отдавали предпочтение традиционным банковским услугам по кредитованию, инкассации, расчетному и кассовому обслуживанию. В последнее время ассортимент банковских услуг расширился, возросло число предприятий, воспользовавшихся кредитными линиями, широкое применение получила практика кредитования при недостатке средств на расчетном (текущем) счете предприятия — кредиты «овердрафт», их объем составил 2,5 млрд.рублей, повысился интерес к услугам по кредитованию персонала, расчетам с помощью платежных карт, применению в обслуживании

с использованием Интернета. Взаимодействие экономики и банковского сектора в Адыгее растет на основе новых технологий.

По состоянию на 01.01.2012 года в регионе действовало 102 банковских учреждения: 5 самостоятельных кредитных организаций; 6 филиалов; 76 дополнительных офисов (из них 65 — Адыгейского ОСБ № 8620); 7 операционных касс, 7 операционных офисов и один кредитно-кассовый офис.

В первом полугодии 2012 года сохранился рост капитала кредитных организаций, ресурсной базы, объемов кредитов, предоставленных реальному сектору экономики и населению. Капитал самостоятельных банков увеличился за 2012 год на 8% и превысил 580 млн. рублей. Вместе с тем наращивание кредитного портфеля сопровождалось увеличением риска кредитных операций. [2]

Развитие кредитных операций банков с реальной экономикой во многом определяется темпами и характером структурных преобразований в отраслях реальной экономики, мерами по повышению степени правовой защиты прав кредиторов, а также открытостью информации о финансовом состоянии и о структуре собственности организаций, работающих в реальном секторе, в том числе на основе составления и раскрытия отчетности на консолидированной основе.

В целом объем кредитных вложений в республику (включая заимствования за пределами региона) на 01.10.2012 года составил 23,4 млрд. рублей и увеличился с начала 2011 года на 25,2% или на 4,7 млрд. рублей, в том числе объем кредитных вложений банковского сектора в регионе на 01.10.2012 года составил 16,9 млрд. рублей и увеличился с начала 2011 года на 18,6% или на 2,6 млрд. рублей.

Кредитные организации Республики Адыгея должны выдавать предприятиям долгосрочные кредиты, так как именно они создают фундамент и предпосылки их стабильного и устойчивого развития. Банки должны работать на экономику, а экономика будет стимулировать расширение и укрепление банковского бизнеса.

Так, на долю долгосрочных кредитов (предоставленных на срок свыше трех лет) приходится 46,8% от общего объема кредитных вложений или 7,9 млрд. рублей.

Сумма кредитных вложений по кредитам, предоставленным предприятиям, организациям и индивидуальным предпринимателям, банковским сектором в регионе по состоянию на конец 2012 года составила 11,7 млрд. рублей и увеличилась с начала 2011 года на 15,6% или на 1,6 млрд. рублей (за 9 месяцев 2011 года рост на 17,1% или на 1,4 млрд. рублей).

Вместе с тем расширение процесса кредитования сдерживалось нестабильным финансовым положением потенциальными заемщиками, высоким уровнем кредитных рисков. Сумма просроченных кредитов выросла с начала 2011 года с 54,7 до 86,5 млн. рублей (рост в 1,6 раза). При этом наибольшая доля (82,2%) просроченных кредитов приходилась на реальный сектор экономики.

Поэтому основными факторами, которые должны учитываться в процессе принятия решений о кредитовании, остается анализ эффективности бизнеса клиента, структуры капитала, перспектив развития, конкурентоспособности позиций в регионе, его деловой репутации и рентабельности предлагаемого проекта. Важное значение имеет оценка предлагаемого обеспечения кредита.

Интегрированный подход к обслуживанию каждого клиента позволяет банку оказывать реальную кредитную поддержку значительному числу предприятий и организаций. Кредиты предоставлялись на различные цели: создание и развитие материально-технической базы заемщиков, приобретение оборудования, сырья и материалов, пополнение оборотных средств, а также на осуществление различных коммерческих сделок.

Каждый год банком производится кредитование инвестиционных проектов. Инвестиционные проекты были направлены на расширение существующего производства, поддержание производственных мощностей, интенсификацию и модернизацию производства. Приоритетной формой является приобретение машин и оборудования, а также приобретение и строительство производственных и административных помещений.

Эффективная модернизация банковского сектора является одной из первоочередных задач современного этапа развития, от решения которой во многом зависит будущее экономики. Для качественного обслуживания финансовых потоков нужна работоспособная банковская система с достаточно развитым рынком банковских услуг. Именно он служит показателем того, насколько предлагаемые кредитными учреждениями продукты востребованы экономическими субъектами, в какой мере деятельность банков, направленная на расширение спектра и повышение качества услуг, способствует формированию устойчивой банковской системы.

Для дальнейшего развития банковского сектора в регионе стоят следующие основные задачи:

- наращивание самостоятельными банками собственных средств (капитала) до минимального размера, установленного банковским законодательством (Федеральным законом от 28.02.2009 № 28-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О банках и банковской деятельности») к 01.01.2013 до 180 млн. рублей;

- увеличение объемов кредитования в реальный сектор экономики и домашние хозяйства, внедрение новых банковских продуктов, удешевляющих стоимость кредитов;

- проведение мероприятий по улучшению качества активов, в том числе снижение просроченной задолженности, взыскание проблемных долгов с недобросовестных заемщиков;

- расширение доступности населения к банковским услугам: открытие новых внутренних структурных подразделений, банкоматов, банковских платежных терминалов;

- повышение качества банковских услуг, развитие конкуренции в банковском бизнесе, внедрение совре-

менных банковских технологий, развитие банковского обслуживания малого бизнеса и населения;

- повышение транспарентности (прозрачности) кредитных организаций, улучшение качества корпоративного управления и управления рисками;

- повышение уровня финансовой грамотности населения и обеспечение доступа к банковским услугам жителям отдаленных населенных пунктов республики;

- дальнейшее развитие механизма поддержки малого и среднего предпринимательства региона через банковскую систему путем предоставления предпринимателям субсидий на выплату части процентной ставки по кредитам банков.

Активизация операций банков с реальным сектором экономики невозможна без создания устойчивой долгосрочной ресурсной базы.

Литература:

1. Бурая Г.А., Иванченко О.Г. Роль банковского сектора в развитии экономики // Деньги и кредит — 2011 г. № 1.
2. Воробьева И.Н. «Экономика и банковская сфера в Республике Адыгея за 2010—2012 год» Национальный банк РА (экономическое управление) Майкоп, 2012 г.

18. ТУРИЗМ

Towards Online & Virtual Event Marketing

Qirici Eleina, Assoc. Prof. Phd

Oriola Theodhori Ph.d

Marketing-Tourism Department, Korca's University

For marketing manager the question is not should they use the Internet, but rather how they should use the Internet. Internet marketing is one of the most discussed areas recently. The Internet is an enormous source of information for market research and event marketing. Effective event marketing increases awareness, generates excitement and helps increase attendance and participation in event. Whether we are promoting a cultural event or organizational activity, an effective marketing campaign will help us to make the event successful. To increase event attendance marketers use visual marketing, direct and electronic mail and different kind of services. Marketing event can be as challenging as planning it. While technology platform providers have the tools to facilitate the back-end production of online events, the studies in this field are limited. That's why there is a growing need for an event marketing perspective with online and virtual events in order to secure competitive advantages. The main aim of this study is to analyze the impact and perspectives of internet in event marketing and how it can be used by organizations in order to promote the touristic destinations.

Research methodology. Primary and secondary research were considered to gather data from a target audience. The electronic page, (<http://www.akt.gov.al>) were used to find the corresponding websites.

Key words. Event marketing, virtual event, visual marketing.

Introduction

To achieve competitive advantage for its tourism industry, any destination must ensure that its overall 'appeal', and the tourist experience offered, must be superior to that of the alternative destinations open to potential visitors. Existing and potential visitation to any destination is inextricably linked to that destination's overall competitiveness; however that is defined or measured. A major aim of the paper is event management industry which is grow up and play an important role in promotion of touristic destinations. Since a range of factors influence destination competitiveness, including price and non-price factors, there is a need to develop indicators which reflect this. The development of a set of competitiveness indicators would serve as a valuable tool in identifying what aspects or factors influence tourists in their decision to visit other countries and the role of internet in promotion of different kind of events. The development of an associated set of indicators will allow identification of the relative strengths and weaknesses of different tourism destinations. With advances in technology and the growth in digital media usage (Cheong and Morrison, 2008), advertisers are seeking new ways to reach consumers. Numerous studies indicate an increase in social network usage (Goldsborough, 2009). While teenagers were primarily the first users of social networks, a growing population of 25 to 34-year-olds and

white-collar professionals now also use them (Kim, 2008). The growth of these demographics more generally demonstrates the growing applicability of social networks to everyday life. Cooke and Buckley (2008) predicted that websites and the Internet would be the marketing tactics of the future. In their theoretical essay, the authors identified several trends regarding the growing use of online social networks. The increase in the open source movement through shared intellectual property, the emergence of Web 2.0 and an increase in the number of online social networks have contributed to the overall growth of online social networking. For these reasons many touristic organizations have create their presence online to promote and to attract tourist and the other consumer to take part in different kind of activities, to invite them to visit touristic destinations and to take part especially in events. To increase event attendance marketers use visual marketing, direct and electronic mail and different kind of services. Marketing event can be as challenging as planning it. While technology platform providers have the tools to facilitate the back-end production of online events, the studies in this field are limited. That's why there is a growing need for an event marketing perspective with online and virtual events in order to secure competitive advantages. The main aim of this study is to analyze the impact and perspectives of internet in event marketing and how it can be used by organizations in order to promote the touristic destinations.

1. Literature Review

1.1 Impacts and benefits of event marketing.

Events are an important motivator of tourism. The roles and impacts of planned events within tourism have been well documented, and are of increasing importance for destination competitiveness. Yet it was only a few decades ago that 'event tourism became established in both the tourism industry and in the research community, so that subsequent growth of this sector can only be described as spectacular. Equally, 'event management' is a fast growing professional field in which tourists constitute a potential market for planned events and the tourism industry has become a vital stakeholder in their success and attractiveness. Internet and high tech technologies are used by tourism organizations in order to secure competitive advantages. But not all events need to be tourism oriented, and some fear the potential negative impacts associated with adopting marketing orientation. As well, events have other important roles to play, from community-building to urban renewal, cultural development to fostering national identities. That why tourism is not the only partner or proponent. In this paper the nature, evolution and future development of 'event tourism' are discussed, pertaining to both theory and professional practice.

Planned events are spatial-temporal phenomenon, and each is unique because of interactions among the setting, people, and management systems—including design elements and the program. Much of the appeal of events is that they are never the same. In addition, 'virtual events', *communicated through various media*, also offer something of interest and value to consumers and the tourism industry. They are different kinds of event experiences.

The study of event impacts has been driven by a need to examine the positive impacts of holding events in order to promote a touristic destination and a need to leverage the best possible benefits for communities that host events, (Ritchie 2000). To date the event impact literature is rather piecemeal (Faulkner et al 2003). As events themselves are often one-offs, so too are the studies of event impacts so a solid body of comparative evidence has been slow to develop. This is being addressed in more recent work with economic impact studies while the negative impacts and the unequal distribution of benefits are also less commonly explored (Hiller 1998). While much of the literature focuses on economic benefits, many authors (Carlsen and Taylor 2003; Fredline et al 2003) suggest more research is needed on the social, physical, environmental and tourism impacts of events and their interrelationships. To this end there have been various attempts to develop an event impact evaluation framework (Hiller 1998; Ritchie 2000; Faulkner et al 2003). These studies set out the key frameworks used to analyze event impacts and guides readers through the range of impact analysis topics.

The most recent literature indicates a new focus is emerging with an emphasis on leveraging positive benefits

of an event (O'Brien 2006). This growing body of knowledge draws more on qualitative studies to analyze the equity of benefits and *to explore the most productive strategies for enabling host communities to benefit from an event*. Internet plays an important role in promotion and of tourist destination. Many local and international touristic organizations have their own website to increase traffic of tourists that visit a particular destination. According to a recent survey by BizRate.com (2010), 90% of the respondents intend to use the internet exclusively or in conjunction with off-line resources to schedule airfare, 92% of those planning to purchase travel online and reservation of hotels, (57%) to rent cars and (42%) to get information about events and then to make reservation online. More than 75 percent of respondents indicated that discounts would motivate them to purchase future travel reservations online and to take part in different kind of events. According to a 2009 Jupiter Communications' research study, Internet users ranked «searching on the Internet» as their most important activity, rating it 9.1 on a 10 point scale. And most Internet users find information through the use of search engines and online directories. Tourism Destinations emerge as umbrella brands and they will need to be promoted in the global marketplace as one entity for each target market they try to attract. The emerging globalization and concentration of supply increase the level of competition and require new internet marketing strategies for destinations. *So, event marketing has an important role in promotion of touristic destinations.*

Event marketing is the activity of designing or developing a themed activity, occasion, display, or exhibit (such as a sporting event, music festival, fair, or concert) to promote a product, cause, or organization. This also called event creation. In an events context impacts of internet encompass a variety of positive benefits to an event. These impacts and benefits are very important to the tourists and the others people who continuity take part to events. They may be felt by a variety of stakeholders including participants, local businesses and the host community. An event will affect people in different ways, thus, there may be inequity in the distribution of impacts and benefits. Typically studies focus on one or more of the following impact areas: Physical infrastructure; Environmental impacts (often linked with physical infrastructure); Economic impacts; Tourism destination impacts (the focus of this study); Image enhancement; Social impacts; Cultural impacts; Political impacts, Urban renewal and Technology impact especially internet. The literature review was also used as the basis for identifying core and qualifying attributes of special events that were subsequently used to support a range of definitions that was proposed for different special event types and the important of internet to promote and to drive traffic on website. This will lead in increasing the number of tourist and the other people to take part in an event. According to «Power and Value of Event Marketing the 2004 MPI/GPJ Event Trends Report», the value of event mar-

keting is focused in three area: 1. Buyers information needs are changing due of internet use. 2. Marketing priorities are changing. 3. Events are becoming a more important part of the marketing mix.

2. Methodology

2.1 Sampling Procedure

In social research, two approaches can generally be taken, based on the two broad categories of data that exist: qualitative or quantitative. Essentially, qualitative research involves data in the form of words, pictures, descriptions, or narratives; meanwhile, quantitative research uses numbers and counts and measure things. The decision on whether to choose a quantitative or qualitative approach lies in the nature of the mind of the researcher, research field, and research problem (Sullivan, 2001). For the purpose of this study, was used the website of Tourism National Agency in Albania, (<http://www.akt.gov.al>) and www.bashkiakorçe.gov.al. The study research was conducted in two phases. The first phase encompassed the analysis the profile of the tourists and the impact of event marketing and internet, while the second phase referred to the assessment tourist manager to the importance of internet marketing to an event and the development possibility of it, in promotion of touristic destinations.

2.2 Data Collection

Search engines, Google and (<http://www.akt.gov.al>) were used to find the corresponding websites. As the site performance may be influenced by the type of browser, computer speed, internet speed, and time of a day, these external factors were controlled when conducting the content analyses of the sites. The questionnaires were completed by the tourist managers in Korça region during the last year. They were asked about the importance of internet marketing to an event and the development possibility of it, in order to promote the touristic destinations. One of the research aims is contained in the acquisition of reliable data based to tourist characteristics and the important of event marketing, internet and websites. In such a way an attempt was made to collect data on the event structure according to the types, time period as well as to geographical division of events within the tourist destination.

2.3 Study region

Korça is famous for its special buildings and premises of a high tourist value. There are developed some types of tourism such as: cultural, ecological, mountainous tourism etc. The Korça's city population is about 86.176 inhabitants, with an almost equal distribution of females and males (according to the statistics of 2010). During 2004, it is observed that the number of «incoming» population is greater than that of «going out». This shows a tendency of increasing population, despite the immediate decrease that it suffered after the year 1990 because of the migration within the country and the emigration of a considerable number of inhabitants abroad, and also because of the students, who after the end of their studies have had the tendency to exercise their profes-

sions at the place where they studied. Besides the Albanian nationality the population of the city and its districts is a bit mixed with Slavs, Vlachos, and Romanians. Due to its favorable geographical position, Korça region has always represented an attractive and easily accessible tourist destination for tourists from the neighboring countries, such as Greece, Macedonia, Italy and the other European countries such as Germany or Netherland.

Due to its total resources, achieved development level and potentials, the sector of tourism has an exceptional importance in the development of Albania as a touristic destination. In 2009, 3.050.828 tourists visited Albania (20 % of total visitors to Korça). The total of tourist capacities (all categories and types) records an increase in compare with the last year. Albania is considered as one of the most attractive touristic destination recently. The tourists accommodations belongs to private accommodation, tourist resorts, apartments, apartment-hotels, holiday homes, farm tourism facilities, holiday campuses and other.

The main tourists in Albania are from Kosovo, 674.214 visitors or 37 % of total number of visitors; Macedonia 306.714 visitors or 17 %; Montenegro 18.731 visitors or 7 %; Italy, 100171 visitors or 6 %; Greece, 98919 visitors or 6 %; United Kingdom, 56.734 visitors; Germany 47.240 visitors; Serbia, 40.561 visitors; Turkey, 25.542 visitors and France 19.342 visitors. The total amount of money during 2009 was 1.054 million euro. It is Master Plan of Development of Tourism in Korça region in 2009 who is very important for region development including here the infrastructure technology and other investments. There are many events that take part during different time in Korça region, as «Birra's Celebrity», «Light's Festival», «Christmas Trade Show», «Korça's Carnivals», «Musical Week», commercial events, and other sports activities. The portal site of «Marketing Tourism Destinations» play an important role in promoting Korça as a touristic destination because provide information on four core areas: How to get there (e.g., air travel); Getting around (e.g., car rental); Places to stay (e.g., hotel accommodation); Things to do (e.g., places to see, dining, shopping, shows and events).

2.4 Measurement of attitudes and data collection

The research conducted for this paper is a unique research on events in tourism in the Korça region. Two approaches can generally be taken, based on the two broad categories of data that exist: qualitative or quantitative. The target group in this study consists of tourists and managers of tourist organizations in Korça region. The results were obtained by using the survey method on a sample of 80 tourists. They were asked to self-complete the questionnaire and return it to their tutor. Seventy-two questionnaires were returned representing a 90 % response rate. Questions relating to age, gender, education, family status and income were included in this section of the questionnaire, while the second part related to the perception of the importance of internet in promotion of event. The questionnaire consisted on questions about?; where did you get

Table 1

Demographic Data	Percentage of respondents
AGE Younger than 20 years	9.2 %
20–35 years	29 %
36–50 years	33.6 %
More than 50 years	28.2 %
GENDER	Percentage of respondents
Male	42 %
Female	58 %
EDUCATION	Percentage of respondents
Secondary School	4.9 %
High School	27.2 %
Professional Education	6.0 %
University Bachelor	40.8 %
University Master	15.4 %
Higher than Master (PhD candidate, PhD, other)	3.5 %
Other	2.2 %
NATIONALITY	Percentage of respondents
Albanian, Macedonia, Greece, Kosovo.	92 %
European nationalities (e.g., French, German, British, Italian, etc.)	8 %
Family Status	Percentage of respondents
Married, children at home	38 %
Married, no children at home	26 %
Never married	22 %
Others	14 %

the information? How important were internet and websites? Which is the main role of internet to find the necessary information? How important are the attributes to promote events through internet marketing? Will you use again these websites? What is the impact of internet in your decision making? etc, all, were recorded on five-point Likert's scales.

The research methodology was based on two fundamental approaches which include use of descriptive and the importance-performance analysis was used to determine tourists and tourism manager attitudes toward the importance of six attributes to promote events through internet marketing.

3. Profile of tourist in Korca region.

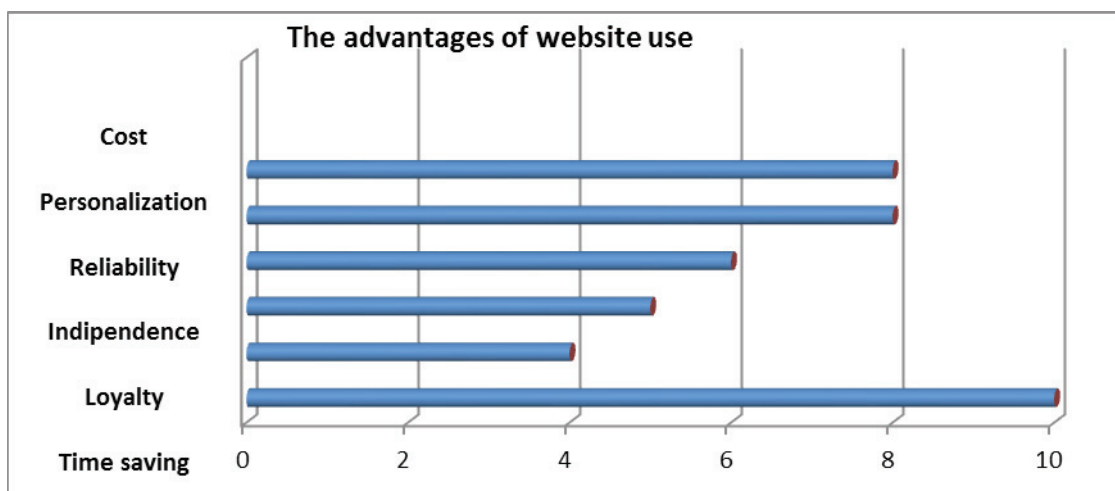
Table 1, provides demographic information on the 80 respondents that were used in this study. The results presented in this table show that a reasonable coverage of categories was achieved for all demographic variables.

The research on the general characteristics of tourist shows that women prevail in the structure (58 %), while men make up only 42 %. The age of tourists between 20 and 35 is (29 %), followed by (33.6 %) of group between 36 and 50 years of age and the least represented group more than 50 is 28,2 %. Most of tourists being university educated, about, 59 %. Most of the tourist are married with children at home, (38 %), married, no children at home, (26 %) and never mar-

ried, (22 %). How about nationality, the main tourist are in-bound from Albania and outbound from Macedonia, Greece, Kosovo, in total 92 %, while only 8 % are from European nationalities (e.g., French, German, British, Italian, etc.)

3.1 The study findings. With little previous academic research on usage of tourism destinations organizations websites by the tourist in order to get information or to take part in different kind of events it was difficult to create a descriptive analysis on practices and perceptions to event or event online. Successful event marketing will take in account the impact of technology.

The tourists were asked about: where did you get the information about the events in Korca region? and 44 % of them used touristic destinations organizations websites, (<http://www.akt.gov.al>) and www.bashkiakorke.gov.al, continually, 28 %, broadcast advertising, 12 % direct marketing and only 16 %, brochure. Chart 1 shows the average of rating given by the set of respondents. Based on the average rating we find that time saving is the biggest advantages that tourist perceive when they use the website of touristic destination organization. They are very skeptic towards loyalty and consider personalization as a important advantages that gives more commodity during the interface with the website. A more interesting emphasis in their perception is that e-marketing help the tourist to be less dependent that other individuals. They were aware about the benefits and advantages of website use as below:



3.2 Tourist managers and tourist attitudes towards internet marketing in events promotion.

A part of research was conducted to understand the tourist perception about the importance of events online and how can be used by managers in order to increase the number of inbound and outbound tourists. The importance-performance analysis was used to determine tourists and tourism managers attitudes toward the importance of six attributes to promote events through internet marketing.

According to «2008 MPI/GPJ Event Trends Report, The Power and Value of Event Marketing» there is regional a difference in budgets between Europe and USA. So, The anticipated increase in budgets for elements of the marketing mix is show below: Event Marketing (USA — 34 %, Europe — 40 %); Direct Marketing (USA — 15 %, Europe — 32 %); Web/Internet, (USA — 30 %, Europe — 28 %); Advertising (Print), (USA — 30 %, Europe — 15 %); Advertising (USA — 64 %, Europe — 48 %); Public Relations, (USA — 48 %, Europe — 36 %); Sales Promotion), (USA — 25 %, Europe — 12 %). The budget for event marketing is higher in Europe than in USA, this means that special events should be regarded, principally, as part of the main strategy.

According to the studies (<http://www.trimarksolutions.com>) there are six ways to promote event through internet marketing. 1. The use of social media resources. As the first obvious outlet to event marketing online, social media is a chance to personally touch individual people who are interested in or looking for an event. Manages should use Facebook walls, tweeters, etc. 2. Connect directly to consumers with email. Most people check their emails up to 2 to 3 times a day. Manager can either collect a database for tourist or consumers (segmented into demographics) and send email blasts about upcoming events or specials. 3. Post on local community sites. Generally in today's internet savvy world, a city or town will have a community website for local businesses or citizens to find events or happenings that are going on in the community. These sites are excellent for a town's economy: it helps smaller businesses have a higher traffic flow and informs the locals of upcoming events. These sites are usually free and get a lot of localized traffic to them. 4. Link your way into the

peoples' hearts. Always make the links and event relevant to the blog or post you're linking to. A great way to spread the hype about an event is to post on your current blog about all the preparations, pre-games and after events. 5. Create and speaking of blogs. A great way to spread the hype about an event is to post on your current blog about all the preparations and after events. 6. Have a webpage in your site just for your event. An event needs a lot of information.

Both tourist and tourism managers were asked about the importance of six attributes. It was used a point scale of five to asses the importance of attributes. The differences in perception of both tourist and manager are vey small. This means that all attributes are very important. The results are shown in Table 2.

To provide a measure of validity when examining the perceptions of tourism manager to importance of internet marketing were asked about «How long have you been using internet marketing?», 24 % of them have used it for less than a year, 17 % have used it for a year, 36 % have used internet marketing for five years and 23 % for over five years.

The study also examined the responses to the survey questions, «How often your company used email campaign to promote an event? To analyze these questions, were used the combined of e responses from «very often» (5) «to never» (1). More than 55 % of tourism managers used often or very often email marketing campaign to promote an event, 23 % of them not very often and 22 % never. The last ones used more traditional marketing campaign and printed brochures. The answer:» Have a webpage just for event?».

Unfortunately, even thought they point very important (4.56), only 12 % no one of them has a webpage just for events but they would build it the following months or years. It is the same situation even for create and speaking of blogs.

The role of social media is pointed very important too but some of them consider it as a common advertising platform. Social media make it easier to reach consumers, 68 % agreed, 22 % neither agreed nor disagreed, and 10 % disagreed. The last answer was about the post on local community sites. This was considered as very important and 67 % of them post it in a continuous way while 33 % very rare.

Table 2

Attributes	Importance mean (tourists)	Importance mean (managers)	Differences
Social media resources	4.36	4.28	0.08
Connect to consumers through email	4.68	4.68	0.00
Post on local community sites	4.32	4.34	0.02
Link your way into the peoples' hearts	3.32	3.68	-0.36
Create and speaking of blogs	4.22	4.24	0.02
Have a webpage just for event	4.56	4.84	- 0.28

Taken as a whole, the results from the survey indicated less industry-wide usage of internet marketing to promote events compared to perceptions of industry-wide usage from the respondents at the digital and full-service agencies. Regardless of universal usage rates, tourism organizations use internet marketing for events promotion. However, the online survey also indicated that many organizations are still unsure about their effectiveness. When asked to rate the statement, «Consumers are more responsive to messages in internet and social media versus traditional media.

Summary

- Event industry, in Korca region is included in a process of evaluation further more an increase of clients especially outside Albania is noticed. This is attributed global links and the speed of securing the services.
- Internet marketing plays an important role in promotion of different kind of events. It often helps tourists decision making to take part in events.
- Internet, influence not only the consumer's choice of event destination or package but, crucially for the industry, it also influences the consumer's booking pattern. By facilitating price comparisons the Internet also focuses the con-

sumer on the comparative value of the offering and consumers are becoming increasingly value focused.

- Manager may secure a depth understanding of consumer behaviour in relation to these events and this is very critical if regions are to maximize the net benefits that are derived from these events.
- The consumer's perspective upon which the conceptualization was based, will enable special events to be developed and promoted in a manner that has relevance for the consumer.
- The various techniques were able to demonstrate differences between respondents having a high event visit intention and respondents having a low event visit intention and the use of internet and tourism organizations websites.
- The individual influences that were used in this study to examine consumer behaviour in relation to a range of visitor attractions including special events, provided additional information in website which varied between tourists.
- Research needs to be undertaken to explore further instruments used to measure personal influence and other factor in tourists decision making.
- The field of special events has clearly suffered from the lack of a commonly accepted definitional base.

References:

1. Andersson T. D. & Getz, D. (2009). Tourism as a mixed industry: Differences between private, public and not-for-profit festivals, *Tourism Management*, 1–10
2. Bowdin G., Allen J., O'Toole W., Harris R. & McDonnell I. (2004). *Event Management*, 2nd Edition, Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann
3. Carlsen J. (2004). The economics and evaluation of festivals and events, pages 246–259, *Festival and events management, an international arts and culture perspective*, Oxford: Butterworth-Heinemann, Elsevier
4. Dwyer L., Mellor R., Mistilis N. & Mules T. (July 2000). A framework for evaluating and forecasting the impacts of special events, Paper presented at the Conference on Event Evaluation, Research and Education: Events beyond 2000: Setting the agenda, Sydney
5. Getz D. (2005). *Event Management & Event Tourism*, 2nd Edition, New York: Cognizant Communication Corporation
6. Getz D. (2007). *Event Studies — Theory, Research And Policy For Planned Events*, Oxford: Butterworth-Heinemann
7. Getz D. (2008). Event Tourism: Definition, Evolution, And Research, *Tourism Management*, 29 (3), 403–428
8. Goldbatt J. J. (July, 2000). A Future For Event Management: The Analysis Of Major Trends Impacting The Emerging Profession, Paper presented at the Conference on Event Evaluation, Research and Education: Events beyond 2000: Setting the agenda, Sydney

9. Gursoya D., Kimb K. & Uysalc M. (2004). Perceived impacts of festivals and special events by organizers: an extension and validation, *Tourism Management*, volume 25, 171–181 2003 L. Dwyer & C. Kim *Current Issues in Tourism* Vol. 6, No 5, 2003
10. Kotler P. (1965). Behavioral Models for Analyzing Buyers. *Journal of Marketing*, 29 (4), 37–45
11. McKenzie C.J., Wright S., Ball D.F. & Baron P.J. (2002). The publications of marketing faculty — who are we really talking to? *European Journal of Marketing*, 36 (November), 1196–1208
12. O'Reilly T. (2005). What is Web 2.0? Retrieved on April 6, 2010 from <http://oreilly.com/lpt/a/6228>

Развитие инновационного кластера как ключевого инструмента повышения конкурентоспособности индустрии туризма

Маклашина Лариса Рудольфовна, аспирант
Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет

В настоящее время индустрия туризма в мире является одной из наиболее динамично развивающейся сфер экономики в международной торговле услугами.

На Российскую Федерацию, обладающую большими и уникальными возможностями для развития туризма, приходится лишь 1 % мирового туристского потока.

По прогнозу, Всемирной туристской организации (UNWTO), в 2020 году Россия попадет в десятку стран лидеров по въездному туризму, а число международных прибытий достигнет примерно 1,6 млрд., доходы от реализации туристских продуктов составят около 2 трлн. долларов США в год [1, с.5], из чего можно сделать вывод, что индустрия туризма будет активно развиваться.

При этом полное и всестороннее удовлетворение туристских потребностей требует скоординированной работы всей совокупности средств, объектов и организаций туристской индустрии, современных методов и механизмов обслуживания клиентов.

Развитие предприятий туристской индустрии невозможно без комплексного развития всей туристской отрасли и смежных с ней отраслей народного хозяйства. Кластеры как раз и являются оптимальной формой для развития этих отношений.

Согласно теории М. Портера, «кластер — это группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний (поставщиков, производителей и др.) и связанных с ним организаций (транспортные, образовательные заведения, органы государственной управления и др.), действующих в определенной сфере и взаимодополняющие друг друга». [2, с. 21]

Мировой опыт показывает, что в условиях рынка кластеры наиболее гибкие и эффективные структуры. В их основе лежат два принципа кооперация и конкуренция.

Главный тезис М. Портера заключается в том, что перспективные конкурентные преимущества создаются не извне, а на внутренних рынках. Главная задача правительства, на раннем этапе — улучшение инфраструктуры и устранение неблагоприятных условий, затем его роль должна концентрироваться на устранении ограничений

к развитию инноваций. Критерием для выделения базовой отрасли кластера является ее способность производить продукцию конкурентоспособную на мировом рынке.

Иными словами, государство берет на себя обязательства по созданию плана обустройства и оснащения рекреационной территории, а также финансирование развития транспортной, инженерной и коммунальной инфраструктуры за счет средств федерального и региональных бюджетов. Другими словами, деятельность государства направлена на ограничение и снижение инфраструктурных проблем коммунального и транспортного хозяйства. Частный же бизнес аккумулирует свои усилия на создание, эксплуатацию и реконструкцию самих туристских объектов. Это выгодно обеим сторонам — государству, поскольку в результате создаются дополнительные стимулы не только к развитию туристско-рекреационного комплекса, но и к экономическому росту всего региона. Это выгодно и предпринимательству, поскольку оно не несет инфраструктурных издержек и минимизирует своих вложений, имея государственную гарантию безопасности деятельности.

Рассматривая цели и задачи создания туристско-производственных кластеров, следует отметить, что они призваны:

- Создавать условия для профессионального развития на основе межотраслевого сотрудничества с предприятиями смежных отраслей народного хозяйства;
- Укреплять конкурентные преимущества входящих в кластер предприятий туристской индустрии и предприятий смежных отраслей;
- Создавать благоприятную среду для развития предприятий туристской индустрии, в том числе на привлечения туристов;
- Содействовать развитию дестинации путем повышения ее аттрактивности;
- Содействовать в создании благоприятной креативной среды для предприятий различных отраслей народного хозяйства;
- Формировать новые туристские продукты и услуги способные привлекать различные категории туристов;

— Содействовать в формировании и продвижении нового имиджа туристской дестинации путем активизации креативных групп населения и предприятий туристской индустрии.

Индустрия туризма по определению это — совокупность гостиниц и иных средств размещения; средств транспорта; объектов общественного питания; объектов и средств развлечения; объектов познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного назначения; организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, а также организации, предоставляющих экскурсионные услуги и услуги гидов — переводчиков [3, с. 100].

Данные предприятия принадлежат одной или нескольким отраслям народного хозяйства, однако все они взаимодействуют на основе частно-государственного партнерства ради достижения не только экономической выгоды предприятий участников, но и ориентируясь на создание и продвижении нового инновационного качественного туристского продукта или услуги, удовлетворяющего потребности не только туристов, так и туристской дестинации.

Для развития туристического бизнеса в компании должен применяться свой набор механизмов и инструментов реализации инновационных стратегий управления. Изучение положительного опыта стратегического управ-

ления туристскими компаниями и их партнерских отношений выявлена целесообразность создания системы инновационного стратегического управления предприятием, специализирующимся на туристских услугах. Внутри предприятий туристской индустрии, в зависимости от предлагаемых услуг и продуктов, формы организации инноваций могут быть представлены как: советы по нововведениям, отделы НИОКР, проектные группы, отделения новой продукции, комитеты, управления, рабочие группы, центры развития, консультативные и аналитические отделения.

Объединившись, в туристский кластер, предприятия работающие в сфере индустрии туризма, используя инновационные продукты в сфере управления бизнесом, получают конкурентное преимущество в создании нового конкурентоспособного продукта удовлетворяющего потребности делового туриста и возможность быстрее реагировать на изменения внешней и внутренней среды туристского рынка, тем самым привлекая в регион новых инвесторов и потенциальных потребителей туристских услуг данного сегмента рынка.

Таким образом, кластерный подход будет, с одной стороны, способствовать полному удовлетворению запросов населения, а, с другой стороны, будет содействовать повышению эффективности деятельности, как предприятий индустрии туризма, так и предприятий смежных отраслей народного хозяйства.

Литература:

1. Морозов М. А. Экономика и предпринимательство в социально — культурном сервисе и туризме. — М. Изд. Центр Академия, 2009 г.
2. Портер М. Конкуренция. — М.; ЮНИТИ, 2001 г.
3. Чудновский А. Д., Жукова М. А. Информационные технологии управления в туризме. — М.; КноРус, 2011 — 104 с.

19. ЛОГИСТИКА И ТРАНСПОРТ

Применение научного подхода Э. Деминга к вопросам повышения качества услуг предприятиями внутреннего водного транспорта

Вдовина Светлана Дмитриевна, кандидат экономических наук;
Корнеев Дмитрий Георгиевич, кандидат педагогических наук;
Пантюхина Светлана Андреевна, кандидат экономических наук;
Пантюхина Алевтина Андреевна, кандидат экономических наук
Волжская государственная академия водного транспорта (Казанский филиал)

Концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года в области внутреннего водного транспорта повышение доступности и качества услуг транспортного комплекса определено как одно из стратегических направлений роста конкурентных преимуществ отрасли.

«В настоящее время эксплуатируемая сеть внутренних водных путей России имеет самую большую протяженность в мире и составляет 101,3 тыс. км. Большая часть этих путей обладает развитой инфраструктурой по организации и обслуживанию судоходства. На реках России функционируют 131 порт, имеющих соответствующие подъездные пути, что позволяет максимально использовать их мощности. При этом негосударственный сектор на перевозках грузов и пассажиров внутренним водным транспортом занимает в России доминирующее положение (более 90% объема перевозок). Состав флота, которым обладают речные перевозчики, многообразен и позволяет выполнять перевозки практически всех видов грузов. В то же время на долю внутреннего водного транспорта приходится менее 2% от общего объема перевозок грузов в Российской Федерации. Этот показатель значительно уступает европейским странам, имеющим менее развитую сеть внутренних водных путей, таким как Германия, Франция, Бельгия и Нидерланды, где наблюдается постоянное и значительное увеличение объема перевозок речным транспортом. Особенно быстро растут контейнерные перевозки, которые на внутреннем водном транспорте Российской Федерации занимают менее одного процента от общего объема перевозок грузов» [1].

Актуальность проблемы повышения качества услуг предприятиями внутреннего водного транспорта обусловлена пониманием того, что в рыночной модели экономики контроль качества должен опираться на научно-обоснованные концепции управления качеством, которые эффективно применяются на практике как в США, так и других странах мира. Одной из таких научных концепций в области управления качеством, яв-

ляются принципы, разработанные американским ученым Э. Демингом.

Доктор У. Эдвардс Деминг предлагает соблюдение следующих простых правил, которые нужно применять на всех предприятиях [3]:

- опирайтесь на статистические подтверждения качества в ходе производства, а не в конце. Чем раньше установлена ошибка, тем дешевле обойдется ее устранение.

- полагайтесь на тех поставщиков, которые исторически доказали качественность своих поставок, а не на выборочный контроль качества при приемке каждой партии. Вместо большого количества поставщиков, отберите и придерживайтесь нескольких, которые стабильно обеспечивают удовлетворительное качество.

- полагайтесь на подготовку и переподготовку, дающие работнику необходимые знания для применения статистических методов в своей работе, а не на призывы улучшить качество. Работники должны чувствовать, что могут совершенно свободно сообщить о любом условии, отрицательно влияющим на качество.

- полагайтесь на мастеров, которые руководствуются статистическими методами и помогают людям лучше делать свою работу, а не на нормы и стандарты производства. Статистические методы выявляют источники затрат, а группы конструкторов, мастеров и рабочих устраняют эти источники

- возьмите на вооружение принцип, что плохое качество просто не приемлемо. Дефектные материалы, плохое выполнение работы, дефектные изделия и плохие услуги просто отвергаются.

Несоблюдение научно-обоснованных принципов управления качеством Э. Деминга, в частности, на внутреннем водном транспорте, привело к трагедии в 2011 году с прогулочным теплоходом «Булгария» на реке Волга, которая, в первую очередь, была связана с колоссальным износом судна.

Несмотря на случившееся, рассматриваемый сегмент до сих пор находится в критическом состоянии. При этом

к основным проблемам исследуемой отрасли можно отнести стареющий флот, неудовлетворительное состояние внутренних водных путей и острейший кадровый дефицит.

Вместе с тем, важной составляющей предоставления данного вида услуг выступает низкая себестоимость и возможность перевозить грузы любых габаритов, что не под силу другим видам транспорта. А в случае соблюдения такого принципа Э. Деминга, как подготовка и переподготовка кадров, т.е. качественное обучение сотрудников логистике, процессы выгрузки и разгрузки судов в портах можно сделать быстрыми и оперативными, дополнительно снизив себестоимость перевозки. Однако явное преимущество перед другими видами транспорта не оказывает должного влияния на состояние и развитие отечественного флота.

С другой стороны, рассматриваемые принципы современного менеджмента сформулированы исходя из потребностей США. Основам управления здесь уделяется незначительное внимание, в то время как с точки зрения исследования проблем российского менеджмента, сегодня это представляет наибольший интерес для нашей страны.

Вадим Аркадьевич Липидус, д.т.н., профессор Государственного университета Высшей школы экономики (Н. Новгород) предлагает спроецировать принципы менеджмента Э. Деминга на российскую практику, ряд которых представлен в таблице 1.

Отметим, что не все принципы Э. Деминга представляют актуальность для российской действительности, вместе с тем, их рассмотрение позволяет сформулировать иные принципы, реализация которых весьма важна для отечественных предприятий.

Полагаем, что соблюдение рассмотренных нами достаточно простых правил Э. Деминга, адаптированных на российскую экономику, позволит повысить популярность водного транспорта в части грузоперевозок.

Менеджмент качества и безопасность судоходства на внутреннем водном транспорте становится актуальным для всех звеньев логистической цепочки перевозок.

В перечень основных нормативных правовых актов, регламентирующих безопасность судоходства включается:

1. Конституция РФ;
2. Кодекс внутреннего водного транспорта РФ от 07.03.2001 N 24-ФЗ;
3. Федеральный закон от 4 мая 2011 г. № 99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности»
4. Положение «О лицензировании деятельности по перевозкам внутренним водным транспортом, морским транспортом пассажиров», утвержденное Постановлением Правительства РФ от 6 марта 2012 г. № 193;
5. Правила плавания по внутренним водным путям РФ, утвержденные приказом Минтранса РФ от 14.10.2002 N 129;

6. Правила пожарной безопасности на судах внутреннего водного транспорта РФ, утвержденные приказом Минтранса РФ от 24.12.2002 N 158;

7. Положение о минимальном составе экипажей самоходных транспортных судов, утвержденное приказом Минтранса России от 01.11.2002 N 138;

8. Положение о дипломировании членов экипажей судов внутреннего плавания, утвержденное Постановлением Правительства РФ от 31.05.2005 N 349;

9. Положение об особенностях режима рабочего времени и времени отдыха работников плавающего состава судов внутреннего водного транспорта, утвержденное приказом Минтранса России от 16.05.2003 N 133;

10. Положение о классификации судов внутреннего и смешанного (река — море) плавания, утвержденное приказом Минтранса РФ от 01.11.2002 N 136, иные законодательные и ведомственные правовые акты.

На расширенном заседании коллегии Министерства транспорта и дорожного хозяйства Республики Татарстан в г. Казани 24 августа 2013 г. «Итоги транспортного обеспечения XXVII Всемирной летней Универсиады 2013 года в г. Казани» с участием министра транспорта Российской Федерации Максима Соколова были обозначены факторы, сдерживающие развитие внутреннего водного транспорта в регионе. В частности было отмечено, что «в Татарстане насчитывается около 3 000 малых рек и водоемов, существует огромное водохранилище в устье Камы — самого мощного и большого притока Волги. Несмотря на обширную и развитую сеть рек и озер Республики Татарстан, сегодня они используются крайне неэффективно, особенно слабо реализуется транспортная функция водных объектов в целях организации транспортного обслуживания населения городов и районов, гостей и туристов, а также хозяйствующих субъектов республики. Проблемы внутреннего водного транспорта, как в Российской Федерации, так и в Республике Татарстан определяются комплексом взаимосвязанных факторов. Основные из них — состояние транспортной инфраструктуры отрасли — водных путей и гидротехнических сооружений на них; функционально-возрастная структура и техническое состояние флота как основного средства производства транспортных услуг; финансово-экономическое положение и структура собственности судоходных компаний и портов и др». [4].

Повысить качество услуг предприятиями внутреннего водного транспорта можно только путем обновления парка судов. Однако, учитывая высокую стоимость и недостаточность собственных средств у предприятий водного транспорта, обновление флота идет крайне низкими темпами. На коллегии было предложено разработать механизм софинансирования из федерального и республиканского бюджета на приобретение новых судов. Помимо этого нужно более широко использовать лизинговые механизмы с гибкими условиями погашения платежей и рассмотреть возможность субсидирования приобретения судов из федерального бюджета

Таблица 1

Проекция принципов менеджмента Э. Деминга на российскую практику [2]

Принципы Деминга	Проекция на российскую практику
1. Покончите с зависимостью от массового контроля. Уничтожайте потребность в массовых проверках и инспекции как способе достижения качества, прежде всего путем «встраивания» качества в продукцию. Требуйте статистических свидетельств «встроенного» качества как в процессе производства, так и при выполнении закупочных функций.	Чем заменить инспекцию качества? Сегодня это практически единственный метод обеспечения качества. Статистические методы не усвоены, применяются крайне редко, кружки и группы качества не применяются, вовлечение руководства и персонала невысокое. На «борьбу с качеством» бросили один ОТК, начальника ОТК сделали заместителем генерального директора по качеству, дали задание внедрять стандарт ИСО 9001. Начните заменять инспекцию и контроль качества продукции методами статистического управления качеством, вовлекая рабочих через кружки качества, инженеров — через группы качества, высших менеджеров — через клубы качества.
2. Покончите с практикой закупок по самой «дешевой» цене. Покончите с практикой оценки и выбора ваших поставщиков только на основе цены на их продукцию. Наряду с ценой требуйте серьезных подтверждений ее качества. Уменьшите число поставщиков одного и того же продукта путем отказа от услуг тех из них, кто не смог статистически подтвердить его качество. Стремитесь к тому, чтобы получать все поставки данного компонента только от одного производителя на основе установления долговременных отношений взаимной лояльности и доверия. Целью в этом случае является минимизация общих затрат, а не только первоначальных затрат.	В России проблемы закупок, отношения с поставщиками носят другой характер: поставки через многочисленных посредников, криминализация сферы закупок — взятки, взимозачет — как способ перекачки доходов. Крайне редко потребители вводят в контракты полноценные требования к качеству, не могут воздействовать на поставщиков-монополистов, например поставщиков металлов и сырья. Систематическая работа с поставщиками только начинается в компаниях. Закупщики, выходите из тыла на передовые позиции, примите на себя ответственность за качество поставок.
3. Улучшайте каждый процесс. Улучшайте постоянно, сегодня и всегда, все процессы планирования, производства и оказания услуг. Постоянно выискивайте проблемы, чтобы улучшать все виды деятельности и функции в компании, повышать качество и производительность и, таким образом, постоянно уменьшать издержки.	Процессное мышление, процессные подходы фактически не развиты. Под процессами понимаются только технологические процессы. Можно говорить о статистической безграмотности персонала большинства компаний. Однако там, где улучшение процессов применяется систематически, результаты впечатляют. В России надо говорить о замещении там, где возможно, систем Тейлора на системы Шухарта.
4. Введите в практику подготовку и переподготовку кадров. Введите в практику современные подходы к подготовке и переподготовке для всех работников, включая руководителей и управляющих, с тем, чтобы лучше использовать возможности каждого из них.	Ряд предприятий уделяют этому большое внимание. Проблема — чему учить и кто будет учить. Программы обучения носят случайный характер, не выстроены под стратегические цели компаний. Немногие руководители компаний России понимают, что обучение персонала — это прекрасные инвестиции. В России, где нет миграции рабочей силы, возможности инвестиций в образование, подготовку и переподготовку персонала близки к японским.
5. Учредите «лидерство». Усвойте и введите в практику лидерство как метод работы, имеющий целью помочь работникам выполнять их работу наилучшим образом. Руководители всех уровней должны отвечать не за голые цифры, а за качество. Улучшение качества автоматически приводит к повышению производительности. Руководители и управляющие должны обеспечить принятие немедленных мер при получении сигналов о появившихся дефектах, неисправном или разлаженном оборудовании, плохих инструментах, нечетких рабочих инструкциях (оперативных определениях) и других факторах, наносящих ущерб качеству.	Лидерство в целом не поощряется, более того, генеральные директора считают, что на предприятиях должен быть только один лидер, и понятно кто. Лидерство как институт подавляется. Культура работы с цифрами (данными) России пока не угрожает. Управление осуществляется на уровне интуиции ощущений, мнений, предчувствий, но не фактов. Российские капитаны ведут корабли компаний в темноте без приборов на свой риск и страх. «Русская рулетка». Пора включать прожектора, учиться работать с данными.

Литература:

1. Доклад А. Б. Володина, заместителя начальника Управления инвестиций и программ развития Росморречфлота на тему: «Основные направления развития водного транспорта Российской Федерации до 2020 года» на заседании экспертной группы № 19, от 23 июня 2011 года.
2. Лapidус В. А. Проекция принципов менеджмента Деминга на российскую практику [Электронный ресурс]. — Электрон. дан. — Режим доступа: <http://quality.eur.ru/MATERIALY12/projection.htm>
3. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: пер с англ. — М.: Дело, 2002 — с. 665.
4. Официальный сайт Министерства транспорта и дорожного хозяйства Республики Татарстан.

20. ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОЕ ХОЗЯЙСТВО

Анализ особенностей накопления твердых бытовых отходов в районах с неблагоустроенным жильем г. Оренбурга

Шмарин Андрей Петрович, преподаватель
Оренбургский государственный институт менеджмента

Шмарин Александр Анатольевич, председатель
Общественная организация «Ассоциация перевозчиков ТБО» (г. Оренбург)

Целью исследования является корректировка расчётных нормативных показателей для оптимизации управления в сфере обращения с твёрдыми бытовыми отходами (далее ТБО) в районах с неблагоустроенным жильём г. Оренбурга.

Ключевые слова: система обращения с ТБО, рентабельность, норма накопления.

Управление в сфере обращения с твёрдыми бытовыми отходами предполагает использование значительного количества показателей и критериев. Однако далеко не всегда нормативные показатели, рекомендуемые специализированными справочниками, соответствуют реальным, характерным для хозяйственной деятельности предприятий на практике.

Использование подобных некорректных данных оказывает негативное влияние на показатели рентабельности предприятий, осуществляющих сбор, вывоз и утилизацию ТБО. Помимо этого, несвоевременный вывоз и накопление отходов на контейнерных площадках (как следствие принятия неверных управленческих решений на базе необъективной информации) влечёт за собой нарушение требований гигиены, недовольство жителей, нарушение эстетического вида городского пространства.

На текущий момент в г. Оренбурге для всех расчётов в районах с неблагоустроенным жильём с газовым отоплением используются нормы накопления ТБО, составляющие 1,5 м³ в год на одного жителя. Для крупногабаритного ТБО установлены нормативы, соответствующие 0,37 м³ на одного жителя в год. Эти показатели на порядок выше, чем в районах с благоустроенным жильём, из-за существенной разницы в объёмах уличного смёта, количестве потребляемых жителями овощей и фруктов с подсобных хозяйств.

Исходя из нормативов, численности частных домовладений (31057) и среднего количества жителей (77650 человек), нормативный объём подлежащих утилизации ТБО составляет 116 475 м³ в год или 319,1 м³ в сутки. Для крупногабаритного мусора (далее КГМ) — 28730,5 м³ в год или 78,7 м³ в сутки.

Данные показатели используются в калькуляции тарифа, который взимается с населения за сбор, вывоз и утилизацию ТБО.

В рамках исследования методом взвешивания определялась общая масса поступающих на полигон ТБО, собранных в районах с неблагоустроенным жильём.

Также на основании данных о количестве населения, об объёме эксплуатируемых контейнеров и результатов взвешивания отходов, накопившихся в них, была найдена средняя плотность ТБО.

Данные результаты после расчётов позволили сделать выводы о реальных нормах накопления ТБО на одного жителя районов с неблагоустроенным жильём в год и о сезонной динамике объёмов вывоза крупногабаритных отходов.

Замеры проводились в различных частях города, в различные временные периоды, что позволяет говорить о достаточной объективности полученных данных для принятия соответствующих управленческих решений со стороны заинтересованных хозяйствующих субъектов.

По результатам исследования реальные объёмы накопления ТБО и КГМ в районах города Оренбурга с неблагоустроенным жильём мало соответствуют нормативным.

Исходя из данных справочника «Санитарная очистка и уборка населённых мест» [1], средняя плотность ТБО, собираемая в контейнеры для городов с населением более 100 тыс. чел. составляет 190–210 кг/м³.

Фактическая плотность ТБО, собираемых в городе Оренбурге, на порядок отличается от данных справочника, изданного в 2005 году. Во многом это объясняется существенным изменением морфологического состава ТБО.

В рамках данного исследования был произведён забор ТБО из 10 заполненных контейнеров (объёмом 0,7 м³) частного сектора для последующего взвешивания. Результаты представлены в таблице 1.

Таблица 1

Средний показатель плотности ТБО для анализируемых контейнеров
с учётом времени года и различных районов города

№ контейнера	Адрес контейнерной площадки	Результат взвешивания (июль), кг	Результат взвешивания (январь), кг	Плотность, кг/м ³
Контейнер 1	ул. Металлистов, 16	87	81	120,00
Контейнер 2	ул. Орджоникидзе, 249	104	89	137,86
Контейнер 3	ул. Леушинская, 52	83	76	113,57
Контейнер 4	ул. Совхозная, 40	89	86	125,00
Контейнер 5	ул. Чернореченская, 33	98	73	122,14
Контейнер 6	ул. Насыпная, 40	88	68	111,43
Контейнер 7	ул. Курача, 12	101	79	128,57
Контейнер 8	пер. Токарный	87	84	122,14
Контейнер 9	ул. Орджоникидзе, 209	95	75	121,43
Контейнер 10	ул. Полтавская, 40	96	91	133,57
Средний показатель		92,8	80,2	123,57

Таблица 2

Средние показатели сбора и вывоза ТБО на городской полигон в сутки из районов с неблагоустроенным жильём
(по данным 2012–2013 г.) без учёта КГМ

№ п/п	Тип автомобиля	№ автомобиля	Ср. значение за день, кг.	Ср. значение за день, м ³ .
1	КАМАЗ мусоровоз	457	15300	123,82
2	КАМАЗ мусоровоз	478	13750	111,27
3	КАМАЗ мусоровоз	351	12300	99,54
4	КАМАЗ мусоровоз	601	14800	119,77
5	ЗИЛ мусоровоз	955	9300	75,26
6	ЗИЛ мусоровоз	957	5800	46,94
	Итого		71250	576,60

Сопоставив полученные выше данные с результатами взвешивания ТБО на городском полигоне, можно рассчитать средний объём вывозимого мусора за сутки.

Исходя из реального показателя плотности, следует, что в период с 2012–2013 г. в среднем из контейнеров частного сектора в сутки собиралось 576,6 м³. А это значит, что реальный показатель накопления ТБО в год на одного жителя района с неблагоустроенным жильём составляет 2,71 м³.

Расчётный объём КГМ, подлежащего утилизации, составляет 78,7 м³ в сутки. Реальный же сбор (в зависимости от сезона) в среднем по году составляет 400 м³ в сутки. Таким образом, фактическая норма накопления КГМ в расчёте на одного жителя района с неблагоустроенным жильём составляет 1,88 м³ в год.

Особую роль в процессе утилизации крупногабаритного ТБО играет фактор сезонности. Зимний период отличается низкими объёмами утилизации крупногабаритного ТБО, однако, существуют и свои особенности, которые необходимо учитывать. Так, в период с января по февраль основной объём вывозимого крупногабаритного мусора составляют новогодние ёлки.

На апрель и октябрь приходится максимальное количество утилизируемого КГМ (в среднем 460 м³ в сутки). Это связано в первую очередь с проведением городских субботников и уборок территорий после зимы. Для периода с мая по сентябрь характерна норма утилизации, составляющая около 400 м³ в сутки. В этот период активно утилизируются крупногабаритные отходы с приусадебных участков (спиленные ветки, деревья), строительный мусор и т.д.

В результате отсутствия полноценной ресурсной базы, обеспечивающей вывоз КГМ, к концу года происходит накопление не вывезенного КГМ до 19 214 м³ (см. октябрь):

В результате происходит образование стихийных свалок. Утилизация же ТБО происходит в ущерб экономических интересов предприятий-перевозчиков ТБО города Оренбурга.

Таким образом:

1. Действующие нормы накопления ТБО в районах с неблагоустроенным жильём не соответствуют реальным. По ТБО, собираемому в контейнеры, реальный показатель выше планируемого в 1,8 раза, по КГМ в более чем 5 раз. Это приводит к низкой рентабельности деятельности

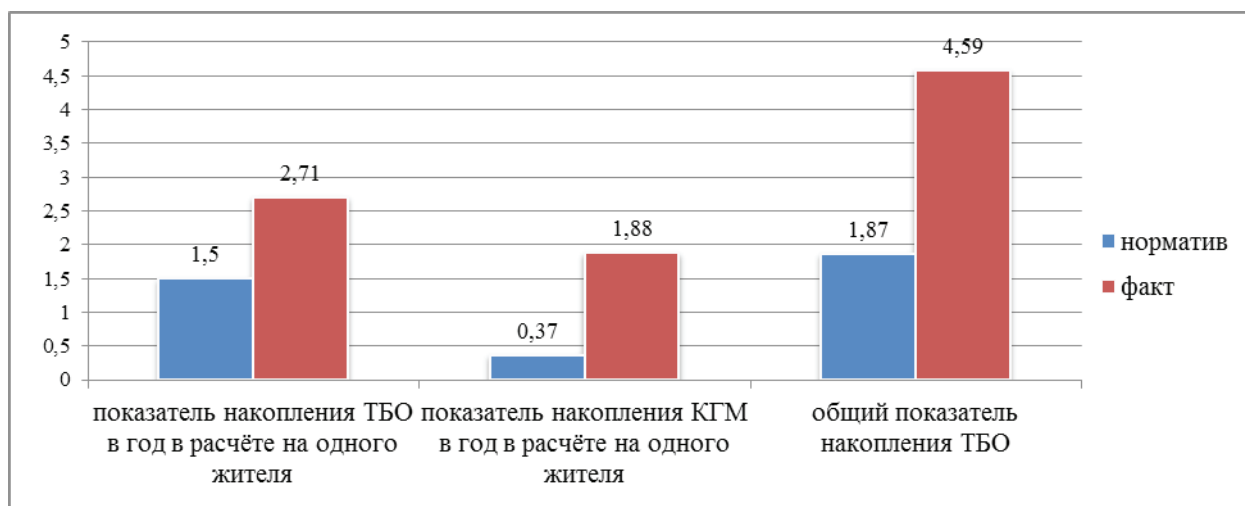


Рис. 1. Сравнение нормативного и реального объёма накопления ТБО, м³ в год на одного жителя района с неблагоустроенным жильём в г. Оренбурге

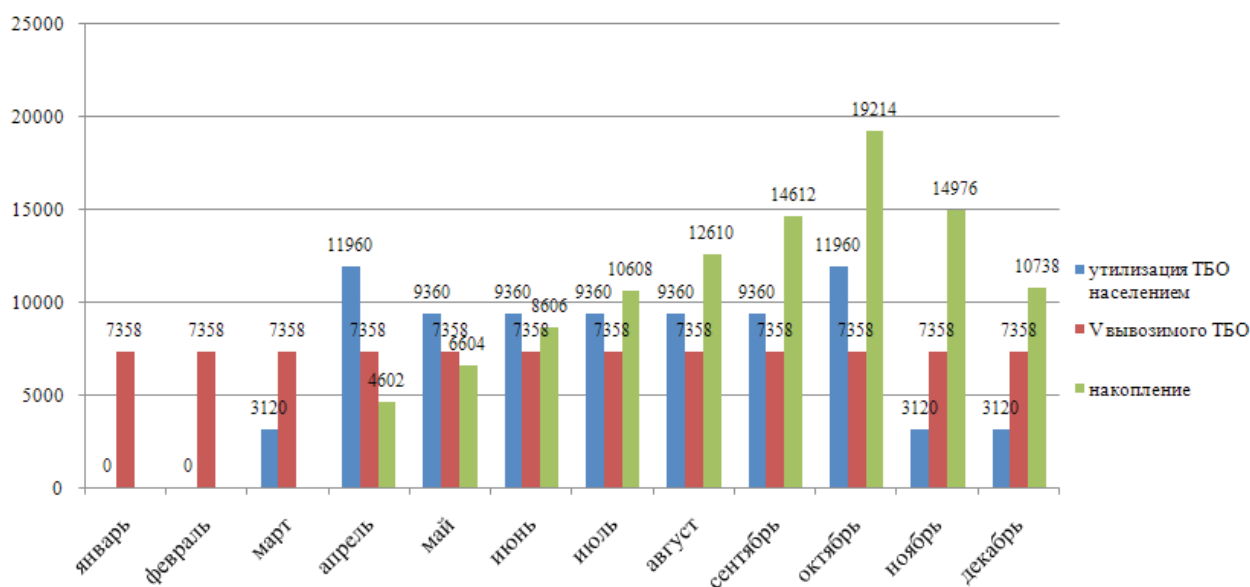


Рис. 2. Объёмы накопления КГМ с распределением по месяцам, м³ в месяц

предприятий, осуществляющих сбор, вывоз и утилизацию отходов, поскольку во всех расчётах учитывается только нормативный показатель.

2. В действующей системе управления в сфере обращения с ТБО в районах с неблагоустроенным жильём эффективно не учитывается фактор сезонности. Это приводит к нерациональной организации вывоза ТБО,

к массовому накоплению в весенний и осенний период отходов на контейнерных площадках.

3. В районах с неблагоустроенным жильём утилизируется большое количество мусора, которое не подпадает под категорию КГМ и подлежит самостоятельному вывозу жителями (строительный мусор, спиленные деревья и ветки и т.д.).

Литература:

1. Санитарная очистка и уборка населённых мест. Справочник / кол. авторов; под ред. А. Н. Мирного. — М.: Академия коммунального хозяйства, 2005. — 384 с.

Научное издание

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ (II)

Международная научная конференция
г. Москва, октябрь 2013 г.

Материалы печатаются в авторской редакции

Дизайн обложки: *Е.А. Шишков*

Верстка: *П.Я. Бурьянов*

Подписано в печать 24.10.2013. Формат 60х90 ¹/₈.
Гарнитура «Литературная». Бумага офсетная.
Усл. печ. л. 16,44. Уч.-изд. л. 11,88. Тираж 300 экз.

Отпечатано в типографии «Ваш полиграфический партнер»
127238, Москва, Ильменский пр-д, д. 1, стр. 6