

ПЕРМСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АКАДЕМИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ АРМЕНИЯ
ЦЕНТР РАЗВИТИЯ НАУЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ В XXI ВЕКЕ: ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ

XIX Международной научно-практической конференции

ЧАСТЬ 1

г. Новосибирск, 19 декабря 2014 г.

Под общей редакцией
кандидата экономических наук С.С. Чернова



НОВОСИБИРСК
2014

ББК 65.050.113
УДК 338.242
Э 40

ОРГКОМИТЕТ КОНФЕРЕНЦИИ:

Баранов В.В., профессор кафедры Бизнеса и делового администрирования Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (г. Москва), доктор экономических наук, профессор – *председатель*.

Чернов С.С., заведующий кафедрой Производственного менеджмента и экономики энергетики Новосибирского государственного технического университета (г. Новосибирск), руководитель ЦРНС, кандидат экономических наук, доцент – *заместитель председателя*.

Артунян О.К., профессор кафедры «Публичное управление и публичные финансы» Академии государственного управления Республики Армения (г. Ереван), доктор экономических наук.

Мералиева Л.И., заведующий кафедрой «Экономическая теория и бизнес» Западно-Казахстанского государственного университета им. М. Утемисова (г. Уральск), доктор экономических наук, профессор.

Герасимова Л.Н., профессор кафедры «Бухгалтерский учет» Финансового университета при Правительстве Российской Федерации (г. Москва), доктор экономических наук, доцент.

Минакова И.В., заведующий кафедрой Мировой и национальной экономики Юго-Западного государственного университета (г. Курск), доктор экономических наук, доцент.

Мингалева Ж.А., профессор кафедры Экономики и управления на предприятии Пермского национального исследовательского политехнического университета (г. Пермь), доктор экономических наук, профессор.

Янов В.В., заведующий кафедрой «Финансы и кредит» Поволжского государственного университета сервиса (г. Тольятти), доктор экономических наук, доцент.

Кушбокова Р.Х., заведующий кафедрой Экономической теории Кабардино-Балкарского государственного университета им. Х.М. Бербекова (г. Нальчик), кандидат экономических наук, доцент.

Шляго Н.Н., профессор кафедры Менеджмента Санкт-Петербургского филиала «Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Санкт-Петербург), кандидат экономических наук, доцент.

Э 40 **Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития:** сборник материалов XIX Международной научно-практической конференции: в 2-х частях. Часть 1 / Под общ. ред. С.С. Чернова. – Новосибирск: Издательство ЦРНС, 2014. – 204 с.

ISBN 978-5-00068-200-5

ISBN 978-5-00068-201-2 (Часть 1)

В сборник вошли материалы секций: «Мировая экономика и международные экономические отношения», «Управление в социальных и экономических системах», «Современные тенденции развития кадрового менеджмента», «Маркетинг, рекламное дело и PR», «Стратегический менеджмент», «Инновации в экономике и социальной сфере», «Региональная экономика», «Экономика труда и управление персоналом», «Финансы и налоговая политика».

Все материалы публикуются в авторской редакции.

ББК 65.050.113
УДК 338.242

ISBN 978-5-00068-200-5
ISBN 978-5-00068-201-2 (Часть 1)

© Коллектив авторов, 2014

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ 1. МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ	6
<i>Сердюк Р.С.</i> Влияние экономических санкций на деятельность обoronно-промышленного комплекса	7
СЕКЦИЯ 2. УПРАВЛЕНИЕ В СОЦИАЛЬНЫХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ	12
<i>Гондарев Р.С.</i> Исследование типологии межфирменных сетей. Сетевое партнёрство	13
<i>Жебалов В.Г., Эйвазов А.И., Николаева Е.А.</i> Мероприятия по совершенствованию организации и управления в системе здравоохранения: проблемы и перспективы	20
<i>Сакаева Э.З., Абрамова Л.Н.</i> Анализ финансового состояния предприятий кластера услуг жизнеобеспечения региона	24
СЕКЦИЯ 3. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА	35
<i>Куртукова М.А., Батурина О.А.</i> Разработка мероприятий по совершенствованию системы мотивации ООО «ПримСервис» г. Артем.....	36
<i>Махортова А.В.</i> Внутренний маркетинг как инструмент мотивации труда персонала	40
СЕКЦИЯ 4. МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМНОЕ ДЕЛО И PR	46
<i>Андреева Е.А.</i> Специальные события как важнейший инструмент рекламной кампании современного торгового предприятия.....	47
<i>Петрищенко Н.М.</i> Особенности использования суггестивной техники в современной рекламе	53
<i>Симонов К.В.</i> Деловая программа выставки: содержание и составляющие	58
СЕКЦИЯ 5. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ	64
<i>Ниценко К.В.</i> Применение метода «SWOT-анализ» как основы для разработки управленческих решений на российских предприятиях	65

СЕКЦИЯ 6. ИННОВАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ И СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ	69
<i>Андропова Е.Д.</i> Прогнозирование вероятных сценариев реализации научно-технической политики предприятия	70
<i>Колосова Т.В.</i> Комплексная оценка показателей устойчивого развития промышленного предприятия.....	74
<i>Либеров В.М.</i> Механизм формирования инновационных научных предприятий на базе высших учебных заведений	80
<i>Табунов И.В.</i> Методы определения эффективности функционирования инновационно-промышленного кластера	84
<i>Шапошников А.А.</i> Концептуальные основы исследования уровня текущего инновационного развития предприятия	88
СЕКЦИЯ 7. РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА	93
<i>Кононова Е.В., Трысячный В.И.</i> Проблемы повышения качества государственных и муниципальных услуг на региональном уровне	94
<i>Коханов С.В., Трысячный В.И.</i> Особенности развития многофункциональных центров в Ставропольском крае.....	99
<i>Нафикова С.Д.</i> Закономерности размещения населения в городе и перспективы малоэтажного строительства в крупных городах России	104
<i>Парфенова М.А., Шумик Е.Г.</i> Исследование деятельности малого предпринимательства в Приморском крае	111
<i>Полюхова А.Л.</i> Влияние варианта учета запасов на показатели бухгалтерской (финансовой) отчетности	116
<i>Умалатов С.Ж.</i> Оценка внутренних ресурсов и потенциала Ханты-Мансийского автономного округа	120
<i>Швецова М.Ф.</i> Методики оценки бюджетно-налогового потенциала и определение бюджетно-налогового потенциала ЕАО.....	124
<i>Ячменева А.С., Смицких К.В.</i> Оценка тенденций развития малого предпринимательства в разрезе округов РФ	130
СЕКЦИЯ 8. ЭКОНОМИКА ТРУДА И УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ	136
<i>Баитовая Е.В., Бодункова А.Г.</i> Проблемы повышения производительности труда и мотивации персонала на основе системы КРІ.....	137

<i>Голева Е.В.</i> Об определении затрат труда педагогических работников при реализации программ бакалавриата и магистратуры	145
<i>Савченко Е.А.</i> Экономическая оценка эффективности природоохранных мероприятий структурного подразделения ОАО «РЖД»	149
<i>Шестак С.А.</i> Определение структуры рынка труда Приморского края и тенденций его развития до 2017 года	154
<i>Шубина С.С.</i> Совершенствование системы стимулирования персонала.....	158
СЕКЦИЯ 9. ФИНАНСЫ И НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА	163
<i>Абдурахманов Н.М.</i> Международные стандарты финансовой отчетности в РК	164
<i>Амуленкан В.Ю., Близкий Р.С.</i> Финансовая устойчивость: обзор формирования понятийного аппарата в современных рыночных условиях	168
<i>Дзагаждова Л.А., Мирошникова Т.К.</i> Планирование прибыли и рентабельности деятельности сельскохозяйственных предприятий	171
<i>Евсеева В.В., Близкий Р.С.</i> Финансовые методы в категориально-понятийном спектре финансового механизма предприятий	175
<i>Лисенкова Е.А., Вишневская И.И.</i> Совершенствование системы налоговых вычетов по НДФЛ	179
<i>Мищенко А.Д.</i> Налог на добавленную стоимость в Российской Федерации.....	183
<i>Разорёнова Ю.В.</i> Коммуникационные аспекты развития системы синдицированного кредитования в РФ.....	188
<i>Уткина А.А.</i> Налоговая логистика субъектов малого бизнеса (предпринимательства)	193
<i>Якимова Н.Н.</i> Особенности налогообложения малого бизнеса в Российской Федерации.....	198

Секция 1

***МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА
И МЕЖДУНАРОДНЫЕ
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ
ОТНОШЕНИЯ***

ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЙ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОБОРОННО-ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА

© Сердюк Р.С.*

Сибирский государственный аэрокосмический университет, г. Красноярск

Напряженная геополитическая обстановка в мире потребовала от России немедленной политической реакции, в результате чего на страну были наложены экономические санкции. В статье рассматриваются последствия введения санкций и их влияние на оборонно-промышленный комплекс России.

Ключевые слова: экономические санкции, экспорт, оборонно-промышленный комплекс.

Экономические санкции, которые сегодня действуют против России, имеют политические причины и призваны оказать давление на правительство в связи с его позицией по Украине. Отличительной их особенностью можно назвать локальную, а не точечную направленность, что говорит о том, что ограничения накладываются на геоэкономический субъект, то есть государство в целом. Исходят санкции от суверенных государств и экстерриториальных организаций и направлены на все отрасли российского народного хозяйства. Конечно, некоторые из них считаются максимально конурентоспособными, однако проблемы коснулись и их:

- нефтяная и газовая отрасли;
- атомная энергетика;
- банковская сфера;
- авиационная и космическая промышленность;
- оборонно-промышленный комплекс (ОПК).
- последствия экономических санкций для России

Вследствие осложнения геополитической обстановки и действия на этом фоне ограничений изменился с 2,5 % до 0,5 % прогнозный рост годового ВВП. Наряду с этим отмечается:

- повышение уровня безработицы;
- рост стоимости кредитов;
- снижение реальной заработной платы;
- увеличение цен на продовольствие;
- падение внутреннего спроса;
- ускорение инфляции;
- ухудшение условий кредитования.

* Аспирант.

Благодаря ограничениям многие российские компании потеряли доступ к дешёвым иностранным кредитам в валюте, в результате чего курс национальной валюты значительно ослаб, что повлекло за собой неминуемое снижение покупательской способности.

Вследствие оттока капитала в размере до 100 млрд. \$, который превысил планируемые объёмы в 4 раза, инвестиционные возможности России значительно снизились. Этому способствовало ограничение доступа банков РФ к мировым финансовым рынкам. По прогнозам аналитиков, государство может потерять из-за действия санкций за 3 года около 200 млрд. \$. Основной удар придется на ближайшие полтора года. Ожидается, что произойдет повышение налоговой базы, что в свою очередь, негативно повлияет на предпринимательскую и инвестиционную активность.

Одной из целей западных санкций стал оборонно-промышленный комплекс, поскольку конфликт на Украине перешёл в военную стадию, а Россия, по мнению западных экспертов и политиков, поставляет вооружения на юго-восток Украины. Не секрет, что оборонной промышленности нашей страны характерны тесные интеграционные связи с Украиной, а благодаря введению санкций по ряду направлений сотрудничество, особенно в ракетно-космической промышленности (РКП), полностью заморожено. Украина перестала поставлять компоненты, используемые в РКП. Также в ближайшие 3-5 лет Российская Федерация будет испытывать сложности в реализации Гособоронзаказа, ведь в рамках его выполнения 3 тыс. наименований изделий поставляются из Украины. К примеру, танки Т-90С производятся с 20 украинскими компонентами в конструкции, а двигатель для боевого вертолёта Ми-28Н и серии вертолётов Ми-8 практически полностью изготавливает украинское предприятие «Мотор-Сич». Также крупнейшая российская ракета-носитель «Протон-М» содержит компоненты украинского производства, а ракета-носитель «Зенит-3SL» производится в сотрудничестве с украинским «Южмашем» [1].

Однако больше всего от санкционной политики пострадает сама Украина, поскольку большая часть предприятий, поставляющих компоненты для российского ОПК, потеряют заказы и приостановят деятельность, так как уровень кооперации с РФ достигает более 80 % и Россия является чуть ли не единственным потребителем их продукции.

России придётся перейти на собственное производство. Так или иначе, разговоры по поводу импортозамещения в ОПК и РКП ведутся давно, а введённые санкции послужили дополнительным катализатором. «Сложившаяся ситуация только подстегнет к импортозамещению, к производству в России тех компонентов, производство которых мы ранее отдавали нашим партнерам», – заявил директор Федеральной службы по военно-техническому сотрудничеству Александр Фомин [2].

Россия начала прорабатывать варианты оперативных действий по импортозамещению и организации производства, необходимого для обороны на российских предприятиях в ответ на санкции западных стран.

Стоимость новой продукции при этом будет выше украинских аналогов, что наверняка вызовет возмущение отечественных производителей. Ослабление или полное снятие антироссийских санкций вряд ли окажет существенное влияние на взятый курс импортозамещения в ОПК страны, что подтверждается словами Министра Обороны РФ: «Санкции должны получить достойный ответ. Ответ очень простой: мы должны наконец-то акцентированно заниматься развитием собственной промышленности и провести полное импортозамещение с тем, чтобы быть максимально независимыми в условиях беспрецедентного давления на нашу страну», – заявил Дмитрий Рогозин [3]. Тем не менее, не смотря на то, что отечественная экономика в состоянии заместить любую продукцию, потребуются длительные временные затраты, большие финансовые вливания и грамотная организация.

В связи с новой внутренней политикой Минпромторгу и Минобороны придется принять ряд законопроектов с целью активизации деятельности и поддержки наукоемкого производства в этой и иных приоритетных отраслях.

Если украинское эмбарго грозит среднесрочными последствиями, то насколько сильный урон может понести ОПК России от санкций более мощных государств? Запад продемонстрировала на примере с компанией «Добролет», что способен всю коммерческую авиацию РФ приземлить в один момент. Это показало очевидность технологической зависимости рынка коммерческих самолетов, продиктованную тотальной ориентацией на приобретение иностранных воздушных судов. Под иностранные санкции попали следующие предприятия ОПК:

- «Долгопрудненское НПП»;
- «Мытищинский машиностроительный завод»;
- «Оборонпром»;
- «НПО машиностроения»;
- «Объединённая авиастроительная корпорация»;
- «Созвездие»;
- «Станкоинструмент»;
- «Технологии машиностроения»;
- «Тульский оружейный завод»;
- «Уралвагонзавод»;
- «КБ приборостроения»;
- «Химкомпозит»;
- концерн «Калашников»;
- концерн «Сириус»;
- ПВО «Алмаз-Антей»;
- «Машиностроительный завод имени М.И. Калинина»;

- КРЭТ;
- НПО «Базальт»;
- НПО «Высокоточные комплексы».

Для этих предприятий действует:

- эмбарго на экспорт (импорт) продукции (оружия и сопутствующих материалов) в (из) РФ;
- запрет на технологический экспорт, а также продукцию двойного назначения для военного использования в РФ.

В отношении нескольких компаний из приведенного списка («Объединенная авиастроительная корпорация», «Оборонпром», «Уралвагонзавод») действуют также финансовые санкции (запрет на операции на фондовом рынке и финансирование), которые наложил ЕС.

Отметим, что предприятия, к которым не применены финансовые ограничения, не смогут избежать сложностей в привлечении дешевого кредитования. Наверняка пострадает часть значимых совместных проектов, как и в нефтегазовом секторе, которые «подвязаны» под высокие технологии западных стран (к примеру, текущие проекты «Уралвагонзавод» уже заморожены). В целом предполагается, что на оборонных предприятиях воздействие санкций не отразится критическим образом. Это обусловлено активной финансовой поддержкой со стороны государства и, соответственно, увеличением бюджета ОПК, а также ориентацией отрасли на спрос внутри страны.

В условиях санкционного давления повышение доли расходов на ОПК и лимитирование поставок товаров военного предписания способны усугубить и без того сложную экономическую ситуацию. Это обусловлено следующими причинами:

Во-первых, неподготовленностью отечественного ОПК к производству преимущественной части соответствующей продукции без импорта комплектующих. Для того чтобы наладить собственный выпуск в России аналогичных изделий понадобится более 3 лет. При этом потребуются значительные финансовые вливания, необходимые для создания новых производств с соответствующим технологическим уровнем.

Во-вторых, ОПК РФ не способен поглотить огромный денежный поток за короткий период.

В-третьих, стимулирование импортозамещения поспособствует оттоку денежных средств от социальных программ, подобно здравоохранению и образованию.

Стоит отметить, что санкции могут по-разному отразиться на будущем страны: значительно ослабить ее либо стать весомым стимулом для развития. Для последнего необходимы: компетентное политическое руководство, решимость народа сберечь историческую субъектность, твердость культурных традиций. У России есть шанс не «упасть», а сделать в условиях международной изоляции новый рывок вперед.

Таким образом, санкции против России могут стать отправной точкой для ускоренного развития промышленности страны, для повсеместной модернизации производства и увеличения его объемов.

Список литературы:

1. Коидзуми Ю. Кризис и утечка военных технологий на Украине: перевод электронного периодического издания «ИноСМИ.RU» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://inosmi.ru/sngbaltia/20140502/219954235.html> (дата обращения 16.14.2014)
2. Взгляд: деловая газета [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <http://vz.ru/economy/2014/3/26/679042.html>. (дата обращения: 17.12.2014).
3. Рогозин: план по импортозамещению дает старт новой индустриализации страны [Электронный ресурс] / Информационной агентство России ТАСС. – Режим доступа: <http://itar-tass.com/politika/1358808> (дата обращения: 16.14.2014).

Секция 2

***УПРАВЛЕНИЕ
В СОЦИАЛЬНЫХ
И ЭКОНОМИЧЕСКИХ
СИСТЕМАХ***

ИССЛЕДОВАНИЕ ТИПОЛОГИИ МЕЖФИРМЕННЫХ СЕТЕЙ. СЕТЕВОЕ ПАРТНЁРСТВО

© Гондарев Р.С.*

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

В работе автора приведены основные результаты собственных исследований в области проблем управления межфирменными сетевыми объединениями как перспективной формы организации бизнес-систем в условиях современного социально-экономического уклада. В современную типологию межфирменных сетей предложено добавить ещё одну форму – сетевое партнёрство, характеризующуюся слабой, но устойчивой интеграцией.

Ключевые слова: управление развитием бизнеса, межфирменные сети, сетевое партнёрство.

Происходящие под воздействием процессов глобализации качественные изменения в экономике хозяйствующих субъектов обуславливают необходимость дальнейшего совершенствования методов и инструментов управления их конкурентоспособностью и развитием. Теория и практика современного управления свидетельствует, что в выигрыше сегодня оказываются бизнес структуры, динамично и последовательно производящие инновационные преобразования в различных направлениях своей деятельности, позволяющие им успешно развиваться, конкурировать на отраслевом рынке. В условиях современного социально-экономического уклада перспективным направлением в развитии субъектов хозяйствования становится создание и управление различного вида *сетевыми объединениями, концентрирующимися* на достижении общих целей, обеспечении конкурентных преимуществ за счет синергетического эффекта. Следует отметить, что объективным условием появления подобного рода структур в условиях «новой экономики», стало расширение границ рынка, в результате которого бизнес-процессы компаний, выходят за их рамки, а сами компании становятся составной частью стратегических сетей с динамичным составом участников из разных отраслей. Важную роль во взаимодействии предпринимательских структур, приобретают правильно выстроенные *партнёрские отношения*, позволяющие усилить долгосрочный характер их взаимодействия, снизить издержки на формализацию отношений.

Интерес исследователей к феномену сетевых форм организации бизнес-систем стремительно нарастает, начиная с 80-х годов XX века. Это объясняется, во-первых, необходимостью изучения бурно развивающихся различ-

* Аспирант кафедры Менеджмента ТЭИ.

ных форм кооперации экономических агентов, во-вторых, актуальностью поиска альтернативных форм организации и развития бизнеса в условиях существенных изменений мирового социально-экономического уклада.

В настоящее время сформирован целый ряд парадигм сетевых форм функционирования современных рынков. Интерес к исследованиям проявлен учёными из разных отраслей науки: социологии, социальной психологии, экономики, биологии, что подтверждает острую необходимость со стороны мирового сообщества изучения сетевого взаимодействия экономических агентов.

Нарастающее распространение межфирменных сетевых форм организаций позволяет относиться к данному феномену как одной из насущных управленческих проблем. Современному менеджменту, как прикладной социально-гуманитарной науке, следует включать в анализ бизнес-систем взаимодействия между устойчиво связанными друг с другом юридически независимых участников совместной деятельности. Необходимость исследования типологии сетевых форм межфирменного взаимодействия, основанного на современных технологических решениях, является актуальной задачей менеджмента. При этом среди исследователей и практиков отсутствуют единое представление о межфирменной сети, о ее месте в современной социально-экономической системе, понимание различия в широко употребляемых понятиях «межфирменная сеть», «межорганизационная сеть», «сетевая компания», «сетевое партнёрство», «виртуальная сеть предприятий», «сеть создания ценности», и т.п.

Для разработки типологии межфирменных сетей необходимо исследовать их природу, в самых общих чертах которую описывает модель О. Уильямсона, преобразующая дихотомию «фирма-рынок» в систему «рынок-гибрид-иерархия» и включение в анализ «всего разнообразия рыночных, иерархических и смешанных форм» [10].

Диалектический принцип «гибридизации» продемонстрирован на рисунке 1 [10].

В типологию контракций по О. Уильямсону закладываются такие критерии как длительность исполнения и варианты консолидации ресурсов: от краткосрочных транзакций при рынке до долгосрочных при фирме. При проведении различных транзакций требуется различная координация ресурсов: исключительно собственные или исключительно заёмные. Это приводит к заключению разных типов контрактов: рынок, гибрид и иерархия. Выбор осуществляет предприниматель, анализируя транзакционные издержки при каждом типе контрактации. Он же подбирает способ организации контракта, структуру управления и порядок распределения ресурсов. Тот же самый выбор могут сделать владельцы отдельных активов путём заключения долгосрочного контракта и консолидируя в разной степени разные ресурсы.

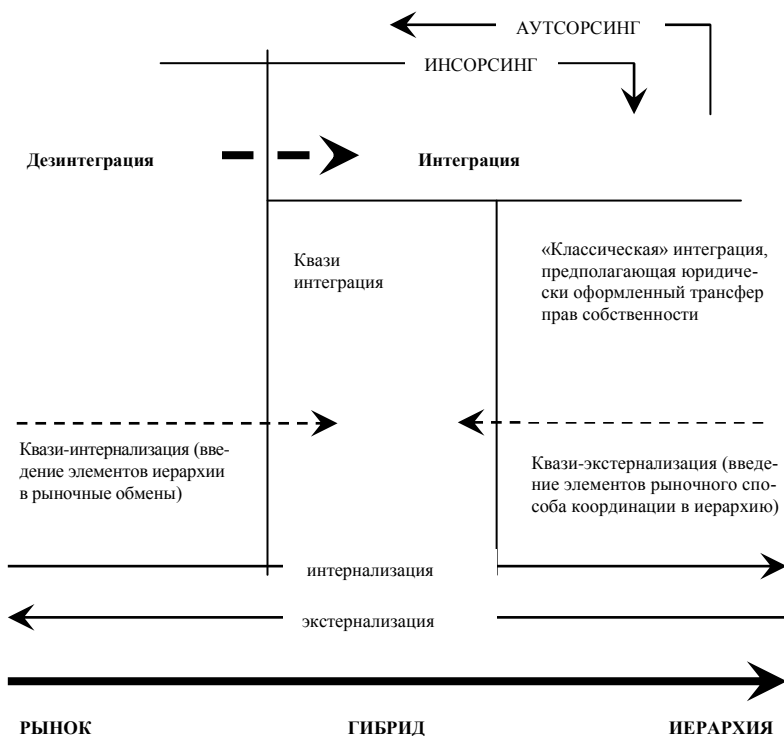


Рис. 1. Возникновение гибридного типа организации

Результаты исследования О. Уильямсона приводят к вопросу: можно ли провести различие между совокупностью агентов, связанных долгосрочным контрактом и фирмой как владельца собственных консолидированных активов? Этот вопрос может стать поводом длительной научной дискуссии. Однако, несмотря на то, что фирма и объединение существенно различаются с точки зрения юриспруденции и государственной политики, автор исследования убеждён, что для бизнеса различия не так уж и велики.

А в некоторых случаях вопрос о форме организации бизнеса имеет третье-степенное значение, как например, для деятельности в узких рыночных нишах при производстве уникальных продуктов промышленным потребителям.

Более того, если размеры гибридной структуры малы (незначительное количество участников объединения), то у бизнеса появляются дополнительные адаптивные возможности, варьируя степень интеграции участников создавать гибридную форму под каждую ситуацию. Разумеется, реализовать подобные возможности под силу менеджерам высокой квалификации, обладающим существенным влиянием на участников объединения, при

условии понимания всеми участниками объединения смысла постоянно меняющихся направления и степени интеграционных процессов.

Для ответа на вопрос, какие из гибридных структур можно определить как сетевые, предлагается использовать сочетание ряда характеристик (таблица 1) [3].

Как видно по таблице 1 сетевыми формами организации бизнеса можно назвать далеко не все формы гибридных контракций.

Таблица 1

Характеристики межфирменной сети как формы квазинтеграции

	Рыночный обмен	Гибридная форма контрактации			Частная фирма
Механизм координации	Цена	Гибридный механизм			Власть
Степень интеграции	Дезинтеграция	Интеграция			«Классическая интеграция»
		Квазинтеграция			
			Межфирменная сеть		
Контрактные предосторожности		X	X	X	X
Социальная сеть		Возможна	X	X	X
Длительность взаимоотношений	Краткосрочные / среднесрочные		Среднесрочные / долгосрочные		Долгосрочные
Трансфер информации	Эксплицитная информация		Эксплицитная и имплицитная информация		
Вид контрактации	Классические контракты	Классические / неоклассические			Отношенческие контракты
Автономность сторон	Отсутствие взаимозависимости сторон вне рамок сделки		Взаимозависимость при формальной автономности		Отдельное юридическое лицо
Юридически оформленный трансфер прав собственности		-	-	Нематериальные активы	Материальные и нематериальные активы
Трансфер прав по управлению		Возможен	X	X	X
Частная административная поддержка			На межфирменном уровне	X	X

Современная типология сетевых форм организации бизнеса, наиболее отвечающая требованиям исследователей-практиков, по мнению автора работы, составлена М.Ю. Шерешевой [3]. Однако в предложенной типологии межфирменных сетей отсутствует такой распространённый тип как сетевое партнёрство. Кроме того, по нашему мнению, перечень критериев классификации неполный и требует добавления в него ещё несколько (таблица 2):

- а) Влияние персон (ключевых фигур бизнеса) на деятельность сетей. Влияние может быть очень существенное, когда параметры сети опре-

деляются и контролируются персонами (например, в стратегических альянсах), или совсем малозначительное (как в виртуальных сетях).

- б) Значение доверия для участников. Несмотря на то, что многие исследователи убеждены в невозможности оценить доверие между участниками, автор всё же настаивает на оценке этой характеристики, как наиболее важной в сетевых формах организации бизнес-систем. Другое дело, что методики оценки и понимание доверия могут существенно отличаться в каждой сетевой структуре.
- в) Проявление самоорганизующего начала. По мнению автора, в исследовании и управлении предпринимательскими сетями данный критерий является оценочным показателем справедливого обмена в сети и принимаемого всеми участниками «негласного» порядка взаимоотношений, что несомненно оказывает влияние на устойчивость бизнес-системы.

Указанные выше критерии распределены по типам сетей в зависимости от степени проявления в том или ином типе, кроме того, в таблице добавлен ещё один тип сетей – сетевое партнёрство. Дополненная типология применена для исследования типа сетевой бизнес-структуры, к которой автор имеет отношение.

С целью определения сетевого типа исследуемой бизнес-системы автор работы сделал попытку оценки по критериям, предложенным в таблице 2.

Все характеристики межфирменной сети, показанные в таблице 2, присущи исследуемому сетевому партнёрству. На это указывают такие характеристики сетевого партнёрства как установление долгосрочных целей, оптимальное использование взаимодополняемых ресурсов и используемый тип контрактации, степень автономности сторон, особенности обмена знаниями.

Исследуемая бизнес-сеть является среднесрочной (с тенденцией перехода в долгосрочную), а не краткосрочной формой координации, базирующейся на неоклассическом контракте, ограниченным во времени, но заключаемым на длительный период. У партнеров имеется достаточно свободы действий для исполнения конкретного договора. Каждый заключенный договор вносит существенный вклад в совершенствование сетевых связей, но не гарантирует отсутствия конфликтов среди участников сети, которые в случае неоклассической контрактации решаются с помощью авторитетного участника сети – ключевыми фигурами бизнеса.

Существенным признаком сетевого партнёрства является исполнение длительного отношенческого контракта, носящего имплицитную форму. Именно этот контракт является более важным для участников взаимодействия. Участники сети готовы прощать партнеров в большинстве случаев неисполнения ими многих условий неоклассических эксплицитных контрактов.

Исследуемая бизнес-система является результатом «квазиинтернализации», то есть введением иерархии в рыночные обмены. Получившаяся гиб-

ридная структура возникла путём интенсификации сотрудничества экономических агентов с установлением более длительных контрактных отношений, сохраняющих автономность сторон и принимаемых всеми сторонами неформальных правил, пресекающих оппортунистическое поведение участников и обеспечивающих в условиях неопределенности приспособление к изменяющимся обстоятельствам. Развитие устойчивых долгосрочных связей между участниками партнёрства осуществляется при отсутствии юридически оформленного трансфера прав собственности с делегированием полномочий для управления совместной деятельностью персоналу, имеющим соответствующие компетенции – ключевым фигурам бизнеса.

Таблица 2

Основные типы межфирменных сетей (расширенная классификация)

Критерий классификации	Стратегический альянс	Цепочка (сеть) создания ценности	Фокальная сеть поставок	Динамическая фокальная сеть	Виртуальная организация	Сетевое партнёрство
1. Тип квазинтеграции	горизонтальная (иногда с элементами вертикальной)	вертикальная (м.б. с элементами горизонтальной)	вертикальная	вертикальная, горизонтальная	вертикальная, горизонтальная	вертикальная, горизонтальная
2. Соотношение степеней влияния	фокальная (реже полицентрическая)	Полицентрическая	фокальная	фокальная	полицентрическая	полицентрическая
3. Стабильность группы	стабильная	стабильная	стабильная	динамичная	Динамичная	динамичная
4. Внутренняя конкуренция	Как правило, отсутствует	Конкуренция возможна	По отношению к лидеру отсутствует, возможна между поставщиками	Конкуренция за участие в выполнении заказа	Конкуренция за участие в проекте	Конкуренция управляет согласованием действий и намерений участников
5. Вход в сеть	закрыт	закрыт	закрыт	открыт	открыт или закрыт	Условно открыт
6. Размер компаний	Как правило, крупные, но м.б. МСП	И крупные, и МСП	Один крупный игрок и МСП	Часто крупный игрок и МСП	МСП (малые и средние предприятия), ИП, физические лица	МСП (малые и средние предприятия), ИП, физические лица
7. Задачи кооперации	Улучшение показателей, инновации, распределение риска	Улучшение деловых способностей	Улучшение деловых способностей	Рост, выбор наилучших услуг	Рост (достижение «виртуального размера»), обучение	Рост, обучение, оптимальное использование ресурсов
8. Влияние персон (КФБ) на деятельность (+ незначительное, ++ мало значительное, +++ существенное)	++	+	+	++	++	+++
9. Значение доверия для участников (+ не существенное, ++ мало существенно, +++ преобладает над экономическими мотивами)	+	++	+	++	++	+++
10. Проявление самоорганизующего начала ((+ незначительное, ++ мало значительное, +++ существенное)	+	++	+	++	++	+++

Таким образом, в процессе теоретического исследования межфирменных сетей и применения результатов на действующей предпринимательской сети можно дать определение сетевому партнёрству. *Сетевое партнёрство*

является самоорганизованным, разнонаправлено интегрированным, динамичным, полицентрическим объединением юридически независимых экономических агентов (участников сетевого взаимодействия, партнёров), созданным для выполнения общей миссии и стратегических целей на основе преобладающих длительных имплицитных контрактов.

Несмотря на то, что авторское исследование было проведено на конкретной предпринимательской сети, его результаты можно использовать для любых бизнес-объединений, построенных на сетевом принципе и партнёрских отношениях. По мнению автора, исследование будет способствовать систематизации знаний в области управления и развития сетевых бизнес-системам.

Список литературы:

1. Гондарев Р.С., Разнова Н.В. Построение модели развития бизнеса на основе интеграции концепции организационных изменений и инструментов стейкхолдер-менеджмента [Электронный ресурс] // Международный журнал «Проблемы теории и практики управления». – 2014. – № 4. – Режим доступа: <http://www.uptp.ru>.

2. Третьяк О.А., Румянцева М.Н. Сетевые формы межфирменной кооперации: подходы к объяснению феномена // Российский журнал менеджмента. – 2003. – Т. 1, № 2. – С. 25-50.

3. Шерешева М.Ю. Межорганизационные сети в системе форм функционирования современных отраслевых рынков // Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова. – 2006.

4. Agle B.R., Donaldson T., Freeman R.E., Jensen M.C., Mitchell R.K., Wood D.J. 2008. Dialogue: Toward superior stakeholder theory. *Business Ethics Quarterly* 18 (2): 153-190.

5. Dodd M.E. To Whom are Corporate Managers Trustees // *Harvard Law Review*. 1932. Vol. 45. P. 1145-1163.

6. Freeman R. *Edward Strategic Management: A stakeholder approach*. – Boston: Pitman, 1984. – ISBN 0273019139

7. James E. Post, Lee E. Preston, Sybille Sauter-Sachs. *Redefining the corporation: stakeholder management and organizational wealth*

8. Post J.E., Preston L.E., Sachs S. 2002b. *Redefining the Corporation: Stakeholder Management and Organizational Wealth*. Stanford University Press: Stanford, CA.

9. Roman Sergeevich Gondarev. Scientific Production Company «Faza», LLC, Krasnoyarsk, Russia. *The Applying Stakeholder Management Tools for Modelling Business Development* // *Middle-East Journal of Scientific Research* 18 (1): 75-79, 2013. ISSN 1990-9233 © IDOSI Publications, 2013. DOI: 10.5829/idosi.mejsr.2013.18.1.12386. (Статья находится в международной базе данных SCOPUS).

10. Williamson O. *The Modern Corporation: Origins, Evolution, Attributes* // *Journal of Economic Literature*. 1981. Vol. 19. Nr. 4. P. 1538.

МЕРОПРИЯТИЯ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ОРГАНИЗАЦИИ И УПРАВЛЕНИЯ В СИСТЕМЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

© Жебалов В.Г.*, Эйвазов А.И.♦, Николаева Е.А.♥

Университет ИТМО, г. Санкт-Петербург

Статья содержит анализ предпринимаемых решений органами власти Российской Федерации для развития системы здравоохранения. В данном аспекте следует особо подчеркнуть приоритетность мероприятий по совершенствованию организации и управления в системе здравоохранения

Ключевые слова: механизмы управления, здравоохранение, государственные программы,

Вплоть до последнего времени российское здравоохранение было представлено слабо интегрированными между собой структурами: амбулаторно-поликлинической, скорой и стационарной медицинской помощью [4]. С другой стороны, сеть ЛПУ разделяется в зависимости от подведомственности на федеральные, региональные и муниципальные медицинские учреждения. Параллельно этому, в стране функционируют мощные системы ведомственных и негосударственных, в т.ч. частных, медицинских учреждений (рис. 1).

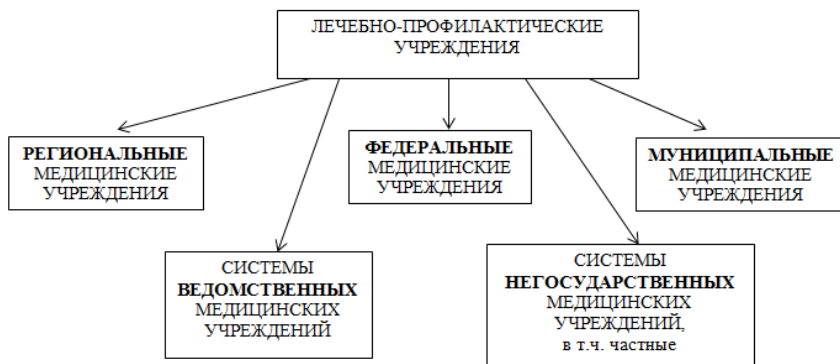


Рис. 1. Лечебно-профилактические учреждения в зависимости от подведомственности

На эту ситуацию накладывается множественность каналов финансирования медучреждений, когда одно ЛПУ может получать средства: из бюджетов различных уровней, из системы ОМС, от предоставления платных ме-

* Магистрант.

♦ Магистрант.

♥ Магистрант.

медицинских услуг и т.д. При этом практически в каждом из каналов финансирования реализуется особый порядок расходования средств.

Российское здравоохранение в последние годы вступило в очередной период коренных реформ и в данном случае следует отметить несколько важнейших направлений в развитии механизмов управления здравоохранением:

1. Это меры по расширению системы обязательного медицинского страхования и переходу на модель одноканального финансирования здравоохранения на основе Федерального закона от 29 ноября 2010 года № 326-ФЗ «Об обязательном медицинском страховании в Российской Федерации». Закон № 326-ФЗ предусматривает серьезные нововведения в организации здравоохранения:

- централизацию финансирования системы ОМС на уровне Федерального фонда ОМС;
- формирование тарифов страховых взносов на неработающее население;
- изменение структуры тарифа на ОМС (с 2013 г. – включение расходов на содержание учреждения), а также включение в систему ОМС скорой медицинской помощи (с 2013 г.) и высокотехнологичной помощи (с 2015 г.), то есть организация практически повсеместного одноканального финансирования ВМП.

2. Большинство принципиальных вопросов дальнейшего развития здравоохранения в России получили законодательную основу для своего решения после принятия ключевого Федерального закона Российской Федерации от 21 ноября 2011 г. № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации». Новацией по отношению к аналогичному закону, принятому 18 лет назад, является, прежде всего, установка на формирование сбалансированной системы российского здравоохранения, основанной на единых требованиях применительно ко всем гражданам РФ независимо от места их проживания, социального статуса или чего-либо другого. Закон регламентирует единые подходы к оказанию медицинской помощи, требования к аккредитации медицинских работников, т.е. к их допуску к конкретным видам медицинской помощи и т.п.

В законе прописаны гарантии государства по бесплатному обеспечению всех граждан страны медицинской помощью и перечислены услуги, которые ни при каких условиях не могут быть платными. Это позволит обосновать:

- финансовые потребности отрасли в целом,
- стоимость территориальных программ государственных гарантий в каждом регионе,
- примерные финансовые потребности в каждом медицинском учреждении.

3. Большую роль в совершенствовании управления в отрасли должны сыграть государственные программы решения тех или иных частных проблем развития здравоохранения в России. Так, параллельно ежегодно принимаемой программе государственных гарантий бесплатного оказания гра-

жданам медицинской помощи [1] в 83 субъектах Федерации были приняты региональные программы модернизации здравоохранения. Эти программы предусматривают укрепление материально-технической базы здравоохранения, внедрение современных информационных систем и единых стандартов медицинской помощи.

Главная цель разработки и принятия программ состоит в том, что каждый регион должен выстроить трехуровневую систему организации здравоохранения [5], фактически заново разработав стратегию движения потоков больных в зависимости от профиля, остроты и тяжести заболевания – от учреждений первичного звена до межмуниципальных центров и региональных, и даже федеральных медицинских учреждений [3].

Региональные программы следует позиционировать как исходную основу [7] для реализации значительно более общего документа – Государственной программы развития здравоохранения Российской Федерации до 2020 года, принятой от 15.04.2014 Распоряжением Правительства Российской Федерации № 294 [2].

Реализация мероприятий указанной Госпрограммы предусмотрена в два этапа: первый этап – с 2013 по 2015 год, второй этап – с 2016 по 2020 год. Для оценки непосредственных результатов выполнения рассматриваемой государственной программы установлены 17 целевых показателей, среди которых главным, несомненно, является увеличение ожидаемой продолжительности жизни при рождении до 74,3 лет в 2020 году. По прогнозной оценке, на расходы по реализации мероприятий данной Государственной программы из бюджетов всех уровней будут направлены средства в размере свыше 26 трлн. рублей [2].

Сразу же следует обратить внимание на некоторые недостатки рассматриваемой нами Государственной программы:

- в перечне подпрограмм не артикулирована проблема развития материальной базы российского здравоохранения (строительство и ремонт ЛПУ, обеспечение новейшим оборудованием и т.п.);
- не выделена в отдельную подпрограмму система мероприятий по обеспечению качества медицинской помощи;
- в принятом варианте Госпрограммы нет такого важного направления, как совершенствование системы управления отраслью и ее организационно-экономических механизмов. В частности, важнейшим вопросом остается взаимодействие между собой государственных, ведомственных и негосударственных кластеров здравоохранения.

Следует выдвинуть предложение о внесении в Государственную программу развития здравоохранения дополнений и исправлений с целью устранения отмеченных выше недостатков.

Для более целенаправленной и четкой выработки управленческих решений в сфере здравоохранения целесообразно сгруппировать основные задачи по развитию отрасли в пять относительно однородных блоков:

- а) финансирование здравоохранения;
- б) проблемы развития материально-технической базы;
- в) медицинские технологии;
- г) медицинские кадры;
- д) организация и управление отраслью.

Наиболее значительные перемены в российском здравоохранении происходят в системе управления отраслью. В данном случае следует указать на принятие в 2010 г. и в последующем целого ряда основополагающих законодательных актов федерального уровня, в т.ч. законов «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации», «Об обязательном медицинском страховании в Российской Федерации» и т.д., разработку государственных программ развития здравоохранения на региональном и федеральном уровнях, воссоздание в 2012 г. Министерства здравоохранения РФ и т.п.

Органы власти Российской Федерации предпринимают значительные усилия с тем, чтобы нейтрализовать отрицательные тенденции и выйти на положительную динамику развития системы здравоохранения. В данном аспекте следует особо подчеркнуть приоритетность мероприятий по совершенствованию организации и управления в системе здравоохранения, которое (управление), будучи в настоящее время крайне запутанным, способно свести на нет и рост финансирования, и решение кадровой проблемы, и внедрение новых медицинских технологий и т.п. [6]. В качестве наглядной иллюстрации усилий, предпринимаемых органами управления для улучшения дел в отрасли, следует указать на возникновение и развитие совершенно нового для России кластера – высокотехнологичной медицинской помощи.

Список литературы:

1. О программе государственных гарантий бесплатного оказания гражданам медицинской помощи на 2014 год и на плановый период 2015 и 2016 годов: Постановление Правительства Российской Федерации от 18 октября 2013 г. № 932 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201310220002> (дата обращения: 11.11.2014).

2. Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие здравоохранения» Постановление Правительства Российской Федерации от 15.04.2014 № 294 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201404240034> (дата обращения: 11.11.2014).

3. Программы модернизации здравоохранения субъектов Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [/www.rosminzdrav.ru/documents/7502-programma-ot-18-iyulya-2010-g](http://www.rosminzdrav.ru/documents/7502-programma-ot-18-iyulya-2010-g) (дата обращения: 11.11.2014).

4. Валдайцева М.В., Эйвазов А.И. Особенности управления продажами медицинских изделий как условия совершенствования человеческого капитала // Экономика России: потенциал ответов на внутренние и внешние вызовы. Сборник научных статей / Под общей редакцией проф. В.В. Тумалева. –

СПб.: НОУ ВПО «Институт бизнеса и права», 2013. – Вып. 15. – С. 203-207. – ISBN 978-5-89751-074-0.

5. Николаева Е.А. Проблемы менеджмента в организации современного здравоохранения // Сборник тезисов докладов конгресса молодых ученых – 2014. – Т. 4. – С. 261-262.

6. Шапиро Н.А., Каплина Ю.Е., Николаева Е.А. Инновационное управление для устойчивого развития (или концепция стратегических намерений) // Стратегии и инструменты управления экономикой: отраслевой и региональный аспект: материалы IV Междунар. науч.-практ. конф / Под общ. ред. проф. В.Л. Василёнка. – 2014. – С. 133-139.

7. Шапиро Н.А., Каплина Ю.Е., Николаева Е.А. Отражение крупного города в онтологическом контенте экономической теории // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия: Экономика и экологический менеджмент. – 2013. – № 2 (13). – С. 38.

8. Шапиро Н.А., Малкина М.В. Логично и образно о промышленной политике России // Проблемы современной экономики. – 2012. – № 4. – С. 469-470.

9. Шапиро Н.А., Николаева Е.А. Концепции разработки новых систем стратегического менеджмента для предприятий в высокотехнологичных отраслях // Актуальные проблемы менеджмента в РФ: формирование эффективных систем стратегического управления в Российской Федерации на федеральном и региональном уровнях: материалы международной научно-практической конференции. Часть 1. – 2013. – С. 53-56.

10. Яковлева А.В. Анализ безработицы в крупном городе и его прогнозно-аналитическое значение для регулирования рынка труда (на примере Москвы и Санкт-Петербурга) // Региональная экономика: теория и практика. – 2008. – № 30. – С. 53-59.

АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ КЛАСТЕРА УСЛУГ ЖИЗНЕОБЕСПЕЧЕНИЯ РЕГИОНА

© Сакаева Э.З.*, Абрамова Л.Н.♦

Филиал Башкирского государственного университета, г. Стерлитамак

Услуги жизнеобеспечения региона призваны удовлетворять потребности населения в полном объеме. Анализ финансово-экономической деятельности предприятий является одним из методов, используемых в управлении кластером услуг жизнеобеспечения региона. Однако в на-

* Доцент кафедры Экономики и управления, кандидат экономических наук, доцент.

♦ Преподаватель кафедры Бухгалтерского учета и аудита экономического факультета.

учной литературе не существует исследований, подтверждающих эффективность использования анализа финансово-экономической деятельности предприятий при формировании кластера услуг жизнеобеспечения региона. В данном исследовании, во-первых, был определен состав участников кластера услуг жизнеобеспечения региона, во-вторых, разработана методика формирования кластера услуг жизнеобеспечения региона средствами анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятий-участников, а также приведен анализ его количественных и качественных результатов. Исследование показало, что в ходе 10-этапного цикла возможно формирование кластера услуг жизнеобеспечения региона средствами анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятий-участников, что подтверждает эффективность предлагаемой методики. Результаты исследования расширяют знания о методическом потенциале анализа финансово-экономической деятельности предприятий в формировании кластера услуг жизнеобеспечения региона.

Ключевые слова: анализ финансово-экономической деятельности участников кластера, кластерное взаимодействие, жизнеобеспечение региона, услуги жизнеобеспечения населения.

Текущая финансовая деятельность предприятия представляет собой непрерывный поток его расчетов с контрагентами и государством. У предприятия постоянно возникает необходимость платить по своим обязательствам, для чего необходимо иметь средства на расчетном счете, при этом основным источником их поступления является продажа услуг. Взаимные потоки – приток денежных средств от дебиторов и их отток в погашение кредиторской задолженности уравнивают друг друга и обеспечивают жизнедеятельность предприятия.

Финансовое состояние предприятия с позиции краткосрочной перспективы, т.е. способности рассчитываться по своим обязательствам, оценивается показателями ликвидности и платежеспособности, в наиболее общем виде характеризующими, может ли оно своевременно и в полном объеме произвести расчеты по краткосрочным обязательствам.

Одним из важнейших условий успешного управления финансами предприятия является оценка его платежеспособности и финансовой устойчивости. Финансовое состояние предприятия интересует не только собственников предприятия, но и его партнеров по финансово-экономической деятельности, налоговые, кредитные органы и др.

Невозможно руководить предприятием и принимать управленческие решения, не зная его финансовое состояние и не оценив эффективности используемых в хозяйственной деятельности ресурсов и полученных финансовых результатов.

Показатели платежеспособности и финансовой устойчивости дают оценку эффективности предприятия в целом. Финансовая оценка эффективности

деятельности необходима для определения тенденций изменения финансового состояния предприятия, так как рост и развитие экономики базируется на стабильном и устойчивом состоянии предприятий.

Оценку финансового состояния исследуемых предприятий следует начать с оценки структуры актива и пассива баланса. Анализ, проведенный в таблице 1 показал, что структура активов и пассивов данных предприятий различна.

В МУП «Электрические сети» г. Салават в составе активов наибольший удельный вес занимают внеоборотные активы – 53,5 %. Это объясняется наличием большого количества дорогостоящих основных средств, необходимых для подачи электроэнергии.

Оборотные активы занимают 46,5 % в составе имущества, запасы – 11,4 %, дебиторская задолженность – 16,9 %, денежные средства – 16,8 %.

Собственный капитал составляет 74,8 % от всех источников образования имущества, свидетельствует о том, что предприятие преимущественно формирует свое имущество за счет собственных источников, что положительно сказывается на финансовой устойчивости данного субъекта хозяйствования. Структуру баланса можно признать удовлетворительной.

Структура активов ЗАО «Водоснабжающая компания» г. Стерлитамак характерна тем, что в ее составе преобладает доля оборотных активов – 86,2 %, которая в большинстве своем состоит из дебиторской задолженности – 56,5 %, и денежных средств – 30,8 %. Запасы имеют незначительный удельный вес – 0,7 %. Внеоборотные активы занимают 13,8 % и на 11,1 % состоят из основных средств.

Собственный капитал составляет 13,3 % всех источников образования имущества, заемный капитал – 86,7 %. Таким образом, из предварительного анализа финансового состояния можно сделать вывод, что предприятие зависимо от внешних источников финансирования.

Таблица 1

**Сравнительный анализ структуры баланса предприятий
осуществляющих деятельность в сфере услуг жизнеобеспечения
населения региона на 31.12.2013 г.**

Показатели	МУП «ЭС»		ЗАО «ВСК»		ООО УК «СЖС»		ООО «БЖИ»	
	тыс. руб.	уд. вес %	тыс. руб.	уд. вес %	тыс. руб.	уд. вес %	тыс. руб.	уд. вес %
АКТИВ								
Внеоборотные активы, всего,	52638	53,5	11217	13,8	158	4,7	497	0,3
в т.ч. основные средства	49005	49,8	8958	11,1	158	4,7	497	0,3
Оборотные активы, всего,	45712	46,5	69790	86,2	3198	95,3	150349	99,7
в т.ч. запасы	11184	11,4	531	0,7	93	2,8	2403	1,6
дебиторская задолженность	16600	16,9	43803	56,5	3059	91,2	132035	87,5
денежные средства	16519	16,8	24984	30,8	46	1,4	15911	10,5
Итого активов	98350	100	81007	100	3356	100	150846	100

В составе активов ООО Управляющая компания «Стройжилсервис» г. Стерлитамак преобладают оборотные активы – 95,3 %, основные средства занимают 4,9 %. Столь высокий удельный вес оборотных активов объясняется наличием дебиторской задолженности – 91,2 %. Наиболее ликвидные средства предприятия – денежные средства занимают лишь 1,4 %, что негативно повлияет на платежеспособность организации.

Предприятие финансово неустойчиво, так как заемный капитал преобладает над собственным капиталом. Удельный вес собственного капитала в валюте баланса имеет отрицательное значение, т.к. организация имеет непокрытый убыток.

ООО «Башжилиндурия» так же как и ООО Управляющая компания «Стройжилсервис» имеет неравное соотношение внеоборотных и оборотных активов. Внеоборотные активы занимают лишь 0,3 %, оборотные – 99,7 %. В составе оборотных активов преобладает запасы дебиторская задолженность – 87,5 %, на долю денежных средств приходится 10,5 %, запасов – 1,6 %.

В пассиве баланса преобладает доля заемного капитала. Весь заемный капитал предприятия краткосрочного характера. За счет непокрытого убытка доля собственного капитала имеет отрицательное значение, предприятие зависит от заемных источников.

Продолжение табл. 1

Показатели	МУП «ЭС»		ЗАО «ВСК»		ООО УК «СЖС»		ООО «БЖИ»	
	тыс. руб.	уд. вес %	тыс. руб.	уд. вес %	тыс. руб.	уд. вес %	тыс. руб.	уд. вес %
ПАССИВ								
Собственный капитал	73599	74,8	10765	13,3	-2524	-75,2	-26090	-17,3
Заемный капитал	24751	25,2	70242	86,7	5880	175,2	176936	117,3
в т. ч. краткосрочный	23613	24,0	70240	86,7	5880	175,2	176936	117,3
Итого пассивов	98350	100	81007	100	3356	100	150846	100

Таким образом, видно, что различие в структуре активов в зависимости от вида деятельности заключается в разном соотношении активов и пассивов.

Несмотря на вид деятельности, практически все предприятия имеют большую дебиторскую задолженность за исключением МУП «Электрические сети» г. Салават.

Следует отметить, что управляющие компании ООО «Башжилиндурия» и ООО «Стройжилсервис» испытывают недостаток источников собственных средств.

Предварительный анализ финансового положения не дает возможности сделать объективный вывод о степени платежеспособности и финансовой устойчивости. Для этого проведем коэффициентный анализ, позволяющий сравнить полученные коэффициенты с нормативным значением.

В табл. 2 определим степень платежеспособности данных субъектов хозяйствования. По данным табл. 2 видно, что МУП «Электрические сети» г. Салават имеет в наличии достаточно источников собственных средств для фор-

мирования своего имущества. Текущая деятельность обеспечена собственным оборотным капиталом на 45,9 % (норматив – 10 %).

Коэффициенты текущей ликвидности, быстрой ликвидности и абсолютной ликвидности соответствуют нормативным значениям.

Коэффициент текущей ликвидности равен 1,94, это значит, что оборотные активы почти в два раза покрывают краткосрочные обязательства. **Коэффициент текущей ликвидности** – основополагающий показатель для оценки финансовой состоятельности организации, достаточности имеющихся у нее оборотных средств, которые при необходимости могут быть использованы для погашения ее краткосрочных обязательств. Значение коэффициента текущей ликвидности должно находиться в пределах от 1 до 2. Значение нижней границы коэффициента, равное 1, обусловлено тем, что оборотных средств должно быть столько же, сколько возникает краткосрочных обязательств. Превышение оборотных активов (в два раза) над краткосрочными обязательствами создает условия для устойчивого развития производственно-финансовой деятельности, в результате чего формируются рабочий капитал, или «чистые оборотные активы».

Таблица 2

Анализ платежеспособности предприятий, осуществляющих деятельность в сфере услуг жизнеобеспечения населения региона

Показатели	МУП «ЭС» г. Салават	ЗАО «ВСК»	ООО УК «СЖС»	ООО «БЖИ»	Нормативное значение коэффициентов
1. Собственные оборотные средства, тыс. руб.	20960	-452	-2682	-26587	x
2. Коэффициент обеспеченности текущей деятельности собственными оборотными средствами	0,459	-0,006	-0,84	-0,179	≥0,1
3. Коэффициент текущей ликвидности	1,94	0,994	0,544	0,85	1,5-2
4. Коэффициент быстрой ликвидности	1,403	0,978	0,528	0,836	0,7-1,0
5. Коэффициент абсолютной ликвидности	0,7	0,354	0,008	0,09	0,20-0,50

Коэффициент абсолютной ликвидности равен 0,7 за счет самой мобильной части оборотных активов краткосрочные обязательства покрываются на 70 %, что выше нормы. С учетом поступления денежных средств от дебиторов краткосрочные обязательства могут быть погашены на 97,8 %, что соответствует норме.

Исходя из расчетных значений коэффициентов ликвидности МУП «Электрические сети» г. Салават можно признать платежеспособной организацией.

ЗАО «Водоснабжающая компания», управляющие компании ООО «Башжилиндустрия» и ООО «Стройжилсервис» не располагают в полном объеме источниками собственных средств для формирования внеоборотных и части оборотных активов, об этом свидетельствует отрицательное значение собственных оборотных средств. Коэффициент текущей ликвидности данных ор-

ганизаций, имеет значение менее единицы, что свидетельствует о признаках банкротства.

Коэффициент абсолютной ликвидности управляющих компаний ООО «Башжилиндустрия» и ООО «Стройжилсервис» имеет очень низкое значение менее 1 %, данные организации испытывают дефицит денежных средств для расчетов по краткосрочным обязательствам.

Таким образом, ЗАО «Водоснабжающая компания», Управляющие компании ООО «Башжилиндустрия» и ООО «Стройжилсервис» испытывают трудности в погашении долгов. Это объясняется наличием значительной дебиторской задолженности, которая не погашается в срок, и дефицитом денежных средств. МУП «Электрические сети» г. Салават можно признать платежеспособной организацией.

Одной из основных задач анализа ликвидности является оценка степени близости к банкротству. Для этого утверждена система критериев, на основании которых принимаются решения о признании структуры баланса предприятий неудовлетворительной, а предприятия – неплатежеспособными или, наоборот, о возможности восстановления платежеспособности. Такими критериями являются коэффициент текущей ликвидности, коэффициент обеспеченности собственными средствами, коэффициент восстановления (утраты) платежеспособности. Далее на основе полученного результата текущей ликвидности находим коэффициент восстановления платежеспособности и оценим структуру баланса. Основанием для признания структуры баланса предприятий удовлетворительной является выполнение условия, все три показателя, отраженные в табл. 3 должны соответствовать нормативным значениям.

Таблица 3

**Оценка структуры баланса предприятий по показателям
возможности восстановления (утраты) платежеспособности**

Показатели	Норма	МУП «ЭС»	ЗАО «ВСК»	ООО УК «СЖС»	ООО «БЖИ»
1. Коэффициент текущей ликвидности	≥ 2	1,94	0,994	0,544	0,85
2. Коэффициент восстановления платежеспособности за период 6 месяцев	> 1	1,02	0,44	0,336	0,387
3. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	$\geq 0,1$	0,459	-0,006	-0,84	-0,179

В МУП «Электрические сети» все три показателя соответствуют норме, следовательно, данное предприятие платежеспособно и структура баланса признана удовлетворительной.

По остальным организациям показатели не отвечают нормативным требованиям, что свидетельствует о неудовлетворительной структуре баланса исследуемых организаций. Коэффициент восстановления платежеспособности ни-

же нормативного значения, менее единицы, что говорит об отсутствии возможности восстановить платежеспособность данных предприятий. В целом такая ситуация характерна для предприятий жилищно-коммунального комплекса, так что говорить о неэффективности управления здесь вряд ли уместно.

Следующим этапом является оценка финансовой устойчивости предприятий. В табл. 4 проанализируем, насколько предприятия зависимы от внешних источников с помощью расчета коэффициентов финансовой устойчивости.

МУП «Электрические сети» г. Салават, исходя из структуры источников образования имущества, можно отнести к финансово устойчивому типу предприятия. Доля собственных средств составляет 74,8 %, заемных – 33,6 %.

Коэффициенты отношения заемных и привлеченных средств к собственным, текущей задолженности и покрытия долгов собственным капиталом удовлетворяют нормативным значениям. Коэффициент маневренности собственного капитала имеет достаточно высокое значение, более 33 %. МУП «Электрические сети» г. Салават является финансово устойчивым предприятием. Текущая деятельность финансируется за счет собственных источников, предприятие независимо от внешних кредиторов.

Таблица 4

Анализ финансовой устойчивости предприятий, осуществляющих деятельность в сфере услуг жизнеобеспечения населения региона

Показатели	Нормативное значение	МУП «ЭС» г. Салават	ЗАО «ВСК»	ООО УК «СЖС»	ООО «БЖИ»
1. Коэффициент автономии	$\geq 0,5$	0,748	0,133	-0,752	-0,173
2. Коэффициент финансовой устойчивости	$\geq 0,8$	0,76	0,133	-0,752	-0,173
3. Коэффициент отношения заемных и привлеченных средств к собственным	< 1	0,336	6,53	-	-
4. Коэффициент маневренности собственного капитала	-	0,285	0,04	-	-
5. Коэффициент текущей задолженности	0,1-0,2	0,24	0,867	1,75	1,17
6. Коэффициент покрытия долгов собственным капиталом	> 1	2,97	0,153	-0,43	-0,147

ЗАО «Водоснабжающая компания» зависит от заемных источников финансирования, доля собственного капитала составляет 13,3 %, заемного 86,7 %. Заемные средства превышают собственные более чем в шесть раз. Коэффициент текущей задолженности характеризует долю краткосрочного капитала в общей сумме капитала, значение данного коэффициента высоко 86,7 %, что не соответствует нормативу, не более 20 %. Собственный капитал покрывает долги лишь на 15,3 %, что не соответствует нормативу (более 100 %). Данное предприятие является финансово неустойчивым.

Управляющие компании ООО «Башжилиндустрія» и ООО «Стройжилсервис» полностью зависят от заемных источников, об этом свидетельствует значение коэффициента автономии, который показывает долю собственного капитала в общей сумме капитала. Уровень данного показателя имеет отрицательное значение, т.к. в составе собственного капитала преобладает сумма непокрытого убытка. Исследуемые предприятия испытывают финансовые затруднения, собственный капитал не покрывает долги предприятий. Доля краткосрочных обязательств в общей сумме капитала не соответствует норме. Финансовое состояние Управляющих компаний ООО «Башжилиндустрія» и ООО «Стройжилсервис» кризисное.

Исходя из анализа платежеспособности и финансовой устойчивости, можно сделать вывод, что финансово устойчивым предприятием является МУПЭС г. Салават, финансовое состояние ЗАО «Водоснабжающая компания» неустойчивое, финансовое состояние Управляющих компаний ООО «Башжилиндустрія» и ООО «Стройжилсервис» является кризисным.

Далее рассмотрим, насколько прибыльны данные предприятия и степень доходности их деятельности (табл. 5).

Таблица 5

**Расчет показателей финансовых результатов предприятий,
осуществляющих деятельность в сфере услуг
жизнеобеспечения населения региона**

Показатели	МУП «ЭС» г. Салават	ЗАО «ВСК»	ООО УК «СЖС»	ООО «БЖИ»
Выручка от оказания услуг, тыс. руб.	191356	284027	14739	402665
Себестоимость реализованных услуг, тыс. руб.	175147	298330	16681	402523
Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб.	16389	-14303	-1942	142
Рентабельность услуг, %	9,36	-4,79	-11,64	0,004
Рентабельность продаж, %	8,56	-5,04	-13,18	0,004

МУП «Электрические сети» г. Салават имеет прибыль от продаж в размере 16389 тыс. руб. Предприятие рентабельно, уровень рентабельности продаж составляет 8,56 % это значит, что доля прибыли в выручке составляет чуть менее 9 %. Рентабельность услуг составляет 9,36 %, т.е. доля прибыли в затратах чуть менее 10 %. Данное предприятие среди других исследуемых предприятий получает наибольшую прибыль с рубля затрат.

ООО «Башжилиндустрія» получает небольшую прибыль от своей деятельности в размере 142 тыс. руб. Степень доходности продаж и затрат менее 1 %.

ЗАО «Водоснабжающая компания» прибыли не имеет, убыток от хозяйственной деятельности составляет 14303 тыс. руб. Данное предприятие не рентабельно.

ООО «Стройжилсервис» также несет убыток от своей деятельности в сумме 1942 тыс. руб., оно не рентабельно.

Расходы управляющих компаний ООО «Стройжилсервис» и ООО «Башжилиндурия» очень велики, они выше, чем получаемые доходы, поэтому организации несут убытки от своей деятельности. В табл. 6 рассмотрим структуру расходов данных организаций.

Структура расходов управляющих компаний ООО «Стройжилсервис» и ООО «Башжилиндурия» характеризуется тем, что в ней преобладают общеэксплуатационные расходы, их доля выше, чем текущие расходы. Доля общеэксплуатационных расходов в динамике растет. В структуре общеэксплуатационных расходов наблюдаются изменения, увеличивается доля расходов по электроэнергии, газа в связи с ростом тарифов, растет также доля расходов на аварийную службу.

Таблица 6

**Анализ структуры расходов управляющих компаний
ООО «Стройжилсервис» и ООО «Башжилиндурия», в %**

Показатели	ООО «Стройжилсервис»			ООО «Башжилиндурия»		
	2012 г.	2013 г.	изменение	2012 г.	2013 г.	изменение
1. Текущие расходы управляющей компании	46,0	43,8	-2,2	42,0	40,8	-1,2
в т.ч. расходы на оплату труда с отчислениями на социальное страхование	37,5	36,0	-1,5	33	32	-1
2. Общеэксплуатационные расходы	54,0	56,2	2,2	58,0	59,2	1,2
Электрoэнергия	8,9	9,8	0,9	10,9	12	1,1
Вывоз ТБО	9,9	8,7	-1,2	9,8	10	0,2
Захоронение мусора	2,5	2,4	-0,1	3,5	3,4	-0,1
Аварийная служба	6,9	7,1	0,2	6,3	6,1	-0,2
ЕИРКЦ паспортная служба	5,2	5,3	0,1	5,1	5,3	0,2
ЕИРКЦ услуги начисления	4,6	4,0	-0,6	3,5	3,5	-
Услуги по «Системе город» по приему платежей	4,3	4,5	0,2	4,8	4,5	-0,3
Услуги газовых служб	2,8	3	0,2	3,1	4,3	1,2
Техническое содержание дома	6,9	6,5	-0,4	6,0	5,8	0,2
Прочие	5,0	4,9	-0,1	5,0	4,9	-0,1
Итого	100	100	-	100	100	-

Так как на формирование прибыли предприятий оказывает оборачиваемость активов, произведем расчет оборачиваемости. Скорость оборота отражает число кругооборотов, совершаемых оборотными средствами за отчетный период. Она показывает величину реализованных услуг, приходящуюся на 1 руб. оборотных средств. Расчет оборачиваемости представлен в таблице 7.

Из табл. 7 видно, что наиболее длительный оборот активов 180,9 дней наблюдается в организации МУП «Электрические сети», на это влияет величина совокупного капитала, но период оборачиваемости дебиторской задолженности в данной организации самый низкий – 30,1 дней, в среднем дебиторы погашают свои долги в течение месяца. Длительность оборота ЗАО «Водо-

снабжающая компания» составляет 100,8 дней, оборотные активы совершают один оборот в среднем за один квартал, период оборачиваемости дебиторской задолженности составляет 49,5 дней. Период оборачиваемости дебиторской задолженности управляющих компаний ООО «Стройжилсервис» составляет 66,9 дня, ООО «Башжилиндурия» 109,7 дней. Это длительный период оборачиваемости средств в расчетах, что отрицательно влияет на платежеспособность данных организаций. Доля дебиторской задолженности в составе активов велика более 90 %. Среди дебиторской задолженности управляющих компаний большую часть составляет задолженность населения.

Таблица 7

Показатели оборачиваемости активов

Показатели	МУП «ЭС»	ЗАО «ВСК»	ООО УК «СЖС»	ООО «БЖИ»
Выручка, тыс. руб.	191356	284027	14739	402665
Средняя величина активов, тыс. руб.	96150	79619	3240	138375
Средняя величина оборотных активов, тыс. руб.	43907	70410	3053	131246
Средняя величина дебиторской задолженности, тыс. руб.	16019	39000	2742	122707
Коэффициент оборачиваемости активов, раз	1,99	3,57	4,55	2,9
Коэффициент оборачиваемости оборотных активов, раз	4,36	4,03	4,83	3,07
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности, раз	11,95	7,28	5,38	3,282
Длительность 1 оборота активов, дни	180,9	100,8	79,1	124,1
Длительность 1 оборота оборотных активов, дни	82,6	89,3	74,5	117,3
Длительность 1 оборота дебиторской задолженности, дни	30,1	49,5	66,9	109,7

Обобщая аналитические исследования, сделаем вывод: финансовое состояние МУП «Электрические сети» г. Салават признается устойчивым, т.к. деятельность предприятия в полном объеме финансируется за счет собственных источников, предприятие платежеспособно, прибыльно и рентабельно. Финансовое состояние ЗАО «Водоснабжающая компания» неустойчивое, управляющей компании «Стройжилсервис» кризисное, так как не рациональна структура актива и пассива баланса, в активе баланса большая часть средств отвлечена в дебиторскую задолженность, низкая доля денежных средств, в пассиве баланса преобладает доля заемного капитала. Предприятия имеют непокрытый убыток за счет больших расходов по текущей деятельности.

В данном исследовании определен состав участников кластера услуг жизнеобеспечения региона, разработана методика формирования кластера услуг жизнеобеспечения региона методом анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятий-участников. Исследование показало, что возможно формирование кластера услуг жизнеобеспечения региона средствами анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятий-участников, что подтверждает эффективность предлагаемой методики. Результаты исследования расширяют знания о методическом потенциале анализа

финансово-хозяйственной деятельности предприятий в формировании кластера услуг жизнеобеспечения региона.

Список литературы:

1. Недосекин А.О. Сводный финансовый анализ российских предприятий за 2000-2003 гг. / А.О. Недосекин, Д.Н. Бессонов, А.В. Лукашев // Аудит и финансовый анализ. – 2005. – № 1. – С. 53-60.
2. Коваленко А. В. Математические модели и инструментальные средства комплексной оценки финансово-экономического состояния предприятия: дисс. ... канд. экон. наук / А.В. Коваленко. – Краснодар, 2009. – 210 с.

Секция 3

***СОВРЕМЕННЫЕ
ТЕНДЕНЦИИ
РАЗВИТИЯ КАДРОВОГО
МЕНЕДЖМЕНТА***

РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ООО «ПРИМСЕРВИС» Г. АРТЕМ

© Куртукова М.А.* , Батурина О.А.♦

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса,
г. Владивосток

В современном менеджменте приобретают все большее значение мотивационные аспекты. Мотивация персонала является основным средством обеспечения оптимального использования ресурсов, мобилизации имеющегося кадрового потенциала. Основная цель процесса мотивации – это получение максимальной отдачи от использования имеющихся трудовых ресурсов, что позволяет повысить общую результативность и прибыльность деятельности предприятия [2, с. 1].

В данном исследовании рассматриваются проблемы существующей системы мотивации персонала компании ООО «ПримСервис» и предлагаются меры по ее совершенствованию.

Мотивация – это то, что активизирует, стимулирует человека и направляет его действия к поставленной цели.

Стимул – это внешнее побуждение к действию, причиной которого является интерес (материальный, моральный, личный или групповой), чаще всего материальное вознаграждение определенной формы.

Мотивация труда – это стимулирование работника или группы работников к деятельности по достижению цели предприятия через удовлетворения их собственных потребностей [9, с. 2].

Актуальность исследуемой темы заключается в том, что путь к эффективному управлению человеком лежит через понимание его мотивации. Только зная то, что движет человеком, побуждает его к деятельности, какие мотивы лежат в основе его действий, можно попытаться разработать эффективную систему форм и методов управления человеком.

В качестве объекта исследования было выбрано общество с ограниченной ответственностью ООО «ПримСервис», предприятие города Артема, Приморский край, занимающегося розничной торговлей сотовыми телефонами и подключением к операторам связи.

На основании технико-экономических показателей компании ООО «ПримСервис» и анализа прибыли можно отметить, что прибыль от продаж на предприятии увеличивалась в течении всего исследуемого периода, что видно на диаграмме, представленной на рис. 1.

* Студент кафедры Экономики и менеджмента.

♦ Старший преподаватель кафедры Экономики и менеджмента.

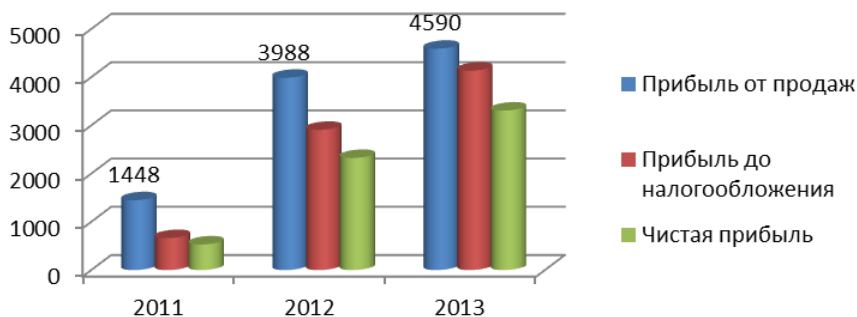


Рис. 1. Динамика прибыли ООО «ПримСервис» за 2011-2013 г.

Анализ кадрового состава показал, что численность персонала в 2013 году уменьшилась на 4 человека, по сравнению с 2012 годом в связи с неудовлетворенностью персонала размером заработной платы.

Анализ заработной платы персонала показал, что за отчетный период наблюдается повышение уровня среднегодовой заработной платы персонала предприятия на 12000 рублей. Среднемесячная зарплата работников повысилась за исследуемый период на 1000 рублей и составила в 2013 году 11000 рублей, что незначительно больше прожиточного минимума работающего населения.

Оценка существующей мотивации персонала в ООО «ПримСервис» была проведена с использованием теста «Удовлетворенность работой» по В.А. Розановой [3, с. 3].

По результатам исследования составлена структура мотивации работников, диаграмма которой представлена на рис. 2.

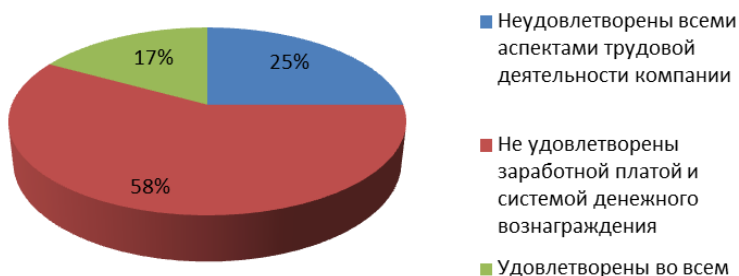


Рис. 2. Структура мотивации работников ООО «ПримСервис»

На основании проведенных исследований был рассчитан общий коэффициент удовлетворенности трудом.

Для того чтобы рассчитать индекс удовлетворенности, необходимо воспользоваться формулой:

$$ИУ = [(+1) \times N_1 + (+0,5) \times N_2 + (0) \times N_3 + (-0,5) \times N_4 + (-1) \times N_5] \times 100 / N \quad (1)$$

где (+1), (+0,5), (0), (-0,5), (-1) N_j – число респондентов, выбравших данный вариант ответа;

N – общее число респондентов, ответивших на вопрос: $N = \sum N_j$.

Результирующая шкала индекса удовлетворенности варьируется от негативного -100 – «очень плохо» до позитивного +100 – «очень хорошо»

Проводим расчет индекса для данного утверждения:

$$ИУ = [(+1) \cdot 13 + (0,5) \cdot 25 + 0 \cdot 4 + (-0,5) \cdot 12 + (-1) \cdot 3] \cdot 100 / 58 = 28,4$$

Общий индекс удовлетворенности трудом персонала предприятия равен 28,4, что соответствует среднему уровню удовлетворенности сотрудников работой в структуре исследуемого предприятия.

Из проведенного исследования существующей системы мотивации персонала в компании ООО ПримСервис было выявлено 3 проблемы.

1. Не эффективная оплата труда.
2. Нет морального стимулирования работников.
3. Не эффективное материальное стимулирование.

Исходя из этого, компании ПримСервис было предложено:

1. Внедрение гибкой системы оплаты труда.
2. Разработать и внедрить меры морального стимулирования работников.
3. Предложить мероприятия направленные на совершенствование материального стимулирования.

Гибкая система оплаты труда повысит материальную заинтересованность работников, повысит качество и производительность труда. При этом размер заработной платы работников будет напрямую зависеть от роста объемов реализованной продукции и услуг. В этом случае работникам кроме оклада выплачиваются ежемесячные вознаграждения в % соотношении от выручки.

В качестве моральных стимулов можно использовать:

- стимулирование свободным временем (отгулы, дополнительные выходные);
- трудовое стимулирование (возможность карьерного роста и участие в управлении предприятием).

В качестве улучшения материального стимулирования:

- компенсация услуг сотовой связи
- оплата дополнительных выходных.

Эффективность предложенных мероприятий. Предложенные меры по совершенствованию методов мотивации труда могут дать рост производительности труда. Предполагается, что реализация всех мероприятий позволит увеличить среднегодовую выручку на – 30 %.

Только за счет внедрения мероприятий будет получен объем дополнительной прибыли, рассчитанный по формуле 2.

$$\Delta V = (r \cdot 0,1) \cdot (b \cdot 0,3) \cdot 3, \quad (2)$$

где r – численность работников;

0,1 – планируемое снижение текучести кадров;

b – выработка одного работника за месяц, рублям;

0,3 – доля увеличения выработки за счет снижения текучести кадров;

3 – количество месяцев, в течение которых работник невольно снижает производительность труда на 30 % [5, с. 58]

$$\Delta V = (58 \cdot 0,1) \cdot (4655,2 \cdot 0,3) \cdot 3 = 24300,1 \text{ тыс. руб.}$$

Таким образом, за счет внедрения предложенных мероприятий объем дополнительных услуг увеличится на 24300,1 тыс. рублей.

На основании произведенных расчетов можно судить о положительном влиянии предложенных мероприятий на экономические показатели предприятия. Оценка эффективности предложенных мероприятий показала, что предложенные меры по совершенствованию методов мотивации труда могут дать прирост его производительности. Исходя из этого, ожидаемое увеличение объема товарооборота – 24300,1 тысяч рублей.

Полученные выводы доказывают, что для человека важна интересная работа, перспективы предприятия, возможность самореализации, а оплата и условия труда вторичны.

Создание эффективной системы мотивации на предприятии позволит решить ряд вытекающих проблем: стабилизировать кадровый состав компании, повысить результативность работы, удержать ценных для компании работников и облегчить увольнение неценного работника.

Поэтому создание эффективной системы мотивации на предприятии и организация постоянного слежения за уровнем мотивации отдельных работников может превратить систему мотивации в одно из приоритетных и действующих орудий управления персоналом.

В целом можно сделать вывод, что внедрение предложенных мероприятий позволит повысить заинтересованность сотрудников в результатах своего труда и эффективность всей системы управления компанией.

Список литературы:

1. Боковня А.Е. Мотивация – основа управления человеческими ресурсами: (теория и практика формирования мотивирующей организационной среды и создания единой системы мотивации компании) / А.Е. Боковня. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 141 с.

2. Дырин С. Управление персоналом: от кадрового подхода – к многоаспектному / С. Дырин // Кадровик. – 2010. – № 9. – С. 5-10.

3. Розанова В.А. Психология управленческой деятельности: учебное пособие / В.А. Розанова. – М., 2010. – 225 с.
4. Виноградова А.М. Мотивация оплаты труда / А.М. Виноградова // А-Содружество. – 2010. – № 4. – С. 270.
5. Веснин В.Р. Менеджмент: учебник / В.Р. Веснин. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Проспект, 2012. – 616 с.
6. Жуков Л.И. Справочное пособие по труду и зарплате / Л.И. Жуков, В.В. Горшков. – М.: Финансы и статистика, 2010. – 266 с.
7. Зайцева Т.В. Заработная плата: расчет и учет / Т.В. Зайцева. – М.: Альфа-Пресс, 2011. – 224 с.
8. Ковалев Г. Как выбрать схему оплаты труда / Г. Ковалев, Е. Аксенова // Справочник по управлению персоналом. – 2010. – № 6. – С. 4-7.
9. Карсетская Е. Положения об оплате труда / Е. Карсетская, И. Михайлов, М. Мошкович, Е. Шершнева // Экономико-правовой бюллетень. – 2009. – № 3. – С. 61-63.
10. Ковязина Н.З. Заработная плата на предприятии / Н.З. Ковязина. – СПб.: ПИТЕР, 2010. – 258 с.
11. Липатова Л. Оплата труда на российских предприятиях / Л. Липатова // Экономист. – 2010. – № 3. – С. 72-77.

ВНУТРЕННИЙ МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ МОТИВАЦИИ ТРУДА ПЕРСОНАЛА

© Махортова А.В.*

Кубанский государственный университет, г. Краснодар

Рассмотрены основные аспекты повышения мотивации труда персонала на современных предприятиях. Выявлены основные недостатки системы управления мотивацией персонала, принятой на отечественных предприятиях. Рассмотрен механизм функционирования внутреннего маркетинга в процессе повышения мотивации и организации персонала на формирование базы уникальных интеллектуальных активов предприятия, способных повысить его конкурентные преимущества на современном рынке.

Ключевые слова: персонал, мотивация, производительность труда, внутренний маркетинг, информационно-интеллектуальные ресурсы, интеллектуальные активы, конкурентоспособность.

На сегодняшний день одной из важнейших задач, стоящих перед российской экономикой является повышение эффективности, производитель-

* Магистрант кафедры Мировой экономики и менеджмента.

ности труда, а также развитие интеллектуального потенциала [11]. По данным центра макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования НИУ ВШЭ, в 2013 году уровень добавленной стоимости на работника в РФ в разных сферах отечественной экономики варьировался от 50 до 1000 евро в месяц. Это в 5-7 раз ниже, чем продуктивность труда в ведущих странах Евросоюза [10].

Доказано, что эффективная мотивация труда персонала – это один из способов не только повышения производительности труда, но и формирования уникальных информационно-интеллектуальных ресурсов функционирования и развития предприятия [12]. По данным исследований выявлено, что на отечественных предприятиях наиболее распространенным является материальный способ мотивации, признаваемый современными специалистами не достаточно эффективным в следствие того, что для каждого сотрудника когда то неизбежно наступает момент, когда теряется смысл работать только ради материального вознаграждения. В настоящее время более эффективными признаны подходы, которые учитывают еще и внутренние мотивы персонала [15]. Они отличаются долговременные и устойчивым влиянием на отношение сотрудников к работе и результативность их труда, а также способствуют формированию благоприятной производственной атмосферы и организационной культуры [17]. Это воздействие объясняется связью между тем, что человек делает и тем смыслом, которым наполняется его деятельность. Очевидно, что каждый сотрудник более мотивирован выполнять работу, в которой он видит смысл. Согласованность личных смыслов работника со смыслом деятельности организации формирует лояльность. Вот почему формирование лояльности сотрудников можно считать одним из инструментов управления компанией.

Важнейшей зоной возможного повышения эффективности труда является совершенствование методов управления персоналом за счет развития механизмов внутреннего маркетинга. На практике, внутренний маркетинг рассматривается как комплекс мер, направленный на привлечение, отбор, подготовку, правильный настрой, оценку, вознаграждение и мотивацию персонала. Первоочередной задачей внутреннего маркетинга является формирование команды из числа тех сотрудников, чье равнодушие к деятельности в компании превосходит границы должностных обязанностей [1]. То есть, внутренний маркетинг – это совокупность способов, позволяющих компании привлекать, мотивировать и удерживать сотрудников, разделяющих принцип клиентоориентированности.

Изначально концепция внутреннего маркетинга подразумевала идею «продажи рабочих мест» и придания им большей привлекательности для работников [6]. Считалось что, прежде чем оказать качественную услугу внешнему потребителю, ее необходимо нужным образом преподнести внутреннему потребителю, то есть сотрудникам, обслуживающим потребителей.

Дальнейшее развитие концепции позволило сформулировать пять основных задач внутреннего маркетинга [2]: привлечение и удержание в штате работников, осознающих свою ответственность перед клиентом; гармонизация совместно работающего персонала, настроенного на реализацию миссии, стратегии и целей организации и операций компании с внешней средой; удовлетворение потребностей работников с целью того, чтобы они могли удовлетворять потребности клиентов организации; снижение или устранение внутренних функциональных барьеров, существующих в организации; совершенствование маркетинговой ориентированности фирмы;

Принципами внутреннего маркетинга являются: сам персонал, как игроки одной команды; забота фирмы о своих сотрудниках; обеспечение лояльности работников через механизм обратной связи.

Современными специалистами отмечено, что, несмотря на то, что основным принципом внутреннего маркетинга является повышение вовлеченности сотрудников в реализацию бизнес-задач фирмы, на сегодняшний день в нашей стране, даже те компании, которые доносят до сотрудников информацию о целях бизнеса и результатах деятельности, не обеспечивают их эффективное вовлечение в реализацию бизнес-задач [7, 8, 18]. Этот факт также подтверждается и результатами независимого исследования методом экспертного опроса, проведенного Высшей школой маркетинга и развития бизнеса НИУ ВШЭ в декабре 2013 г. – январе 2014 г. среди руководителей HR-подразделений российских компаний различных регионов России. По результатам исследования, только 50 % компаний доносят до сотрудников свою стратегию и финансовые результаты. Лишь 40 % представляют сотрудникам годовые отчеты и менее 40 % сообщают им информацию о клиентах [3]. Кроме того, опубликованные в январе 2014 года результаты опроса Nau Group, показали, что 85 % российских руководителей ставят перед сотрудниками противоречивые указания [5].

Следовательно, одной из главных причин плохой координации между повышением производительности компании и производительностью каждого работника является несовершенная система обратной связи. Отсутствие эффективных механизмов такой связи приводит к тому, что степень согласованности стратегических целей и действий рядовых сотрудников остается неизвестной ни им самим, ни руководству, что оказывает отрицательное влияние на их вовлеченность в деятельность предприятия и лояльность к нему.

Таким образом, для создания системы эффективного внутреннего маркетинга необходимо развивать механизмы обратной связи, открытую корпоративную культуру [9] и систему материальной и нематериальной мотивации сотрудников, нацеленную на реализацию бизнес-стратегии в постоянно изменяющихся условиях внешней среды [14]. Кроме того, каждый работник компании должен не только понимать и разделять стратегические цели компании, но и осознавать, как его собственная деятельность связана с этими це-

лями, именно на таких условиях он будет заинтересован тратить свои интеллектуальные ресурсы для формирования интеллектуальных активов фирмы, способных повышать конкурентоспособность и стоимость бизнеса [16, 19]. Для выявления удовлетворенности работников компании товарами и (или) услугами и компанией в целом, необходимо проводить внутрифирменные маркетинговые исследования, что в свою очередь будет способствовать совершенствованию систем управления мотивацией труда и управления интеллектуальными ресурсами. В обратном случае возможен противоположный процесс, так как известны случаи, когда процветающие корпорации резко снижали показатели эффективности и даже поглощались конкурентами в связи с тем, что не могли обеспечить персоналу желанные условия деятельности, и с их уходом теряли интеллектуальный капитал, который ранее являлся основой их инвестиционной привлекательности [7].

Обусловлено это тем, что данная категория может обладать невысоким уровнем лояльности. Причин этому несколько: причинам [4]: осознание, что не они нуждаются в компании, а компания нуждается в них; часто интеллектуальные работники более привязаны к сфере своих знаний и навыков, нежели к компании, в которой они работают; иерархичность знаний приводит к нежеланию быть просто подчиненным. Эти причины требуют пересмотра и корректировки управленческих инструментов, традиционно применяемых компаниями и применение дополнительных инструментов, одним из которых и является внутренний маркетинг.

Таким образом, очевидно, что в условиях современной экономики одним из инструментов повышения конкурентоспособности за счет уникальных информационно-интеллектуальных факторов предприятия является внутренний маркетинг. Его достоинством является обеспечение высокого качества товаров и (или) услуг на всех этапах создания стоимости, а не только на стадии выпуска конечного продукта. Благодаря чему формируется лояльность сотрудников к предприятию, а, следовательно, увеличивается и мотивация к повышению качества труда.

Список литературы:

1. Армстронг Г., Котлер Ф., Сондерс Д., Вонг В. Основы маркетинга. – 2-е европейское изд. – М.; СПб.; К: Вильямс, 2002. – С. 132.
2. Бакун Т.В. Внутренний маркетинг и маркетинг персонала: отличия и особенности // Инновационное образование и экономика. – 2012. – Т. 1, № 10. – С. 14.
3. Базилева И.И. Лояльность сотрудников российских организаций // Управление человеческим потенциалом. – 2014. – № 2. – С. 83.
4. Внутренний маркетинг персонала – лояльность руководителя и мотивация сотрудников [Электронный ресурс] / Агентство управленческого консалтинга. – Режим доступа: http://consult-dnd.com.ua/stati1/article_post/vnutrenniy-marketing-personala--loyalnost-rukovoditelya-i-mo.

5. Гончарова О. 85 % российских руководителей дают сотрудникам противоречивые указания [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vedomosti.ru/career/news/21647681/pooschryayut-protivorechiya>.

6. Иган Дж. Маркетинг взаимоотношений. Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления/ Дж. Иган; пер.с англ. Е.Э. Лалаян. – 2-ое изд. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 375 с.

7. Иноземцев В.Л. Перспективы постиндустриальной теории в меняющемся мире // Новая постиндустриальная волна на Западе. – М., 1999.

8. Костецкий А.Н., Старкова Н.О. Некоторые методические аспекты исследования процесса формирования интеллектуальных активов фирмы // Экономика: теория и практика. – 2001. – № 1. – С. 51-54.

9. Костецкий А.Н., Старкова Н.О. Управление интеллектуальными активами: учеб. пособие. – Краснодар: М-во образования и науки Российской Федерации, Кубан. гос. ун-т., 2006. – 317 с.

10. Макроэкономические прогнозы: перспективные задачи. Долгосрочный прогноз научно-технологического развития в России: результаты текущего цикла и задачи на будущее [Электронный ресурс] / НИУ ВШЭ. – 2013. – Режим доступа: http://www.forecast.ru/_ARCHIVE/Presentations/HSE/2013/2013-05-20MacroBelousov.pdf.

11. Старкова Н.О., Костецкий А.Н. Интеллектуальные активы фирмы: идентификация и управление // Экономика. Управление. Право. – 2000. – № 4. – С. 16-21.

12. Старкова Н.О. Формирование внутрифирменной системы управления интеллектуальными активами: дисс. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Кубанский государственный университет. – Краснодар, 2001. – 202 с.

13. Старкова Н.О. Функционально-содержательная характеристика подсистемы управления интеллектуальными активами фирмы // Экономика: теория и практика. – 2003. – № 5. – С. 33-38.

14. Старков И.С., Старкова Н.О. Моделирование процесса управления изменениями в информационной системе предприятия // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). – 2008. – № 25. – С. 153-157.

15. Старкова Н.О. Формирование программы совершенствования системы управления интеллектуальными активами на предприятии // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). – 2010. – № 31. – С. 87-97.

16. Старкова Н.О., Старков И.С. Применение современных подходов к управлению изменениями в информационной системе предприятия // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2011. – № 66. – С. 194-205.

17. Старкова Н.О. Формирование системы управления организационным развитием малого предприятия // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2012. – № 81. – С. 760-770.

18. Старкова Н.О., Тиминова Е.В. Организация маркетинга персонала на зарубежных и российских предприятиях // Austrian Journal of Humanities and Social Sciences. – 2014. – № 3-4. – С. 250-254.

19. Старкова Н.О., Рзун И.Г., Старков И.С. Информационные ресурсы и интеллектуальные активы современного предприятия // Экономика и предпринимательство. – 2014. – № 9. – С. 769-772.

A decorative border resembling a scroll, with rounded corners and a small circular element at the top-left and bottom-left corners.

Секция 4

***МАРКЕТИНГ,
РЕКЛАМНОЕ ДЕЛО И PR***

СПЕЦИАЛЬНЫЕ СОБЫТИЯ КАК ВАЖНЕЙШИЙ ИНСТРУМЕНТ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ СОВРЕМЕННОГО ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

© Андреева Е.А.*

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса,
г. Владивосток

В статье современные PR-технологии позиционируются в качестве неотъемлемой составляющей рекламной кампании современного торгового предприятия. Характеризуются понятие, виды и назначение специальных событий как инструмента связей с общественностью. Исследуются особенности организации специальных событий при проведении кампаний по связям с общественностью в сфере торговли.

Ключевые слова: рекламная компания, PR-компания, связи с общественностью, специальные события, событийные коммуникации, «промо-акции», «PR-мероприятия», «директ маркетинг», «сейлз промоушен».

Наиболее заметным проявлением деловой деятельности является реклама. Борисов Б.Л. отмечает: «То, чем фирма скрыто занималась на протяжении многих лет, становится достоянием общественности с того момента, когда она начинает рекламную кампанию» [1, с. 26]. Рекламу часто называют массовой или обезличенной торговлей. Она используется для информирования, убеждения и напоминания покупателям о конкретных изделиях и услугах. По мнению И.Л. Викентьева, реклама всецело подчинена задачам маркетинга, преследующего в качестве конечных полное удовлетворение потребностей покупателя в товарах и услугах [2, с. 66].

Под рекламной кампанией С.Н. Виноградова понимает совокупность различного рода мероприятий по предоставлению какой-либо информации обществу, которая должна положительно сказаться на деятельности организации как в краткосрочной так и в долгосрочной перспективе [3, с. 109].

Большое влияние на эффективность проведения рекламной кампании фирмы оказывают PR («public relations» или связи с общественностью). В XX в. было предложено множество определений для PR. В 1975 г. один из американских фондов («Foundation for Public Relations Research and Education») выявил около 500 определений PR. Собранные определения были внимательно изучены. В результате появилось обобщенное определение. PR – это особая функция управления, которая способствует установлению и поддержанию общения, взаимопонимания и сотрудничества между организацией и общественностью, решению различных проблем и задач, помогает руководству организации быть информированным об общественном мнении и вовремя реагировать на него [3, с. 112].

* Специальность ГМУ.

Американский исследователь Рэкс Харлоу пишет: «PR – это особая функция управления, призванная устанавливать и поддерживать взаимосвязи, взаимопонимание, взаимопризнание и сотрудничество между организацией и общественностью; помогать руководству в изучении общественного мнения и реагировании на него, а также определять и подчеркивать ответственность руководства в вопросах служения общественным интересам.

Голубкова Е.Н. выдвигает следующее определение PR: «PR – это система информационно-аналитических и процедурно-технологических действий, направленных на гармонизацию взаимоотношений внутри некоторого проекта, а также между участниками проекта и его внешним окружением в целях успешной реализации данного проекта» [4, с. 189].

«PR» или «public relations» – специфический сектор менеджмента, направленный на создание благоприятной и доброжелательной социальной среды деловой активности. В современных менеджменте, предпринимательстве, политике, административной работе «public relations» все более и чем дальше, тем более явно, выходит на первый план, а владение технологией PR становится одним из основных требований к компетентности современного делового человека (предпринимателя, менеджера, политика и т.д.).

Многие современные компании используют деятельность по связям с общественностью, такую, например, как создание процесса популяризации «паблисити» в качестве дополнения к рекламе, чтобы информировать различные аудитории о самой компании, ее продукции и способствовать, таким образом, созданию корпоративного облика компании как надежного партнера.

По мнению Е.Н. Голубковой, связь с общественностью – есть мощный инструмент создания комплекса элементов, направленных на продвижение продаж – широкую категорию рекламных действий, не связанных с использованием средств массовой информации, таких, как распространение бесплатных образцов продукции, выставки, коммерческие почтовые марки, лотереи типа «победитель получает все», купоны на право приобретения покупки со скидкой и премии [4, с. 192].

Несмотря на то, что PR несут в себе все признаки рекламы, существует некоторое отличие чисто рекламной деятельности от деятельности по связям с общественностью. Викентьев И.Л. полагает, что деятельность по связям с общественностью не связана с немедленной продажей товаров и услуг. Она используют рекламу дальнего действия, отсроченного приобретения, готовит к покупке потенциальных клиентов. Поэтому PR ориентированы на продвижение не товара, а фирмы, и не на рынке, а в обществе [2, с. 65].

Концептуальная деятельность по связям с общественностью направлена на обеспечение эффективного взаимодействия как внутри фирмы, так и с внешними представителями социальной среды. Модель организации PR-деятельности представлена на рис. 1.

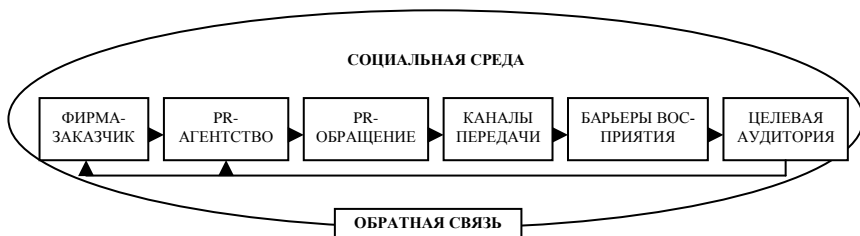


Рис. 1. Модель организации PR-деятельности [2, с. 67]

В данной модели в качестве основных участников и этапов организации PR-деятельности выступают:

- заказчик – в роли инициатора по установлению связей с целевой аудиторией. Заказчик предварительно оговаривает цель задания, основные условия задания, примерный объем затрат, специфику заказа, сроки исполнения заказа, ожидаемый результат;
- PR-агентство – принимает заказ, оценивает стоимость предстоящего объема работ, уточняет реальные возможности с учетом набора творческих форм и методов, наличия реальных каналов передачи информации. При этом агентство подготавливает необходимую исходную информацию для разработки PR-обращения через различные формы – личное сообщение, сообщение в виде заявления, письма, СМИ;
- PR-обращение – раскрывает основные направления деятельности коммерческой фирмы для обеспечения устойчивого положения на рынке и популяризации в обществе. Основной текст PR-обращения должен излагать стратегию и тактику проекта. Обязательным элементом PR-обращения являются фирменная марка, реквизиты, включающие в себя отличительные признаки компании [6, с. 70];
- каналы передачи PR-обращения – включают разнообразные формы продвижения информации, в том числе устные речевые обращения (ораторские выступления, заявления на пресс-конференциях, брифингах, торжественных открытиях выставок, ярмарок, аукционов, дикторский текст по каналам радио и телевидения); визуальные формы (рекламные фильмы, видеоролики и т.п.); средства массовой информации (пресса, радио, телевидение);
- барьеры восприятия PR-обращения – это информационные барьеры, препятствующих гладкому прохождению информации (незнание, непонимание, неправильное восприятие целевой аудиторией информационных сигналов);
- целевая аудитория – представляет собой конкретный сегмент массы текущих и потенциальных потребителей с выделением специфических признаков (демографических, психологических, социальных), которому адресовано PR-обращение;

- обратная связь – это ответ получателя на сообщение, играет большую роль в успешном функционировании модели организации PR-деятельности. Благодаря обратной связи становится возможным для основных участников PR получать комплексные сведения о реакции целевой аудитории на поступившие сигналы [6, с. 72].

Результаты обратной связи позволяют вносить коррективы в общий план PR-кампании. В случае неудачи PR-обращения агентство улучшает его текст, избирает другой канал доставки обращения.

Непосредственная обратная связь характерна для межличностного общения. В самом ходе такого общения есть возможность изменить стратегию и тактику переговоров, привлечь дополнительные аргументы, усилить какие-то доводы и добиться понимания своей позиции, прийти к взаимовыгодному сообщению.

В результате любой конкретный успех или провал в коммерческой деятельности, безусловно, зависит от качества и состояния сложившихся взаимосвязей между основными элементами представленной модели.

Связи с общественностью обладают богатым перечнем коммуникативных приемов, методов, технологий. Как известно, чем шире этот перечень, тем богаче возможности взаимодействия с общественностью, тем выше эффективность отношений. Один из интереснейших инструментов PR – это событийные коммуникации.

Современные эксперты предпочитают толковать событийную коммуникацию в самом широком смысле, относя к ее формам самые различные события – и «подлинные» (или «естественные») и «специальные» (или искусственные).

В общем смысле специальное событие – это запланированное событие, способное стать новостью. По определению Ф.Г. Панкратова, «специальные события – это мероприятия, проводимые в целях формирования позитивного имиджа организации и привлечения внимания общественности к самой компании, ее деятельности и продуктам» [7, с. 117]. Тульчинский Г.Л. характеризует специальные события как современное, эффективное и относительно недорогое продвижение товара в рамках перенасыщенности потребительского общества, разросшегося до невероятных размеров информационного потока рекламных сообщений [8, с. 80]. В основе этой концепции, по мнению автора, «лежит задача не надоесть клиенту своей бесконечной рекламой, попытками заставить его потреблять тот товар или услуги, которые выгодны именно Вам, а дать ему мнимое ощущение свободы, будто это Вы подстраиваетесь и предугадываете его нужды, а не навязываете ему свои способы и объемы потребления» [8, с. 83]. Для решения подобных задач организуются различные мероприятия, когда реклама товаров превращается в праздник, когда идея о необходимости потребления того или иного вида услуг доносится до потребителя в виде некоего яркого и запоминающегося действия.

Иногда специальные события называют «промо-акции» и «PR-мероприятия». Промо-акции – в широком смысле – это мероприятия рекламного характера, призванные воздействовать на аудиторию с целью получить доверие потенциальных клиентов к товару или бренду для увеличения продаж продукции. Другими словами, промо-акции – это целевые действия, которые всегда направлены на достижение поставленной рекламодателем (либо другим заинтересованным лицом) цели [9, с. 126]. В современной PR-практике специальные (или организованные) события стали частью корпоративных коммуникаций.

Специальные события в сфере торговли А.Н. Чумиков делит на:

- специальные события прямого воздействия на покупателя («consumer promotion»). Задача такого события – увеличить продажи конкретного товара непосредственно в точке продаж при помощи влияния на покупателя;
- специальные события, воздействующие на торговую сеть, торговых представителей, продавцов и другие службы торговых сетей с целью формирования их мнения о товаре или бренде («trade promotion»). Проведение акции подразумевает влияние на работников торговых предприятий;
- специальные события, организованные в виде шоу, праздников, презентаций, в момент выпуска товара на рынок («event marketing»). Такие мероприятия организуются, как правило, по оригинальным сценариям, с целью произвести как можно большее впечатление на рынок потребления данного вида продукта [9, с. 128].

Очень распространенным и эффективным рекламным мероприятием являются специальные события в магазинах, торговых точках. Они стимулируют продажи и служат мощным инструментом оживления торговли. При проведении таких мероприятий используются следующие приёмы: продажа по сниженным ценам; демонстрация товарной продукции с возможностью апробирования возможностей товара покупателем; дегустация продуктов питания; реклама в средствах массовой информации; раздача подарков и т.д.

При организации специальных событий, которые нацелены на стимулирование сбыта определённого продукта часто используются эксклюзивные «POS материалы» (рекламные стойки, баркетты, презентеры, глорифаеры и т.д.), разработанные по инициативе производителя товара. Презентации с использованием эксклюзивных POS материалов неизменно высокоэффективны, благодаря специально разработанному дизайну POS материалов, отражающему назначение и позиционирование данного товара и тщательному их исполнению с использованием оригинальных и качественных материалов.

Одним из широко распространенных стимулирующих мероприятий по продвижению бизнес-продукта на рынке, рассчитанном на формирование интереса к товару, является промо-акция («promotion»). Промо-акция отно-

сится к одному из видов непрямо́й рекламы, одна из основных особенностей которой заключается в более доверительном характере отношений с целевой аудиторией. Виды промо-акций:

Не менее популярен сегодня комплекс коммерческих и маркетинговых мероприятий, направленных на увеличение объемов продаж, под названием «sales promotion» (стимулирование сбыта). Такие мероприятия бывают ориентированы как на потребителя («consumer promotion»), так и на продавца («trade promotion») [9, с. 131].

Специалисты отмечают очень высокую эффективность промо-акций, проводимых в торговых центрах. Реакция посетителей торговых центров в выходные дни отлична от той, которую можно наблюдать у покупателей супермаркетов, посещающих торговые точки в будние дни. Промо-акция вносит дополнительную развлекательную составляющую, что гармонично вписывается в концепцию торгового центра и позитивно воспринимается посетителями. Основываясь на этих наблюдениях, администрация торгового центра охотно идет навстречу, рекомендует лучшие, наиболее проходные места и четко ориентирует по времени.

К организации специальных событий в сфере торговли предъявляются повышенные требования по обеспечению безопасности, качеству культурной программы, угощения. В связи с тем, что такие яркие события происходят не каждый день, необходимо сохранить память о них. Иначе говоря, необходима фото- и видео-съемка, пополняющая фото-видео-архив организации. Речь идет не о съемке скрытой камерой с таймером (это тоже было бы специальным мероприятием, но другого рода), а съемке на память, с согласия всех желающих [9, с. 133].

На основе вышесказанного следует заключить, что специальные события являются важнейшим инструментом рекламной кампании торгового предприятия. Они формируют позитивный имидж и способствуют привлечению внимания общественности к самой компании, ее товарам, а также способствуют привлечению инвестиций, формируют и развивают корпоративную культуру, ее традиции и ритуалы.

Список литературы:

1. Борисов Б.Л. Реклама и паблик рилейшнз: алхимия власти / Б.Л. Борисов. – М.: Мир, 2008. – 324 с.
2. Викентьев И.Л. Приемы рекламы: методика для рекламодателей и рекламистов / И.Л. Викентьев. – Самара: Волжанка, 2011. – 435 с.
3. Виноградова С.Н. Коммерческая деятельность / С.Н. Виноградова. – Минск: Высшая школа, 2010. – 213 с.
4. Голубкова Е.Н. Маркетинговые коммуникации / Е.Н. Голубкова. – М.: Инфра-М, 2011. – 435 с.
5. Катлип С.М. Специальные события – основы менеджмента / С.М. Катлип. – М.: Академия, 2007. – 260 с.

6. Музыкант В.Л. Теория и практика современной рекламы / В.Л. Музыкант. – М.: Изд-во МГУ, 2012. – 425 с.
7. Панкратов Ф.Г. Рекламная деятельность: учебник для вузов / Ф.Г. Панкратов. – М.: Литера-М, 2012. – 426 с.
8. Тульчинский Г.Л. Специальные события и общественные мероприятия / Г.Л. Тульчинский. – М.: Мир, 2009. – 452 с.
9. Чумиков А. Н. Кейсы и деловые игры по связям с общественностью. Учебное пособие для ВУЗов / А.Н. Чумиков. – М.: Проспект, 2010. – 543 с.

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СУГГЕСТИВНОЙ ТЕХНИКИ В СОВРЕМЕННОЙ РЕКЛАМЕ

© Петрищенко Н.М.*

Московский государственный университет приборостроения и информатики,
г. Москва

В статье рассматривается сущность суггестивной техники, особенности двух основных групп суггестивной техники: вербально-суггестивной и суггестии через фоновые факторы, выделены ситуативные факторы внушаемости.

Ключевые слова: суггестия, вербально-суггестивная техника, суггестия через фоновые факторы, сублимальный текст, принцип многократности.

Суггестивное воздействие на психику человека связано с ослаблением критичности его мышления и навязыванием ему «внушенных установок», которые он не осмысливает и не анализирует. Это самый древний способ управления человеческим поведением. В отличие от процедур убеждения, в которых приводятся доводы и рассуждения, побуждающие человека самостоятельно и сознательно принимать какое-то решение, суггестивные процедуры действуют «в обход» сознания.

История показывает, что попытки воздействовать на человеческое подсознание предпринимались на протяжении всей жизни человечества, начиная от шаманства, заклинаний, заговоров, и заканчивая суперсовременными скрытыми психотехнологиями, когда субъект манипуляции не осознает ни цель, ни факт самого воздействия. Однако принцип действия подобного рода методов основан на введение человека в состояние измененного сознания благодаря использованию скрытых методик, которые делают из человека «зомби», лишая его собственных суждений, устремлений, минуя этап критического восприятия.

* Доцент кафедры «Организационно-кадровая работа в органах государственной власти» УЭ-1.

В мировой литературе встречаются два приблизительно идентичных понятия: «внушение» и «суггестия». Слово «внушение» происходит от древнеславянского «вън уши», что дословно означает вносить в уши. Слово «суггестия» имеет латинское происхождение, происходит от слова *suggestio*, которое переводится как внушение, намек. Есть еще один перевод, который отражает более точно само понятие внушения: добавление, прибавка, указание. Разными авторами используются эти два понятия в целом означаящие один процесс.

Суггестия (внушение) – форма межличностного и межгруппового общения, при котором передача информации происходит посредством частично неосознаваемого, направленного сигнала на вербальном и / или невербальном уровнях. Отличается от убеждения сниженным уровнем критичности и потребности в верификации информации. Внушаемость, или подверженность суггестивному воздействию, зависит от состояния сознания суггерента (объекта) и внешних условий, при которых суггестия осуществляется. Так, эффективность суггестии повышается в состоянии транса, при утомлении, в условиях неопределенности, в экстремальных условиях, в толпе, при использовании СМИ [1].

Реклама суггестивна, исходя из того, что она стремится нечто «внушить» потребителям. И почти всегда существенную роль в ее суггестивном воздействии на потребителя играют вербальные, словесные средства. Словесное внушение является одним из основных орудий рекламы.

Среди ситуативных факторов внушаемости следует отметить следующие:

- некоторые психические состояния (например, внушаемость возрастает в условиях покоя, релаксации или, наоборот, сильного эмоционального возбуждения);
- низкий уровень осведомленности, компетентности;
- высокая степень значимости;
- неопределенность;
- дефицит времени.

Суггестивная техника делится на две большие группы: вербально-суггестивную технику и суггестию через фоновые факторы [2].

Вербально-суггестивная техника – это совокупность приемов, с помощью которых осуществляется словесное внушение. Она используется в рекламе для того, чтобы «запрограммировать» поведение потребителя, сформировать у него «установку на покупку».

Так как все психологические методы рекламы, как правило, не обходятся без словесных формулировок, вербально-суггестивная техника представляет собой инструмент, находящий самое широкое применение в рекламном деле. Фактически любая психологическая методика рекламы пользуется ею.

Чаще всего реклама содержит речевое сообщение, в котором заложена суть рекламируемых товара, услуг. С давних времен речь применялась как

мощный прием суггестии. Эта форма человеческого общения обладает очень сильным эмоциональным воздействием и способна вызвать не только желаемый отклик, но и заданные формы поведения. Эмоциональное воздействие речи может быть обеспечено приемами, хорошо известными в психологии, которые можно использовать в рекламном деле. К ним можно отнести:

- конкретность и образность ключевых слов, т.е. использование слов, содержание которых легко мысленно представить, что существенно повышает эффект внушения;
- конкретность и образность качеств, т.е. через качественные характеристики, оказание помощи слушателю (зрителю) в формировании представления о достоинствах предмета рекламы;
- запрещение употреблять слова «нет» и «не», так как человек сопротивляется, настаивает на частице «не»;
- использование основных приемов речевой динамики – это мягкость и сила голоса, богатство интонационных характеристик, пауза, эффект неожиданности, темп и тембр речи. Продуманная речевая динамика способна придать любому сообщению убедительность, повысить силу внушения. По наблюдениям психологов, в рекламных целях (особенно для закадрового текста) выигрышнее использовать мужской голос (лучше – баритон, особенно низкий, «бархатный»);
- использование мимики и жестикуляции. Речевую динамику рекламного сообщения необходимо подкреплять соответствующей мимикой и жестикуляцией говорящего, что также способствует повышению силы внушения. Мимика и жесты, если они адекватны ситуации, использованы в меру, воспринимаются как эмоциональная вовлеченность, заинтересованность, что в большинстве случаев способствует формированию положительного отношения, доверия. Следует также учитывать национально-культурную специфику общения, традиции и т.д.;
- воздействие звуко сочетаниями. Некоторые из них способны вызывать не только определенные эмоции, но воспринимаются и как некие образы. Например, использование слов, где преобладает гласная «и», вызывает впечатление чего-то маленького, а в ряде случаев попросту незначительного.

Использование всех этих приемов в рекламе повышает эффект воздействия на целевую аудиторию.

Простейший способ вербально-суггестивного воздействия – прямой призыв к действию. Он выражается чаще всего в повелительном наклонении, в виде предписывающего (императивного) высказывания: «Купи...», «Возьми...», «Позвоните...», «Закажите по телефону...», «Зайдите...», «Попробуйте...», «Обращайтесь немедленно...», «Не забудьте купить...», «Вам необходимо...» и т.п.

Эффективность призыва зависит от того, насколько склонен человек к доверчивому и некритическому его восприятию. Такую склонность могут проявлять даже самые недоверчивые люди.

Всем нам свойственна большая или меньшая внушаемость. У людей опытных и компетентных она обычно меньше, у малоопытных и некомпетентных – больше. Поэтому молодежь сильнее подвержена внушению, чем пожилые люди. Для женщин характерна более высокая внушаемость, чем для мужчин.

В суггестивном воздействии важную роль также играет фон, на котором оно воспринимается. Этот фон создается вспомогательными невербальными средствами, обрамляющими канал словесной коммуникации.

К ним относятся:

- паралингвистические элементы речи (ее мелодический рисунок, звучание голоса, тембр, темп, громкость, особенности произношения, заполнения пауз и т.д.);
- динамические факторы (жесты, позы, мимика);
- музыка и звуковые эффекты;
- визуальный облик рекламного объявления (графическое оформление текста, сопровождающие его рисунки, игра цвета и света).

С помощью подобных средств может быть создана атмосфера доверительности, искренности, дружелюбия, способствующая усилению суггестивного эффекта речи.

В отечественной рекламе широкое распространение получила практика оформления рекламных текстов в виде стихов и песенок. По мысли рекламистов, на фоне стихотворного ритма и рифмы, да к тому же еще и несложного напева содержание рекламы должно восприниматься более эмоционально и менее критично. Одним из часто используемых в теле- и радиорекламе фоновых факторов, повышающих эффективность словесного внушения, является бурная энергетика речи и жестов: напористый словесный поток и неистовая жестикуляция захватывает зрителя или слушателя, и когда в заключение раздается «Звоните немедленно!», рука его невольно тянется к телефону [3].

Рост внушаемости может быть достигнут путем «перегрузки сознания». Она возникает у человека при восприятии ошеломляющих сигналов, осознать смысл которых затруднительно. Это может быть связано, например, с тем, что внешние раздражители порождают у него необычные образы, которые не укладываются в его сознании, или на него вдруг сваливается большой объем информации.

Гигантомания на протяжении всей истории служила средством внушения сильных чувств, заставляющих людей замирать от благоговения, пиетета, восторга, страха. И ныне колоссальные масштабы рекламных плакатов и щитов на улицах способны заставить человека застыть то ли в недоумении,

то ли в изумлении, а сделанная огромными буквами надпись запоминается и кажется более убедительной, чем набранный мелким шрифтом текст. Аналогичным образом действуют и демонстрируемые на телеэкранах хаотичные, калейдоскопически мелькающие клипы, связь и смысл которых сознание не успевает ухватить. В рекламу вводятся некоторые элементы гипнотической техники.

Использование в рекламе фоновых факторов различного рода приводит к тому, что сознание как бы отрывается от реальности и запутывается в дебрях возбужденного воображения. На фоне «перегрузки сознания», возникающей в подобных ситуациях, четкий и твердый вербальный императив играет роль спасительной соломинки, за которую хватается утопающий. Усиление внушаемости, утрата критичности мышления делает поведение человека импульсивным, и он может внезапно решиться на незапланированную и неожиданную для него покупку.

Поиск способов преодолеть возникающее в сознании потребителя недоверие и сопротивление рекламе специалистов к предположению, что это можно сделать, обратившись непосредственно к «подсознанию» или «бессознательному» и таким путем миновать барьеры, которые ставит на пути к покупке рекламируемого товара критически настроенное сознание.

Феномен сублимального (субсенсорного, подпорогового) восприятия, при котором человек получает информацию и реагирует на нее, но не осознает ни факта ее получения, ни ее содержания, хорошо известен в психологии.

Эффективность внушения увеличивается при многократном повторении суггестивного воздействия. Когда нам постоянно твердят одно и то же, мы в конце концов начинаем воспринимать это как естественное и привычное дело. Принцип многократности применим не только к прямому внушению, но и ко всякой рекламе.

Итак, в статье рассмотрены виды и ряд принципов суггестивной техники, способствующих привлечению внимания к рекламе. Научные исследования и практика показывают, что они являются наиболее эффективными. Однако независимо от вида используемого психологического фактора главное условие состоит не только в привлечении внимания, но в том, чтобы паразитировать воображение потребителя.

Список литературы:

1. Словарь Психологический лексикон / Под общ. ред. А.В. Петровского. – М.: ПЕР СЭ, 2006. – 176 с.
2. Реклама в коммуникационном процессе: учебное пособие [Электронный ресурс]. – М.: МГТУ ГА, 2009. – Режим доступа: <http://storage.mstuca.ru/bitstream/>.
3. Ольшанский Д.В. Психология масс. – СПб.: Питер, 2011. – 368 с.

ДЕЛОВАЯ ПРОГРАММА ВЫСТАВКИ: СОДЕРЖАНИЕ И СОСТАВЛЯЮЩИЕ

© **Симонов К.В.***

ООО «РЛП-Ярмарка», г. Москва

Обозначены цели и задачи, раскрыто содержание, дано подробное описание направленности и типа мероприятий, а также основных разделов и составных частей деловой программы торговой выставки.

Ключевые слова: деловая программа; параллельные мероприятия; торговая выставка; экспонент; посетитель.

Торговая выставка – это мероприятие, где на коммерческой основе демонстрируются и получают распространение товары, услуги и (или) информация и которое проходит с определённой периодичностью, в чётко установленные сроки и в заблаговременно оговоренном месте [1, п. 2.2.2]. Цель выставки – содействовать становлению и развитию отношений торгово-экономического, научно-технического и инвестиционного сотрудничества. К выставкам не относятся вещевые рынки и розничная торговля на улицах.

Участниками выставки являются экспоненты (предприятия, демонстрирующие товары и (или) услуги по её теме [1, п. 2.7.1]) и посетители (физические лица, прибывающие на выставку для ознакомления с демонстрируемыми экспонатами и образцами, контактов с экспонентами, сбора информации и участия в программе выставки [1, п. 2.9.2]).

Современная выставка – это целый комплекс мероприятий, среди которых помимо чисто экспозиционных присутствуют, так называемые, сопутствующие (параллельные) мероприятия. Они проводятся для более полного и глубокого раскрытия тематического содержания выставки и составляют её деловую программу, которая проходит в течение всего периода работы выставки [2, с. 37].

Главная цель деловой программы – укрепление имиджа выставки, развитие коммуникаций между отраслевыми специалистами, создание дополнительных поводов для контактов посетитель-экспонент, обмена знаниями и опытом. Именно здесь встречаются предприниматели и производители, поставщики и заказчики, руководители и учёные, конструкторы и технологи.

Структура деловой программы может содержать несколько разделов (или частей), каждый из которых в свою очередь сформирован из мероприятий различной направленности и типа.

Торжественная часть деловой программы включает целый ряд церемониальных и праздничных мероприятий, а именно: официальное открытие выставки, награждение лауреатов профессиональных конкурсов, которые прово-

* Главный менеджер, кандидат экономических наук, MBA.

дятся в рамках выставки, а также посещение и осмотр экспозиции высокопоставленными чиновниками и политиками, делегациями, представителями министерств и ведомств, сотрудниками научно-исследовательских организаций и профессиональных ассоциаций, руководителями общественных объединений, депутатами и другими официальными лицами. Торжественная часть даёт хороший рекламно-информационный повод и подробно освещается в СМИ.

Основная часть деловой программы состоит из презентаций, специальных показов и конкурсов.

Презентации – рекламные ивент-мероприятия, связанные с демонстрацией товаров и (или) услуг: показы коллекций и образцов, технологических и иных процессов, а также другие имиджевые акции и шоу. Особое внимание уделяется выбору места проведения, рассадке участников, контенту и форматам презентаций, а также аудиовизуальному сопровождению. Репортажи о презентационных проектах передаются по всем рекламно-информационным каналам выставки.

Специальные показы – это демонстрации, которые используются для представления комплексных производственно-технологических и иных достижений, имевших место в различных сферах и отраслях.

Конкурсы – соревнования с целью выявления лучших результатов деятельности, а также товаров и услуг, представленных экспонентами. Устроителями конкурсов помимо организаторов выставки могут быть отраслевые министерства и ведомства, профессиональные ассоциации и объединения, СМИ и рекламные агентства, а также сами участники выставки.

Конгрессная часть деловой программы – это организованные по теме выставки и проходящие в период её проведения в специально оборудованных помещениях встречи представителей отраслей, профессий или учреждений с целью обмена знаниями, опытом и поиска решений. Среди них преобладают деловые, научно-практические и корпоративные мероприятия [3].

Деловые конгрессные мероприятия – это встречи, специально организуемые для обсуждения проблем определённых отраслей и политики государства по отношению к этим отраслям.

Научно-практические конгрессные мероприятия – это встречи специалистов одной или нескольких смежных отраслей, специально организуемые с целью анализа актуальных прикладных проблем, поиска практических путей их решения и информирования участников о новых достижениях науки и техники.

Корпоративные конгрессные мероприятия – это встречи, устраиваемые организациями для своих клиентов, дистрибьюторов и сотрудников с целью успешного продвижения продукта, мотивации персонала и партнеров, привлечения клиентов.

Основная часть этих мероприятий включает выступления докладчиков и прения. Это могут быть конгрессы, форумы, конференции, семинары, сим-

позиумы, круглые столы, совещания, съезды, биржи деловых контактов, бизнес-завтраки, заседания.

Конгресс – крупномасштабная официальная встреча представителей организаций, учреждений, обществ, объединений, союзов или ассоциаций. Конгресс – это мероприятие со сложной структурой организации работы, обширной географией участников, широким деловым, научно-практическим и общественным значением.

Форум – крупномасштабная встреча для свободного обсуждения вопросов, представляющих общественный интерес, и, как правило, сопровождающаяся выставочной экспозицией и (или) программой конкурсов, семинаров и фестивалей.

Съезд – официальная встреча делегатов, обладающих определёнными полномочиями, с целью формирования политики и выборов в руководящие органы общественных и политических объединений, проводимая на регулярной основе или по специальному поводу.

Конференция – встреча представителей различных отраслей, профессий или организаций с заранее утверждённой повесткой дня, организуемая для обмена мнениями и поиска путей решения проблем, затрагивающих участников конференции.

Семинар – встреча специалистов различных отраслей для обсуждения конкретных целевых вопросов и (или) обучения для повышения квалификации, которое носит прикладной и методический характер.

Семинар-презентация – встреча, организуемая для представления какого-либо товара или услуги и последующего обсуждения с приглашёнными специалистами.

Симпозиум – встреча специалистов одной или нескольких смежных отраслей науки, организуемая для представления и последующего обсуждения научных докладов. Предметом симпозиума может стать узкоспециальный аспект двусторонних отношений, углублённого экономического сотрудничества и др.

Круглый стол – встреча, проводимая с целью обсуждения какой-либо проблемы с разных точек зрения с комментариями и подведением общих итогов обсуждения выступлений участников ведущим.

Совещание – встреча сотрудников одной организации для обсуждения или решения практических вопросов функционирования этой организации.

Биржа деловых контактов – встреча представителей заказчиков, поставщиков услуг и изготовителей продукции, организуемая в формате переговоров по заранее составленному регламенту для обеспечения максимального числа деловых контактов.

Деловой завтрак – неформальная встреча во время специально организованного завтрака или обеда, организуемая для знакомства участников конгрессных мероприятий между собой.

Заседание профессионального клуба, объединения, союза – собрание специализированной аудитории по поводу обсуждения вопросов, касающихся деятельности организаций-участников. Данное мероприятие является важным инструментом привлечения целевой аудитории, поскольку здесь можно получить квалифицированную информацию, узнать мнения специалистов в той или иной области, понять состояние и оценить перспективы развития.

Образовательная часть деловой программы – это обучающие мероприятия, тренинги и консультации, проводимые для знакомства экспонентов с комплексом средств и инструментов маркетинговой политики, основами поведения на выставке и взаимодействия с посетителями, а посетителей – с правилами пользования демонстрируемыми товарами.

Учебные занятия на выставках проводятся по нескольким направлениям с учётом интересов различных сторон и групп, задействованных в выставочном процессе:

- обучение экспонентов эффективной работе на выставках;
- информационно-аналитические выступления профессионалов экспобизнеса, адресованные сотрудникам административных структур и чиновникам, так или иначе связанным с выставочной деятельностью;
- тематические лекции, краткосрочные курсы по повышению квалификации, консультации, экскурсии по выставке для экспонентов, специалистов и учащихся.

Кроме того, в образовательную часть деловой программы могут входить ещё несколько типов мероприятий по обучению и повышению квалификации экспонентов и посетителей, а именно:

- *тренинги* – встречи, проводимые для интенсивного практического освоения приёмов использования того или иного инструмента, технологии, товара и услуги с применением метода групповой работы;
- *мастер-классы* – встречи с известным специалистом для обучения в ходе прямого и комментированного показа приёмов работы;
- *практикумы* – встречи, проводимые специалистами для тренировки или совершенствования определённых навыков у присутствующих.

Осуществление учебного процесса в ходе выставки косвенно способствует установлению взаимопонимания и деловых контактов среди экспонентов, посетителей, организаторов, официальных лиц, журналистов и гостей.

Культурная часть деловой программы предлагает:

- знакомство экспонентов с культурным наследием и традициями стран, регионов и городов, где проходит выставка, в которой они участвуют;
- зрелищные и рекреационные мероприятия – шоу и концерты, тематические викторины и лотереи, привлекающие на выставку широкую публику;

- фестивали – массовые общественные праздничные встречи, включающие показы и смотры инновационных научно-технических достижений и различных видов искусства.

Все перечисленные мероприятия различаются по числу и территориальной принадлежности участников.

Деловая программа должна максимально соответствовать тематическому профилю выставки, быть предельно актуальной по кругу рассматриваемых вопросов и значимой по составу участников.

Совмещение деловых и выставочных мероприятий делает первые более предметными, а вторым добавляет профессиональную аудиторию. В первую очередь, рассчитанная на специалистов деловая программа в большей степени присуща выставкам формата B2B, нежели B2C.

Аудитории выставочных и параллельных мероприятий хотя и пересекаются, но не всегда совпадают. Поэтому методы приглашения посетителей выставки и участников деловых ивент-мероприятий различны. В случае деловой программы рекламно-информационные усилия предпочтительно сосредоточить на привлечении целевых участников на конкретные мероприятия, используя оповещение по ведомственным информационным каналам, рекламу в специализированных и корпоративных изданиях, а также персональные приглашения.

Ряд организуемых самими экспонентами мероприятий деловой программы может проводиться непосредственно на стендах – это презентации, показы, семинары. Мероприятия на стендах требуют серьезной подготовки. Необходимо арендовать и оборудовать соответствующее пространство, обеспечить работу технических средств показа (плазменные экраны, видеопроекторы), комфортабельное размещение гостей, наличие расходных материалов, презентов, напитков, угощения и т.п. Преимущество такого мероприятия – возможность для экспонентов-устроителей прямо на стенде закрепить контакты с перспективными посетителями, провести мини-интервью, обменяться визитками и специальными материалами, условиться о продолжении взаимодействия.

Большая часть мероприятий деловой программы выставки обычно проходит в конференц-залах, где обеспечивается приемлемый уровень сервиса, позволяющий привлечь гораздо больше участников. К сожалению, при этом неизбежен отрыв от основной экспозиции, где наглядно и предметно представлены выставочные образцы.

Информационные материалы о мероприятиях деловой программы (с указанием названий тем, дат, устроителей, спонсоров, а также контактных адресов) распространяются в ходе рекламной кампании выставки.

В условиях замедления экономики и спада предпринимательской активности деловые программы, дополнительно привлекающие на выставки посетителей-специалистов, приобретают особую важность, актуальность и значимость.

Список литературы:

1. Деятельность выставочно-ярмарочная. Термины и определения. ГОСТ Р 32608-2014. – М.: Стандартиформ, 2014. – 34 с.
2. Симонов К.В. Современный экспобизнес: условия предпринимательства и управленческие технологии. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 656 с.
3. Конгрессная деятельность. Термины и определения. ГОСТ Р 53524-2009. – М.: Стандартиформ, 2010. – 21 с.

Секция 5

***СТРАТЕГИЧЕСКИЙ
МЕНЕДЖМЕНТ***

ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДА «SWOT-АНАЛИЗ» КАК ОСНОВЫ ДЛЯ РАЗРАБОТКИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ НА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

© Ниценко К.В.*

Дальневосточный федеральный университет, г. Владивосток

Описана необходимость рационального выбора стратегии развития предприятия с учетом особенностей российского рынка. Обоснован выбор SWOT-анализа как инструмента для стратегического планирования в организации. Дана характеристика метода «SWOT-анализ» с точки зрения истории возникновения и практики применения. Дано детальное описание методологии выбора управленческого решения с помощью метода «SWOT-анализ».

Ключевые слова: «SWOT-анализ», планирование, управленческое решение, бизнес-стратегия, фактор, стратегический менеджмент.

В современных условиях существования, когда конкурентная борьба в различных областях и отраслях экономики обостряется в результате, как сокращения спроса, так и снижения производства, на первый план выходит необходимость составления руководителями предприятия чёткого плана действий, который позволит эффективно использовать сильные стороны и открывающиеся возможности для успешной деятельности предприятия. В то же время, следует учитывать и такие «угрозы», как деятельность конкурентов, как существующих, так и возможных новых. Подобное рациональное планирование позволит значительно снизить риск негативных последствий при принятии тех или иных управленческих решений.

Разработка управленческих решений – это важный процесс, который связывает основные функции управления: планирование, организацию, контроль, мотивацию, регулирование.

Для руководителей российских предприятий характерно принятие управленческих решений в тяжелых условиях с высоким уровнем неопределённости. Это, прежде всего, обусловлено социально-политическими, финансовыми, коммерческими, производственными факторами. Условия, создающие неопределённость – факторы внешней и внутренней среды, воздействующие на организацию. Таким образом, проблема разработки управленческого решения в условиях неопределённости весьма актуальна, так как полностью ограничиться от воздействий факторов внешней и внутренней среды невозможно.

* Магистрант кафедры Инноватики, качества, стандартизации и сертификации.

Одним из наиболее распространённых и действенных методов стратегического планирования является SWOT-анализ. Акроним SWOT был впервые упомянут профессором Эндрюсом (Гарвард, США) в 1963 году на конференции по проблемам бизнес-политики. Профессор предложил использовать этот вид анализа для общего структурирования экономических данных о той или иной отрасли экономики. Однако, уже в 1965 году профессура всё того же Гарварда выдвинула предположение о возможности использования SWOT-анализа для моделирования бизнес-стратегий конкретных предприятий.

Итак, что же представляет собой SWOT-анализ? В целом, это комплекс регулярно собираемых данных о деятельности предприятия, на основании которых строится бизнес-стратегия предприятия. SWOT-анализ позволяет регулярно выявлять, оценивать и контролировать возможности, адаптировать деятельность предприятия таким образом, чтобы сводить к минимуму появление потенциальных угроз, либо последствия таковых. Таким образом, от того, насколько серьезно руководитель любого уровня относится к проведению SWOT-анализа, зависит не только выбор стратегических направлений деятельности предприятия, но и успех его функционирования в целом.

В российской практике полноценный SWOT-анализ используется, как правило, только очень крупными отраслевыми холдингами, либо совместными предприятиями, в которых влияние на управленческие решения имеют иностранные менеджеры.

В то же время, грамотный и качественный стратегический анализ может помочь предприятию любого уровня получить реальную оценку ресурсов и возможностей применительно к текущему экономическому и финансовому состоянию как самого предприятия, так и внешней конкурентной среды, в которой предприятие действует. Анализ проводится в несколько этапов, на каждом из которых рассматриваются отдельные данные о состоянии предприятия и того сегмента рынка, в котором предприятие работает.

SWOT – это аббревиатура, включающая начальные буквы четырёх английских слов: strength («сила»), weakness («слабость»), opportunities («возможности»), и threats («угрозы»). Таким образом, SWOT-анализ заключается в определении наиболее сильных (характеристики предприятия, выгодно отличающие его от конкурентов) и наиболее слабых (слабость или неразвитость в сравнении с конкурентами, которые возможно устранить или улучшить) сторон предприятия, анализе возможностей для расширения сфер и сегментов деятельности, и угроз, исходящих от внешней среды, как то, деятельности конкурентов, административные конфликты, и т.п. Под «возможностями» подразумеваются условия, которые предоставляют всем участникам данного рынка возможность для расширения своего бизнеса, а под «угрозами» – не только деятельность конкурентов в том же сегменте рынка, но и условия, которые снижают общую привлекательность этого сегмента для всех участников рынка.

В современном SWOT-анализе можно выделить 3 основных этапа:

1. Выявление перечня факторов, характеризующих внутреннюю и внешнюю среду объекта.
2. Оценка и ранжирование выявленных факторов.
3. Формулирование стратегий развития объекта на основе пересечений пар факторов SWOT.

Задача SWOT-анализа – дать структурированное описание ситуации, относительно которой нужно принять какое-либо решение. Выводы, сделанные на его основе, носят описательный характер без рекомендаций и расстановки приоритетов.

Для более полной отдачи от метода используется также построение вариантов действий, основанных на пересечении полей. Для этого последовательно рассматривают различные сочетания факторов внешней среды и внутренних свойств компании. Рассматриваются все возможные парные комбинации и выделяются те, что должны быть учтены при разработке стратегии (табл. 1).

Таблица 1

**Комбинации сочетания факторов внешней среды
и внутренних свойств компании**

	Возможности	Угрозы
Сильные стороны	СИВ	СИУ
Слабые стороны	СЛВ	СЛУ

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

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

Поле «СИУ» показывает, какие силы необходимо использовать организации для устранения угроз.

Поле «СЛУ» показывает, от каких слабостей необходимо избавиться, чтобы попытаться предотвратить нависшую угрозу.

В качестве универсальной (в плане выбора объекта) применимости SWOT-анализа следует отметить то, что эта методология не подразумевает какого-либо конкретного набора показателей, которые применялись бы к любому исследуемому объекту. Факторы SWOT формулируются экспертами в виде оценочных суждений на естественном языке. Такой подход является преимуществом в том смысле, что он допускает учет тех факторов, которые не могут иметь формального описания и однозначной оценки (в отличие от строго объективных показателей типа объема продаж или прибыли). Но эту универсальность можно расценить и как недостаток формализации, который усложняет поиск и формулирование факторов, а также не гарантирует, что все реально существующие и значимые факторы будут учтены.

В чем состоит необходимость применения этого инструмента стратегического менеджмента для решения проблемы разработки управленческого решения и выбора стратегии развития для менеджеров российских предприятий? Ответ прост: владение этим инструментом позволит создать условия для длительного, устойчивого и конкурентоспособного развития предприятия. Предприятиям важно увидеть первыми перспективную нишу и занять ее, всеми силами удерживая эту позицию. Такую нелегкую задачу и помогает решить такой инструмент стратегического менеджмента, как SWOT-анализ. Также, используя этот инструмент, можно не бояться возникающих в ходе предпринимательской деятельности проблем, так как использование полученных результатов помогает эти проблемы преобразовывать в новые возможности. SWOT-анализ позволит отказаться от неперспективных направлений развития, несмотря на нестабильные условия ведения бизнеса в России.

Список литературы:

1. Завгородняя А.В. Маркетинговое планирование: учебное пособие / А.В. Завгородняя. – СПб.: Питер, 2002. – 352 с.
2. Веснин В.Р. Стратегическое управление: учебник / В.Р. Веснин. – М.: Проспект, 2004. – 156 с.
3. Виханский О.С. Менеджмент: учебник / О.С. Виханский. – М.: Гардарики, 2003. – 248 с.
4. Катлип С.М. Паблик рилейшнз: теория и практика: учебное пособие / С.М. Катлип. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2003. – 347 с.
5. Поршнева А.Г. Управление организацией: учебник / А.Г. Поршнева. – М.: ИНФРА-М, 2004. – 316 с.

Секция 6

***ИННОВАЦИИ
В ЭКОНОМИКЕ
И СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ***

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ВЕРОЯТНЫХ СЦЕНАРИЕВ РЕАЛИЗАЦИИ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

© Андропова Е.Д.*

Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет,
г. Нижний Новгород

В статье рассмотрены четыре функциональные области и основные подходы к управлению инновациями на предприятии при разработке научно-технической политики. Показана необходимость стратегического управления научно-технической политикой предприятия.

Ключевые слова: предприятие, инновации, научно-техническая политика.

В настоящее время основополагающими факторами роста любой хозяйственной системы являются инновационные, в числе которых – новая техника, системные технологии нового типа, новая организация труда и производства, новая мотивационная система. Инновации – это не только использование высоких технологий, но и инновации в сфере управленческих решений. Предприятие, намеревающееся работать гибко, неизбежно приходит к необходимости использования инновационных подходов.

На практике при разработке научно-технической политики предприятия, как правило, выделяют четыре функциональные области управления инновациями:

1. исследования и разработки;
2. управление качеством и сертификации в соответствии с составом и объемом элементов ГОСТ;
3. создание обновленной производственной базы;
4. освоение рынка инноваций.

В разделе исследования и разработки выделяются такие подразделы, как:

- поисковые и фундаментальные исследования;
- прикладные исследования;
- технические разработки (опытно-конструкторские, технологические, проектные и организационные) и опытное производство;
- первое освоение инноваций (техническое и экономическое);
- распространение и тиражирование инноваций.

Создание обновленной производственной базы представляет собой своеобразный план технического перевооружения, но составленный не в виде заявок на финансирование (как нередко делают по старинке наши пред-

* Доцент кафедры Экономического анализа и управления недвижимостью, кандидат экономических наук, доцент.

приятия), а в виде системы бизнес-планов инвестиционных проектов с контрольной фиксацией окупаемости, рентабельности, чистой приведенной стоимости и внутренней процентной ставки по каждому бизнес-плану.

И, наконец, освоение рынка инноваций выступает как система мероприятий, увязанная с соответствующими положениями маркетинговой политики. Каждый новый продукт можно рассматривать с двух точек зрения:

1. наличия в нем новых технических решений и их значимости;
2. воздействия нового продукта на рынок.

Продукт может содержать много технических новшеств и в то же время не иметь рыночной новизны, если он удовлетворяет те же потребности, что и традиционный. Цена при этом меняется незначительно, и он нерентабелен.

Вместе с тем рыночная новизна продукта может быть достигнута и без новых научно-технических решений, а за счет изменения внешнего вида, размеров, формы, цвета и т.д.

При формировании научно-технической политики предприятия принятие решений о необходимости реализации инновации и выпуске на ее основе нового изделия (переход на новую технологию) является трудной задачей. Даже при создании изделий с относительно небольшой степенью новизны возникают сложности при выборе наиболее предпочтительного варианта их изготовления и распространения. Еще труднее принимать решение о производстве принципиально нового продукта.

Каждая вновь появившаяся идея, как свидетельствует опыт, является результатом:

1. выявления новой потребности (возможности или проблемы), например идеи производства новой продукции или применения нового производственного процесса;
2. выявления способа, посредством которого может быть удовлетворена известная потребность (ранее поставленная проблема) или реализована имеющаяся возможность. И проблема, прежде всего, заключается не в оценке новых идей, а в стимулировании инициативы, предложений по новым идеям.

Существуют два подхода к разработке и реализации научно-технической политики и процессу внедрения инновации на предприятии.

1. Когда движущими силами процесса являются фирмы-инноваторы, первыми внедряющие инновации на своих предприятиях; их действия стимулируются возможностью получения временных значительных прибылей. Данный подход связывает внедрение и последующее распространение инноваций с возможностью либо быстрого и существенного снижения издержек производства, либо скорого рыночного успеха, проявляющегося в резком росте спроса.
2. Когда процесс внедрения и последующего распространения инноваций связан, прежде всего, с возможностью первоначального обес-

печения лишь какого-то небольшого сегмента рынка и получения минимальной прибыли на этой основе. В дальнейшем научно-техническая политика, совместно с политикой маркетинга, ориентируется на последующее завоевание, может быть, и долгое, значительно большей доли рынка, что должно соответственно привести в будущем к увеличению прибыли. Такая научно-техническая политика предполагает наличие у предприятия долгосрочной и устойчивой стратегии. При этом в расчет принимается не только рынок конкретной инновации, но и возможность развертывания сопряженных производств (это особенно важно при внедрении принципиально нового продукта, воздействующего на широкий спектр производственных и личных потребностей). При таком подходе НТП (в рамках отдельного предприятия) рассматривается не как скачкообразный процесс, а скорее как непрерывный процесс.

Доля средств, выделяемых на научно-техническую политику, в общем объеме финансирования деятельности предприятия определяется его руководством индивидуально и зависит от рядов факторов, основными из которых являются:

- отраслевая принадлежность предприятия;
- базовая стратегия предприятия;
- объем финансовых ресурсов предприятия.

Анализ инновационной ситуации, сложившейся на предприятии, должен являться исходным моментом процесса формирования научно-технической политики предприятия. Он должен начинаться с краткой характеристики основных целей и задач, стоящих перед предприятием в данной сфере деятельности. При этом особое внимание должно уделяться анализу и оценке рыночного положения предприятия, целесообразно дать описание: инновационного потенциала каждого выпускаемого товара или групп товаров; применяемой на современном этапе инновационной стратегии и тактики; выделить и оценить специфические факторы внешней и внутренней среды; проанализировать и оценить позиции и действия конкурентов.

Самое главное изменение – ориентация производства на рынок, достигающаяся за счет формирования новой философии организации, новой корпоративной культуры, привлечения к сотрудничеству маркетинговых структур или создание собственных для проведения маркетинговых исследований. Предприятию необходимо организовать поиск новых идей, проведение исследований, быструю разработку новых технологий или адаптацию существующих.

Стратегическое управление научно-технической политикой является составной частью инновационного менеджмента и решает вопросы управления, планирования и реализации инновационных проектов, имеет дело с процессом предвидения изменений в экономической ситуации фирм, поиск

ком и реализацией крупномасштабных решений, обеспечивающих ее выживание и устойчивое развитие за счет выявленных будущих факторов успеха.

Развитый спрос и потребительская культура населения определяют постоянный поиск путей повышения уровня потребления, отдается предпочтение более качественным товарам. Происходит сегментация рынка, что обуславливает формирование индивидуализации производства. В настоящее время основные возможности расширения сбыта заключаются в предвидении рыночных изменений, основанных на маркетинговых исследованиях, поиск новых рыночных ниш, предложение принципиально нового товара или услуги, предложение товара или услуги с большей полезностью.

Таким образом, основной целью научно-технической политики предприятия является создание и развитие материальной базы для проведения эффективных структурных преобразований его экономики, когда на первый план выходит инновационный бизнес как объект управления. Каждое предприятие должно уметь создавать новые товары. Кроме того, оно должно уметь управлять их производством с учетом меняющихся вкусов, перемен в технологии и в состоянии конкуренции. Однако, предприятию нецелесообразно слишком далеко выходить за рамки своей сферы деятельности, ограничиваясь той областью, в которой оно имеет экспертные знания. Если инновации слишком отличны от сферы деятельности предприятия, то следует создавать дочерние инновационные структуры; увеличение скорости реакции предприятия на требования рынка.

Список литературы:

1. Андропова Е.Д. Принципы формирования конкурентоспособного инновационного проекта // Интеграл. – 2012. – № 4 (66).
2. Есин Е.Ю. Анализ влияния инновационных технологий инвестирования расширенного воспроизводства основного капитала на эффективность его использования в условиях многоукладной экономики // Интеграл. – 2012. – № 5 (67).
3. Есин Е.Ю. Прогноз отраслевых особенностей формирования инновационных технологий инвестирования расширенного воспроизводства основного капитала при шестом технологическом укладе // Предпринимательство. – 2013. – № 8.
4. Колосова Т.В., Парадеева И.Н. Стимулирование инновационной деятельности малых предприятий // Креативная экономика. – 2013. – № 1.
5. Колосова Т.В., Степанов М.Ю. Построение системы мониторинга для обеспечения устойчивости инновационного развития предприятий // Предпринимательство. – 2013. – № 3.
6. Колосова Т.В. Развитие производственной системы предприятия на основе осуществления технологических инноваций // Интеграл. – 2010. – № 2.
7. Переходов В.Н. Основы управления инновационной деятельностью / В.Н. Переходов. – М.: Издательство «Инфра-М», 2005.

8. Хавин Д.В., Башева А.В. Экономика и управление преобразованиями производственных систем при использовании инноваций // Интеграл. – 2013. – № 1-2.

9. Хавин Д.В., Колосова Т.В. Инновационный потенциал как стратегический ресурс повышения устойчивости развития предприятия / Д.В. Хавин, Т.В. Колосова // Предпринимательство. – 2011. – № 5.

КОМПЛЕКСНАЯ ОЦЕНКА ПОКАЗАТЕЛЕЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

© Колосова Т.В.*

Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет,
г. Нижний Новгород

В статье показана необходимость использования анализа инновационных процессов предприятия при формировании методов и показателей оценки устойчивого развития. По итогу статьи предложен алгоритм комплексной оценки устойчивого развития предприятия.

Ключевые слова: промышленное предприятие, инновации, устойчивое развитие, комплексная оценка.

Проблема повышения эффективности функционирования предприятий, обеспечения высоких темпов их экономического развития становится весьма актуальной в современных условиях развития экономики страны. В связи с этим возникает необходимость выявления и обоснования эффективных методов и показателей оценки устойчивого развития промышленных предприятий.

Динамика развития современного промышленного производства определяет его постоянную инновационную направленность как решение задач технологии и организации производства, так и задач управления. Российские предприятия ощущают уже сегодня необходимость насыщения новыми технологиями экономики и общества в целом. Все большее количество предприятий оказывается вовлеченными в ужесточающуюся рыночную конкуренцию. В ближайшей и долговременной перспективе максимизация инновационного фактора становится решающим условием устойчивого развития промышленности страны.

Инновации на сегодняшний день – наиболее эффективное средство устойчивого развития предприятий, обеспечения прочных рыночных позиций,

* Заведующий кафедрой Менеджмента и маркетинга, доктор экономических наук, доцент.

основанных на значительных конкурентных преимуществах. В настоящее время все большее количество предприятий осознают огромную роль инноваций в успешной организации своей деятельности, завоевания новых рынков, усиления конкурентных преимуществ. Предприятия стараются обновлять основные фонды, внедряя новые технологии в производство, выпускать новые виды продукции, расширять перечень предоставляемых услуг, повышая их качество. Государственные органы управления признают важность инновационной деятельности как фактора ускорения экономического роста в России. Эта проблема находится в сфере внимания, как органов законодательной, так и исполнительной власти, которая разрабатывает стратегии инновационного развития всей страны и отдельных ее регионов.

Инновационная и производственная деятельность предприятия выполняют свои специфические функции. Вместе с тем они составляют взаимодополняющие структуры единого воспроизводственного процесса, в рамках которого происходит взаимный обмен научно-технической и производственной деятельностью. С одной стороны, производственный процесс стремится к стабильности, которая нарушается внедрением инноваций, изменяющих состав и структуру входящих в него элементов, а, с другой стороны, он стремится к постоянному внедрению инноваций, трансформирующих производственный процесс в состояние более высокого качественного уровня.

Таким образом, при формировании методов и показателей оценки устойчивого развития целесообразно использовать анализ инновационных процессов предприятия. Устойчивое развитие промышленных предприятий можно оценить посредством трех основных характеристик: наличием завершенных инноваций; степенью участия организации в разработке данных инноваций; выявлением основных причин, по которым инновационная деятельность не осуществлялась.

Основной проблемой оценки устойчивого развития предприятия является не только выбор и определение значений системы экономических показателей, но и возможность их использования на практике. Данная система должна давать объективную оценку реального состояния развития исследуемого промышленного предприятия. Кроме того, она должна учитывать особенности протекания инновационных процессов, характеристики производственной системы, тип производства; также в системе должны быть показатели, отражающие наличие и качество основных стратегически важных для предприятия ресурсов, и показатели, прямо или косвенно указывающие на результативность использования имеющихся ресурсов предприятия, задействованных в инновационной деятельности. Комплексная оценка устойчивого развития должна охватывать все области функционирования предприятия, в том числе должна учитывать отраслевые особенности инновационных процессов, интеграцию предприятия в промышленный комплекс, характеристики производственной системы, конкурентоспособность предпри-

ятия, результативность использования имеющихся ресурсов предприятия, задействованных в инновационной деятельности, эффективность инновационной деятельности.

С учетом перечисленного целесообразно проводить оценку эффективности устойчивого развития предприятия в виде расчета наиболее значимых относительных стандартизированных показателей, объективно отражающих инновационную деятельность предприятия. По каждому из показателей необходимо определить критериальное значение, которое позволяло бы судить о состоянии показателя и принимать конкретные решения в рамках управления инновационной деятельностью на предприятии, другими словами, необходимо параметры измерения преобразовать в параметры управления. Критериальное значение, как база сравнения и оценки, является точкой отсчета, по отношению к которой можно оценить инновационную деятельность предприятия. С помощью обоснованных критериальных значений можно построить универсальную модель развития хозяйствующего субъекта. В качестве базы для сравнения могут быть использованы средние или пороговые значения показателей по отрасли за предыдущий период, прогнозные значения, значения аналогичных показателей у конкурентов. Критерием научной обоснованности этих значений на уровне предприятия можно считать эффективную работу предприятия в течение продолжительного периода времени и определенные достигнутые результаты, позволяющие отнести это предприятие к эталонному. В качестве критериев для определения пороговых значений коэффициентов автор использовал данные статистического исследования инновационной деятельности ведущих предприятий промышленности Нижнего Новгорода и Нижегородской области, результаты исследований отечественных ученых, аналитические данные, а также опыт зарубежных компаний.

На рисунке 1 представлена схема комплексной оценки устойчивого развития предприятия на основе анализа инновационных процессов.

Комплексная оценка устойчивого развития предприятия включает следующие этапы.

1 этап. Анализ инновационного потенциала предприятий осуществляется на основе финансово-экономических показателей.

2 этап. Анализ основных характеристик и формирование системы факторов инновационного роста. Осуществляется экспертным путем. На этом этапе необходимо проанализировать качественные показатели инновационной деятельности предприятия, например, уровень новизны продукции, предполагаемый спрос на новую продукцию и т.п. При этом в оценку входят необходимые для ускорения инновационного роста факторы: кадровый, производственно-технологический, научно-технический, финансово-экономический и организационно-управленческий. Каждый из этих факторов может иметь разное число показателей, которые определяются из различных источников.

3 этап. Оценка затрат на инновационный потенциал и потребности в ресурсах для устойчивого развития предприятия.

Следует проанализировать имеющиеся у предприятия затраты на инновационную деятельность и ресурсы, необходимые для повышения инновационного потенциала предприятия. Иначе недостаточность ресурсов на каком-либо этапе реализации инновационной деятельности может послужить причиной приостановки либо полной остановки реализации инновационных проектов.



Рис. 1. Алгоритм комплексной оценки устойчивого развития предприятия

4 этап. Прогнозная оценка доходности, инновационной активности и риска инновационной деятельности.

Доходность, инновационная активность и уровень риска инновационной деятельности оцениваются по следующим показателям.

1. Индекс доходности. С помощью этого показателя можно дать как абсолютную, так и относительную оценку эффективности инновационной деятельности. Индекс доходности рассчитывается как отношение общей суммы чистого дисконтированного дохода за определенный период к затратам на инновационную деятельность.
2. Риск инновационной деятельности. Если руководство предприятия считает, что риски недостаточно полно учтены при расчете ставки дисконтирования, то предлагается использовать дополнительный показатель, характеризующий уровень ожидаемых последствий проявления риска внедрения инноваций.
3. Для расчета показателя инновационной активности предприятия используем следующую формулу:

$$УИ = [(pn(T - 1) / pn(T)) - 1] \cdot 100 \%, \quad (1)$$

где УИ – уровень инновационной активности предприятия;

$$pn(T - 1) = \frac{РП(T - 1)}{ДС(T - 1)} - \text{ресурсоемкость на единицу добавленной стоимости в базовом периоде};$$

РП (T - 1) – ресурсы предприятия в базовом периоде;

ДС (T - 1) – добавленная стоимость в базовом периоде;

$$pn(T) = \frac{РП(T)}{ДС(T)} - \text{ресурсоемкость на единицу добавленной стоимости}$$

в анализируемом периоде;

РП (T) – ресурсы предприятия в анализируемом периоде;

ДС (T) – добавленная стоимость в анализируемом периоде.

При равенстве уровней ресурсоемкости в базовом и анализируемом периоде уровень инновационной активности предприятия будет равным нулю. При увеличении ресурсоемкости в анализируемом периоде, по сравнению с базисным, уровень инновационной активности предприятия будет иметь отрицательное значение. Соответственно, уменьшение ресурсоемкости в анализируемом периоде по сравнению с базовым периодом покажет наличие уровня инновационной активности предприятия.

Важное значение для обеспечения устойчивого развития предприятия имеет сравнение данных, полученных на предприятии (в результате расчета рассмотренных показателей), и аналогичных данных во внешней среде промышленного предприятия. Сравнение полученных результатов по

предприятию с аналогичными показателями позволит судить об уровне эффективности инновационной деятельности промышленного предприятия и устойчивости его развития. В качестве базы сравнения могут быть использованы:

- аналогичные показатели у фирм конкурентов промышленного предприятия;
- аналогичные данные у лидирующих фирм в той же отрасли отечественной промышленности;
- аналогичные данные у лидирующих фирм в той же отрасли, осуществляющих свою деятельность на международных рынках;
- аналогичные данные в среднем по отрасли и т.д.

Анализ инновационных процессов предприятия позволит оценить устойчивое развитие предприятия, необходимость в новых инновационных разработках, условия для сохранения научно-технического потенциала предприятия, развития инновационной инфраструктуры и привлечения в инновационную сферу дополнительного инвестирования.

Представленная схема комплексной оценки устойчивого развития предприятия может быть использована для оценки и формирования эффективной инновационной политики промышленных предприятий. В целом, предложенный подход может стать основой для совершенствования статистики и планирования инновационной деятельности промышленных предприятий.

Список литературы:

1. Колосова Т.В., Степанов М.Ю. Построение системы мониторинга для обеспечения устойчивости инновационного развития предприятий // Предпринимательство. – 2013. – № 3.
2. Колосова Т.В., Парадеева И.Н. Стимулирование инновационной деятельности малых предприятий // Креативная экономика. – 2013. – № 1.
3. Есин Е.Ю. Прогноз отраслевых особенностей формирования инновационных технологий инвестирования расширенного воспроизводства основного капитала при шестом технологическом укладе // Предпринимательство. – 2013. – № 8.
4. Йохимштайлер Э. Увидеть очевидное. Как обнаружить и реализовать стратегию роста компании, основанную на инновационных продуктах / Э. Йохимштайлер. – М.: Издательство «Гревцов Паблшер», 2009.
5. Луговой А.Ж. Управление формированием инновационной экономики в России / А.Ж. Луговой. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2003.
6. Супрун В.А. Интеллектуальный капитал. Главный фактор конкурентоспособности экономики в XXI веке / В.А. Супрун. – М.: Издательство «Либроком», 2010.

МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ НАУЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА БАЗЕ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ

© Либеров В.М.*

Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет,
г. Нижний Новгород

В статье рассмотрены преимущества алых инновационных предприятий, создаваемых на базе ВУЗов, относительно предприятий, создаваемых на базе научно-исследовательских институтов. Рассмотрены и классифицированы факторы, влияющие на формирование и результативность малых инновационных предприятий на базе ВУЗов.

Ключевые слова: инновации, малое инновационное предприятие, инновационные риски.

Стимулирование научно-технической деятельности вузов в условиях развития инновационной экономики является принципиально важным направлением обеспечения устойчивого социально-экономического развития страны.

Для индустриально развитых стран характерной особенностью является всестороннее содействие развитию малого инновационного предпринимательства путем целевого государственного финансирования, предоставления субсидий, грантов, выполнения государственных заказов и т.д. Опыт зарубежных стран показывает, что одним из эффективных механизмов стимулирования инновационной деятельности являются малые инновационные предприятия, создаваемые на базе высших учебных заведений, на долю которых приходится около 50 % всех инноваций [2].

Процесс создания малых инновационных предприятий (МИП) при вузах является новым для Российской Федерации, характеризуется недостаточно разработанным механизмом формирования, что не обеспечивает в полной мере создания условий для активного внедрения результатов научно-исследовательской деятельности [1]. Малое инновационное предпринимательство при вузах представляет собой важнейшую составляющую модернизации отечественной экономики, играя ведущую роль во внедрении вузовских разработок, формировании интеллектуальной элиты нашей страны, инновационно-ориентированных специалистов, что является необходимым условием для развития экономики.

Проведенный автором анализ малых инновационных предприятий, создаваемых на базе ВУЗов, по сравнению с предприятиями, создаваемыми на

* Преподаватель кафедры Экономического анализа и управления недвижимостью, аспирант.

базе научно-исследовательских институтов (НИИ), показал, что они обла- дают рядом преимуществ:

- возможность подключения к созданию и работе предприятий при высших учебных заведениях студентов, аспирантов, что в пред- приятиях при НИИ в общем затруднительно;
- возможность интеграции образовательной и научной деятельности при формировании МИПов;
- значительная разница в правах вузов и НИИ, т.к. пока не внесены изменения в ФЗ-127 о науке и государственной научно-технической политике и т.д.

К основным принципам, оказывающим влияние на формирование ма- лых инновационных предприятий, создаваемых на базе высших учебных заведений, можно отнести:

- самостоятельность;
- относительная независимость;
- способность решать вопросы по структурной перестройке произ- водства и повышения эффективности показателей социально-эконо- мического развития;
- независимость и адаптивность.

Особенностью, характерной лишь для малых инновационных предпри- ятий при ВУЗах, являются конкретные пути достижения поставленных за- дач экономического и социального характера. За счет разработки и реализа- ции различных инноваций (продуктовых, технологических, управленческих и др.), повышения конкурентоспособности продукции и производства, соз- дания обстановки инновационности в масштабе города, отрасли, региона и страны в целом [4].

С учетом этого определение малого инновационного предприятия при ВУЗах может быть сформулировано следующим образом. Малые инноваци- онные предприятия при ВУЗах – это относительно новые хозяйствующие субъекты в сфере рыночной экономики, характеризующиеся независимостью и адаптивностью, призванные выполнять задачи по структурной перестройке производства, по расширению международного научно-технического сотруд- ничества и росту престижа страны в мире на основе разработки, освоения и реализации нововведений (прежде всего принципиально новых) и создания обстановки восприимчивости различных инноваций.

В статье предложена классификация факторов, влияющих на функцио- нирование и результативность малых инновационных предприятий (рис. 1).

Для малых инновационных предприятий при ВУЗах внешними являются факторы, связанные с федеральным, региональным и местным уровнем вла- сти, воздействующих на процесс непосредственного формирования МИП, а внутренние, соответственно, с непосредственной деятельностью самого МИП при ВУЗе.



Рис. 1. Факторы, влияющие на формирование и результативность малых инновационных предприятий на базе ВУЗов

В рыночных условиях малое инновационное предприятие на базе ВУЗа должно самостоятельно осуществлять поиск идеи, осуществлять производственную и маркетинговую деятельность, оценивать уровень собственного научного и кадрового потенциала, определять ресурсные возможности, а также оценивать уровень восприимчивости организации к нововведениям.

Инновационная деятельность на предприятиях преследует разные цели и обусловлена факторами технического, финансово-экономического, политического, ресурсного и рыночного характера. Так, инновационная деятельность может быть ответной реакцией на требования рынка:

- ограниченный доступ к передовым технологическим решениям;
- ресурсные ограничения;
- изменения в налоговой и финансово-кредитной политике.

В рыночной экономике цели максимизации прибыли и повышения конкурентоспособности продукции являются приоритетными. В современных условиях около 30 % инновационно-активных предприятий своей стратеги-

ческой целью считают повышение конкурентоспособности продукции, в то время как у 25 % инновационно-активных предприятий основная стратегическая цель – экспансия, завоевание новых рынков [3].

Проведенный автором анализ позволил сделать вывод о том, что каждое малое инновационное предприятие должно определять конкретные предпочтения и подходы по выявлению рисков, их факторов, способы сокращения негативных последствий с целью достижения заявленных целей.

Инновационная деятельность в большей степени, чем другие направления предпринимательской деятельности, сопряжена с риском, так как полная гарантия благополучного результата в инновационном предпринимательстве практически отсутствует.

К косвенным методам воздействия государства на формирование малых инновационных предприятий на базе ВУЗов относится либерализация налогового законодательства, в частности:

- «налоговые каникулы» в течение нескольких лет на прибыль, полученную от реализации инновационных проектов;
- снижение ставок налога на прибыль, направленную на выполняемые по заказу и совместные НИОКР;
- льготное налогообложение прибыли, полученной в результате использования патентов, лицензий, ноу-хау и других нематериальных активов, входящих в состав интеллектуальной собственности;
- уменьшение налогооблагаемой прибыли на сумму стоимости приборов и оборудования, передаваемых НИИ, вузам;
- предоставление исследовательского и инвестиционного налогового кредита, т.е. отсрочка налоговых платежей из прибыли в части затрат на инновационные цели.

Государственная поддержка стимулирования формирования малых инновационных предприятий на базе ВУЗов осуществляется на федеральном, региональном и местном уровнях, при этом сроки воздействия могут быть различными.

Законодательством определены лишь рамочные условия, но он не дополнен необходимыми подзаконными актами. По нашему мнению, основной недостаток закона в том, что головным ведомством выступает Министерство образования и науки РФ, действующее строго в рамках полномочий и поставленной задачи. Никаких инвесторов или этапа внедрения в производство в этих полномочиях не отражено. Главный критерий один – количество созданных МИП. Работу МИП должен организовывать специалист, оценивающий целесообразность избираемой стратегии. Поэтому необходима целевая программа подготовки таких специалистов.

Для ВУЗов одним из основных вопросов остаётся передача инновационным предприятиям имущества. Чтобы решить проблему его льготного предоставления, требуется внести изменения в три закона: о высшем и по-

слевузовском образовании, о научно-технической деятельности и о малом предпринимательстве.

Список литературы:

1. Арженовский С.В. Управление университетскими комплексами: математические модели и методы. – Ростов-н/Д: Изд-во СКНЦ ВШ, 2002.
2. Васильев Ю.С., Глухов В.В., Федоров М.П. Экономика и организация управления вузом / Под ред. докт. эконом. наук В.В. Глухова. – СПб.: Издательство «Лань», 2001.
3. Клюев А.К. Стратегии вузовского развития (по материалам пилотного семинара проекта «Стратегическое планирование в российских университетах») // Университетское управление: практика и анализ. – 2003. – № 3 (26). – С. 43-50.
4. Развитие стратегического подхода к управлению в российских университетах / Под ред. Е.А. Князева. – Казань: Унипресс, 2001.

МЕТОДЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННО-ПРОМЫШЛЕННОГО КЛАСТЕРА

© Табунов И.В.*

Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет,
г. Нижний Новгород

В статье представлена инфраструктура инновационно-промышленного кластера и проанализированы методы определения эффективности его функционирования. В качестве базового рассмотрен метод, основанный на оценке конкурентоспособности инновационно-промышленного кластера.

Ключевые слова: инновационно-промышленный кластер, методы оценки, конкурентоспособность.

Кластерная форма организации предприятий призвана стать определяющей в стратегиях развития отдельных отраслей, что обуславливает необходимость развития основ кластерной теории применительно к территориальной организации производств. Опыт стран с развитой рыночной экономикой свидетельствует о том, что кластерный подход, первоначально использовавшийся в исследованиях проблем конкурентоспособности, теперь стал применяться при разработке и реализации стратегий, программ разви-

* Доцент кафедры Экономического анализа и управления недвижимостью, кандидат экономических наук, доцент.

тия, прежде всего инвестиционного и инновационного профиля, а также служить основой для решения такой важной задачи, как эффективное взаимодействие крупного и малого бизнеса.

Кластер – это сконцентрированная на некоторой территории группа взаимосвязанных организаций (компаний, корпораций, университетов, банков и проч.), взаимодополняющих друг друга и усиливающих конкурентные преимущества отдельных компаний и кластера в целом.

Под инновационным территориальным кластером понимается совокупность размещенных на ограниченной территории предприятий и организаций (участников кластера), которая характеризуется наличием:

- объединяющей участников кластера научно-производственной цепочки в одной или нескольких отраслях (ключевых видах экономической деятельности);
- механизма координации деятельности и кооперации участников кластера;
- синергетического эффекта, выраженного в повышении экономической эффективности и результативности деятельности каждого предприятия или организации за счет высокой степени их концентрации и кооперации.

Основываясь на представленных выше определениях, инновационно-промышленный кластер можно охарактеризовать как систему тесных взаимосвязей между промышленными предприятиями, их поставщиками и клиентами, а также институтами знаний, среди которых крупные исследовательские центры и университеты, с целью координации усилий и финансовых средств для создания нового продукта и технологий и выхода с ними на рынок.

На рисунке 1 представлено взаимодействие основных элементов и инфраструктуры интеллектуального и финансового капитала интеллектуально-промышленного кластера.

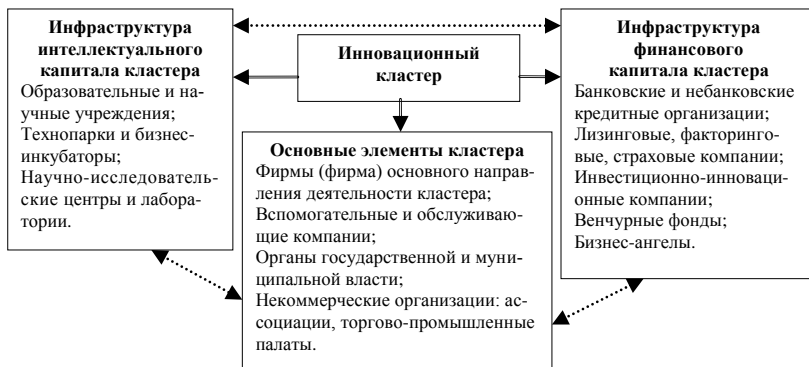


Рис. 1. Инфраструктура инновационно-промышленного кластера

Несомненным преимуществом для усиления инновационной компоненты в кластерах является особенность их функционирования: уход от жесткого управления, присущего холдингам и другим подобным структурам, и переход к гибким сетевым структурам, способным повысить активность агентов-инноваторов (авторов инновационных идей), адаптивность и восприимчивость агентов-имитаторов (реализующих инновационные идеи) и реактивность агентов-фасилитаторов (обеспечивающих финансовыми и другими ресурсами этот процесс). Такая гибкая сетевая структура обеспечивает эффективную трансформацию изобретений в инновации, а инноваций в конкурентные преимущества.

Обычные методы исследований не подходят для анализа процессов агломерации и динамики инфраструктуры инновационно-промышленного кластера, т.к. не позволяют отличить простую концентрацию промышленности от функционирующего кластера.

Текущая работа производственной системы кластера еще труднее поддается традиционным методам анализа, поскольку протекает часто в форме деятельности профессиональных, предпринимательских и общественных ассоциаций и неформальных объединений. Она зависит от установившихся стандартов взаимодействия и уровня доверия между компаниями. Отсутствие таких стандартов и механизмов взаимодействия является отличительной чертой латентных и потенциальных кластеров и одновременно ключевым фактором успеха работающих кластеров.

Именно динамика кластера, а не размеры и индивидуальные характеристики компаний являются ключевым фактором синергии кластера и его конкурентоспособности.

Наиболее эффективный анализ состоит из набора качественных методов (в частности, экспертная оценка) в сочетании с набором количественных методов. Индикаторы, применяемые для анализа, должны отражать не только внутреннюю мощь кластера по отношению к остальной экономике, но также его положение на внешних рынках, в частности в сравнении с другими регионами.

Существует целый набор методов для идентификации и анализа функционирования инновационно-промышленных кластеров, начиная от простых методов определения уровня специализации (коэффициенты локализации) до технологии межотраслевых балансов.

Одним из основных является следующий метод оценки эффективности функционирования инновационно-промышленного кластера, основанный на определении его конкурентоспособности.

Конкурентоспособные кластеры обладают следующими признаками:

- устойчивая позиция на рынке, так как конкурентоспособность кластера безусловно зависит как от его доли на внешних рынках, так и от роста этой доли;

- технологическое превосходство в отрасли и способность к инновациям, так как способность к проведению научно-технических разработок и умение обратить технологическое превосходство в успешно реализуемую продукцию характерно для всех успешных кластеров (даже для отраслей, находящихся в фазе зрелости или спада, где темпы технологических изменений ограничены);
- способность к самообновлению, так как кластеры должны осуществлять деятельность по самоподдержке и самоуправлению.

Разбиение на эти элементы упрощает процесс оценки конкурентоспособности кластера. Варианты оценки выделенных трех элементов показаны в табл. 1.

Таблица 1

Варианты оценки различных аспектов конкурентоспособности инновационно-промышленных кластеров

Вид конкурентоспособности	Используемый показатель	Способ измерения
Позиция на рынке	Присутствие на мировом рынке	Изменение доли кластера на мировом рынке
	Развитие экспорта	Рост объемов экспорта для кластера
	Новые рынки для экспорта	Количество новых рынков, на которых присутствуют фирмы-участники кластера
Технологическое лидерство	Репутация	Опрос экспертов в данной области промышленности о значимости научно-исследовательских разработок этого кластера
	Разработка новых продуктов	Количество значимых новых продуктов
	Уровень квалификации специалистов	Исследование изменений в уровне квалификации специалистов в сравнении с другими кластерами
Способность к обновлению	Образование новых фирм	Изменения количества фирм в составе кластера
	Включение иностранных фирм	Объем (и качество) иностранных инвестиций в рамках кластера
	Доля экономической активности	Изменение доли кластера в валовом региональном продукте

Таким образом, качественный анализ очень важен для идентификации потенциальных и возникающих кластеров, когда появляющиеся новые области компетенций невозможно измерить как экономическую деятельность.

Качественный и количественный анализ эффективности функционирования инновационно-промышленного кластера важен для оценки будущего рынка и технологических трендов, которые могут повлиять на международное положение кластера.

Список литературы:

1. Андропова Е.Д. Принципы формирования конкурентоспособного инновационного проекта // Интеграл. – 2012. – № 4 (66).

2. Есин Е.Ю. Анализ влияния инновационных технологий инвестирования расширенного воспроизводства основного капитала на эффективность его использования в условиях многоукладной экономики // Интеграл. – 2012. – № 5 (67).

3. Захарченко В.И., Осипов В.Н. Кластерная форма территориально-производственной организации. Ч. 1: Экономические кластеры как новая форма организации производства в регионе. – М.: Изд-во КноРус, 2010.

4. Колосова Т.В. Развитие производственной системы предприятия на основе осуществления технологических инноваций // Интеграл. – 2010. – № 2.

5. Модельный закон об инновационной деятельности / Принят в г. Санкт-Петербурге 16.11.2006 Постановлением 27-16 на 27-ом пленарном заседании Межпарламентской Ассамблеи государств-участников СНГ.

6. Официальный сайт Российской кластерной обсерватории Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cluster.hse.ru>.

7. Третьяк В.П. Кластеры предприятий. – М.: Изд-во Август Борг, 2006.

8. Хавин Д.В., Башева А.В. Экономика и управление преобразованиями производственных систем при использовании инноваций // Интеграл. – 2013. – № 1-2.

9. Хавин Д.В., Колосова Т.В. Инновационный потенциал как стратегический ресурс повышения устойчивости развития предприятия / Д.В. Хавин, Т.В. Колосова // Предпринимательство. – 2011. – № 5.

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ УРОВНЯ ТЕКУЩЕГО ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

© Шапошников А.А.*

Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет,
г. Нижний Новгород

В статье предложена схема комплексной оценки экономического состояния и уровня инновационного развития предприятий национальной экономической системы. Сформирован концептуальный подход к оценке устойчивости экономического состояния и инновационного развития предприятия.

Ключевые слова: предприятие, инновационное развитие, инфраструктурное окружение.

* Доцент кафедры Экономического анализа и управления недвижимостью, кандидат экономических наук, доцент.

В настоящее время инновации выступают в роли движущей силы, определяющей перспективы социального и экономического развития организаций. Инновационная деятельность предприятия создаёт здоровую конкуренцию на рынке, что неизбежно приводит к ускоренному развитию отрасли в целом, поскольку другие предприятия вынуждены повышать качество своих товаров и услуг для того, чтобы удержать свои рыночные позиции.

Это означает необходимость формирования экономики лидерства и инноваций. Количественные показатели такой экономики в соответствии со «Стратегией инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года» (утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 8 декабря 2011 г. № 227-р.) – занятие существенной доли (5-10 %) на рынках высокотехнологичных и интеллектуальных услуг по 5-7 позициям, повышение в два раза доли высокотехнологичного сектора в ВВП (с 10,9 до 17-20 %), увеличение в пять-шесть раз доли инновационной продукции в выпуске промышленности, в четыре-пять раз – доли инновационно-активных предприятий (с 9,4 до 40-50 %) [1]. Отсюда очевидно, что изучение принципов функционирования инновационных процессов на предприятии, оценка эффективности инновационной деятельности является актуальной проблемой исследования в настоящее время [2].

Анализ работ по рассматриваемой проблематике позволяет сделать вывод о наличии научного интереса к вопросам оценки экономического состояния и уровня инновационного развития промышленных предприятий, факторам, оказывающим непосредственное влияние на их развитие, а также о необходимости развития теоретических положений и методических подходов к обозначенной проблеме.

Становится очевидно, что повышение эффективности вовлечения новых технологий в хозяйственный оборот в современных условиях невозможно без разработки грамотной методологии оценки экономического состояния и уровня инновационного развития предприятия, а также специальной системы комплексной оценки, позволяющей делать объективные выводы об уровне развития инновационной деятельности на предприятии. В общем виде предлагаемая схема комплексной оценки экономического состояния и уровня инновационного развития (ЭСиУИР) представлена на рис. 1.

Оценку ЭС и УИР предприятия автором рекомендуется начинать с формирования основ проводимой оценки. При этом можно использовать как системный, так и синергетический подход. В основе системного анализа лежит принцип системности, а в основе теорий самоорганизации – принцип развития. Оба принципа взаимно дополняют друг друга и в действительности образуют единство, которое может также отражаться и в подходе к разработке новых методов оценки уровня инновационного развития. Синергетический подход к обозначенной нами проблеме будет основываться на уже существующей методологии и теоретических выводах системных исследований, и

наоборот – использование в ходе системных исследований методологических находок, полученных посредством синергетического подхода к изучаемой проблеме. Что же касается применяемых на сегодняшний день методов оценки инноваций, то, как показано на рис. 2, их все можно свести в три группы.

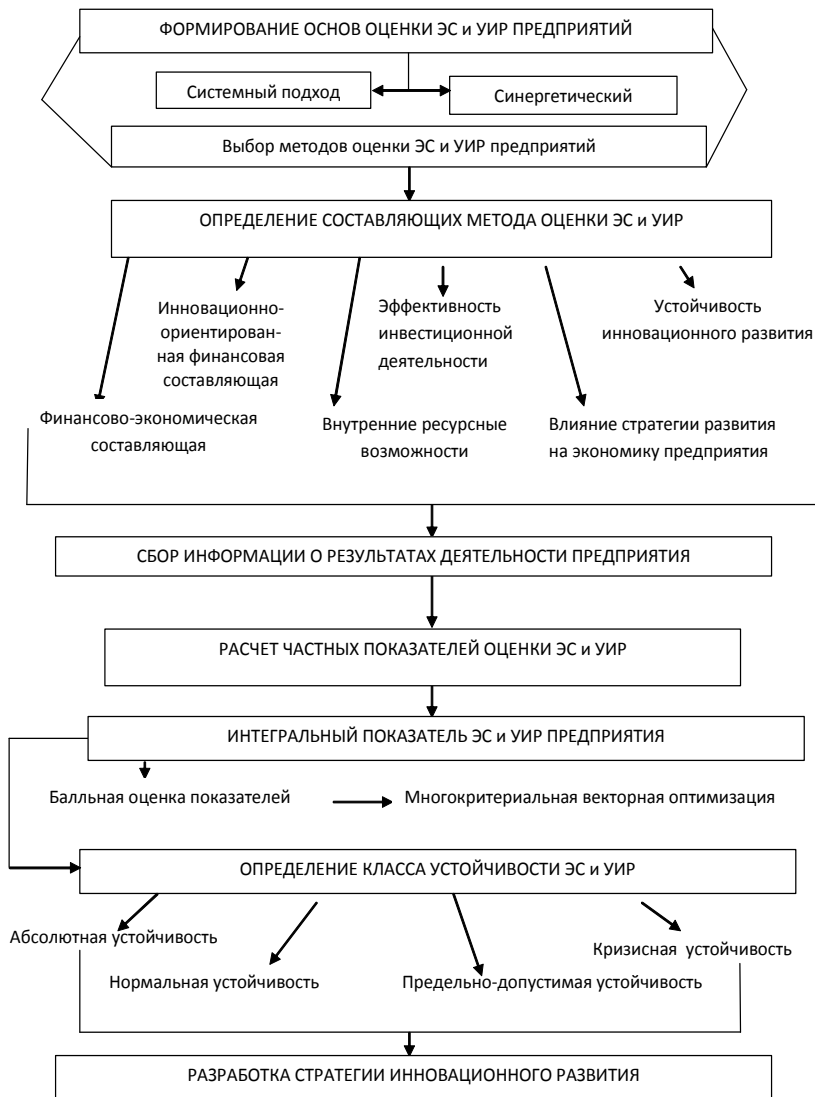


Рис. 1. Комплексная оценка уровня инновационного развития предприятия

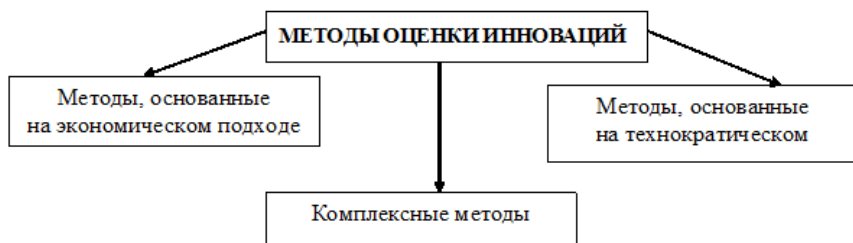


Рис. 2. Методы оценки инноваций

Изучив методы оценки инноваций, можно сделать вывод, что в ходе оценки уровня инновационного развития наиболее целесообразно использовать комплексные методы. Такой подход включает последовательное применение методов структурного анализа и многокритериальной оптимизации для определения нормативной полезности инноваций и затрат ресурсов на каждую из них, а также методы системного анализа.

При структурном анализе задача инновационного развития предприятия разделяется на отдельные компоненты. Если, например, целью программы является создание технологической системы, то процесс ее разработки, как правило, разделяется на отдельные подсистемы, а те, в свою очередь, на элементы подсистемы и т.д. [3]. При принятии решения о направлении инновационного развития этот метод дает возможность наиболее полно представить все возможные научно-технические проблемы.

Определившись с методами оценки необходимо перейти к определению основных составляющих экономического состояния и уровня инновационного развития предприятия. По мнению автора, основными направлениями оценки могут являться: оценка финансово-экономической и инновационно-ориентированной составляющей деятельности организации, определение внутренних ресурсных возможностей предприятия, оценка эффективности инвестиционной деятельности, влияния стратегии инновационного развития на экономику предприятия, а также анализ и оценка устойчивости инновационного развития. Решение поставленной задачи по данным направлениям оценки предполагает выбор и расчет так называемых «частных показателей». Например, к показателям финансово-экономической составляющей могут быть отнесены показатели деловой активности, ликвидности, платежеспособности и рентабельности. Важным моментом при оценке уровня инновационного развития является не столько выбор и определение системы значений экономических показателей, сколько возможность их использования на практике. Очень важно, чтобы выбранная система показателей могла дать объективную оценку состояния инновационной деятельности.

Анализ группы показателей финансово-экономической составляющей позволит выявить наличие на предприятии свободных финансовых средств, которые могут быть направлены на реализацию инновационных проектов и

программ. Показатели инновационно-ориентированной финансовой составляющей характеризуют наличие на предприятии объектов интеллектуальной собственности и текущих финансовых вложений в инновационную деятельность. Оценка внутренних ресурсных возможностей предприятия позволит сделать выводы о приемлемости производственно-технологической, научно-технической, информационной базы и кадрового потенциала.

Следующим этапом системы комплексной оценки уровня инновационного развития является сбор информации о результатах деятельности предприятия. Суть заключается в том, что исходные данные для расчета показателей должны быть представлены за несколько периодов, поскольку должны отражать их динамику. Немаловажным моментом является и то, что исходная информация должна легко обрабатываться с помощью современных компьютерных программных средств. В качестве источников исходной информации следует рассматривать статистическую отчетность предприятий и открытые формы бухгалтерской отчетности.

Расчитав значение интегрального показателя, следует приступить к определению класса устойчивости экономического состояния и уровня инновационного развития предприятия и разработке рекомендуемых стратегий дальнейшего развития.

Определив класс устойчивости экономического состояния и инновационного развития предприятия, можно сделать выводы о наличии на предприятии возможностей для ведения инновационной деятельности и приступить к разработке адекватной текущему состоянию организации стратегии инновационного развития.

Результаты предлагаемой системы оценки инновационной деятельности необходимы, на наш взгляд, прежде всего, руководству предприятий для разработки адекватных текущему состоянию стратегий инновационного развития. Используя предлагаемую методику оценки, руководство предприятий сможет выявить узкие места, ликвидация которых позволит приобрести новые конкурентные преимущества, а также будет способствовать стабильному экономическому росту компании. Кроме того, результаты оценки уровня инновационного развития могут использоваться потенциальными инвесторами для выбора предприятий, в инновационные проекты которых можно вложить средства с наименьшим риском.

Список литературы:

1. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 г. (Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 8 декабря 2011 г. № 2227-р.).
2. Шамина Л.К. Теоретические аспекты функционирования инновационных процессов. – СПб.: Наука, 2008. – С. 43-56.
3. Гуржиев В. Факторы инновационной направленности инвестиций // Экономист. – 2002. – № 2. – С. 11-18.

Секция 7

***РЕГИОНАЛЬНАЯ
ЭКОНОМИКА***

ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ УСЛУГ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

© Кононова Е.В.^{*}, Трысячный В.И.[♦]

Северо-Кавказский федеральный университет, г. Ставрополь

В статье проведено исследование проблемы повышения качества и доступности услуг, предоставляемых органами государственной власти и субъектов федерации.

Ключевые слова: качество, государственные услуги, регион, проблемы.

Проблема доступности и качества государственных и муниципальных услуг стала крайне актуальной в наши дни. В первую очередь, это связано с тем, что в рамках общемировой глобализации, интеграции и, наконец, обмена опытом, стало возможным заимствование неких аспектов государственного и муниципального управления других стран. Естественно, целью улучшения при реализации демократического режима правления наличие прозрачности государственной и муниципальной власти попросту недостаточно. Помимо соблюдения конституционных и легитимных принципов аппарат правления должен выполнять свою основополагающую функцию, а именно повышения жизненного благополучия населения.

В рамках осуществления данной функции государство должно обеспечить качество и доступность своих услуг не только для развития страны, но и для упрочнения позиций на международной арене, на которой, в рамках публичного администрирования требуются открытость, оперативность и адекватность к запросам внешней среды. Ведь под качеством государственных услуг следует понимать определенный перечень требований к финальному результату той или иной услуги с точки зрения ее соответствия какому-либо стандарту, регламенту в части своевременности и полноты ее оказания. Доступность и качество государственных услуг – это понятия неотделимые, но все-таки понятие «доступности» имеет свою специфику. Доступность, как известно, заключается в оценке рациональности, целесообразности и простоты предоставления определенной услуги, а также понятности и простоты восприятия информации, объясняющей порядок процедуры предоставления той или иной услуги.

Необходимо сказать, что понятие государственная услуга (муниципальная, региональная) стала впервые использоваться на территории Российской

^{*} Бакалавр Института экономики и управления СКФУ.

[♦] Профессор кафедры Государственного и муниципального управления, доктор экономических наук, доцент.

Федерации в 2005 году в связи с началом реализации административной реформы. Но в зарубежных странах под государственными услугами уже в то время понимали основную цель органов правления, так как именно она позволяет осуществлять какие-либо отношения с гражданами, юридическими лицами, где государство выступает поставщиком услуг.

Проблемой современных государств, в том числе, Российской Федерации является невозможность улучшения доступности и качества государственных услуг из-за того, что внимание на данную проблему является централизованным. То есть, государственный аппарат старается разрешить проблему оперативно и в масштабах всей страны. Но ведь опыт разрешения государственных проблем такого уровня показывает, что осуществить решение задачи по улучшению качества и доступности государственных услуг следует поэтапно, начиная с городов, регионов.

Как было отмечено ранее проблему повышения качества и доступности государственных, региональных и муниципальных услуг (далее ГРМУ) следует разрешать, изначально, в масштабах города, края. Именно поэтому целесообразно рассмотреть Ставропольский край как объект использования методов повышения качества и доступности государственных услуг.

Правительством Ставропольского края на основании ФЗ «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» и Указа Президента РФ «Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления» была разработана краевая целевая программа «Снижение административных барьеров, оптимизация и повышение качества предоставления государственных и муниципальных услуг в СК на 2013-2015 годы, в том числе на базе многофункциональных центров предоставления государственных и муниципальных услуг в СК», на которую в общем объеме было выделено 186573 тысяч рублей [4]. Необходимо отметить, что государственным заказчиком программы является комитет Ставропольского края по массовым коммуникациям. Целями данной целевой программы являются: уменьшение количества административных барьеров, оптимизация, рационализация и повышение качества ГРМУ, ужесточение контрольно-надзорных функций за деятельностью аппарата правления в рамках реализации программы, разработка специализированной системы мониторинга качества реализации и внедрения КЦП и, наконец, создание и оснащение сети многофункциональных центров. На основании данных Министерства экономического развития Ставропольского края следует сказать, что в рамках реализации КЦП [5]:

- время ожидания в очередях граждан, которые нуждаются в получении услуги, будет сокращено с 20 минут в 2014 г. до 15 минут в 2015 г.;
- количество услуг, предоставляемых аппаратом правления будет увеличено с 80 в 2014 году до 100 в 2014 году;

- средняя доля запросов заявителей в органы исполнительной власти будет снижено с 2 в 2014 году до 1 в 2015 году, а также в сфере предпринимательской деятельности доля обращений сократиться до 2;
- доля населения СК, которые будут иметь доступ к ГРМУ увеличится с 80 в 2014 году до 90 в 2015 году.

Для того, чтобы реализовать данную КЦП будут проведены следующие мероприятия:

- внедрение органами исполнительной власти административных регламентов в СК;
- предоставление субсидий муниципальным образованиям для реализации КЦП;
- организация конференций, совещаний и «круглых столов» для выбора наиболее творческих идей для повышения качества и доступности услуг;
- размещение актуальных сведений и так далее [6].

Хотелось бы отметить, что в рамках применения информационных технологий для повышения уровня качества оказания ГРМУ и повышения латентности деятельности органов государственной власти будут создаваться многофункциональные центры (МФЦ) и, также, степень организации предоставления услуг будет повышена посредством разработки и улучшения электронных систем оказания данных услуг.

Под многофункциональным центром следует понимать организацию, которая предоставляет ГРМУ, организует предоставление данных услуг по принципу «одного окна» в соответствии с соглашением об особом взаимодействии федеральных органов исполнительной власти, органов государственных внебюджетных фондов и, соответственно органами государственной власти субъектов федерации. Принцип «одного окна» создан для того, чтобы сократить затраты на оказание услуг. Иными словами, данный принцип позволяет сконцентрировать деятельность по оказанию услуг в одном месте, а именно в МФЦ. Итак, МФЦ позволяет:

- получить бесплатный доступ к федеральной государственной информационной системе «Единый портал государственных и муниципальных услуг», а также к региональным порталам;
- оплатить государственные и муниципальные услуги;
- получить информацию об обязательных и дополнительных услугах и многое другое [5].

Целесообразно отметить, что помимо оказания услуг центр позволяет людям находиться в комфорте, так как в центре предусмотрены все удобства. Также, необходимо сказать, что для правильного и эффективного функционирования МФЦ необходимо наличие автоматизированной информации

онной системы, так как именно она, собственно говоря, обеспечивает прием запросов заявителей о предоставлении той или иной ГРМУ, а также осуществляет передачу данных запросов в информационной системе органов, которые являются субъектами исполнения необходимой государственной услуги [2]. К примеру, в республике Адыгея существует 1 МФЦ с автоматизированной информационной системой (АИС), в Краснодарском крае 24 МФЦ с АИС и 49 без АИС обеспечения, в Ростовской области 67 МФЦ без АИС и 55 с АИС. В рамках внедрения информационных технологий в сферу оказания услуг Указом Президента РФ от 7 мая 2012 года № 601 «Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления» было принято решение о том, что к 2018 году количество людей, способных получить услуги в электронной форме должно достигнуть 70 %. Для этого следует не только обеспечить функционирование МФЦ, но и оптимизировать информацию, которую возможно получить на официальном сайте органов государственной власти [3,4]. Был создан реестр не только государственного значения, но и регионального назначения, что до сих пор позволяет правильно распределить нагрузку в сфере оказания услуг. Статистика показывает, что перевод услуг в электронный вид на Едином портале государственных и муниципальных услуг достигло уже 67 % в республике Адыгея, 57 % в республике Ингушетия и, наконец, 65 % в Ставропольском крае. Также в рейтинге по уровню латентности данных органов власти на первом месте стоит именно Ставропольский край, а на 2 и 3 местах Волгоградская область и Краснодарский край, соответственно.

Для оперативности и эффективности обеспечения деятельности по оказанию услуг необходимо оптимизировать систему осуществления контрольно-надзорной деятельности для того, чтобы исключить дублирующие и неэффективные административные процедуры контроля, сократить количество проверяемой документации [1]. По предусмотрению органов государственной власти РФ и субъектов РФ необходимо организовать инвентаризацию действующих нормативно-правовых актов и иных документов, содержащих обязательные требования к проведению контроля в целях составления исчерпывающего перечня актуальных непротиворечащих требований к проведению надзора и исключению устаревших требований к 2018 году [7]. Также целесообразно организовать разработку особой системы оценке рисков потенциальной опасности в рамках осуществления экономической деятельности и порядка ее использования при планировании контрольно-надзорных мероприятий [8]. Естественно, результаты контрольных и надзорных мероприятий должны быть прозрачными. Как и любая система, контроль должен иметь систему оценки эффективности деятельности, именно поэтому целесообразно вести учет мероприятий и результатов их проведения для того, чтобы на основе оценки можно было увидеть «слабые места» и устранить их.

Таким образом, можно сделать вывод, что для обеспечения повышения доступности и качества государственных, региональных и муниципальных услуг необходимо оптимизировать данную деятельность на уровне регионов. Рациональное обеспечение оказания услуг аппаратом правления является одним из наиболее эффективных механизмов стабилизации и упрочнения государственной и муниципальной власти. К тому же правильное решение проблемы повышения качества государственных услуг, в конце концов, позволит стабилизировать экономический, политический и социальный «климат» как внутри страны, так и за ее пределами.

Список литературы:

1. Большаков С.Н. Политика регионального экономического развития: методы и механизмы / С.Н. Большаков. – М.: Московский общественный научный фонд, 2005. – 331 с.

2. Гурова Е.А. Разработка инновационной стратегии развития организации сетевого типа / Е.А. Гурова, И.П. Кузьменко, В.И. Трысячный // Вестник СевКавГТИ. – Ставрополь: СевКавГТИ. – 2013. – № 4. – С. 12-15.

3. Жевора Ю.И. Государственное регулирование инновационной деятельности в развитии малого предпринимательства / Ю.И. Жевора, Т.И. Паллий // Вестник АПК Ставрополя. – Ставрополь: СтГАУ, 2011. – № 3 (3). – С. 104-107.

4. Жевора Ю.И. Формирование инновационной инфраструктуры агропромышленного комплекса региона / Ю.И. Жевора, В.И. Трысячный // Вестник Северо-Кавказского государственного технического университета. – 2009. – № 3. – Ставрополь: СевКавГТУ, 2009. – С. 152-156.

5. Мухорьянова, О.А. Перспективы функционирования многофункциональных центров в малых населенных пунктах России / О.А. Мухорьянова, Е.И. Ильинова // е-Журнал «Экономика и социум». – 2014. – № 4 (13).

6. Молодых В.А. Инструменты контроллинга в системе управления промышленных предприятий / В.А. Молодых, В.В. Кузьменко, И.П. Кузьменко // Вестник Института дружбы народов Кавказа «Теория экономики и управления народным хозяйством». – 2012. – № 2 (22). – С. 25-31.

7. Молодых В.А. Перспективы повышения инвестиционной привлекательности территориально-отраслевых комплексов / В.А. Молодых // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. – 2009. – Т. 2-2, №75. – С. 188-192.

8. Мониторинг государственных и муниципальных услуг в регионе как стратегический инструмент повышения качества регионального управления: опыт, проблемы, рекомендации / С.И.Неделько, А.В. Осташков, С.В. Матюкин, В.Н. Ретинская, И.А. Мурзина, И.Г. Кревский, А.В. Луканин, О.С. Кошевой. Под общ.ред. В.В. Маркина, А.В. Осташкова. – М., 2008. – 321 с.

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ЦЕНТРОВ В СТАВРОПОЛЬСКОМ КРАЕ

© Коханов С.В.^{*}, Трысячный В.И.[♦]

Северо-Кавказский федеральный университет, г. Ставрополь

В статье рассмотрены особенности развития многофункциональных центров в Ставропольском крае. Осуществлен сравнительный анализ, выявлены положительные и отрицательные характеристики.

Ключевые слова: многофункциональные центры, особенности развития, сравнительный анализ, государственное и муниципальное управление.

Актуальность выбранной темы определяется тем, что одним из критериев эффективности деятельности органов государственной власти и местного самоуправления является степень удовлетворенности населения порядком предоставления ему государственных и муниципальных услуг.

Процесс оказания государственных услуг, как правило, сопровождается сбором определенного пакета документов и формированием их необходимого комплекта. Учитывая высокий уровень спроса на такие услуги, а также рост объема и усложнение многих процедур, в настоящее время проблемой становится срок оформления и оказания таких услуг [4].

Одним из решений этого вопроса является создание и развитие систем многофункциональных центров (МФЦ), работающих по принципу эффективного оказания услуг целью которых является не только разрешение коллизий с документооборотом, но способствование переходу на принципиально новый, инновационный уровень функционирования органов публичной власти в процессе предоставления услуг заявителям [1, 2].

Основная задача МФЦ – создание единого места приема, регистрации и выдачи необходимых документов гражданам и юридическим лицам в процессе оказания всех государственных и муниципальных услуг, предоставление последним возможности получать одновременно несколько взаимосвязанных услуг.

Целями создания МФЦ являются, с одной стороны, повышение качества предоставления государственных и муниципальных услуг для населения за счет упрощения самих процедур, создание наиболее комфортных условий для потребителей услуг, с другой – повышение эффективности деятельности органов исполнительной власти.

^{*} Бакалавр Института экономики и управления СКФУ.

[♦] Профессор кафедры Государственного и муниципального управления, доктор экономических наук, доцент.

В Ставропольском крае (СК) довольно активно ведется работа по созданию удаленных рабочих мест многофункциональных центров, не только в краевой столице, но и в населенных пунктах, численность которых более тысячи человек.

В 2014 году МФЦ были открыты в Буденновском, Изобильненском, Левокумском и Новоалександровском районах. В остальных населенных пунктах Ставропольского края удаленные рабочие места МФЦ должны быть организованы до конца 2015 года.

На текущий момент в крае действует 16 многофункциональных центров. На рис. 1 представлена плотность размещения МФЦ по СК.

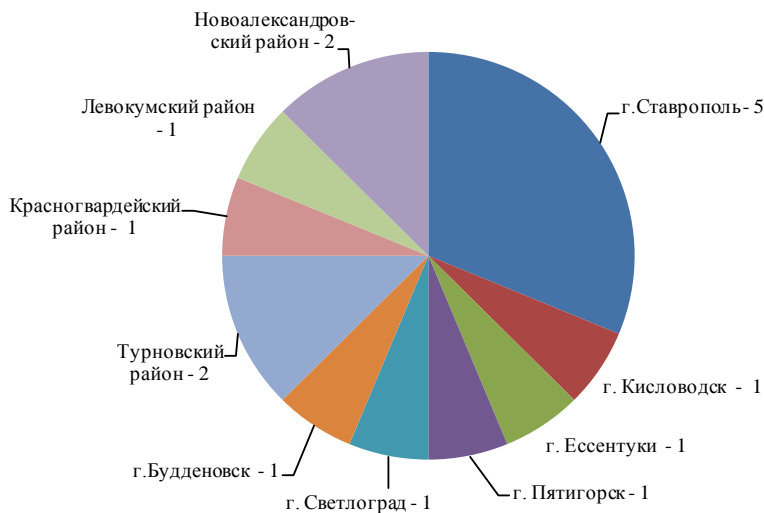


Рис. 1. Плотность размещения МФЦ по территории Ставропольского края в 2014 г.

Из представленной диаграммы видно, что многофункциональные центры распределены не равномерно. Это может быть определено рядом фактов и причин. Во-первых, краевой бюджет испытывает дефицит, что негативно отражается на развитии МФЦ в крае [3]. Во-вторых, по данным «Министерства экономического развития Ставропольского края», расходы на строительства данных центров выше изначально заложенной сметы примерно на 25-35 %, что ограничивает планы правительства региона по строительству МФЦ в остальных районах.

Одним из положительных моментов многофункционального центра, является принцип «одного окна»

К основным целям реализации данного принципа, можно отнести:

1. упрощение процедур получения услуг, а также сокращение сроков их предоставления;
2. повышение комфортности получения государственных услуг;
3. сокращение количества предоставляемых документов;
4. противодействие коррупции, а также и ликвидация рынка посреднических услуг, которые оказываются в рамках предоставления государственных услуг коммерческими организациями на возмездной основе [5, 6];
5. унификация и автоматизация административных процедур предоставления государственных услуг на территории Ставропольского края и т.д.

По статистическим данным за 2014 год количество обращений по Ставропольскому краю через МФЦ увеличилось. Это наглядно изображено на рисунке 2.

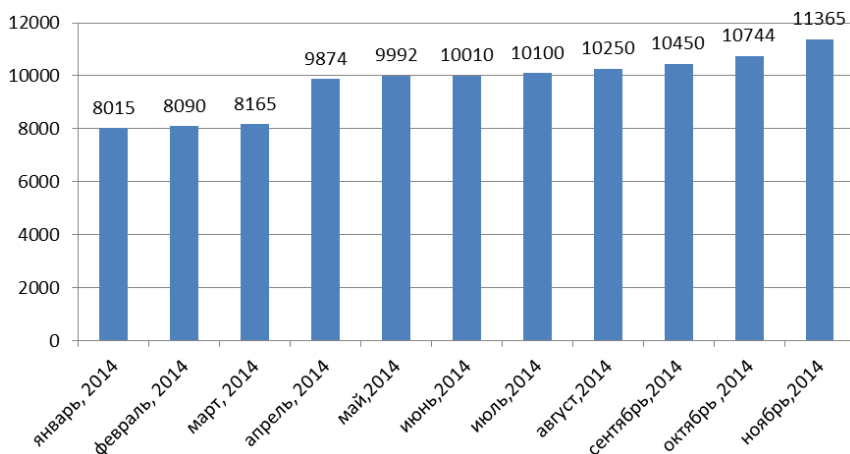


Рис. 2. Количество поданных заявлений (обращений) через МФЦ, на территории СК, тыс. штук

Многофункциональные центры – это не только административные здания, имеющие необходимое количество квалифицированных сотрудников, оказывающих государственные услуги на месте, но это еще и принцип оказания помощи, приема заявлений дистанционно, через сеть Интернет. Для этого был разработан сайт, где граждане, пройдя несложную процедуру регистрации, могут получать государственные и муниципальные услуги, не выходя из собственной квартиры или дома. Это, безусловно, является положительной стороной МФЦ. Но по статистическим данным видно, что уровень владения ПК и сетью Интернет в нашей стране довольно низок. Этот вывод можно сделать на основании рисунка 3.

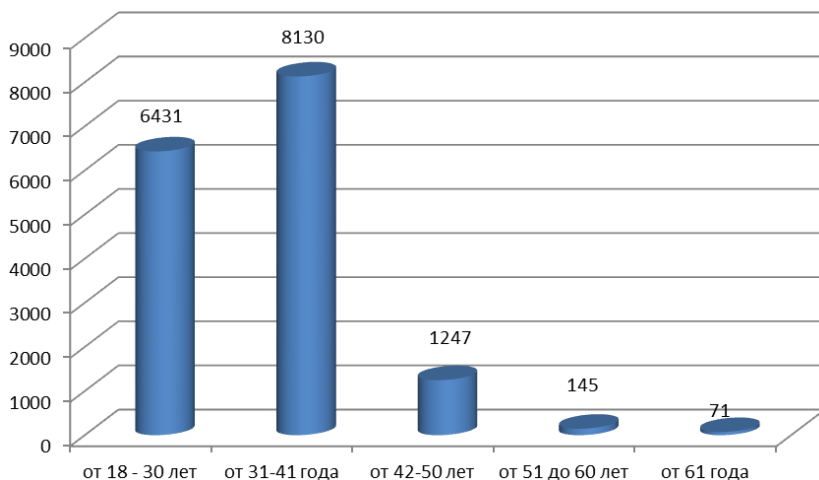


Рис. 3. Возраст потребителей услуг МФЦ в СК, через сеть Интернет, чел.

Из графика видно, что в Ставропольском крае, наиболее активно «личным кабинетом» на сайте МФЦ, пользуются граждане в возрасте от 18 до 41 года. Следовательно, большая часть населения края, будет приходить в МФЦ, занимать очередь и непосредственно общаться с сотрудниками, предоставляющими государственные и муниципальные услуги. Подводя итог об эффективности функционирования МФЦ, можно сделать вывод о том, что:

- во-первых, оперативность. Данные, которые необходимы жителям, можно будет получить гораздо быстрее, с помощью услуги «одного окна»;
- во-вторых, комфортность. Любыми операциями по оказанию государственных и муниципальных услуг можно управлять прямо из дома, зайдя в «личный кабинет» на сайт МФЦ;
- в-третьих, разгрузка традиционной системы администрирования;
- в-четвертых, универсальность. Список оказываемых услуг постоянно расширяется, что дает возможность, не только воспользоваться справочными данными, но и, например, оформить электронную очередь на получение места в детском саду и др.

В глобальной перспективе создание «электронного правительства» приведет страну к развитию электронной экономики, а впоследствии и информационного общества [7, 8]. Однако, присутствуют и недостатки, одними из них можно считать, что в современных условиях система обладает весьма ограниченным кругом услуг и аудиторией, документы обрабатываются в электронном виде, а следовательно, не исключена возможность сбоя или ошибки вследствие некорректного заполнения пакета документов через сеть

Интернет, так же, считается, что не изменится и отношение чиновников к обращениям, т.к. ответы, написанные по шаблону, можно будет отправлять и в электронном виде.

Таким образом, подводя итог, можно сделать вывод о том, что высокий уровень развития общества, а также изменяющиеся условия нынешнего дня требуют качественных корректировок, во взаимоотношениях государства и общества, следовательно, повышается эффективность исполнения государством своих функций и оказания услуг населению.

Список литературы:

1. Гурова Е.А. Разработка инновационной стратегии развития организации сетевого типа / Е.А. Гурова, И.П. Кузьменко, В.И. Трысячный // Вестник СевКавГТИ. – Ставрополь: СевКавГТИ. – 2013. – № 4. – С. 12-15.

2. Жевора Ю.И. Государственное регулирование инновационной деятельности в развитии малого предпринимательства / Ю.И. Жевора, Т.И. Паллий // Вестник АПК Ставрополя. – Ставрополь СтГАУ. – 2011. – № 3 (3). – С. 104-107.

3. Жевора Ю.И. Формирование инновационной инфраструктуры агропромышленного комплекса региона / Ю.И. Жевора, В.И. Трысячный // Вестник Северо-Кавказского государственного технического университета. – Ставрополь: СевКавГТУ, 2009. – № 3. – С. 152-156.

4. Мухорьянова, О.А. Перспективы функционирования многофункциональных центров в малых населенных пунктах России / О.А. Мухорьянова, Е.И. Ильинова // е-Журнал «Экономика и социум». – 2014. – № 4 (13).

5. Молодых В.А. Инструменты контроллинга в системе управления промышленных предприятий / В.А. Молодых, В.В. Кузьменко, И.П. Кузьменко // Вестник Института дружбы народов Кавказа «Теория экономики и управления народным хозяйством». – 2012. – № 2 (22). – С. 25-31.

6. Молодых В.А. Перспективы повышения инвестиционной привлекательности территориально-отраслевых комплексов / В.А. Молодых // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. – 2009. – Т. 2-2, № 75. – С. 188-192.

7. Развитие промышленности региона в условиях перехода к подъему экономики: стратегия, политика и средства обеспечения / О.И. Гордеев, С.О. Гордеев. – СПб.: НПК «РОСТ», 2007.

8. Трысячный В.И. Рыночная трансформация содержания категории «экономическая безопасность» / В.И. Трысячный // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. – 2009. – Т. 3, № 79. – С. 40-45.

ЗАКОНОМЕРНОСТИ РАЗМЕЩЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ В ГОРОДЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ МАЛОЭТАЖНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА В КРУПНЫХ ГОРОДАХ РОССИИ

© Нафикова С.Д.*

Башкирская академия государственной службы и управления
при Президенте РБ, г. Уфа

В статье на основе анализа данных Всероссийской переписи населения – 2010 выявляются основные закономерности размещения населения на территории крупных российских городов и основные потенциальные покупатели на рынке жилья. Показано, что для основной категории покупателей на рынке строительства жилья квартира в городе остается более предпочтительным типом жилья по сравнению с индивидуальным домом в пригороде. Оцениваются перспективы развития малоэтажного строительства в пригородах крупных депрессивных и развитых городов России.

Ключевые слова: локальный рынок жилья, размещение населения, модель выбора местоположения домохозяйством, спрос на жилье, малоэтажное строительство.

Малоэтажное индивидуальное жилищное строительство наряду с ипотечным кредитованием рассматривается как одно из важнейших средств решения жилищной проблемы в России. Доля индивидуального жилищного строительства в 1990-2011 гг. возросла более чем в четыре раза и превысила 40 % ввода общей площади жилья [2]. С развитием малоэтажного строительства в пригородах крупных городов государство связывает надежды на рост жилищной обеспеченности в условиях дороговизны и низкой доступности жилья. Однако некоторые специалисты подчеркивают, что малоэтажное строительство имеет наибольшие перспективы развития именно в малых городах и небольших поселениях, для крупных же городов оно является роскошью в связи с дефицитом территории [1, с. 106].

Безусловно, жилье в пригороде во многом выигрывает по сравнению с квартирами. Оно дешевле, что позволяет домохозяйствам потреблять значительно больше жилья, чем в городе (жилищная обеспеченность в индивидуальных домах в 2-3 раза выше, чем в квартирах). Пригород характеризуется гораздо лучшим качеством среды обитания по сравнению со скученностью и высокой плотностью в центре города. Кроме того, пригород в основном является местом концентрации относительно нового жилья, что также оказывает благоприятное влияние на качество окружения в них. Тем не менее, выбор в пользу индивидуальных домов для наиболее значительной части

* Аспирант кафедры Инновационной экономики.

потенциальных покупателей жилья сдерживается целым рядом факторов, связанных со спецификой пространственных предпочтений потребителей жилья.

Отправной точкой в анализе пространственных предпочтений на рынке жилья внутри города является модель выбора местоположения домохозяйством (household residential location choice model), разработанная в рамках пространственного направления неоклассической теории – новой экономики города (New Urban Economics) [3, 5, 7]. В соответствии с базовой моделью выбор домохозяйством жилья в городе определяется двумя факторами – цена жилья и расстояние до центра города. В теории города центр является точкой концентрации рабочих мест, что обуславливает возникновение для всех домохозяйств, проживающих за его пределами, издержек ежедневной маятниковой миграции – от места жительства на рабочее место и обратно. Стремление к экономии издержек миграции обуславливает желание домохозяйств расположиться ближе к центральному деловому району (ЦДР) и поэтому ЦДР является местом высокого спроса на жилье. Одновременно ЦДР является территорией исключительно высокого спроса на недвижимость и землю со стороны предприятий третичного и четвертичного секторов экономики. Эти факторы способствуют росту стоимости земли и жилья в центре города. Поскольку цена жилья является не менее важным фактором потребительского выбора домохозяйства, то оно, выбирая расположение жилья, будет взвешивать разницу в издержках миграции и разницу в стоимости жилья.

На размещение населения внутри города, безусловно, будут оказывать влияние факторы, влияющие на издержки маятниковой миграции. Это прежде всего уровень развития транспортной системы и развития инфраструктуры в пригородах. Расположение рабочих мест, локализованных внешних эффектов и общественных благ являются одним из важнейших факторов, влияющих на величину издержек миграции и, следовательно, размещения населения в городе [5, с. 35]. Локализация большинства рабочих мест и объектов инфраструктуры в центральной части города усиливает эффект агломерации и привлекательность центра для населения для возможности наиболее полного пользования общественными благами (больницы, школы, театры, торговые и развлекательные центры, развитая коммунальная сеть). Таким образом, размещение населения в городе будет являться результатом потребительского выбора каждого домохозяйства с учетом факторов: цена, доступность рабочего места, доступность объектов инфраструктуры.

Безусловно, значимость этих факторов будет различаться в зависимости от характеристик домохозяйства – доходов, возраста домохозяйства, количества членов семьи, их экономической активности, наличия детей и т.д. Разумно предположить, что для экономически активных супружеских пар с детьми издержки миграции играют более важное значение, чем для супругов-пенсионеров, не обремененных необходимостью ежедневных поездок

на работу, в школу и т.д. В то же время для бедных домохозяйств цена жилья играет большее значение, чем для богатых, которые могут заплатить за комфортное расположение жилья.

На основе данных Всероссийской переписи 2010 г. был проведен анализ соответствия данной модели закономерностям размещения населения в российских крупных городах. Анализ распределения населения по домам различных периодов постройки в крупных городах России показывает, что жилье в новых домах приобретает в основном экономически активная часть населения, в особенности с детьми несовершеннолетнего возраста. Доказательством данного утверждения является тот факт, что доля проживающих в новом жилье (построенном позднее 2002 г.) выше всего среди лиц младше трудоспособного возраста, чуть меньше – среди лиц трудоспособного возраста и в 2-2,5 раза ниже среди лиц старше трудоспособного возраста. Данная закономерность соблюдается во всех городах без исключения безотносительно общей доли нового жилья, как в депрессивных Туле и Волгограде, так и в городах с высокими темпами строительства (Тюмень, Казань, Ставрополь и др.), что отчетливо демонстрирует рис. 1. В России большая часть населения старше трудоспособного возраста находится на пороге черты бедности, поэтому в основном они проживают в том жилье, которое получили от государства в результате приватизации. Новое жилье чаще покупают домохозяйства, где главы семьи – экономически активные лица трудоспособного возраста.

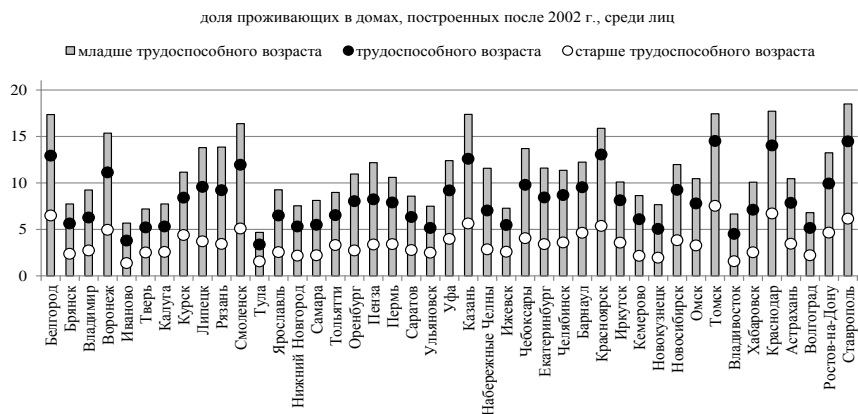


Рис. 1. Доля проживающих в новом жилье среди населения различных возрастных категорий

Источник: составлено по данным [6].

Анализ условий проживания различных типов домохозяйств показывает, что доля проживающих в новом жилье среди супружеских пар с несо-

вершеннолетними детьми почти в два раза выше, чем среди домохозяйств других типов (см. рис. 2). При этом пары с детьми, проживающие совместно с родителями, также гораздо реже живут в новом жилье, что, очевидно, показывает, что такое совместное проживание носит именно вынужденный, а не традиционный характер.

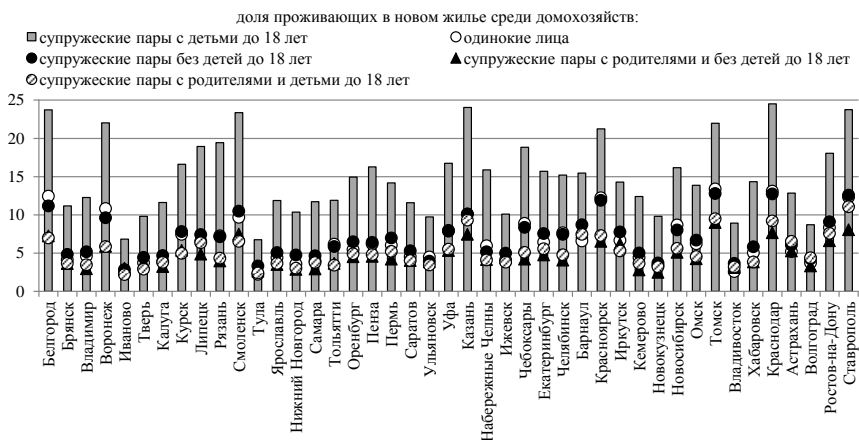


Рис. 2. Доля проживающих в новом жилье среди домохозяйств различных типов

Источник: составлено по данным [6].

Таким образом, основными потенциальными покупателями на рынке строительства нового жилья являются экономически активные домохозяйства с несовершеннолетними детьми, проживающие отдельно от родителей. Соответственно, именно их пространственные предпочтения на локальном рынке жилья города должны учитываться в первую очередь при разработке стратегии пространственного развития города.

В современном российском городе новое индивидуальное жилье находится в пригородной зоне, поэтому выбор домохозяйством типа жилья означает прежде всего выбор местоположения в городе. Анализ распределения различных типов домохозяйств, проживающих в новом жилье, по типам приобретаемого жилья показал очевидную ориентацию самостоятельных молодых семей на жилье внутри города. Пространственные предпочтения в пользу пригорода в большей степени характерны для супружеских пар с детьми и без детей, проживающих совместно с родителями.

Таким образом, молодые семьи с детьми, приобретающие новое жилье, как правило, склонны к переезду в пригород в том случае, если они будут проживать там совместно с родителями. Очевидно, недостаток средств на приобретение адекватного по площади жилья в городе вынуждает молодые

семьи селиться в пригороде с родителями, что позволяет, с одной стороны, сэкономить на покупке жилья, а с другой – вести совместное хозяйство. Последнее, в свою очередь, дает возможность молодой семье быть экономически активной за счет возможности переложить уход за детьми на родителей, что частично решает проблему неразвитости социальной инфраструктуры в пригородах. В то же время для молодых семей с детьми, проживающих отдельно от родителей и экономически активных, наличие развитой инфраструктуры в месте проживания является критически важным.



Рис. 3. Доля проживающих в индивидуальных домах среди проживающих в новом жилье домохозяйств различных типов

Источник: составлено по данным [6].

Анализ показал, что предпочтения в пользу индивидуальных домов в целом растут с увеличением размера домохозяйства. Если среди домохозяйств с числом членов менее пяти человек более распространенным вариантом нового жилья является квартира, то среди более крупных домохозяйств индивидуальный дом во многих городах по распространенности опережает многоквартирные дома. Популярность частных домов среди домохозяйств из пяти человек в среднем в 3,5 раза выше, чем среди домохозяйств из четырех человек, и в 11 раз выше, чем среди одиночных домохозяйств. Таким образом, большие домохозяйства, не имеющие возможности приобрести просторное жилье в городе, решают жилищную проблему путем самостоятельного строительства жилья в пригороде. Если молодая семья с одним ребенком еще может жить в однокомнатной квартире в городе, то появление второго и тем более третьего ребенка в семье часто вынуждает

домохозяйство пересмотреть свои предпочтения в пользу частного дома. Рождение второго ребенка повышает привлекательность жилья в пригороде в 1,5, а третьего – в 2,8 раза (рис. 4).

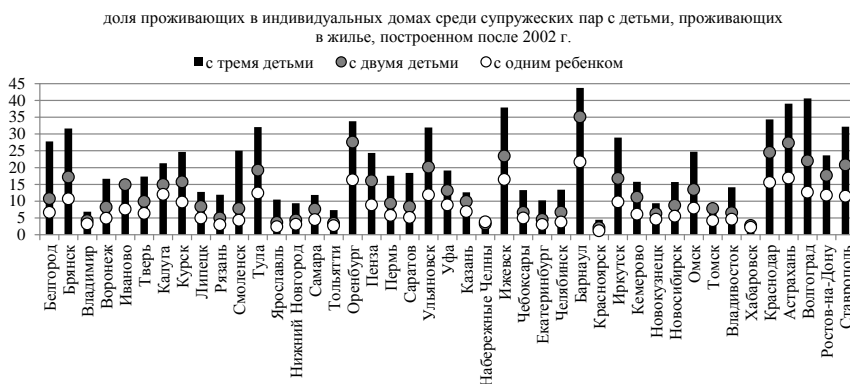


Рис. 4. Доля проживающих в индивидуальных домах среди проживающих в новом жилье супружеских пар с детьми

Источник: составлено по данным [6].

Одной из важнейших причин слабого развития малоэтажного строительства в крупных городах является неразвитость инфраструктуры в коттеджных поселках. В то же время наличие инфраструктуры оказывается чрезвычайно важным для горожан: по данным опросов 92 % считают необходимым наличие супермаркета, 87 % – школы, 83 % – детского сада, 83 % – поликлиники, 75 % – спортивных объектов, 71 % – зеленой зоны отдыха. Индивидуальный дом в благоустроенном коттеджном поселке в действительности является наиболее желательным типом жилья для большинства россиян. Опрос ВЦИОМ 2007 г. показал, что при наличии выбора 57 % горожан предпочли бы жить в большом индивидуальном жилом доме со всеми удобствами и небольшим участком земли [4]. Однако ситуация кардинально меняется, когда речь заходит о реальных намерениях приобретения жилья – лишь 20 % из планирующих приобрести жилье указали коттедж в качестве типа жилья. Очевидно, одной из причин такого решения является отсутствие благоустроенных коттеджных поселков с развитой инфраструктурой. В большинстве случаев коттеджные поселки в России готовы из всего спектра услуг предложить только торговые объекты.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод, что развитие пригородов будет сдерживаться со стороны спроса, поскольку основная категория потенциальных покупателей на рынке жилья чаще всего предпочитают жилье в многоквартирном доме. Выбор пригорода для молодых семей чаще всего

является вынужденным в силу невозможности приобретения адекватного по площади жилья в городе. Соответственно, в развитых городах с высокой долей экономически активного населения, молодых семей с детьми с более высокими доходами пригород будет менее предпочтителен. В то же время в депрессивных городах, где ввод жилья профессиональными застройщиками в городе сдерживается отсутствием доходов населения и инвестиций в строительство, самостоятельное строительство жилья становится решением жилищной проблемы для многих семей, в том числе молодых семей с детьми. Экономический упадок и отток трудоспособного населения ведет к снижению привлекательности центра города как места концентрации рабочих мест. При этом низкие темпы ввода жилья в городе обуславливают его дефицит и дороговизну относительно индивидуальных домов. В совокупности это будет способствовать развитию индивидуального домостроения. Свидетельством этого является высокая доля индивидуальных застройщиков во вводе жилья в таких городах, как Брянск, Тула, Курск, Оренбург, Барнаул, Астрахань, Волгоград, Ульяновск. Со стороны предложения такие города не испытывают значительного дефицита земель по сравнению с развитыми и быстро растущими городами.

В развитых городах ограничения для малоэтажного строительства выражены как со стороны спроса, так и предложения. Высокая экономическая активность населения будет устремлять его к центру, а не в окраины города. Одновременно, даже при условии наличия значительного спроса на индивидуальные дома, в долгосрочной перспективе масштабное использование городских земель под малоэтажное строительство может привести к возникновению острого дефицита участков. В городах с активным жилищным строительством основная роль во вводе жилья принадлежит многоэтажной застройке – например, в Тюмени и Казани. Даже в активно застраиваемых городах Юга и Черноземья (Краснодар, Ставрополь, Белгород, Воронеж) с традиционно высокой долей проживающих в частных домах роль малоэтажного строительства в последние годы снижается.

Список литературы:

1. Айзинова И.М. Жилищный вопрос в трех измерениях // Проблемы прогнозирования. – 2007. – № 2. – С. 90-115.
2. База данных показателей муниципальных образований [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.gks.ru/free_doc/new_site/bd_munst/munst.htm.
3. Жилищная экономика / Под ред. Г. Поляковского; пер. с англ. – М.: Дело, 1996.
4. Жилищные условия россиян, представления об идеальном жилье и предпочтительных стандартах в области жилищной политики (опрос ВЦИОМ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: rusdb.ru/dom/researches/vciom.ppt.

5. Занадворов В.С., Занадворова А.В. Экономика города. – М.: ИКЦ «Академкнига», 2003. – 272 с.

6. Итоги Всероссийской переписи населения – 2010 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://std.gmcrosstata.ru/webapi/jssf/tableView/customiseTable.xhtml>.

7. О’Салливан А. Экономика города. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 706 с.

ИССЛЕДОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ПРИМОРСКОМ КРАЕ¹

© Парфенова М.А.*, Шумик Е.Г.♦

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса,
г. Владивосток

В статье рассматриваются вопросы развития малого предпринимательства в Приморском крае. Анализируются основные тенденции его развития, и раскрываются причины существующей динамики. Роль малого предпринимательства, в последние годы постоянно увеличивается и не возможно её недооценить в существующих рыночных условиях

Ключевые слова: предпринимательство, Приморский край, территориальное развитие.

Малое предпринимательство – неотъемлемая составляющая высокоразвитой рыночной системы, атрибут современной модели рыночного хозяйства.

В современных условиях перехода к рынку в России важное значение имеет развитие малого предпринимательства, особенно в тех регионах, в экономике которых в силу исторических, демографических, организационных, природно-ресурсных, социально-экономических, технологических и других причин оно занимает ведущее место. Малые предприятия, не требующие крупных стартовых вложений и гарантирующие высокую скорость оборота ресурсов, способны наиболее быстро и экономно решать проблемы реструктуризации, формирования и насыщения рынка потребительских товаров в условиях дестабилизации российской экономики и ограниченности финансовых ресурсов.

Значение малого бизнеса заключается в том, что его развитие несет в себе ряд преимуществ: увеличение числа собственников; рост доли экономически активного населения; селекция наиболее энергичных, дееспособных индиви-

¹ Исследование подготовлено в рамках задания № 2014/292 на проведение НИР «Социально-экономические факторы и инновационные механизмы реализации политики динамичного развития Дальнего Востока»

* Студент.

♦ Старший преподаватель кафедры Экономики и менеджмента.

дуальностей, для которых малый бизнес становится первичной школой самореализации; формирование конкурентной среды; поддержание инновационной активности; смягчение социального неравенства. Все вышеперечисленное свидетельствует об актуальности выбранной темы исследования.

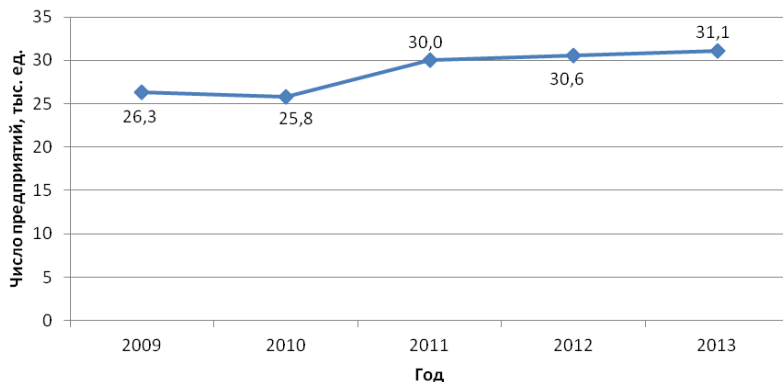


Рис. 1. Количество малых предприятий в Приморском крае, тыс. ед.

Число предприятий, занятых в сегменте малого бизнеса из года в год растет, их число увеличилось с 2009 года до 2013 года на 18 %. Необходимо отметить, что в 2010 г. из-за кризисных явлений в экономике число предприятий сократилось. Однако во многом рост предприятий был связан с подготовкой к саммиту АТЭС, и после его проведения темп роста числа предприятий значительно сократился.

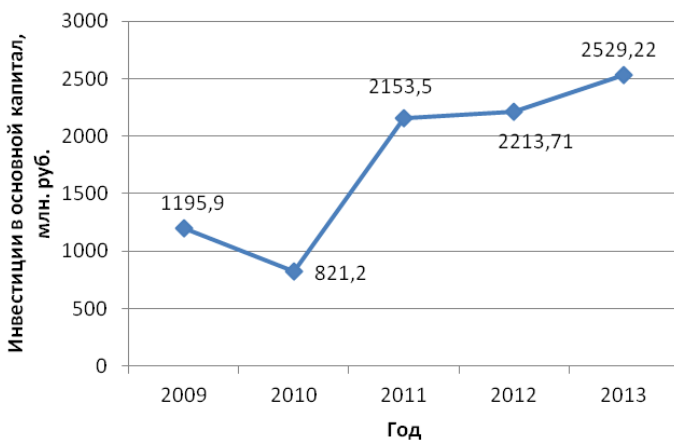


Рис. 2. Объем инвестиций в основной капитал малых предприятий Приморского края, млн. руб.

Предприятия малого сектора демонстрируют предпринимательскую и инвестиционную активность. Одним из основных показателей подтверждающих этот тезис, это показатель «Объем инвестиций в основной капитал», динамика его отражена на рис. 2.

Значения показателя объем инвестиций в основной капитал носит не стабильную динамику и коррелируется с показателем число предприятий.

Объем инвестиций в основной капитал малых предприятий увеличивается, за рассматриваемый период 2009-2013 годы прирост составил 111 %, что в абсолютном выражении составляет 1333,32 млн. рублей. Стоит отметить, что темп роста объема инвестиций значительно опережает темп роста предприятий, что говорит о стремлении существующих предприятий к модернизации. Но главный недостаток данного показателя в том, что он не учитывает источник вложений. В развитии Приморского края и Дальнего Востока федеральным центром вкладывается достаточно большой объем средств, как правило модернизация предприятий проводится в малом бизнесе именно за счет этих средств, и снижение объемов финансирования в связи с негативными явлениями в экономике привело к резкому сокращению значения показателя в 2010 г. В настоящее время в связи с окончанием больших инвестиционных проектов в крае можно ожидать уже с 2014 г. стагнацию или падение показателя. Таким образом малым предприятиям необходимо будет в ближайшей перспективе увеличить объем собственных средств на развитие.

В развитых странах основная доля малых предприятий приходится на мелкие промышленные производства. В приморском крае существует иная структура представленная на рисунке 3.

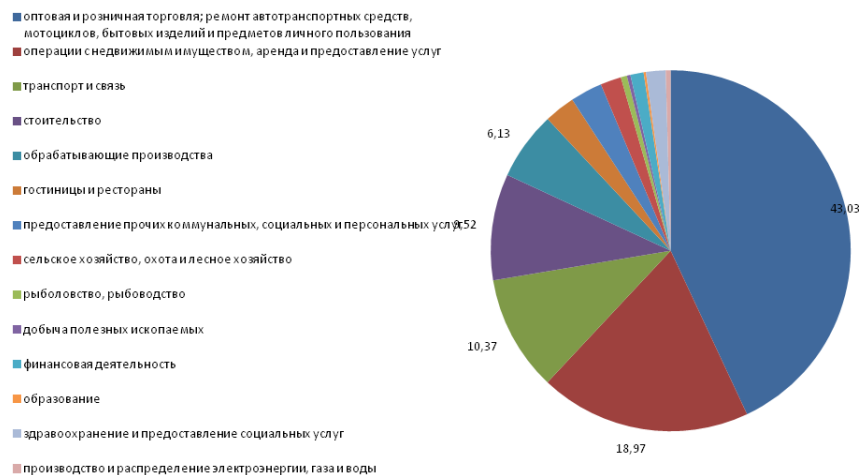


Рис. 3. Структура субъектов малого предпринимательства по видам экономической деятельности в 2013 году, %

По состоянию на 2013 год, большая доля предприятий малого бизнеса занята в оптовой и розничной торговле, ремонте автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования, доля таких предприятий в общем объеме малых предприятий составляет 43 %. На втором месте малые предприятия, занимающиеся операциями с недвижимым имуществом, арендой и предоставлением услуг, доля таких предприятий составляет 19 %. За ними идут предприятия, занятые услугами транспорта и связи, их доля около 10 %.

Основным вкладом малого бизнеса в развитие региона является оборот предприятий и численность занятых на них.

Увеличение оборота малого предпринимательства в конечном итоге положительно влияет на ВРП, а созданные малыми предприятиями рабочие места обеспечивают занятость местного населения, уменьшая социальную напряженность и способствуя сокращению оттока населения из региона.

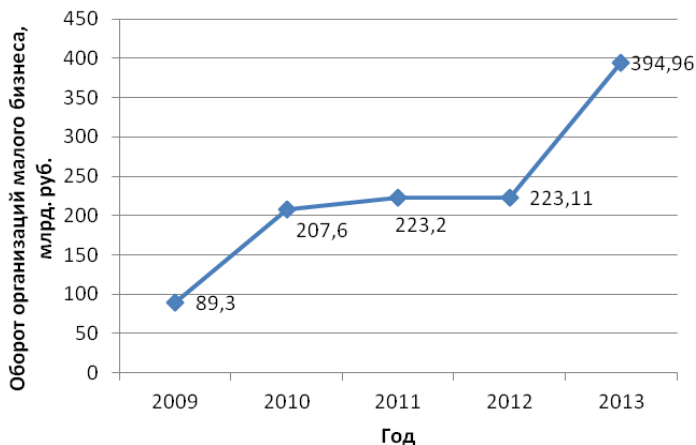


Рис. 4. Оборот организаций малого бизнеса, млрд. руб.

На рис. 4 видно, что из года в год идет увеличение оборота малых предприятий. В период с 2009 по 2013 годы увеличение составило 305,66 млрд. руб. или 342 %. Исходя из представленных данных, можно сделать вывод о том, что в периоды с 2009 по 2010 годы и с 2012 по 2013 идет резкое увеличение оборота организаций.

При этом на совокупный оборот предприятий малого бизнеса не влияет их численность, и падение численности предприятий не привело к падению оборота.

Количество работников малого бизнеса так же с каждым годом растет. В период с 2009 по 2013 годы увеличение составило 43,8 тысяч человек или 42 %. Наибольшее увеличение числа работников наблюдается в период с

2009 по 2010 годы, которое составило 69 %. В 2013 году численность работников составляет 146,9 тысяч человек, что составляет 14 % от численности экономически активного населения Приморского края.

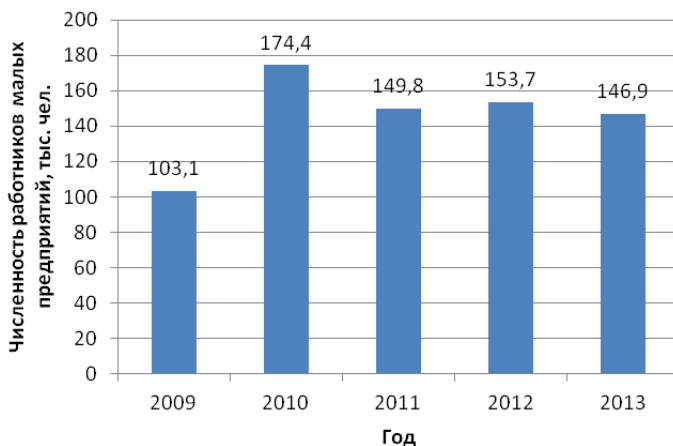


Рис. 5. Численность работников малых предприятий, тыс. чел.

По данным департамента экономики и стратегического развития Приморья, удельный вес Приморского края в Дальневосточном федеральном округе составляет более 30 процентов по числу малых предприятий, численности работников, а также обороту малых предприятий.

Примечательно, что руководство края предпринимает немало усилий для создания в Приморье комфортных условий для ведения бизнеса. По словам Губернатора региона, Владимира Миклушевского, в Приморье в два раза больше людей, чем в среднем по России, готовых заниматься бизнесом. В связи с этим, необходимо максимально быстро снять административные барьеры. Но одним из самых существенных способов стимулирования малого бизнеса – развитие льготной налоговой системы [5] и предоставление региональным властям возможности повышать налоговые ставки для малых предпринимателей, может отрицательно сказаться на развитии их в Приморском крае.

По словам сотрудников департамента экономики и стратегического развития Приморья, сфера малого и среднего бизнеса является приоритетной и рассматривается как основной резерв, позволяющий ускорить экономический рост, повысить конкурентоспособность края и бизнеса, создать рабочие места.

Таким образом, анализ развития малого предпринимательства показал, что идет ускоренное развитие данного сектора, растет число данных предприятий и их вклад в экономику края. За период с 2009 по 2013 их число

увеличилось на 18 %. При этом, наибольшую долю предприятий составляют предприятия, занятые в оптовой и розничной торговле.

В целом, статистико-экономический анализ деятельности малых предприятий выявил весомый вклад данного сектора в экономику муниципальных образований и региона в целом.

Список литературы:

1. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Приморскому краю [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://primstat.gks.ru/>

2. Федеральный портал малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс] / Министерство экономического развития российской федерации. – Режим доступа: <http://smb.gov.ru/> (дата обращения: 25.11.2014).

3. Новости. Дальневосточный федеральный округ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gr-silyu.ru/> (дата обращения: 25.11.2014).

4. Яговитина А.В., Люфт Н.П. Развитие малого предпринимательства в Приморском крае // Вопросы экономических наук. – 2008.

5. Смицких К.В., Ворожбит О.Ю. Налоговая политика государства как фактор экономического роста предпринимательской деятельности приморского края // Экономика и предпринимательство. – 2013. – № 7 (36). – С. 626-631.

6. Статистический сборник. Социально-экономическое положение Дальневосточного федерального округа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ebiblioteka.ru/browse/issue/2624422>.

7. Тенденции и закономерности развития малого бизнеса Приморского края в условиях вхождения в ВТО / К.В. Смицких, Е.Г. Шумик, Т.В. Терентьева // Экономика и предпринимательства. – 2013. – № 3 (32). – С. 373-378.

ВЛИЯНИЕ ВАРИАНТА УЧЕТА ЗАПАСОВ НА ПОКАЗАТЕЛИ БУХГАЛТЕРСКОЙ (ФИНАНСОВОЙ) ОТЧЕТНОСТИ

© Полюхова А.Л.*

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса,
г. Владивосток

В связи с современными смещениями акцентов при формировании отчетности в сторону отражения финансового положения компании, особую роль приобретают вопросы отражения в отчетности статей предполагающих многовариантность оценки. Данная статья рассматривает во-

* Студент.

просы оценки запасов и влияния их отражения согласно учетной политики, на показатели отчетности организации.

Ключевые слова: запасы, отчетность, методы оценки, бухгалтерский баланс.

Основной вопрос при формировании отчетности это выполнение всех требований к её формированию. При этом одним из основных это требование релевантности и достоверности. Современные ПБУ позволяют использовать различные методы оценки статей баланса. В основном в организациях вариантность учета предполагается в следующих статьях:

- основные средства;
- запасы;
- долгосрочные обязательства.

Все представленные варианты учета способны существенно влиять на показатели представляемые в отчетности [1].

В настоящее время в условиях рыночной экономики заготовление и приобретение материально производственных запасов имеет важное значение на начальной стадии заготовления. Поэтому данные бухгалтерского учета должны содержать информацию для изыскания резервов снижения себестоимости продукции в части рационального приобретения и использования материалов, и обеспечение надлежащего их заготовления и расходования [2].

На промышленном предприятии номенклатура материальных ценностей исчисляется десятками тысяч наименований, а информация по учету материально производственных запасов составляет более 30 % всей информации по управлению производством. Поэтому организация учета и контроля за приобретением, движением, сохранностью и использованием материальных ценностей связана с большими трудностями. Этим можно объяснить актуальность исследования данного вопроса.

Важное значение имеет автоматизация всех учетных работ, начиная от выписки учетных документов и заканчивая составлением необходимой отчетности. Неотъемлемой частью учета и контроля материально производственных запасов является экономический анализ их использования, который углубляет поиски резервов повышения эффективности производства.

Учитывая потребности рыночной экономики большую роль приобретает улучшение качественных показателей использования производственных запасов, выдачу особо дефицитных и дорогостоящих материалов. Для обеспечения сохранности производственных запасов, правильной приемки, хранения и отпуска ценностей существует потребность иметь наличие на предприятии в достаточном количестве складских помещений, оснащенных весовыми и измерительными приборами, мерной тарой и другими приспособлениями. Необходимо также внедрять эффективные формы предварительного и текущего контроля за соблюдением норм запасов и расходованием материальных ресурсов, уделять больше внимания повышению достоверно-

сти оперативного учета движения полуфабрикатов, комплектующих изделий, деталей и узлов в производстве. Данные бухгалтерского учета должны содержать информации для изыскания резервов снижения себестоимости продукции в части рационального использования материалов, снижения норм расхода, обеспечения надлежащего хранения и сохранности.

В данной статье рассмотрено, как варианты учета запасов влияют на основные показатели отчетности компании «Промстрой», г. Петропавловск-Камчатский, и проводится анализ эффективности выбора метода оценки запасов в целях улучшения показателей финансово-экономической эффективности организации.

Основным видом деятельности ООО «Промстрой» является строительство. Материально-производственные запасы принимаются к бухгалтерскому учету по фактической себестоимости. Определение фактической себестоимости материальных ресурсов, в Положении по бухгалтерскому учету «Учет материально-производственных запасов» (ПБУ 5/01), списываемых на производство, разрешается производить следующими методами оценки запасов [3]:

- по себестоимости каждой единицы;
- по средней себестоимости;
- по себестоимости первых по времени закупок (метод ФИФО).

Применение одного из этих методов по виду (группе) запасов производится исходя из допущения последовательности применения учетной политики [4]. В рассматриваемой организации применяется способ учета запасов по средней себестоимости.

Таблица 1

Анализ изменения частных показателей ООО «Промстрой» в условиях применения разных способов учета запасов, в тысячах рублей

Показатели	Методы оценки запасов		
	По себестоимости каждой единицы	По средней себестоимости	ФИФО
Выручка от реализации услуг	55773	55773	55773
Материальные затраты, в том числе:	19 952	20586	18658
Основные материалы	12 140	12550	11121
Топливо	5 475	5485	5322
Энергия	1 707	1910	1710
Другие материалы	630	641	505
Материалоёмкость	0,36	0,37	0,33
Топливоемкость	0,10	0,11	0,10
Энергоемкость	0,03	0,034	0,03
Материалоёмкость по другим материалам	0,01	0,01	0,01
Материалоотдача	2,80	2,70	2,99

В целом, финансовое состояние ООО «Промстрой» можно оценить как благоприятное. Однако, когда было произведено моделирование поведения

параметров эффективности предприятия, применив дополнительно методы: «по себестоимости каждой единицы» и «ФИФО» (табл. 1-2) установилось, что в качестве основного недостатка в учетной политике исследуемой организации является использование метода учета запасов по средней себестоимости.

Ряд показателей свидетельствует об ухудшении некоторых позиций развития предприятия, по сравнению с другим методом. Это означает, что в условиях рынка предприятию необходимо обратить внимание на выбор и реализацию рациональной, экономически обоснованной учетной политики.

Рассмотрим изменение экономических показателей ООО «Промстрой» в условиях применения разных способов учета запасов представленное в табл. 2.

Таблица 2

Анализ изменения экономических показателей ООО «Промстрой» в условиях применения разных способов учета запасов, в тысячах рублей

Показатели	По себестоимости каждой единицы	По средней себестоимости	ФИФО
Прибыль от реализации	2370,4	2371	2372,7
Выручка от реализации	55773	55773	55773
Материальные затраты	19 952	20586	18658
Рентабельность деятельности, %	4,252	4,251	4,254

Анализ эффективности использования других способов учета материально-производственных запасов выявил, что в сравнении с используемым предприятием методом оценки по средней себестоимости, при выборе метода ФИФО прибыль от реализации увеличилась 0,05 %, для метода учета по себестоимости каждой единицы на 0,02 %. В структуре материальных затрат произошло снижение в общем на 10,3 % и 3,18 % соответственно. Рентабельность деятельности увеличилась на 0,003 % и 0,001 %.

Проанализированный для ООО «Промстрой» различные методы оценки списания запасов по средней себестоимости оказался для организации менее эффективным, чем другие методы. Наиболее перспективным для использования, является метод ФИФО. Поэтому рекомендовано на 2015 год с учетом роста цен на торговую продукцию перейти к использованию данного метода.

Список литературы:

1. Терентьева Т.В., Смицких К.В. Исследование проблем релевантности бухгалтерской отчетности // Все для бухгалтера. – 2011. – № 9. – С. 31-34.
2. Бухгалтерский учет: учебник для вузов / Под. ред. проф. Ю.А. Бабаева. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 476 с.

3. Положение по бухгалтерскому учету «Учет материально-производственных запасов» ПБУ 5/01 (утв. приказом Минфина РФ от 9 июня 2001 г. № 44Н) (с изм. и доп. от 25 октября 2010 г.) // Справочно-правовая система «Гарант»

4. Фролова Т.А. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2006.

5. Ветров А.А. Учет материально-производственных запасов // Бухгалтерский учет. – 2013. – № 15. – С. 41-44.

ОЦЕНКА ВНУТРЕННИХ РЕСУРСОВ И ПОТЕНЦИАЛА ХАНТЫ-МАНСИЙСКОГО АВТОНОМНОГО ОКРУГА

© Умалатов С.Ж.*

Югорский государственный университет, г. Ханты-Мансийск

В статье проведен анализ внутренних ресурсов и дана оценка потенциалу Ханты-Мансийского автономного округа, выделены сильные и слабые стороны экономики округа и обоснованы ключевые показатели инновационного развития.

Ресурсы ХМАО

Ключевые внутренние факторы, которые оказывают влияние на развитие округа, – это его природно-ресурсный потенциал, демографическая ситуация и человеческий потенциал, сложившаяся система расселения, инфраструктурная обеспеченность, структура экономики, этнокультурная ситуация. Регион занимает первое место в России по запасам нефти, входит в пятерку регионов России по запасам природного газа. Наиболее крупные месторождения нефти – Самотлорское, Федоровское, Мамонтовское, Приобское. Наряду с нефтью и газом, территория округа богата лесными, минерально-сырьевыми и другими ресурсами.

Ханты-Мансийский автономный округ – Югра обладает значительными лесосырьевыми ресурсами. Запасы древесины (в основном сосна, ель, кедр, пихта, лиственница, осина и береза) составляют более двух млрд. кубометров. Доля хвойных насаждений составляет около 73 %, общий уровень лесистости – 57 %. Вывозка древесины последние годы составляла около 1,6 млн. м³, пик советского времени – 14 млн. м³. Рудные полезные ископаемые Приполярного Урала представлены месторождениями и рудопроявлениями железа, марганца, хрома, цветных, редких и благородных металлов. Из неметаллического сырья выявлены крупные месторождения угля, кварца (ежегод-

* Студент кафедры Экономики.

ные объемы добычи сырья около двух тысяч тонн), горного хрусталя, поделочного и облицовочного камня, барита, фосфоритов.

К настоящему времени геологические запасы доведены до промышленных категорий лишь по бурым углям, кварцевому сырью, золоту, породам, пригодным для производства сорбентов и некоторым стройматериалам. Общая валовая потенциальная стоимость твердых полезных ископаемых в недрах определена в 425,7 млрд. долл., извлекаемая ценность продукции может составить несколько десятков млрд. дол. [3].

Население

Для Ханты-Мансийского автономного округа – Югры, в отличие от Российской Федерации в целом, в последние 10 лет характерна тенденция увеличения численности населения. Устойчивость демографического развития достигается за счет более молодой возрастной структуры населения, более высокого, чем в России, уровня рождаемости, сравнительно низкого уровня смертности и положительного до последнего времени сальдо миграции с регионами России и странами Средней Азии и Закавказья [2].

Численность постоянного населения округа по состоянию на 1 января 2014 года составляет 1597,2 тыс. человек, в том числе городское население – 1469,4 тыс. человек. В округе выше, чем в России, доля лиц трудоспособного возраста (71,2 % против 63,3 % по России) и ниже удельный вес старше трудоспособного (соответственно 8,4 % и 20,4 %). Удельный вес лиц в возрасте 65 лет и старше в автономном округе – 3,7 %, в России 13,9 %. В округе выше доля мужчин, чем в среднем по России: в 2002 г. в стране в целом на 1000 мужчин приходилось 1147 женщин, а в округе – 1011.

Округ обладает наименьшей среди всех регионов России долей уроженцев (лиц, проживающих здесь с рождения); в 1989 г. здесь уроженцы встречались в 2,2 раза реже, чем в России, в 2002 г. это соотношение увеличилось до 2,8 раз. Именно поэтому для округа так важна политика поощрения рождаемости – особенно значимая в условиях уже обозначившегося постепенного старения населения (сокращение доли детей, рост доли пенсионеров) – и формирования более оседлой, чем сегодня, местной популяции людей, ориентированной на проживание в течение длительного времени.

Выполнение этих приоритетов обеспечивается реализацией Концепции демографической политики и Программы демографического развития Ханты-Мансийского автономного округа – Югры на период до 2015 года, мероприятия которой направлены на улучшение ситуации в области охраны здоровья и снижение смертности, особенно детской, укрепление семьи, повышение рождаемости и социальную поддержку населения. Ее реальные результаты уже проявились в увеличении продолжительности жизни в 2000-2006 годы: мужчин – на 3,0 года (с 60,3 до 63,3 лет), женщин – на 2,1 года (с 72,6 до 74,7 лет). Для округа характерна высокая степень урбанизации. При

средней доле городского населения по России в 73 % в округе она составляет чуть более 91 %. В округе 168 сел, сельское приречное расселение обладает крайней дисперсностью, что определяет своеобразие моделей реструктуризации сети бюджетных учреждений сельской местности.

Дороги

По развитости наземных сетей округ резко отстает от среднероссийских показателей – на 1000 км территории приходится 19,7 км автодорог с твердым покрытием (в России 41,3 км), 2,05 км железных дорог (в России – 5,0 км). В структуре транспорта преобладает трубопроводный, железнодорожный и водный, специализированные на вывозе нефти и нефтепродуктов, преимущественно в южном и западном направлениях. Транспортные связи между районами и внутри районов округа, между центром округа и его территориями слабые.

Большую роль в нефтеносных и лесозаготовительных районах играет ведомственный транспорт (подвижной состав и транспортная сеть), не всегда пригодный для транспорта общего пользования. Фактор сезонности предопределяет использование в различные периоды года различных видов транспорта. Протяженность зимних дорог и ледовых переправ округа составляет 3220 км. В обеспеченности коммуникационной, социальной инфраструктурой в последнее десятилетие в округе достигнут ощутимый прогресс.

Экономика

В структуре валового регионального продукта (ВРП) округа 76,2 % обеспечивает промышленность (прежде всего предприятия топливно-энергетического комплекса), строительный комплекс дает около 3,5 %, производство услуг около 20 %, в том числе транспорт 5,5 %, 0,3 % – сельское хозяйство. Экономика округа имеет экспортоориентированный характер, зависит от конъюнктуры мирового рынка нефти и нефтепродуктов. Доля отраслей ТЭКа в промышленном производстве, несмотря на некоторые колебания, в последние годы оставалась практически неизменной. Но это означает, что прогресс в развитии немногочисленных, альтернативных нефтяной отрасли, и тоже конкурентоспособных видов деятельности пока незначителен [3].

Ханты-Мансийский автономный округ – Югра по своим потенциальным ресурсам, степени их разведанности, добычным возможностям, развитости производственной инфраструктуры и рентабельности освоения запасов останется в ближайшие 30 лет одной из основных ресурсных баз России, способной обеспечить более половины национальной нефтедобычи.

По главным экономическим параметрам округ существенно превосходит среднероссийские показатели, а также аналогичные показатели соседних регионов Российской Федерации. Превышение значения индекса разви-

тия человеческого потенциала округа над среднероссийским и показателями регионов Уральского федерального округа объясняется значительным превосходством автономного округа по среднедушевым показателям ВРП и достигнутой средней продолжительности жизни населения.

Сильные стороны экономики округа состоят в человеческих ресурсах, молодости населения и материальных активах, стабильности внутри региональной исполнительной власти, которая способна работать бесконфликтно со всеми субъектами экономики, наличии глобально конкурентоспособных бизнес-структур в нефтедобыче, авиатранспортных, страховых, лизинговых услугах, в строительстве объектов транспортной инфраструктуры. Значительный потенциал регионального потребительского рынка, определяемый высокими личными доходами населения, пока используется явно недостаточно.

* * *

Слабые стороны экономики округа заключаются в недостаточной ее диверсификации, инфраструктурной неразвитости, сильных внутрирегиональных экономических и социальных контрастах, недостаточной инновационности.

По многим ключевым показателям инновационного развития (число патентов на 1 млн. жителей, доля предприятий, осуществляющих технологические инновации, удельный вес инновационной продукции в общем объеме промышленного производства, доля кандидатов и докторов наук среди работников с высшим образованием, уровень энергоемкости производства) округ имеет худшие позиции, чем среднестатистический российский регион. Крайне низка отдача от научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, финансируемых за счет окружного бюджета.

Потенциальные угрозы для округа определяются высокой зависимостью окружной экономики от конъюнктуры мирового рынка нефти и федеральной политики недропользования, а также постепенным переходом многих разрабатываемых месторождений в стадию истощения; миграцией значительных капиталов за пределы округа; ухудшением качества природной среды.

Список литературы:

1. «Концепция перехода Российской Федерации к устойчивому развитию», утвержденная Указом Президента РФ от 1 апреля 1996 г. № 440.
2. Российский статистический ежегодник. 2009 г. – М.: Госкомстат, 2010.
3. Итоги социально-экономического развития ХМАО-Югры за 2009 год / Департамент экономической политики автономного округа, 2010.
4. Стратегия социально-экономического развития ХМАО – Югры до 2020 года.

МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ БЮДЖЕТНО-НАЛОГОВОГО ПОТЕНЦИАЛА И ОПРЕДЕЛЕНИЕ БЮДЖЕТНО-НАЛОГОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ЕАО

© Швецова М.Ф.*

Приамурский государственный университет имени Шолом-Алейхема,
г. Биробиджан

В данной статье рассматриваются основные методики определения бюджетно-налогового потенциала на примере Еврейской Автономной Области. Выявлен коэффициент для интегрального определения бюджетно-налогового потенциала, а также определены его необходимые значения.

Ключевые слова: бюджетно-налоговый потенциал территории, дефицит бюджета, дотации, налоги, расходы бюджета, бюджетная обеспеченность и результативность.

Функционирование, обеспечение взаимодействия перспективного развития экономики региона в значительной степени зависят от состояния и способности региона самостоятельно финансировать свою жизнедеятельность, определять направления развития и их приоритеты для обеспечения экономической устойчивости, сбалансированности финансовых показателей и наращивания экономической ресурсной базы. И ведущее место в системе финансового обеспечения региона занимает развитие бюджетной системы региона, а уровень эффективности управления бюджетной системой определяется бюджетным потенциалом.

В экономической литературе в настоящее время термин «бюджетный» потенциал используется в нескольких значениях:

- Айвазовым А.А. бюджетный потенциал субъекта РФ определяется, исходя из источников его создания, рассматривается как потенциал, формируемый за счет собственных источников, который можно охарактеризовать как первичный потенциал и потенциал, источниками создания которого являются налоги и сборы, и перечисления в виде финансовой помощи из федерального бюджета (дотации, субсидии, субвенции) [1];
- как понятие, характеризующее сумму потенциалов всех действующих в данном регионе доходов и расходов, то есть совокупность финансовых ресурсов всех типов на территории региона [3].

Бюджетный потенциал включает как налоговую базу, так и базу формирования неналоговых доходов (доходов от собственности и операций с ней),

* Научный руководитель: Юркин М.О., доцент кафедры «Экономика и финансы», кандидат экономических наук.

а также обеспечивает возможности заимствования на финансовых рынках бюджетных целей (финансирования определенных программ или текущего финансирования дефицита бюджета РФ). Кроме того бюджетный потенциал, в отличие от налогового в значительной мере определяет инвестиционную привлекательность частного сектора хозяйства региона, производственные, технические и финансовые возможности. В связи с этим целесообразно будет оценивать бюджетно-налоговый потенциал территории.

Бюджетно-налоговый потенциал занимает доминирующие позиции в структуре социально-экономического потенциала, так как является одним из основных показателей, влияющих на инвестиционную активность в пределах территории. Поэтому его оценка важна для эффективного управления региональными финансами и дает возможность выявить несоответствия для дальнейшего предотвращения последствий. В ходе расчетов социально-экономического потенциала ЕАО нами было выявлено, что он находится в нестабильном состоянии, о чем говорят высокий уровень дефицита бюджета области, высокая доля дотационных средств из федерального бюджета в общем объеме консолидированного бюджета и др. [6]. Поэтому целесообразно определить бюджетно-налоговый потенциал ЕАО для дальнейшего поиска путей его эффективного управления.

Существует достаточно много научных исследований, в ходе которых авторы разрабатывали свои методики определения бюджетно-налогового потенциала. В данной статье нами будет использована методика, разработанная А.А. Айвазовым и М.С. Ишиной, в соответствие с которой для анализа предлагаются аналитические блоки, состоящие из: общей оценки структуры и динамики бюджетных коэффициентов; анализа бюджетных коэффициентов и принятия решения об эффективности управления бюджетным потенциалом [1].

Первым блоком при помощи данных Росстата [4] проведем анализ бюджета ЕАО за период 2008-2012 годы, общие показатели и объем которого представлены в табл. 1.

Таблица 1
Объем консолидированного бюджета ЕАО за 2008-2012 гг.

Показатели	2008	2009	2010	2011	2012
Объем консолидированного бюджета (млн. руб.)	7563	8655	9500	8396	9760
Госдолг (млн. руб.)	4,3	5,6	33,4	230,7	1 510,4
Дефицит (млн. руб.)	200	184	369	867	609
Доля собственных доходов в структуре общих доходов консолидированного бюджета (%)	40 %	43 %	49 %	54 %	47 %

Источник: составлено автором.

Из данной таблицы мы видим, что бюджет ЕАО за анализируемый период увеличился на 29 %, что является незначительным в связи с длитель-

ностью анализируемого периода. В структуре бюджета ЕАО преобладает объем заемных средств (более 50 % за весь период). Государственный долг увеличился в 351 раз, что говорит об абсолютной неэффективности управления финансовыми средствами региона. Наиболее полную картину о состоянии бюджетно-налогового потенциала ЕАО нам даст расчет показателей, предлагаемых во втором блоке настоящей методики, к которым относятся коэффициент автономии бюджета, коэффициент бюджетной результативности, уровень дефицитности бюджета, коэффициент бюджетной обеспеченности населения, коэффициент бюджетного покрытия [1]. В целях более полного и комплексного анализа, мы дополнили перечень показателей следующими: коэффициент финансовой зависимости (Кз):

$$K_z = \frac{\text{Безвозмездные поступления в бюджет}}{\text{Общий объем доходов консолидированного бюджета;}}$$

и уровень собираемости налогов (Сн):

$$C_n = \frac{\text{Задолженность по налогам и сборам в федеральный бюджет}}{\text{Общий объем поступивших налогов и сборов в Федеральный бюджет РФ.}}$$

Рассчитанные нами значения данных коэффициентов приведены в табл. 2.

Таблица 2

Значение бюджетных коэффициентов для ЕАО 2008-2012 г.

Показатель	2008	2009	2010	2011	2012	Пороговое значение
Коэффициент автономии бюджета (Ка)	0,4	0,43	0,49	0,51	0,47	0,5
Уровень дефицитности бюджета (Уд)	0,03	0,02	0,04	0,1	0,06	0,1
Коэффициент бюджетного покрытия (Кп)	0,98	1,03	1,03	0,9	1,00	3
Коэффициент бюджетной обеспеченности населения (Ко)	43,1	47,3	52,2	53,1	56,5	-
Коэффициент бюджетной результативности (Кр)	42,5	48,7	53,9	48,1	56,5	-
Коэффициент финансовой зависимости (Кз)	65,3 %	57,3 %	52 %	48,6 %	51,1 %	0,5 (50 %)

Источник: составлено автором.

Следующим этапом нам необходимо провести анализ устойчивости бюджета. Для установления качества структуры бюджетно-налогового потенциала необходимо обоснование критерия бюджетной устойчивости. Он определяется долей собственных доходов в общей структуре доходов консолидированного бюджета. По критериям, представленным методикой А.А. Айвазоваи М.С. Ишиной, структура бюджетно-налогового потенциала находится в неустойчивом финансовом состоянии, так как значение коэффициента автономии не превышает 0,5 и значение уровня дефицитности не превышает 0,1 [1]. Это говорит о недостаточности в финансировании региона собственных средств. Наименьшее значение коэффициента автономии наблюдается в 2008 году, что указывает о пониженном уровне собственных доходов в струк-

туре доходов консолидированного бюджета в данный промежуток времени. Данная ситуация вызвана резким возрастанием уровня дефицита бюджета и ростом госдолга субъекта.

В следующем блоке предполагается анализ налоговых поступлений в бюджет ЕАО при помощи расчета коэффициента налоговой нагрузки по данным Росстат, а также введенный нами в данную методику уровень собираемости налогов [5]. Результаты представим в таблицы 3.

Таблица 3

Значение показателей оценки налогового потенциала ЕАО

Показатель	2008	2009	2010	2011	2012	Пороговое значение
Коэффициент налоговой нагрузки (Нн)	12 %	11 %	10 %	10 %	9 %	40 %
Уровень собираемости налогов (Сн)	89,3	89,3	91,2	92,6	94,4	80 %

Источник: составлено автором.

По рассчитанным нами данным можно сказать о небольшой доле налоговых поступлений в бюджет ЕАО, что говорит о незначительности собственных доходов в структуре общих доходов бюджета, так как именно налоги должны составлять наибольший удельный вес в доходах консолидированного бюджета. Следовательно, на большую долю приходится безвозмездные поступления в бюджет области, что является, на наш взгляд, отрицательным фактором в управлении бюджетом субъекта (субъект не в состоянии обеспечить себя собственными доходами, поэтому финансирование происходит за счёт федеральных средств).

Таким образом, можно сделать следующие выводы:

- структура бюджета ЕАО находится в нестабильном, неустойчивом состоянии;
- уровень бюджетной дефицитности близок к нулю, что оказывает положительный эффект. Но вызвано ли это эффективным управлением бюджетом области? Бездефицитность на уровне каждого субъекта в основном достигается путем существенных финансовых перечислений из федерального бюджета и по итогам финансового года почти все регионы остаются бездефицитными. С точки зрения статистического анализа данный фактор несомненно является положительным, но с точки зрения финансового анализа регионы становятся иждивенческими и перестают вести поиск собственных внутренних резервов уменьшения дефицитности, что является многолетней проблемой межбюджетных отношений регионов РФ. Данную ситуацию мы наблюдаем в ЕАО в настоящее время;
- показатель налоговой нагрузки находится на уровне 0,09-0,12 или 9-12 %, что уменьшает долю произведенных в области товаров и услуг в структуре ВРП. Это и является доказательным следствием пункта 2 выводов настоящей статьи.

Для интегральной оценки бюджетно-налогового потенциала введем показатель (БНП – бюджетно-налоговый потенциал), разработанный нами на основе выше изложенных коэффициентов, исключая коэффициент бюджетной обеспеченности населения и коэффициент бюджетной результативности, так как их соотношение – это ничто другое как коэффициент покрытия, уже используемый нами в данной формуле:

$$БНП = Ka_i + Ud_i + Kn_i + Kz_i + Cn_i + Hn_i + Hn_i.$$

По данным пороговых значений данных коэффициентов, мы можем определить стабильность бюджетно-налогового потенциала.

Так, при БНП = 5,3 – бюджетно-налоговый потенциал территории является стабильным; при отклонениях данного значения бюджетно-налоговый потенциал не является стабильным и требует эффективного управления.

$$\begin{aligned} БНП_{ЕАО2008} &= 3,07; БНП_{ЕАО2009} = 3,05; БНП_{ЕАО2010} = 3,09; \\ БНП_{ЕАО2011} &= 3,03; БНП_{ЕАО2012} = 3,88. \end{aligned}$$

Как мы видим значения предложенного нами показателя за рассматриваемый период находятся в значительном отклонении от нормы, в связи с чем мы можем сделать вывод о нестабильности бюджета ЕАО, что можно исправить при помощи качественного и эффективного управления. Повышение самостоятельности муниципальных образований осуществляется за счет увеличения собственных доходов или повышения эффективности бюджетных расходов. Поскольку ЕАО является дотационным субъектом, уровень собственных средств у него довольно низок, поэтому целесообразнее следовать второму направлению – повышению эффективности бюджетных расходов.

В целях повышения эффективности и результативности расходов ЕАО необходимо реализовать мероприятия по следующим направлениям:

1. Переход к программной структуре расходов бюджетов. Программно-целевое бюджетное планирование исходит из необходимости направления бюджетных ресурсов на достижение общественно значимых и, как правило, количественно измеримых результатов деятельности администраторов бюджетных средств с одновременным мониторингом и контролем за достижением намеченных целей и результатов, а также обеспечением качества внутриведомственных процедур бюджетного планирования и финансового менеджмента.

2. Оптимизация функций муниципального управления и повышение эффективности их обеспечения. Необходимо четкое разграничение принципов деятельности и полномочий (прав и ответственности) органов государственной власти и местного самоуправления ЕАО.

3. Повышение качества предоставления муниципальных услуг. Значительное расходование бюджетных средств на содержание сети муниципальных учреждений и обеспечение функционирования не всегда связано с ка-

чественным изменением уровня предоставления государственных (муниципальных) услуг гражданам и юридическим лицам. Ежегодное индексирование смет расходов муниципальных учреждений без соответствующего повышения качества услуг приводит к снижению эффективности направляемых на эти цели бюджетных средств.

4. Развитие системы муниципального финансового контроля путем:
 - уточнения полномочий органов местного самоуправления по осуществлению финансового контроля;
 - организации действенного контроля (аудита) за эффективностью использования бюджетных ассигнований путем определения критериев эффективности и результативности их использования;
 - конкретизации мер ответственности за каждое нарушение бюджетного законодательства.
5. Совершенствование системы муниципальных закупок.

После внедрения предложенных мер, эффективность управления бюджетно-налоговым потенциалом повысится.

Список литературы:

1. Айвазов А.А., Ишина М.С. Методические подходы к оценке бюджетно-налогового потенциала региона // Ж-л «Аудит и финансовый анализ». – 2009. – № 4.
2. Веретенников Н.П., Юркин М.О. Мониторинг и менеджмент рисков социально-экономической системы региона // Ж-л «Экономика и управление». – 2010. – № 3. – С. 30-35.
3. Зенченко С.В. Бюджетный потенциал региона и подходы к его оценке.
4. Регионы России. Основные Характеристики субъектов Российской Федерации: 2013: стат. сб. / Росстат. – М., 2013.
5. Швецова М.Ф. Оценка социально-экономического потенциала территории (на примере ЕАО) // Стратегия устойчивого развития регионов России. – 2014.
6. Швецова М.Ф., Юркин М.О. Факторы мобилизации социально-экономического потенциала территории (на примере ЕАО) // Ж-л «Теоретические и прикладные науки в США». – 2014.
7. Юркин М.О. Формирование инструментария риск-менеджмента региональных экономических проектов: дисс. ... канд. эконом. наук / Дальневосточный государственный университет путей сообщения. – Биробиджан, 2012.
8. Юркин М.О. Формирование инструментария риск-менеджмента региональных экономических проектов: автореф. дисс. ... кандидата экономических наук / Дальневосточный государственный университет путей сообщения. – Хабаровск, 2012.

9. Юркин М.О. Механизмы и методы риск-менеджмента в процессе управления проектами с учетом регионального риска (на примере инвестиционного проекта освоения кимканского и сугарского железорудных месторождений Еврейской Автономной Области // Ж-л «Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: экономика». – 2011. – № 5. – С. 91-96.

10. <http://eao.ru>.

11. <http://info.minfin.ru>.

ОЦЕНКА ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РАЗРЕЗЕ ОКРУГОВ РФ¹

© Ячменева А.С.*, Смицких К.В.♦

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса,
г. Владивосток

В настоящее время статистика играет незаменимую роль в изучении экономических, социальных и политических процессов. Совокупность данных, собранных и обработанных в процессе статистического анализа отражает все аспекты функционирования любого субъекта. Таким образом, статистические показатели являются одним из важнейших критериев социально-экономического развития, которые могут помочь выявить и преодолеть проблемы на уровне всей страны, ее субъектов или отдельных элементов рыночной экономики.

Ключевые слова: малое предпринимательство, ДВФО, федеральные округа.

Важнейшая задача современного этапа развития российских регионов заключается в обеспечении устойчивого экономического роста как основы повышения уровня и качества жизни населения. Данная задача требует динамичного и сбалансированного развития всех структурных составляющих региональной системы, в том числе малого предпринимательства, которое во многих странах выступает основой эффективного социально-экономического развития [1]. Отсюда следует, что данный сектор национального хозяйства, может значительно способствовать не только преодолению негативных тенденций в экономике РФ, но и повышению качества жизни населения как страны в целом, так и отдельных ее регионов.

Эффективное функционирование малого бизнеса – это инструмент развития региональной экономики, улучшения социального климата, разреше-

¹ Исследование подготовлено в рамках задания № 2014/292 на проведение НИР «Социально-экономические факторы и инновационные механизмы реализации политики динамичного развития Дальнего Востока».

* Студент.

♦ Старший преподаватель кафедры Экономики и менеджмента.

ния проблем политического характера. Между тем вопрос о роли малого предпринимательства и его влиянии на социально-экономическое развитие страны и её регионов в рамках российской специфики требует постоянного исследования. В связи с чем и был проведен статистический анализ развития малого предпринимательства в разрезе округов РФ в ретроспективе.

Таким образом, целью данной работы является сравнительная оценка тенденций развития малого предпринимательства в разрезе округов РФ, а также определение наиболее эффективных путей его развития.

Исходя из поставленной цели, были определены следующие задачи:

- определить основные статистические показатели для анализа тенденций развития малого предпринимательства;
- провести анализ динамики развития малого предпринимательства;
- сформулировать основные рекомендации по улучшению развития малого предпринимательства.

В настоящем исследовании будут использованы показатели, рассчитанные на основе объективных статистических данных, которые представляются официальными статистическими органами и периодическими изданиями [2-9]. К таким данным относятся:

- число малых предприятий;
- оборот малых предприятий;
- инвестиции в основной капитал малых предприятий;
- среднесписочная численность занятых в малом предпринимательстве [10].

Данные показатели являются основными индикаторами качества экономической среды малого предпринимательства и позволяют детально оценить эффективность развития данного элемента рыночной экономики.

Таблица 1

**Доля малых предприятий в общей численности
предприятий по округам, %**

Субъект	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Центральный федеральный округ	24	25	26	28	28	29
Северо-западный федеральный округ	28	32	35	42	54	68
Южный федеральный округ	42	44	43	48	49	51
Северо-Кавказский федеральный округ*	0	0	32	36	38	41
Приволжского федерального округа	38	39	41	46	49	52
Уральский федеральный округ	29	31	37	42	46	52
Сибирский федеральный округ	36	39	42	45	53	58
Дальневосточный федеральный округ	38	39	43	44	49	52

Примечание: * был создан в 2010 году.

Доля малых предприятий отражает концентрацию данных субъектов хозяйствования в общем объеме всех предприятий округа.

Исходя из представленных данных, следует, что показатель имеет положительную тенденцию в целом по стране (в среднем доля малых предприятий увеличилась на 17 %). При этом опережающие темпы развития зафиксированы в таких округах как Северо-западный (прирост составил 40 %), Уральский (прирост составил 23 %) и Сибирский (прирост составил 22 %). Сложившаяся тенденция связана с наиболее благоприятным предпринимательским климатом в вышеперечисленных субъектах.

Самый низкий темп развития наблюдается в Центральном федеральном округе (прирост составил 5 %). Причиной этому послужила большая концентрация крупных предприятий, которые создают большую конкуренцию на рынке, не позволяя малому предпринимательству в полной мере раскрыть свой потенциал. Максимальный годовой прирост доли малых предприятий зафиксирован в 2013 году в Северо-западном федеральном округе (прирост составил 14 %). Однако данный показатель принимал и отрицательные значения, так в Южном федеральном округе в 2010 году доля малых предприятий уменьшилась на 1 % по отношению к предыдущему году, за тем снова наблюдается положительная тенденция развития. Нестабильность показателя в Южном федеральном округе наблюдалась в период кризисных явлений, которые и оказали негативное воздействие на малое предпринимательство.

Таблица 2

Доля оборота малых предприятий в общем обороте всех предприятий по округам, %

Субъект	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Центральный федеральный округ	14	12	19	20	15	30
Северо-западный федеральный округ	24	23	23	18	17	32
Южный федеральный округ	37	33	30	26	25	35
Северо-кавказский федеральный округ	0	0	39	34	34	43
Приволжского федерального округа	22	21	23	20	21	33
Уральский федеральный округ	11	11	15	13	12	23
Сибирский федеральный округ	27	20	27	22	22	31
Дальневосточный федеральный округ	21	20	21	23	21	32

Оборот организаций характеризует в первую очередь объем продаваемой продукции.

Как следует из представленных данных, в основном наблюдается стабильный рост показателя по всем округам. При этом в группу лидеров вошли такие округа как Центральный (прирост составил 16 %), Уральский (прирост составил 12 %), Приволжский (прирост составил 11 %) и Дальневосточный (прирост составил 11 %). Отрицательная тенденция развития наблюдается лишь в Южном федеральном округе (убыль составила 2 %). Такое расхождение показателей обусловлено уровнем развития инфраструктуры поддержки малого предпринимательства, который существенно различается в вышеперечисленных субъектах.

Несмотря на демонстрируемую общую положительную динамику, темпы роста доли оборота в среднем ниже темпов роста доли предприятий, что свидетельствует о снижении оборота в пересчете на единицу малого предприятия.

Объем инвестиций в основной капитал является отражением затрат, вкладываемых в создание или модернизацию основных средств, производства.

Приведенные данные показывают, что доля инвестиций в основной капитал малых предприятий имеет незначительную величину по всем регионам. Это вызвано развитием малого предпринимательства в отраслях, не требующих капитальных инвестиций (торговля, сфера услуг). В целом по стране данный показатель имеет отрицательную тенденцию, однако в 2011 и 2012 году наблюдается положительная динамика.

Таблица 3

**Доля инвестиций в основной капитал малых предприятий
в общем объеме инвестиций во все предприятия по округам, %**

Субъект	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Центральный федеральный округ	3	2	3	2	3	4	2
Северо-западный федеральный округ	3	2	1	1	1	2	1
Южный федеральный округ	10	10	8	4	4	4	3
Северо-Кавказский федеральный округ	0	0	1	1	2	3	2
Приволжского федерального округа	5	6	4	3	4	5	3
Уральский федеральный округ	2	2	1	1	1	1	1
Сибирский федеральный округ	6	6	6	4	4	4	3
Дальневосточный федеральный округ	3	1	1	1	1	1	1

Не смотря на относительно большую долю инвестиций в малые предприятия относительно остальных субъектов, Южный, Приволжский и Сибирский округа, имеют самую большую убыль, она составила 7, 3 и 2 % соответственно, что в итоге практически сравняло их с остальными субъектами по исследуемому показателю. При этом наиболее низкая доля инвестиций зафиксирована в Дальневосточном федеральном округе.

Таким образом, наблюдаемая тенденция свидетельствует о снижении инвестиционной активности малых предприятий. Основными причинами наблюдаемого спада являются пробелы в законодательстве, а также высокие инвестиционные риски. Однако, в связи с созданием территорий опережающего развития, на Дальнем Востоке реализуются крупномасштабные стройки федерального значения, разрабатываются инновационные проекты развития и создаются благоприятные условия для предпринимательской деятельности, что должно значительно увеличить объем инвестиций, в том числе и в малое предпринимательство, а также положительно отразиться на всех показателях социально-экономического развития [11].

Среднесписочная численность работников характеризует роль данного сектора в формировании рынка труда.

Показатель доли среднесписочной численности занятых в малом предпринимательстве имеет стабильную динамику.

Таблица 4

**Доля среднесписочной численности занятых
в малом предпринимательстве по округам, %**

Субъект	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Центральный федеральный округ	18	10	10	11	12	12	14
Северо-западный федеральный округ	18	13	11	13	12	12	13
Южный федеральный округ	15	15	13	10	10	9	10
Северо-Кавказский федеральный округ	0	0	5	5	5	5	7
Приволжского федерального округа	13	10	10	11	10	10	12
Уральский федеральный округ	11	7	7	11	11	11	13
Сибирский федеральный округ	10	10	9	11	10	10	12
Дальневосточный федеральный округ	11	8	9	11	10	10	11

Незначительное увеличение доли среднесписочной численности (прирост составил 2 %) наблюдается лишь в трех округах: Северо-Кавказском, Уральском и Сибирском. В остальных округах в показатель имеет отрицательную тенденцию. При этом максимальное снижение доли среднесписочной численности наблюдается в Северо-западном и Южном федеральных округах, где убыль составила 5 %.

Наблюдаемая тенденция обусловлена миграционным оттоком трудоспособного населения, а также увеличивающимся с каждым годом числом официально не трудоустроенных работников.

К тому же, действующие системы законодательства и налогообложения являются несовершенными и делают предпринимательскую среду менее благоприятной.

Исходя из проведенного анализа следует, что малое предпринимательство характеризуется нестабильной динамикой развития. Единственный показатель, демонстрирующий рост, это доля малых предприятий в общей численности организаций. Несмотря на демонстрируемую тенденцию, ей следует дать негативную оценку. Сопоставление показателей свидетельствует о падении значений, отражающих качественные характеристики деятельности малых предприятий на один процент, в общей численности организаций.

Достижение высоких показателей социально-экономического развития малого предпринимательства, только лишь за счет увеличения количества предприятий, не является оптимальным для региона. Значительное количество фактически не действующих компаний, не вносят вклад в региональное развитие [12].

Малое предпринимательство в социально-экономическом развитии любого региона служит своеобразным пусковым механизмом и генератором структурных изменений в экономике и обществе. Что предопределяет необходимость выработки эффективных путей его развития, в том числе: усовершенствование законодательной базы, улучшение инфраструктуры поддержки МП, устранение административных барьеров, улучшение институционального обеспечения МП и т.д.

Резюмируя вышесказанное, развитие малого предпринимательства нуждается в релевантной, всесторонней оценке, базирующейся на объективных статистических показателях. И осуществить такую оценку возможно только посредством статистического анализа, который отражает состояние малого предпринимательства в различных его аспектах и помогает выявить проблемы данного сектора рыночной экономики.

Список литературы:

1. Манухина А.В. Анализ влияния социально-экономических факторов на формирование малого бизнеса в регионах Российской Федерации // Вестник университета. – 2012. – № 3. – С. 172-177.

2. Статистический сборник. Социально-экономическое положение Центрального федерального округа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ebiblioteka.ru/browse/publication/33346/>

3. Статистический сборник. Социально-экономическое положение Северо-западного федерального округа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ebiblioteka.ru/browse/publication/33407/>

4. Статистический сборник. Социально-экономическое положение Южного федерального округа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.ebiblioteka.ru/browse/publication/33426.](http://www.ebiblioteka.ru/browse/publication/33426/)

5. Статистический сборник. Социально-экономическое положение Северо-кавказского федерального округа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.ebiblioteka.ru/browse/publication/33366.](http://www.ebiblioteka.ru/browse/publication/33366/)

6. Статистический сборник. Социально-экономическое положение Приволжского федерального округа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.ebiblioteka.ru/browse/publication/33386.](http://www.ebiblioteka.ru/browse/publication/33386/)

7. Статистический сборник. Социально-экономическое положение Уральского федерального округа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.ebiblioteka.ru/browse/publication/33446.](http://www.ebiblioteka.ru/browse/publication/33446/)

8. Статистический сборник. Социально-экономическое положение Сибирского федерального округа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.ebiblioteka.ru/browse/publication/33406.](http://www.ebiblioteka.ru/browse/publication/33406/)

9. Статистический сборник. Социально-экономическое положение Дальневосточного федерального округа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.ebiblioteka.ru/browse/issue/2624422.](http://www.ebiblioteka.ru/browse/issue/2624422/)

10. Тенденции и закономерности развития малого бизнеса Приморского края в условиях вхождения в ВТО / К.В. Смицких, Е.Г. Шумик, Т.В. Терентьева // Экономика и предпринимательства. – 2013. – № 3 (32). – С. 373-378.

11. Инвестиционный портал Приморского края [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://invest.primorsky.ru/index.php/ru/.](http://invest.primorsky.ru/index.php/ru/)

12. Problems of enterprise system development in the Primorye territory // T.V. Terenteva, E.G. Shumik // Middle East Journal of Scientific Research. – 2013. – T. 13, № SPLISSUE. – С. 83-90.

Секция 8

***ЭКОНОМИКА ТРУДА
И УПРАВЛЕНИЕ
ПЕРСОНАЛОМ***

ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА И МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА НА ОСНОВЕ СИСТЕМЫ КРІ

© Баштовая Е.В.*, Бодункова А.Г.♦

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса,
г. Владивосток

В статье представлен обзор основных понятий и этапов внедрения системы ключевых показателей эффективности на предприятии для совершенствования системы мотивации персонала, рассмотрены проблемы, связанные с оценкой показателей эффективности рабочей силы. Показано место системы КРІ в структуре бизнес-процессов. Рассмотрены примеры отнесения сотрудников к категориям «А», «В» и «С», рассмотрено соотношение потребностей сотрудников и технологий мотивации с учётом применения системы КРІ.

Ключевые слова: мотивация трудовой деятельности, потребности персонала, система ключевых показателей эффективности (КРІ), сотрудники категории «А», «В» и «С».

В построении объективной и эффективной системы мотивации работников современных предприятий важную роль играет ключевой показатель эффективности (КПЭ), или, по международному стандарту, Key Performance Indicator (KPI). Денежное стимулирование персонала на базе КРІ, как один из способов материальной мотивации, в отличие от базовой заработной платы, т.е. оклада, направлено на достижение долгосрочных и краткосрочных целей компании, «мотивирующей на выполнение должностных обязанностей» самого работника. Как показывает опыт большинства современных зарубежных и российских предприятий, простое увеличение окладов, устанавливаемых администрацией предприятия в соответствии с должностью и квалификацией работника и являющихся выраженной в денежной форме фиксированной оплатой труда за выполнение закреплённых за работником функций, не приводит к значительному повышению эффективности их труда. Для руководителей, специалистов и служащих может быть установлен другой вид оплаты труда, основанный на достижении определённых показателей [7, с. 279].

Для стимулирования сотрудника к достижению высоких индивидуальных результатов, а также к увеличению вклада в коллективные результаты по достижению стратегических целей, компании используют систему формирования переменной части денежного вознаграждения на базе КРІ. Используемые в рамках данной системы показатели и критерии их оценки

* Студент.

♦ Старший преподаватель кафедры Экономики и менеджмента.

должны быть просты и понятны сотрудникам, а размеры переменной части компенсационного пакета – экономически обоснованы [9]. Следует учитывать и то, что материальное стимулирование бывает эффективным только в совокупности с другими управленческими долговременными программами мотивации трудовой деятельности сотрудников предприятия. Таким образом, понимая, что размер заработной платы будет зависеть от производительности его труда, работник будет мотивирован на более успешное выполнение поставленных перед ним задач [2, с. 62]. Кроме того, оценка индивидуальных показателей гораздо больше стимулирует работника на повышение производительности своего труда, чем оценка его труда по итогам деятельности всего коллектива [4, с. 274].

В мировой практике доказано, что внедрение системы КРІ увеличивает прибыль компаний от 10 % до 30 %, поскольку ориентирует работу сотрудников на результат, повышая и мотивацию, и лояльность персонала. Однако для внедрения системы управления и мотивации с помощью КРІ руководителям компании необходимы особые знания, которые можно приобрести с помощью корпоративного обучения.

В процессе обучения менеджмент компании должен найти решение трёх проблем, связанных с оценкой показателей эффективности рабочей силы конкретной компании:

1. проблема отношения: понимают ли менеджеры, каким образом способности и поведение рабочей силы влияют на практическую реализацию стратегии данной организации?
2. проблема мер: определены ли наиболее подходящие и точные показатели успеха рабочей силы, лидеров и поведенческих моделей рабочей силы конкретного предприятия, её компетенций, культуры и образа мышления?
3. проблема реализации: имеют ли менеджеры доступ к этим данным; способны ли они их использовать для того, чтобы донести до других работников свои стратегические намерения и отслеживать прогресс организации на пути к реализации этой стратегии? [13, с. 48].

Следует отметить, что компании, применяющие или планирующие применять систему КРІ, готовы вкладывать немалые средства в обучение и повышение квалификации своих сотрудников. Главным образом, эти средства выделяются на развитие сотрудников категории «А», а также сотрудников категории «В», обладающих потенциалом сотрудников категории «А». Это объясняется тем, что «сотрудники категории «А» обеспечивают непропорционально большой вклад в успешную реализацию стратегии организации, поэтому будет вполне логично и естественно, если организация будет делать непропорциональные инвестиции в выявление таких сотрудников, их развитие и мотивацию. В конечном итоге цель любой организации в данном направлении заключается в том, чтобы в ней на должностях, относящихся к

категории «А», трудились исключительно сотрудники категории «А». Не менее важно не допустить, чтобы виды работ категории «А» получали сотрудники категории «С». В идеале, система управления трудовыми ресурсами вообще не должна допускать приема в организацию сотрудников категории «С», а последующие действия системы управления трудовыми ресурсами должны быть направлены на то, чтобы как можно раньше выявить ошибки, которые могли быть допущены ею при приеме на работу новых сотрудников. Из этого вовсе не следует, что сотрудникам категории «С» вообще нет места в организации, – нельзя лишь, чтобы они занимали должности, на которых их низкая эффективность может причинить серьезный вред реализации стратегии фирмы» [13, с. 98-99].

Примеры основных критериев, на основе которых руководителей бизнес-подразделений относят к категориям «А», «В» и «С», представлены в табл. 1.

Таблица 1

Критерии отбора сотрудников категорий «А», «В» и «С» [13, с. 101, 103]

Основные критерии, используемые для отбора сотрудников категорий «А», «В» и «С»			
Должность: руководитель бизнес-подразделения			
	Сотрудник категории «А»	Сотрудник категории «В»	Сотрудник категории «С»
Общий уровень способностей	Лучшие 10 % из тех, кто получает заработную плату данного уровня	65-й – 89-й процентиль на данном уровне заработной платы	Ниже 65-го процентиля на данном уровне заработной платы
Видение	Способствует выработке и донесению до окружающих конкурентоспособного и стратегически обоснованного видения будущего компании	Видение не внушает особого доверия; оно несколько оторвано от реальности или имеет изъяны со стратегической точки зрения	При выборе между традиционным и новым подходами отдает предпочтение первому
Интеллектуальные способности	Коэффициент умственных способностей (IQ) не ниже 130; умеет быстро обучаться; умеет быстро выполнять сложный анализ	IQ от 120 до 129; сообразителен, но не настолько проницателен, как сотрудник категории «А»	IQ от 110 до 119; испытывает трудности в новых, сложных ситуациях
Лидерские способности	Иницирует необходимые перемены; умеет быстро приспособливаться к новым ситуациям и убеждать других в необходимости изменений	Отдает предпочтение умеренным, постепенным переменам, поэтому в данном случае мы имеем дело скорее с «последователем», а не с инициатором перемен	Предпочитает сохранять статус-кво; не внушает особого доверия окружающим, поэтому люди не очень охотно следуют его примеру
Энтузиазм	Пылкий; чрезвычайно энергичный; быстрый; продолжительность рабочей недели не менее 55 часов	Мотивированный; временами энергичный; продолжительность рабочей недели от 50 до 54 часов	Ответственно относится к порученному делу; работает то быстро, то медленно; продолжительность рабочей недели от 40 до 49 часов

Продолжение табл. 1

Основные критерии, используемые для отбора сотрудников категорий «А», «В» и «С»			
Должность: руководитель бизнес-подразделения			
	Сотрудник категории «А»	Сотрудник категории «В»	Сотрудник категории «С»
Изобретательность и находчивость	Отлично умеет находить выход из сложных ситуаций и преодолевать любые препятствия, изобретает новые модели и парадигмы	Восприимчив к новым идеям и время от времени обнаруживает способность находить нестандартные решения	Нуждается в конкретных, подробных указаниях
Ориентированность на потребности клиента	Чрезвычайно восприимчив к потребностям клиентов; умеет быстро приспосабливаться как к четко сформулированным, так и к косвенным, неявным потребностям клиентов	Знает, что «желание клиента – превыше всего», но реагирует на эти желания не всегда столь же оперативно, как сотрудник категории «А»	Слишком сосредоточен на себе; неправильно оценивает незаполненность спроса на продукты и услуги своей фирмы
Требовательность	Принимает на работу сотрудников категории «А», либо тех, кто может впоследствии стать сотрудниками категории «А»; способен при необходимости «стукнуть кулаком по столу» и избавиться от сотрудников, хронически не справляющихся со своими обязанностями	Принимает на работу главным образом сотрудников категории «В» и время от времени даже малопродуктивных сотрудников категории «С»; готов мириться с наличием сотрудников, имеющих посредственные показатели эффективности	Принимает на работу главным образом сотрудников категории «С»; что периодически приводит к кризисам, вызванным низкой эффективностью этих сотрудников; терпимо относится к посредственностям
Способность к наставничеству	С успехом справляется с обязанностями консультанта, наставника и преподавателя по отношению к подчиненным, добиваясь от них максимальной эффективности и предоставляя им широкие возможности для личного развития и продвижения по службе	Проводит ежегодные обзоры эффективности труда подчиненных и обеспечивает дополнительную обратную связь с ними; нередко проявляет непоследовательность при выполнении своих наставнических функций	Недоступен для подчиненных, излишне критичен, скуп на похвалы, не стремится к обратной связи с подчиненными; избегает даже разговоров о карьерных возможностях своих подчиненных
Умение создать команду	Создает четко ориентированные на цель команды, мотивированные на сотрудничество и достижение требуемого результата; умеет вселять энтузиазм в своих подчиненных	Иногда хочет создать команду, но не всегда умеет добиться этого	«Выкачивает» энергию из своих подчиненных; действия такого руководителя не позволяют добиться эффекта синергизма в результате командного труда
Соответствие ожиданиям	Превосходит ожидания своих подчиненных, клиентов и акционеров	Отвечает ожиданиям своих подчиненных, клиентов и акционеров	Отвечает ожиданиям своих подчиненных, клиентов и акционеров в отдельных случаях
Честность	Кристалльно честный человек	В целом честный человек	Порядочность «зависит от обстоятельств»
Навыки коммуникации	Отлично умеет излагать свои мысли и идеи как в устной, так и в письменной форме	В целом неплохо излагает свои мысли как в устной, так и в письменной форме	Весьма посредственное умение излагать свои мысли в устной и письменной форме

Определение стратегии, соответствующих её реализации бизнес-процессов и конкретизация вытекающих целей являются необходимым условием для выбора и конкретизации КРІ, т.к. использование простого подбора показателей может не только оказаться неэффективным, но и вызвать серьезные негативные последствия. Соотношение стратегии компании, её целей, КРІ и понимания бизнес-процессов, а также место показателей КРІ в структуре бизнес-процессов с применением управления по целям, то есть с использованием принципов формирования, постановки, контроля и анализа достижения целей, отображены на рисунке [12, с. 28].



Рис. 1. Место системы КРІ в структуре бизнес-процессов

Если система КРІ воспринимается только как система мотивации, а не как система управления по целям, то могут возникнуть некоторые сложности на этапе внедрения этой системы. Управление по целям (Management by Objectives, МВО) часто выступает в качестве эффективного метода управления бизнесом и персоналом. Он предполагает активное вовлечение сотрудников в процесс достижения стратегических корпоративных целей, что является одним из основных факторов, гарантирующих успешные перспективы развития предприятия в динамичной рыночной среде.

Внедрение системы КРІ требует не только внимательной и серьезной оценки бизнес-процессов, определяющих деятельность любой компании, но и необходимости учёта особенностей проектной и процессной деятельности. Бизнес-процесс представляет собой систему циклических, последовательных, целенаправленных и регламентированных видов деятельности, в которой посредством управляющего воздействия и с помощью ресурсов входы процесса преобразуются в выходы, результаты процесса, представляющие ценность для потребителей [1]. Проект – это уникальная (в отличие от бизнес-процессов) деятельность, имеющая начало и конец во времени, направленная на достижение определенного результата или цели, создание определенного, уникального продукта или услуги при заданных ограничениях по ресурсам, срокам, требованиям к качеству и допустимому уровню риска.

Таким образом, с учётом процессных и проектных целей к формированию системы показателей (KPI) существует два абсолютно разных подхода (рис. 2).

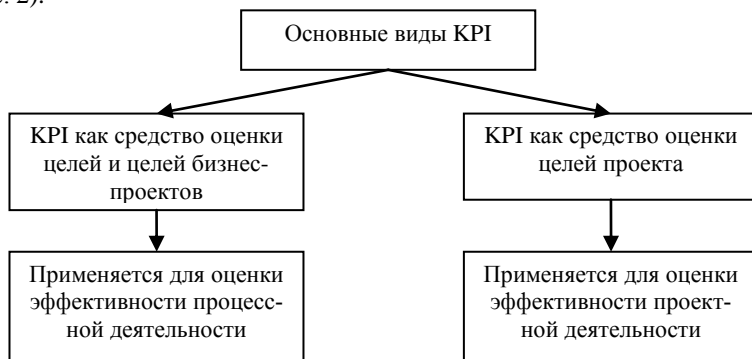


Рис. 2. Основные виды КРІ

Критериями оценки ключевой функции (процессов) являются следующие показатели:

1. основные (абсолютные). К ним относятся:
 - качество – описывает требования к результату процесса (функции) со стороны заказчика: клиентов, сотрудников или руководства компании;
 - длительность – время, которое необходимо для выполнения процесса и получения результата, или промежутки времени между началом процесса и его завершением;
 - стоимость – совокупность всех затрат в денежном исчислении, которые необходимо произвести для выполнения процесса – получения результата;
2. дополнительные (относительные):
 - эффективность – показывает, насколько хорошо выполняются процессы (отношение результата к затраченным ресурсам);
 - производительность – показывает отношение полученного результата к затраченному на этот процесс времени.

Для руководства и менеджеров компании в качестве инструмента поддержки принятия решений в процессе управления проектами и компании в целом, используется оценка эффективности проектов. Качество управления проектами и эффективность реализации целей проектов можно оценить с различных сторон. Необходимо рассмотреть возможные аспекты управления проектами и возможные критерии, используемые для анализа эффективности деятельности сотрудника в проекте [8, с. 29].

Функции управления проектом:

- время (отклонения по времени – план-график проекта);

- качество (отклонение по качеству продукта – проектная документация);
- стоимость (отклонение по стоимости бюджет проекта);
- риски (качество управления и реагирования на проектные риски);
- персонал (эффективность использования ресурсов анализируется при необходимости повышения качества ресурсного планирования либо, наоборот, при необходимости привлечения дополнительных рабочих ресурсов);
- коммуникации. Качество коммуникаций (прямые или косвенные показатели удовлетворенности клиентов), коэффициенты эффективности взаимодействия с поставщиками и т.д.;
- контракты;
- изменения (риски, проблемы, изменения, то есть «управление отклонениями»).

Глобализация экономики и конкуренции, распространение информационных технологии и переход в эпоху, где самым ценным ресурсом организации становится интеллект / знания сотрудников, «подорвали» эффективность метода управления по целям (МВО), не соответствующего стремительно развивающемуся и взаимозависимому миру «глобальной деревни», и привели к появлению новой модели управления – управление на основе ценностей (Management-by-Values – MBV). Эта модель позволила менеджерам решить сложную задачу создания и сохранения успешного предприятия, в равной степени полезного для самого бизнеса, для отдельного человека / сотрудника и для общества в целом. «Гуманизируя» стратегическое видение, компания может не только выжить, но и обеспечить себе рост с максимальным доходом, используя личную заинтересованность внутренних и внешних акционеров»[6, с. 40].

Именно поэтому система ключевых показателей эффективности для конкретного предприятия должна разрабатываться с учетом специфики его деятельности, приоритетных бизнес-процессов, а также других факторов, существенно влияющих на эффективность работы предприятия. Однако принципы ее построения в любом случае одинаковы, что делает ее универсальной и удобной в применении. Главная задача при разработке системы мотивации с применением КРІ состоит в грамотной формулировке и расчёте показателей, обеспечении их понимания сотрудниками предприятия и удобства в оценке, проведении постоянного мониторинга эффективности применяемых показателей, а также о возможной их корректировке или замене в случае необходимости.

Критериями эффективности системы мотивации на основе КРІ являются:

- четко поставленные, достижимые цели и задачи для каждого сотрудника компании;

- понятный механизм оценки деятельности и результатов сотрудников, привязанный к определенной периодичности в зависимости от должности;
- простота и прозрачность в расчетах системы мотивации.

Поставив с помощью системы КРІ уровень заработной платы в прямую зависимость от личных показателей трудовой деятельности каждого сотрудника, руководство ПМС-220 ДВОСТ РП ЦДРП ОАО «РЖД» г. Артём планирует уже в течение первого года добиться повышения производительности труда на 14,8 %. Как показывают расчёты, в результате внедрения новой системы вознаграждения персонала рост среднегодовой заработной платы одного работника в среднем составит 19 тыс. руб., а среднемесячной – в среднем 1543 руб. Существенным моментом является не только то, какой объём работы будет выполнять работник в единицу времени, но и какими трудозатратами это будет достигнуто. Таким образом, эффективность труда характеризует уровень использования трудовых ресурсов с учетом объема, качества работы и трудозатрат в расчете на одного работника [5, с. 68]. Поскольку при внедрении системы КРІ будет затронуто качество работы, именно качество работы станет одним из показателей, влияющих на размер заработной платы каждого работника ПМС-220 ДВОСТ РП ЦДРП ОАО «РЖД» г. Артём, а повышение качества работы повысит удовлетворенность потребителей и увеличит физический объём оказанных услуг.

Список литературы:

1. Алексеева С. Что такое КРІ и как с ним работать? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.podborkadrov.ru>.
2. Афанасьева Л.А. Методологические аспекты управления мотивацией и стимулированием трудовой деятельности компании // Основы экономики, управления и права. – 2013. – № 5. – С. 61-66.
3. Афанасьева Л.А., Меньшикова М.А. Совершенствование системы стимулирования труда персонала в обеспечении эффективности деятельности организаций // Вестник КГСХА. – 2012. – № 8. – С. 24-26.
4. Балашов А.И., Котляров И.Д., Санина А.Г. Управление человеческими ресурсами: учебное пособие. – СПб.: Питер, 2012. – 320 с.
5. Баштовая Е.В. Разработка мероприятий по повышению производительности труда персонала ПМС-220 ДВОСТ РП ЦДРП ОАО «РЖД», г. Артём: Бакалаврская работа. – В.: ВГУЭС, 2014. – 80 с.
6. Бодункова А.Г. Управление на основе социально значимых ценностей как инструмент и способ построения социального капитала партнерства // Сборник научных докладов по итогам Всероссийской научно-практической конференции. – М.: ООО «Креативная экономика», 2010. – С. 39-45.
7. Десслер Г. Управление персоналом: учебник для вузов / пер. с англ. – М.: БИНОМ, 2002. – 432 с.

8. Заренков В.А. Управление проектами: учебное пособие. – 2-е изд. – М.: Изд-во СПб., 2008. – 312 с.

9. Захарченко В. Система мотивации на основе КРП [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.management.com>.

10. Карасев Е. Какие меры работодатель должен применять при недостижении руководителем поставленных перед ним целей и задач? // Управление персоналом. – 2013. – № 17.

11. Кульпин Ф. Начинаем работать по системе КРП // Управление персоналом. – 2011. – № 3.

12. Парменгер Д. Ключевые показатели эффективности: учебник. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2008. – 288 с.

13. Хьюзлит М.А., Беккер Б.И., Битти Р.В. Оценка персонала: как управлять человеческим капиталом, чтобы реализовать стратегию: пер. с англ. – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2007. – 242 с.

ОБ ОПРЕДЕЛЕНИИ ЗАТРАТ ТРУДА ПЕДАГОГИЧЕСКИХ РАБОТНИКОВ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММ БАКАЛАВРИАТА И МАГИСТРАТУРЫ

© Голева Е.В.*

Волгоградский филиал Российской академии народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ, г. Волгоград

В статье рассмотрены вопросы современной экономики образования в области оценки затрат труда педагогических работников, представлена зависимость затрат труда преподавателя на обучение одного студента очной формы обучения от численности учебной группы.

Ключевые слова: высшее образование, затраты труда, учебная группа, педагогические работники, учебная нагрузка.

Современная высшая школа за последние годы своего развития приобрела кардинально новые характеристики, что было вызвано многими факторами, среди которых можно отметить модернизацию системы высшего образования, проводимую Министерством образования и науки РФ: это и переход на уровневую систему, и разработка и актуализация федеральных государственных образовательных стандартов и др. Нельзя не отметить, что все это привело к совершенно новому взгляду не только на образовательный процесс в целом, но и на роль профессорско-преподавательского состава в нем. Сформировался совершенно новый подход к определению места сту-

* Аспирант.

дентов в развитии образовательных учреждений и экономики страны. В своем выступлении на Съезде Российского союза ректоров Президент РФ В.В. Путин отметил, что «система высшего образования была и остаётся мощным интеллектуальным ресурсом страны, она генерирует новые знания – и, разумеется, для этого и создавалась: готовит кадры для всех сфер жизни России» [1]. Современная высшая школа имеет определенные стратегические ориентиры, продиктованные временем, среди которых можно отметить повышение качества образования, развитие студенческой науки, оптимизация финансовой и материально-технической составляющей вузов, обеспечение их экономической безопасности и др., которые требуют выполнения некоторых требований.

Так, к примеру, имеется необходимость оценки вклада преподавателя в обучение студентов, что может быть определено с помощью индивидуальных затрат труда педагогического работника на обучение одного студента.

Большое внимание в данном вопросе стоит уделить структуре труда, под которой подразумевается совокупность аудиторной и внеаудиторной нагрузки. Стоит отметить, что увеличение в структуре учебной нагрузки доли аудиторной вызывает рост затрат труда преподавателя на обучение одного студента.

В свою очередь, численность студентов в группе (согласно действующим нормативным документам под учебной группой принято понимать группу численностью не более 25 человек) и затраты труда ППС на обучение каждого из них находятся в обратно пропорциональной зависимости: с ростом численности студентов в группе снижаются трудозатраты профессорско-преподавательского состава на обучение каждого из них.

На основании вышеизложенного можно отметить, что формирование оптимальных с точки зрения рентабельности студенческих групп является одним из важных вопросов успешной деятельности практически каждого вуза, поскольку это позволяет ему максимизировать финансовый результат. Данный вопрос [формирования групп] остается актуальным для большинства вузов в течение продолжительного времени, поскольку не все реализуемые направления подготовки и специальности пользуются одинаковым спросом у абитуриентов, в связи с чем возникают так называемые «недоборы», вызывающие формирование малочисленных групп (в которых численность студентов находится на уровне ниже указанного в нормативных актах).

Знание зависимости затрат труда преподавателя на обучение одного студента в год от численности студентов в группе и доли аудиторной нагрузки в структуре реализации образовательной программы дает возможность руководству вузов рационализировать и оптимизировать размер годовой учебной нагрузки профессорско-преподавательского состава. Данный вопрос продолжает оставаться наиболее острым и актуальным на протяжении длительного времени.

Согласно действующим федеральным государственным образовательным стандартам высшего образования трудоемкость основной образовательной программы составляет 60 зачетных единиц в год (п. 1. ФГОС). Т.е. общая трудоемкость данных образовательных программ составляет:

- 240 з.е. для программ бакалавриата;
- 300 з.е. для программ специалитета;
- 120 з.е. для программ магистратуры.

Однако отметим, что данная трудоемкость не является синонимичной трудоемкости с точки зрения учебной нагрузки профессорско-преподавательского состава, участвующего в реализации данных ООП.

Как уже было отмечено в статье ранее, реализация каждой ООП по своей структуре состоит из аудиторной (лекции, практические занятия, лабораторные практикумы) и внеаудиторной нагрузки (самостоятельная работа студента, экзамены, зачеты, курсовые и выпускные квалификационные работы, практики, научно-исследовательская работа). Анализ учебных планов направлений подготовки и специальностей (очной формы обучения) ряда вузов РФ позволил определить долю аудиторной нагрузки студентов в структуре ООП (таблица 1).

Таблица 1

Значение доли аудиторной нагрузки в структуре образовательной программы в зависимости от уровня образования

Уровень подготовки	Доля аудиторной нагрузки в структуре ООП
Бакалавриат	40-50 %
Специалитет	42-50 %
Магистратура	15-20 %

Таким образом, анализируя представленные в таблице 1 данные, можно говорить о том, что наиболее трудоемкие с точки зрения аудиторных занятий являются направления бакалавриата и специалитета, что, в принципе, вполне закономерно и может быть объяснено тем, что данные направления являются первой ступенью уровневого образования, которая способствует формированию базовых знаний.

Однако стоит иметь в виду, что доля аудиторной нагрузки, которая рассчитывается на основе данных учебного плана того или иного направления подготовки или специальности, и доля аудиторной нагрузки, состоящая в трудозатратах преподавателя в расчете на одного студента являются отличными показателями. Доля аудиторной нагрузки в трудоемкости затрат преподавателя на обучение одного студента, в свою очередь, напрямую зависит от численности студентов в учебной группе и рассчитывается на основе аудиторной нагрузки, указанной в учебном плане. Причем, отметим, что данный показатель будет иметь разные показатели для каждого уровня образования.

Рассмотрим зависимость средней трудоемкости обучения одного обучающегося, рассчитанной с точки зрения затрат преподавателя, в зависимо-

сти от численности студенческой группы. Расчет представим для групп бакалавриата и магистратуры. Для удобства полученные данные приведем в табличной форме (таблица 2).

Таблица 2

Средняя трудоемкость на 1 студента в зависимости от численности учебных групп за весь период обучения

Численность студентов в группе, чел.	25	20	15	10
Средняя трудоемкость на 1 студента (за весь период обучения), бакалавриат, чел./час	246,0	284,88	348,67	476,25
Средняя трудоемкость на 1 студента (за весь период обучения), магистратура, чел./час	108	117	131	159

Представим зависимость указанных показателей по программе бакалавриата графически (рисунок 1).

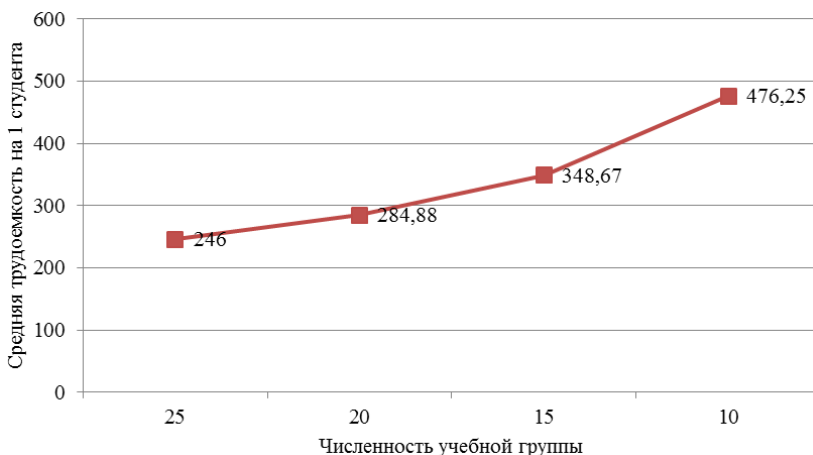


Рис. 1. Средняя трудоемкость на 1 студента в год (за весь период обучения), бакалавриат, чел./час

Представим графически данные по средней трудоемкости преподавателя на обучение одного студента, получающего образование по программе магистратуры (рисунок 2).

На основании данных представленных в табл. 2 и на рис. 1-2 представляется возможным предположить, что между показателями существует линейная зависимость, которая характеризуется следующими уравнениями (данный расчет произведен с использованием средств Excel):

- для программы подготовки бакалавра: $f(x) = -15,1x + 603,03$;
- для программы подготовки магистра: $f(x) = -3,34x + 187,2$.

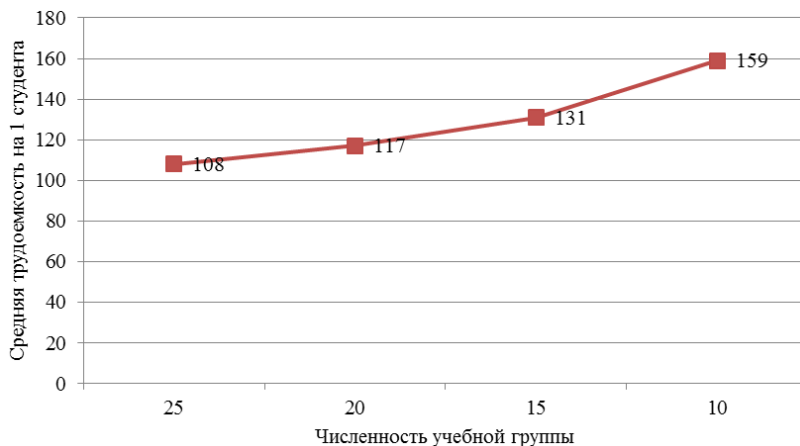


Рис. 2. Средняя трудоемкость на 1 студента (за весь период обучения), магистратура, чел./час

Таким образом, можно предположить, что правильное применение вузами указанной зависимости позволит оптимизировать образовательный процесс и планирование учебной нагрузки профессорско-преподавательского состава образовательных организаций высшего образования, что, в свою очередь, будет способствовать достижению сформированных ориентиров развития.

Список литературы:

1. Официальный сайт Президента Российской Федерации [Электронный ресурс] / Администрация Президента РФ. – М., 2014. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/news/46892>.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРИРОДООХРАННЫХ МЕРОПРИЯТИЙ СТРУКТУРНОГО ПОДРАЗДЕЛЕНИЯ ОАО «РЖД»

© Савченко Е.А.*

Сибирский государственный университет путей сообщения (СГУПС), г. Новосибирск

Главной целью холдинга «РЖД» в сфере экологии является забота о благополучии природной среды и здоровье людей. Задачи экономического и экологического развития холдинга неразрывно взаимосвязаны.

Ключевые слова: экономическая эффективность, затраты, вагонное депо, экологическая стратегия.

* Доцент, кандидат экономических наук.

Экологическая стратегия ОАО «РЖД» разработана в соответствии со стратегией государства в области экологической безопасности и рационального использования природных ресурсов и задает основные цели и направления в области защиты окружающей среды для ОАО «РЖД», как экологически-ориентированной компании.

В качестве стратегического ориентира на перспективу до 2030 года Экологической стратегией ОАО «РЖД» с учетом увеличения грузо- и пассажиропотока устанавливается целевая планка снижения негативного воздействия железнодорожной отрасли на окружающую среду на 70 % от существующего уровня [1].

Столь кардинальные изменения в области охраны окружающей среды и снижения негативного воздействия железнодорожного транспорта могут быть достигнуты только за счет внедрения инновационных технологий и осуществления масштабных инвестиций.

Организационный механизм реализации Экологической стратегии ОАО «РЖД» включает в себя принятие Компанией согласованных экологических программ, содержащих конкретные мероприятия, сроки и финансирование.

Финансовый механизм реализации Экологической стратегии ОАО «РЖД» предполагает разработку экологических программ ОАО «РЖД», определение целей, сроков и объемов необходимых инвестиций для прописанных в программах природоохранных мероприятий, выделение под указанные мероприятия финансирования [1].

В условиях недостатка инвестиционных средств приоритетными природоохранными мероприятиями должны стать проекты, позволяющие в первую очередь ликвидировать самые острые экологические проблемы, и проекты, которые дают максимальный эффект на каждый рубль инвестиций.

На примере пассажирское вагонное депо дана эколого-экономическая оценка перевода котельной с мазут на газ.

Экологические платежи пассажирского вагонного депо показывают взрывную динамику роста, даже при имеющейся устойчивой динамике снижения выбросов вредных веществ в атмосферу, сокращения сброса загрязненных сточных вод в поверхностные водные объекты, уменьшения образования отходов и увеличения их использования и обезвреживания.

Динамика экологических платежей пассажирского вагонного депо представлена на рис. 1.

На рис. 2 представлено сравнение динамики роста экологических платежей и динамики снижения негативного воздействия вагонного депо на окружающую среду относительно значений 2009 года.

Из представленных на рисунке 2 данных следует, что с 2009 по 2013 гг. снижения негативного воздействия на окружающую среду практически не было, а платежи за ее загрязнение увеличились почти в 8 раз. Главной причиной роста экологических платежей является усиление внимания государ-

ства к проблемам охраны окружающей среды: ужесточение требований со стороны природоохранных органов; увеличение базовых государственных нормативов платы.

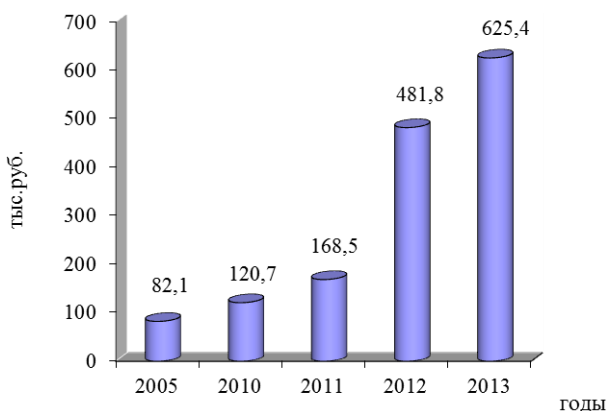


Рис. 1. Экологические платежи пассажирского вагонного депо

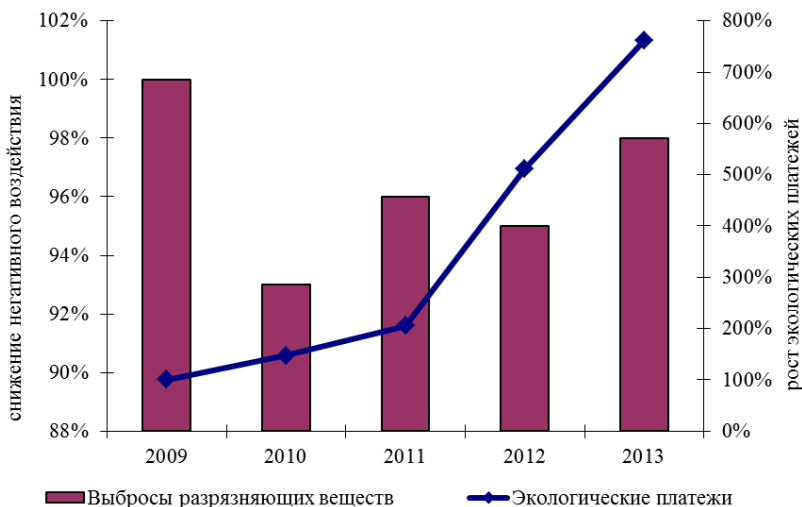


Рис. 2. Соотношение величины выбросов депо и размеров экологических платежей

Рост экологических платежей вызван, в частности:

- превышением на ряде объектах предприятия допустимых нормативов выбросов, сбросов вредных веществ в окружающую среду и

- установленных лимитов размещения отходов производства и потребления;
- неэффективной работой существующих канализационных очистных сооружений и полное отсутствие пылегазоулавливающего оборудования;
- использованием устаревшего природоохранного оборудования;
- повышением нормативов качества очистки сбросов (выбросов) загрязняющих веществ в окружающую среду.

Текущие затраты на окружающую среду и затраты на капитальный ремонт основных производственных фондов по охране окружающей среды в пассажирском вагонном депо представлены на рис. 3.

На рис. 3 видно, что текущие расходы в 2013 году по отношению к 2009 году выросли в 2,1 раза, а затраты на капитальный ремонт изменяются, но незначительно. Таким образом, выплаты за прием и очистку сточных вод, выплаты другим предприятиям за прием, хранение и уничтожение отходов, выплаты по охране атмосферного воздуха постоянно растут в отличие от затрат на капитальный ремонт основных производственных фондов по охране окружающей среды.

В этих условиях одним из приоритетных направлений деятельности пассажирского вагонного депо является формирование и последующая реализация долгосрочного комплекса природоохранных мероприятий.

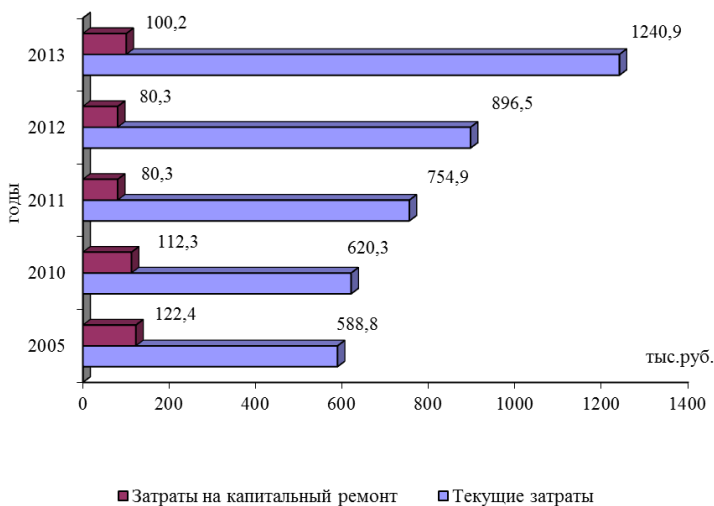


Рис. 3. Капитальные и текущие затраты по охране окружающей среды

Основные выбросы загрязняющих веществ в атмосферу на предприятии происходят вследствие сжигания органического топлива котельной, тепловозами и автотранспортными средствами.

В целях охраны атмосферного воздуха необходимо производить инвентаризацию источников выбросов и составить перечень производств и объектов, являющихся источниками загрязнения атмосферы, с указанием видов загрязняющих веществ в выбросах, их класса опасности и параметров выбросов. Обязательства по проведению инвентаризации источников выбросов загрязняющих веществ в атмосферу закреплены за природопользователями ст. 22 ФЗ «Об охране атмосферного воздуха» [3].

Расчет экономической эффективности природоохранных мероприятий основывается на сопоставлении затрат на их осуществление с экономическим результатом, достигаемым благодаря этим мероприятиям.

Оценка экономической эффективности природоохранных затрат имеет особенности, которые проявляются в различиях видов эффекта, а также в методах их определения. При этом необходимо учитывать следующие обстоятельства:

- если природоохранные затраты обеспечивают прирост прибыли, то эффект от затрат выражается в виде предотвращенных потерь и дополнительных затрат, возникающих в результате загрязнения;
- региональный характер эффекта природоохранных мероприятий требует сопоставления затрат всех природопользователей данной территории;
- большая часть социальных результатов трудно поддается стоимостной оценке.

Показателями общей эффективности природоохранных мероприятий являются чистый дисконтированный доход (ЧДД), индекс доходности (ИД) и срок окупаемости T_0 [2].

При оценке альтернативных вариантов лучшим будет тот инвестиционный проект, чистый дисконтированный доход которого больше.

На основании произведенных расчетов можно сделать вывод о том, что данный проект, перевод котельной с мазута на природный газ, с точки зрения инвестиций эффективен и срок его окупаемости составляет 6,4 года.

При переводе котельной пассажирского вагонного депо на природный газ, количество выбросов вредных веществ в атмосферный воздух сокращается в 12,5 раз, что благотворно влияет на окружающую среду и улучшает условия труда работников предприятия.

Список литературы:

1. Стратегия инновационного развития ОАО «Российские железные дороги» на период до 2015 г. («Белая книга ОАО «РЖД») [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://doc.rzd.ru/doc/public/ru>.
2. Демина Т.А. Учет и анализ затрат предприятий на природоохранную деятельность. – М.: Финансы и статистика, 1990. – С. 61.
3. Федеральный закон Российской Федерации от 4.05.99 № 97-ФЗ «Об охране атмосферного воздуха». – М., 1999. – 231 с.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ СТРУКТУРЫ РЫНКА ТРУДА ПРИМОРСКОГО КРАЯ И ТЕНДЕНЦИЙ ЕГО РАЗВИТИЯ ДО 2017 ГОДА

© Шестак С.А.*

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса,
г. Владивосток

В статье на материалах Приморского краевого комитета государственной статистики раскрывается структура рынка труда в Приморском крае, показаны перспективы его развития до 2017 г. Перспективы развития рынка труда в Приморском крае также рассчитаны с учетом действующих государственных программ социально-экономического развития Приморского края и объективных реалиях рынка.

Ключевые слова: рынок труда, занятость, безработица, структура рынка труда, трудовые ресурсы.

Когда мы говорим о рынке труда и тенденциях его кадрового развития, мы говорим в первую очередь о занятости. По своей сути *занятость* – это *распределение работников по рабочим местам в системе экономики* (федеральной, региональной, муниципальной). Прежде чем говорить о спросе и предложении на региональном рынке труда, следует иметь четкое представление о том, что представляет собой структура занятости на территории, о которой идет речь. Нужно знать, какое требуется количество работников на предприятиях всех форм собственности и отраслей экономики, каких профессий, с какими навыками и уровнем образования, на какие должности и, наконец, какая предлагается зарплата в разрезе этих предприятий, профессий, навыков и должностей. Необходимо иметь представление о профессиональном потенциале населения трудоспособного возраста – то есть знать совокупное количество населения территории, обладающее требуемым образованием, профессией и навыками и понимать, готово ли это население предлагаемые вакансии занять. Только с опорой на эти знания можно говорить о структуре спроса и предложения на рынке труда и тенденциях его развития [1, 2].

Для определения потребности экономики в кадрах необходимо представлять её структуру.

Отметим, что в нашем исследовании мы оперировали данными Управления государственной службы занятости населения Приморского края (далее – УФГСЗН ПК), которые на сегодняшний день имеют максимальную актуализацию на 2013, поскольку статистической обработки данных на 2014 г. еще нет. Однако, для общего понимания состояния рынка труда и структуры

* Студент.

экономики – эти данные для нас актуальны, поскольку рынок труда и экономические структуры не подвержены быстрым изменениям.

На 1 ноября 2013 г. общая численность предприятий и организаций Приморского края составляла 61642 предприятия, из которых 26374 – предприятия малого и среднего бизнеса (причем из них 23351 – микропредприятия, с численностью персонала до 5 человек), остальные – предприятия крупного бизнеса, учреждения и организации различных форм собственности. Количество индивидуальных предпринимателей в 2011 году составляло 54 215 единиц. Таким образом, общее число хозяйствующих субъектов в Приморье в 2011 году составило 115857 единиц, из которых 77566 предприятия – микропредприятия и индивидуальные предприниматели.

На 1 января 2014 г. общая численность предприятий и организаций Приморского края составляла 61642 предприятия, из которых 26374 – предприятия малого и среднего бизнеса (причем из них 23351 – микропредприятия, с численностью персонала до 5 человек), остальные – предприятия крупного бизнеса, учреждения и организации различных форм собственности. Количество индивидуальных предпринимателей в 2013 году составляло 54 215 единиц. Таким образом, общее число хозяйствующих субъектов в Приморье в 2011 году составило 115857 единиц, из которых 77566 предприятия – микропредприятия и индивидуальные предприниматели.

Общая численность населения трудоспособного возраста в Приморском крае в 2013 году составила 1206,4 тыс. чел., из которых в экономике было занято 989,3 тыс. чел. [3, с. 50]. На долю малых предприятий пришлось 106,2 тыс. чел., причем 29,0 тыс. чел. – работники микропредприятий. Общая численность безработных в 2013 году составила 87,4 тыс. чел. [3, с. 81] Уровень зарегистрированной безработицы составил 1,9 % при общем уровне безработицы – 8,1 %.

На конец 2013 года в «пятерку» отраслей с наибольшей численностью занятых вошли:

1. оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования (183,6 тыс. человек);
2. транспорт и связь (112,1 тыс. человек);
3. обрабатывающие производства (109,1 тыс. человек);
4. образование (82,3 тыс. человек);
5. государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное страхование (80,4 тыс. человек).

В 2013 году отмечается увеличение численность занятых в строительстве (на 8,2 тыс. человек) и в сфере государственного управления (на 4,5 тыс. человек) по сравнению с предшествующим годом.

В 2013 году 57,3 % занятых приходилось на частной сектор экономики. На государственных и муниципальных предприятиях и организациях было

занято соответственно 21,3 и 10,3 % работников. Доля занятых на предприятиях других форм собственности менее 10 %.

Отметим, что Приморский край занимает первое место среди регионов ДВФО по доле занятых в частном секторе. В Чукотском автономном округе на частные предприятия приходится только 20,1 % занятых.

Структура распределения занятого и безработного населения Приморского края по уровню образования приведена в табл. 1.

Таблица 1

**Уровень образования занятых и безработных
в Приморском крае в 2013 году [4, 5]**

	ВПО, %	СПО, %	НПО, %	Не имеют профессионального образования, %
Занятые в экономике	29,3	25,0	24,9	20,2
Безработные	16,7	18,7	20,2	44,5

Как видно из таблицы, среди занятых в экономике Приморского края на первом месте по численности находятся лица с высшим профессиональным образованием (ВПО), на втором – со средним профессиональным (СПО), на третьем – с начальным профессиональным (НПО), на последнем – без профессионального образования. Чем выше уровень образования, тем больше доля занятых в экономике.

Специалисты с высшим образованием оказываются также на первом месте в экономике Хабаровского и Камчатского краев [4, 5].

Противоположный пример распределения занятых по уровню образования можно найти в Еврейской автономной области, где в 2013 году на первом месте были лица без профессионального образования (38,4 %), на втором – со средним профессиональным образованием (24,8 %), на третьем – с начальным (21,0 %), на последнем – с высшим (15,8 %).

Значительную часть безработных Приморья (44,5 %), по данным службы УФСЗН ПК, это люди не имеющие профессионального образования. Безработных с высшим образованием меньше всего (16,7 %). Между численностью безработных и уровнем профессиональной подготовки обнаруживается обратная зависимость: чем выше уровень образования, тем меньше доля безработных.

Следует отметить, определенную стабильность структуры рынка труда в Приморском крае, с тенденцией к сокращению безработицы.

Перспективными тенденциями, которые можно отметить в динамике структуры рынка труда края можно назвать дальнейшее увеличение занятых в государственном секторе экономики, в связи с реформой системы государственного и муниципального управления, направленной на диверсификацию полномочий органов государственной и муниципальной служб; дальнейшим ростом численности занятых в строительной отрасли, что будет связано с ростом объемов строительства при реализации инвестиционных

проектов Комплексной программы социально-экономического развития Приморского края до 2017 года.

Реализация в Приморском крае проектов по развитию туризма, предполагает в свою очередь развитие средств размещения (гостиницы, отели разного уровня). По данным департамента международного туризма и сотрудничества администрации Приморского края, по программе «Развития внутреннего и въездного туризма в Приморском крае на период 2013-2017 годы» планируется достичь к 2017 году показателя по въездному туризму 5,5 млн. туристов. Это определяет создание новых рабочих мест и увеличение занятости в сфере туризма и гостинично-ресторанного сервиса. Одновременно для обеспечения благоприятного инвестиционного климата в Приморском крае планируется в 2013 году разработка инвестиционной Стратегии, которая будет предполагать создание и развитие механизмов профессиональной подготовки и переподготовки по специальностям, соответствующим инвестиционной Стратегии региона и потребностям инвесторов. Предполагается это будут специалисты в области инвестиций, нефтепереработки и нефтедобычи, рыбопереработки и малого судостроения. При этом Стратегия будет предполагать разработку регламента прогнозирования потребности специалистов на рынке труда сроком на 7 лет, и развития в вузах образовательных программ, направленных на удовлетворения в специалистах новых производств¹. Можно отметить, что этот документ будет в большей степени относиться к развитию различных инженерных специальностей.

Список литературы:

1. Шестак О.И. Структура потребности в специалистах и кадровые проблемы российской экономики (на примере анализа рынка труда в Приморском крае) / О.И. Шестак // Ойкумена. Регионоведческие исследования. – 2012. – № 4 (23). – С. 24-36.
2. Шестак О.И. Социальные трансформации на Российском Дальнем Востоке / О.И. Шестак // Ойкумена. Регионоведческие исследования. – 2012. – № 4 (23). – С. 5-6.
3. Российский статистический ежегодник. 2013: Стат. сб. / Росстат. – М., 2013. – 795 с.
4. Труд и занятость в России. 2013: Стат. сб. / Росстат – М., 2013. – 637с.
5. Трудовые ресурсы и затраты труда в Приморском крае. 2013: Сборник / Приморскстат. – 2013. – 50 с.

¹ Стандарт деятельности органов исполнительной власти субъекта Российской Федерации по обеспечению благоприятного инвестиционного климата в регионе // Утвержден решением наблюдательного совета АНО «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов» от 3 мая 2012 г., протокол № 2.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА

© Шубина С.С.*

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса,
г. Владивосток

Одной из важнейших проблем на современном этапе развития экономики большинства стран мира, является проблема в области работы с персоналом. Нет таких организаций, про которые можно сказать, что они функционируют в стабильной среде. В мире, в стране, в регионе, да и в самой компании происходят постоянные изменения – политические, экономические, технологические, структурные, меняются и люди, работающие в организации. Успеха добиваются те компании, которые готовы работать в условиях изменений видят перспективу и работают на нее.

Стимулирование играет огромную роль в организации деятельности предприятия, так оно направлено на мотивацию работника к эффективному и качественному труду, который не только покрывает издержки работодателя на организацию процесса производства, оплату труда, но и позволяет получить определенную прибыль. Тогда как полученная прибыль идет не только в карман работодателю, а используется на выплату налогов в федеральный и местный бюджеты, на расширение производства. Таким образом, стимулирование труда наемных работников не является частным делом конкретного предприятия и организации, а играет важную роль в экономическом развитии страны, в процветании национальной экономики.

Современный этап экономических реформ в России характеризуется тем, что предприятия работают в обстановке растущих требований различных общественных групп. В этой связи особую актуальность приобретает создание эффективной системы стимулирования работников.

Объект исследования – предприятие ИП Уланова Н.А.

Предметом – система стимулирования персонала на предприятии.

Цель работы – изучение теоретических и практических аспектов стимулирования труда, разработка и внедрение мероприятий по совершенствованию систем стимулирования персонала на предприятии.

Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд задач:

- исследовать теоретические аспекты процесса стимулирования труд;
- проанализировать кадровый состав и методы стимулирования персонала на предприятии ИП Уланова Н.А.
- разработать мероприятия по совершенствованию системы стимулирования труда на предприятии ИП Уланова Н.А.

* Студент кафедры ЭМ.

- оценить эффективность предложенных мероприятий по совершенствованию системы стимулирования труда на предприятии.

Методическую основу работы составили труды специалистов в области управления персоналом, таких как: С.А. Шапиро, В.П. Галенко, О.А. Зайцева.

Стимулы являются инструментами, вызывающими действие определенных мотивов. В качестве стимулов выступают какие-то предметы, действия других людей, носители обязательств и возможностей, все то, что может быть предложено человеку в качестве компенсации за его действия или того, что он хотел бы приобрести в результате определенных действий. Человек реагирует на многие стимулы не сознательно. В ряде случаев его реакция может и не поддаваться сознательному контролю [6, с. 17].

Существуют различные теории мотивации. Развитие, их носило эволюционный, а не революционный характер. Эти теоретические построения используются в решении ежедневно возникающих задач побуждения людей к эффективному труду.

1. Теории содержания мотивации. Теории содержания мотивации анализируют факторы, оказывающие влияние на мотивацию. В значительной мере фокус этих теорий сконцентрирован на анализе потребностей и их влиянии на мотивацию. Эти теории описывают структуру потребностей, их содержание и то, как данные потребности связаны с мотивацией человека к деятельности. В данных теориях делается попытка дать ответ на вопрос о том, что внутри человека побуждает его к деятельности. Наиболее известными теориями мотивации этой группы являются: теория иерархии потребностей А. Маслоу, теория FRGK. Альдерфера, теория приобретенных потребностей Д. Мак-Клелланда, теория двух факторов Ф. Герцберга и др. [1, с. 153].

2. Теории процесса мотивации. Теории данного типа составляют группу теорий процесса мотивации. Самая общая концепция мотивации сводится к следующим положениям. Человек, осознав задачи и возможное вознаграждение за их решение, соотносит эту информацию со своими потребностями, мотивационной структурой и возможностями, настраивает себя на определенное поведение, вырабатывает определенное расположение и осуществляет действия, приводящие к конкретному результату, характеризующемуся определенными качественными и количественными характеристиками. В современной управленческой мысли и практике существует ряд теорий, которые достаточно подробно и на операционном уровне описывают процесс мотивации (теории ожидания К. Левина, предпочтения и ожидания В. Врума, теория подкрепления Б.Ф. Скиннера, теория справедливости Портера-Лоулера (авторы теории – Л. Портер и Э. Лоулер), модель выбора риска (Д. Аткинсона, теория «Икс» и «Игрек» Д. Макгрегора и др.) [4, с. 485].

Далее были рассмотрены состав и структура компании проанализированы основные показатели экономической деятельности предприятия, проведен анализ численности и структуры персонала, и анализ движения персонала, да-

на оценка существующей системы стимулирования. В компании трудится 32 человека, средний возраст работников составляет 35 лет. Численность работников в компании растет, с небольшим процентом текучести. Были рассмотрены такие показатели как доходы, прибыль, расходы, рентабельность, и другие.

Исходя из основных технико-экономических показателей, можно отметить, что деятельность предприятия рентабельна, выручка в 2013 году увеличивается более высокими темпами, чем расходы. Производительность труда увеличивается, затраты на один рубль реализованной продукции имеют снижение, а рентабельность имеет рост. То есть деятельность предприятия в 2013 году более эффективна по сравнению с прошлыми годами. Анализ этих показателей показал положительную динамику, предприятие работает и получает прибыль. Исходя из имеющейся информации, полученной в ходе анализа документов предприятия, бухгалтерских отчетов, проведенного опроса, анкетирования, тестирования, нами были выявлены следующие проблемные зоны – большая часть сотрудников, считает, что их труд оплачивается недостаточно хорошо. В целом, показатели несовершенства существующей системы стимулирования на предприятии ИП «Уланова Н.А.» таковы:

- отсутствие выраженной системы поощрения сотрудников компании;
- неблагоприятный социально-психологический климат в коллективе компании;
- нет разработанного положения о премировании, положения об оплате труда, которое бы позволило сотрудникам четко понимать их перспективы в дополнительном заработке.

На основе проведенного анкетирования сотрудников было выявлено, что сотрудники не ознакомлены о положениях о заработной плате и премировании.

Данная ситуация сложилась в силу того, что руководство магазина мало внимания уделяет информированию сотрудников и наиболее важными считает финансовые, маркетинговые и технологические проблемы. Отсутствие менеджера по персоналу и стимулирующих аспектов в работе с персоналом оказываются практически вне сферы внимания руководителя магазина. Результатом подобного отношения являются значительные сложности в достижении стратегических целей, требуемого уровня качества услуг по обслуживанию покупателей, а также достаточно высокий уровень скрытого недовольства сотрудников. Из всех рассмотренных показателей можно сделать вывод, что предприятию необходимо реформирование.

Исходя из результатов проведенного анализа, руководителю были предложены некоторые рекомендации по совершенствованию системы управления и стимулированию сотрудников, для того, чтобы выдержать условия конкуренции.

Для дальнейшего успешного существования, прежде всего, необходимо дать людям стимул работать именно на этом предприятии. Для этого для на-

чала нужно поднять заработную плату сотрудников путём системы премирования на уровень других предприятий города из данной сферы деятельности. Для ввода системы премирования, прежде всего, необходимо разработать и утвердить положение о премировании в организации.

Цель внедряемых мероприятий – повышение эффективности деятельности через хорошее, отвечающее ожиданиям, стимулированием персонала. Экономический эффект от внедрения мероприятий – это разница между планируемым приростом выручки, вызванного предлагаемыми мероприятиями, и расходами на эти мероприятия.

Об эффективности системы стимулирования системы труда можно судить по эффективности системы премирования на предприятии, являющейся главной из форм ее проявления. Экономически эффективной можно считать такую систему премирования, которая формирует уровень оплаты в соответствии со степенью выполнения показателей и условий премирования и обеспечивает достижение эффекта большего, чем соответствующая ему премиальная часть заработной платы, или равного этой части.

При оценке эффективности системы премирования необходимо дать ей качественную оценку с точки зрения выполнения ею своего функционального назначения. Для этого выявляется: соответствие установленных показателей премирования к задаче предприятия; обоснованность размеров поощрения. Система премирования не оказывает стимулирующего воздействия, если премии слишком низкие (менее 7-10 % тарифной ставки, должностного оклада) [5, с. 214].

После введения премиальной системы заработная плата работников увеличилась, стала более, соответствующей трудоёмкости и более конкурентоспособной.

Введение системы премирования положительно сказалось на экономических показателях предприятия. Путём повышения заработной платы сотрудников за счёт системы премирования при небольшом увеличении расходов удалось добиться повышения выручки предприятия, что привело к повышению чистой прибыли. Повышение прибыли повысило рентабельность продаж, рентабельность продукции и производительность труда, так же сократив расходы на 1 рубль реализованной продукции.

Премия является частью заработной платы работника и, хотя она в данном случае выдаётся за добросовестное выполнение трудовых обязанностей, установленных норм труда, соблюдение трудовой дисциплины, требований по охране труда и правил внутреннего трудового распорядка, т.е. фактически за обычные обязанности сотрудников. И получать её будут практически все, для контроля производительности труда в положении о премировании введены нарушения, за которые предусматривается лишение премии. Законодательно запрещено штрафовать сотрудников на заработную плату, но никто не запрещает лишить сотрудника премии за нарушения, предусмотрен-

ные положением о премировании, поэтому возможность лишения премии может сотрудникам качественно выполнять свои должностные обязанности и должностные инструкции, а так же соблюдать трудовую дисциплину.

Грамотное стимулирование сотрудников, а премирование безусловно является частью стимулирования, позволяет с небольшими затратами увеличивать эффективность предприятия, повышая его прибыльность и помогая ему в достижении поставленных целей. Сотрудник, довольный своей работой и, в первую очередь её заработной платой, будет с удовольствием отдавать работе больше сил и энергии, выполнять её более качественно и ответственно, что всегда положительно скажется на производительности труда на предприятии. Система премирования разрабатывается непосредственно для стимулирования эффективного труда и обеспечения единства в оценке трудового вклада рабочих, руководителей, специалистов и служащих. Премии можно назначить или нет и таким образом стимулировать трудовую активность работников, достижение ими высоких результатов.

Список литературы:

1. Виханский О.С. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс: учебное пособие / О.С. Виханский. – М.: МГУ, 2010. – 588 с.
2. Галенко В.П. Управление персоналом и эффективность предприятий / В.П. Галенко, О.А. Страхова, С.И. Файбушевич. – М.: Ника-Центр, 2010. – 324 с.
3. Основы менеджмента / О.А. Зайцева, А.А. Радугин, К.А. Радугин и др. – М.: Юнити, 2011. – 298 с.
4. Кибанов А.Я. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: учебник / А.Я. Кибанов, Е.А. Митрофанова, М.В. Ловчева, И.А. Баткаева. – М.: Инфра-М, 2010. – 510 с.
5. Семочкин В.Н. Гибкое развитие предприятия. Анализ и планирование: учебник / В.Н. Семочкин. – М.: Дело, 2010. – 376 с.
6. Уткин Э.А. Основы мотивационного менеджмента / Э.А. Уткин. – М.: Изд-во «Гандем», 2012. – 272с.
7. Шапиро Н.А. Мотивация и стимулирование персонала / Н.А. Шапиро. – М.: ГроссМедиа, 2012. – 224 с.

Секция 9

***ФИНАНСЫ
И НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА***

МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ В РК

© **Абдурахманов Н.М.***

Алматинской технологической университет,
Республика Казахстан, г. Алматы

В статье освещаются вопросы перехода на Международные стандарты финансовой отчетности и Международные стандарты аудита в Республике Казахстан. Международные стандарты финансовой отчетности – это постоянно обновляемая система, которая модернизируется как редакционное, так и периодически меняет названия. В основе этих преобразований лежит унификация принципов бухгалтерского учета, используемых компаниями во всем мире для составления финансовой отчетности. В Республике Казахстан продолжается интенсивное развитие экономики и, как следствие, возникает необходимость пересмотра ранее действовавших нормативных актов и разработка новой законодательной базы. Одной из таких систем, находящихся в процессе реформирования, является бухгалтерская учетная система Республики Казахстан. Внедрение МСФО обусловлено интеграцией Казахстана в мировую экономику и вступлением в ВТО, направлено на обеспечение в обрабатывающей промышленности среднегодовых темпов роста в размере 8-8,4 %, повышение производительности труда к 2015 году по сравнению с 2000 годом не менее чем в 3 раза и снижение энергоемкости ВВП в 2 раза; повышение производительности основных фондов обрабатывающей промышленности; создание предпринимательского климата, структуры и содержание общественных институтов, которые будут стимулировать частный сектор и совершенствовать конкурентное преимущество, осваивать элементы в цепочке добавленных стоимостей в конкретных производствах.

Ключевые слова: Международные стандарты финансовой отчетности, унификация принципов бухгалтерского учета, бухгалтерская учетная система, повышение производительности труда, создание предпринимательского климата.

Международные стандарты финансовой отчетности – стандарты финансовой отчетности, утвержденные Фондом Комитета международных стандартов финансовой отчетности. Это постоянно обновляемая система, которая модернизируется как редакционно, так и периодически меняет названия. В основе этих преобразований лежит унификация принципов бухгалтерского учета, используемых компаниями во всем мире для составления финансовой отчетности [1].

* Доцент кафедры «Бухгалтерский учет и финансы», кандидат экономических наук.

Отличительной особенностью МСФО является многовариантность подходов к решению учетных проблем. Примером может служить возможность использования альтернативных методов начисления амортизации (износа) основных средств, учета запасов, инвестиций и др.

Необходимость перехода на Международные стандарты финансовой отчетности и Международные стандарты аудита определяется общей политикой государства и стратегией реформ, ориентированных на построение рыночной экономики в Казахстане. Следовательно, интегрирование Казахстана в мировую экономику требует включения норм или отдельных документов международных общественных организаций в казахстанское право и придания им статуса нормативных правовых актов Республики Казахстан.

Международные стандарты финансовой отчетности – это постоянно обновляемая система, которая модернизируется как редакционное, так и периодически меняет названия. В основе этих преобразований лежит унификация принципов бухгалтерского учета, используемых компаниями во всем мире для составления финансовой отчетности.

В Республике Казахстан продолжается интенсивное развитие экономики и, как следствие, возникает необходимость пересмотра ранее действовавших нормативных актов и разработка новой законодательной базы. Одной из таких систем, находящихся в процессе реформирования, является бухгалтерская учетная система Республики Казахстан. При этом реформа затронула не только методологические основы, но и организационную структуру участников этой системы.

Национальное законодательство служит стержнем государственного регулирования бухгалтерского учета. Национальное законодательство – совокупность общеобязательных правовых актов, издаваемых органами государственной власти с соблюдением определенных процедур установленной формы. До 2007 года основными нормативными документами, регулирующими бухгалтерский учет, являлись Закон Республики Казахстан «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности», Указ Президента Республики Казахстан «О государственной программе развития и совершенствования бухгалтерского учета и аудита в РК на 1998-2000 годы» от 28.01.98 г. № 3838 и другие [2]. Они устанавливали единые правовые, методологические основы учета и отчетности для всех хозяйствующих юридических субъектов и физических лиц, занимающихся предпринимательской деятельностью, зарегистрированных на территории Казахстана.

Существенной особенностью Закона «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» является то, что он создает методологические основы сбора, регистрации и обобщения информации, осуществляемых путем сплошного и непрерывного документального учета всех хозяйственных операций. Основные задачи бухгалтерского учета и финансовой отчетности – обеспечение субъекта, а также других заинтересованных лиц полной и достоверной информацией о его хозяйственной деятельности.

Как известно, 28.02.2007 г. был принят новый Закон Республики Казахстан «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» № 234-III, который вступил в силу с 24.03.07 г. и обозначил очередной этап в реформировании учетной системы Республики Казахстан [3].

Дальнейшее развитие системы бухгалтерского учета и финансовой отчетности необходимо осуществлять в целях повышения качества, прозрачности и сопоставимости информации, формируемой в бухгалтерском учете и финансовой отчетности в соответствии с МСФО по следующим основным направлениям:

- подготовка и переподготовка специалистов, занятых организацией и ведением бухгалтерского учета, аудитом финансовой отчетности;
- упрощение порядка ведения бухгалтерского учета и составления финансовой отчетности для субъектов малого и среднего предпринимательства;
- изменение системы регулирования бухгалтерского учета и финансовой отчетности на основе международного опыта;
- участие в международном процессе развития бухгалтерского учета и аудита.

Необходимость перехода на Международные стандарты финансовой отчетности и Международные стандарты аудита определяется общей политикой государства и стратегией реформ, ориентированных на построение рыночной экономики в Казахстане.

Следовательно, интегрирование Казахстана в мировую экономику требует включения норм или отдельных документов международных общественных организаций в казахстанское право и придания им статуса нормативных правовых актов Республики Казахстан.

В связи с этим в Закон Республики Казахстан «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» от 28 февраля 2007 г. № 234 была введена статья 16, из которой следует, что МСФО должны стать составной частью национального законодательства Республики Казахстан, а определенные статьей 2 закона субъекты предпринимательства обязаны составлять финансовую отчетность в соответствии с этими стандартами [4].

У всех пользователей отчетности есть определенные ожидания в части содержания информации в финансовой отчетности. Для эффективного выполнения бухгалтерским учетом свойственных ему задач финансовая отчетность должна удовлетворять таким требованиям как профессионализм, прозрачность, независимость, актуальность, стандартность, а также соответствовать принципам и основным качественным характеристикам бухгалтерского учета и финансовой отчетности.

Мировой опыт показывает, что такие качественные характеристики как понятность, уместность, надежность и сопоставимость, определяющие полезность информации, достигаются непосредственным использованием меж-

дународных стандартов или применением их в качестве основы построения национальной системы бухгалтерского учета и финансовой отчетности. Экономическая перспектива применения МСФО и МСА заключается в более эффективном распределении капитала, более широком выборе капиталовложений и росте их рентабельности, упрощается выход на мировой рынок, появляется возможность снижения затрат на привлечение капитала. Что в следствие приведет к развитию новых бизнес структур, появлению новых рабочих мест, снижению безработицы, повышению конкурентоспособности казахстанских организаций на международных рынках, к экономическому росту страны в целом.

Таким образом, внедрение МСФО обусловлено интеграцией Казахстана в мировую экономику и вступлением в ВТО, направлено на усиление казахстанских организаций на международных рынках.

Стратегия индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2003-2015 годы [5].

Разработана в соответствии с поручениями Президента Республики Казахстан, данными в Послании народу Казахстана «О положении в стране и об основных направлениях внутренней и внешней политики на 2002 год» и на десятом Форуме предпринимателей Казахстана.

Министерство экономики и бюджетного планирования Республики Казахстан совместно с министерствами индустрии и торговли, образования и науки, транспорта и коммуникаций, труда и социальной защиты населения, энергетики и минеральных ресурсов, финансов Республики Казахстан, Агентством по регулированию естественных монополий и защите конкуренции, Национальным Банком.

Достижение устойчивого развития страны путем диверсификации отраслей экономики, способствующей отходу от сырьевой направленности, подготовка условий для перехода в долгосрочном плане к сервисно-технологической экономике.

Обеспечение в обрабатывающей промышленности среднегодовых темпов роста в размере 8-8,4 %, повышение производительности труда к 2015 году по сравнению с 2000 годом не менее чем в 3 раза и снижение энергоёмкости ВВП в 2 раза; повышение производительности основных фондов обрабатывающей промышленности; создание предпринимательского климата, структуры и содержание общественных институтов, которые будут стимулировать частный сектор и совершенствовать конкурентное преимущество, осваивать элементы в цепочке добавленных стоимостей в конкретных производствах, добываясь наибольшей добавленной стоимости; стимулирование создания наукоемких и высокотехнологичных экспорто ориентированных производств; диверсификация экспортного потенциала страны в пользу товаров и услуг с высокой добавленной стоимостью; переход к мировым стандартам качества; развитие интеграции с региональной и мировой экономикой с включением в мировые научно-технические и инновационные процессы.

Список литературы:

1. Международные стандарты финансовой отчетности (МСФО), международные стандарты бухгалтерского учета.
2. Закон Республики Казахстан «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности», Указ Президента Республики Казахстан «О государственной программе развития и совершенствования бухгалтерского учета и аудита в РК на 1998-2000 годы» от 28.01.98 г. № 3838.
3. Закон Республики Казахстан «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» № 234-III, который вступил в силу с 24.03.07 г. и обозначил очередной этап в реформировании учетной системы Республики Казахстан.
4. Закон Республики Казахстан «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» от 28 февраля 2007 года № 234.
5. Стратегия индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2003-2015 годы.

ФИНАНСОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ: ОБЗОР ФОРМИРОВАНИЯ ПОНЯТИЙНОГО АППАРАТА В СОВРЕМЕННЫХ РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ

© Амуленкан В.Ю.*, Близкий Р.С.♦

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса,
г. Владивосток

В тезисах с учетом мировых процессов глобализации экономик стран, развитии рыночных и финансово-кредитных отношений формируется актуальное внимание к пониманию наполнения ретроспективного анализа содержания термина «финансовая устойчивость». В исследовании проведен обзор и попытка систематизации оценки научных трудов с точки зрения авторского понимания, осознания сущности и перспектив реализации эволюции термина в современной бизнес среде коммерческих структур.

Ключевые слова: финансовый менеджмент, рынок, устойчивость, капитализация, финансовые ресурсы, финансовая устойчивость, платежеспособность, прибыль.

Современные рынки функционирования коммерческих структур разно-сторонние в своих возможностях, целях и задачах. При этом реализация рациональных управленческих решений направлены на повышение прибыли и финансовой устойчивости коммерческих структур. Постоянное стремление современного менеджмента к поиску оптимальности и своевременности решений капитализации бизнес-процессов предприятий, в том числе за

* Студент.

♦ Профессор кафедры Экономики и менеджмента, доктор экономических наук.

счет привлечения дополнительных финансовых продуктов обуславливает особое внимание к проблемам обеспечения и архитектуры наполнения финансовой устойчивости функционирования коммерческих структур на конкурентном рынке.

Реализация подходов в оценке уровня финансовой устойчивости предприятия достаточно сложный процесс с использованием широкого набора показателей, на основе обработки которых можно сформировать комплекс оперативных и долгосрочных мер по противодействию негативным факторам, предупреждению и определению возможных отрицательных последствий угроз.

Обоснование, рассмотрение, обзор и детализация специфических особенностей формирования понятийно-терминологического аппарата в современных условиях финансовой устойчивости на предприятии – актуальна не только с методической точки зрения, а также с позиции определения состояния финансовых ресурсов, отражающих ключевые потребности развития предприятия с учетом рыночной конъюнктуры и эффективности задач финансового менеджмента. При этом учитывать влияние рынка на финансовую устойчивость, как сложного организационно-экономического механизма, лучше всего через выделение укрупненных процессов на нем [1, с. 20].

Процесс исследования содержания финансовой устойчивости, на наш взгляд, свидетельствует о том что следует исходить из определения понятия «устойчивость», которое под факторами эволюционно-трансформационных экономических процессов интегрировалось в понятие «финансовая устойчивость».

Так по мнению В.О. Омельченко «устойчивость» рассматривается в качестве одного из понятий концепции экономического равновесия, обеспечения безопасности, согласно которой достижение и удержание стационарно-равновесного состояния в экономике относится к числу важнейших микро- и макроэкономических задач, что предполагает стремление перевести разбалансированную систему в оптимальное состояние [2, с. 43].

Ильясов С.М. определяет устойчивость экономической системы как «свойство возвращаться в равновесный, исходный или близкий к нему установившийся режим после выхода из него в результате какого-либо воздействия». Реализует ученый интересный подход, что «переход из зоны устойчивости в неустойчивое положение определяется не линией границы, а какой-то областью, которую можно назвать областью перехода» [3, с. 45].

По мнению А.В. Тен, «устойчивость – это динамическая категория, предусматривающая сохранение целостности системы и способности выполнять ею свои функции в процессе адаптации к окружающей среде [4, с. 6].

Таким образом, систематизация термина «устойчивость» позволяет сделать вывод: «устойчивость в любом его проявлении – это прежде всего развитие соответствующих ресурсов и бизнес-процессов коммерческой структуры адаптированной к эволюции и трансформации внешних и внутренних условий реализации его деятельности в рыночных условиях».

Мировые процессы глобализации экономик стран, развитие рыночных и финансово-кредитных отношений формирует внимание к пониманию наполнения содержания термина «финансовая устойчивость». Особой специфической чертой в системе оценки эффективности и стабильности бизнес-процессов коммерческой структуры содержания «финансовая устойчивость» проявляется при анализе и планировании финансового состояния предприятия, оценке его инвестиционной привлекательности.

Так Р.С. Близкий рассматривая финансовую устойчивость в оценке инвестиционной привлекательности предлагает, реализовывать механизм финансирования инвестиционных программ на примере развития плодоовощного хозяйства предлагает математическую модель определения оптимального распределения финансовых ресурсов в соответствии с механизмами абсолютных и обратных приоритетов на микро- и макро уровнях потребителей [5, с. 71].

Корнилова Л.М. и многие ученые вкладывают в понимание финансовой устойчивости синтетическую категорию, которая отражает ликвидность активов, платежеспособность, деловую активность и другие характеристики субъектов рыночных отношений [6, с. 8].

Обоснование сущности финансового состояния и финансовой устойчивости в обеспечении жизнедеятельности субъектов хозяйствования прослеживается во мнении Г.В. Савицкой. Так с одной стороны, финансовое состояние предприятия – это экономическая категория, отражающая состояние капитала в процессе его кругооборота и способность субъекта хозяйствования к саморазвитию на фиксированный момент времени, с другой – в процессе хозяйственной деятельности происходит непрерывный процесс кругооборота капитала, изменяется структура средств и источников их формирования и, как следствие, изменяется финансовое состояние хозяйствующего субъекта, внешним проявлением которого выступает платежеспособность [7, с. 271].

Ковалев В.В. формирует отношение к финансовой устойчивости, которая предполагает «способность предприятия поддерживать целевую структуру источников финансирования», включая обособленное внимание на то что сама организация и любые заинтересованные в ее деятельности лица должны отслеживаться с позиции долгосрочной перспективы [8, с.126].

Таким образом, учитывая тенденции развития дефиниции вышеупомянутых ученых сформируем свое авторское понимание с точки зрения менеджмента сущности понятия финансовой устойчивости коммерческих структур. Финансовая устойчивость – это показатель состояния эффективно сформированного профессионализма использования инструментария финансовым менеджментом, в процессе реализации финансовых ресурсов, с целью обеспечения долгосрочной перспективы стабильного функционирования и поэтапного развития текущей, финансовой и инвестиционной деятельности предприятия на рынке в конкурентных условиях.

Список литературы:

1. Близкий Р.С. Рынок как совокупность субъектно-объектных взаимоотношений [Текст] / Р.С. Близкий // Торговля и рынок Украины (ДонНУЭТ). – 2010. – № 30 (2). – 540 с.
2. Омельченко В.О. Финансовая устойчивость коммерческих организаций: сущность, понятия, способы оценки [Текст] / В.О. Омельченко // Вестник РГЭУ (РИНХ). – 2013. – № 3 (43) – 208 с.
3. Ильясов С.М. О сущности и основных факторах устойчивости банковской системы / С.М. Ильясов // Деньги и кредит. – 2006. – № 2. – С. 45-46.
4. Тен А.В. Инструменты поддержки принятия решений по обеспечению устойчивого функционирования и развития коммерческой организации [Текст] / А.В. Тен. – М.: Экономическая газета, 2012. – 293 с.
5. Близкий Р.С. Маркетинговый подход к созданию системы управления развитием плодоовощной промышленностью [Текст] / Р.С. Близкий // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності – Маріуполь: ДВНЗ «ПДТУ», 2011. – Т. 3. – С. 71-76.
6. Корнилова Л.М. Организационно-экономические факторы повышения финансовой устойчивости хозяйствующих субъектов [Текст] / Л.М. Корнилова, О.В. Елагина, Н.В. Борисова. – СПб.: Изд. политех. ун-та, 2011. – 132 с.
7. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий [Текст]: учеб. пособие / Г.В. Савицкая. – 5-е изд., испр. и доп. – Минск: Новое знание, 2011. – 287 с.
8. Ковалев В.В. Анализ баланса, или как понимать баланс [Текст]: учеб.-практ. пособие / В.В. Ковалев, Вит.В. Ковалев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Проспект, 2010. – 369 с.

ПЛАНИРОВАНИЕ ПРИБЫЛИ И РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

© Дзагаждова Л.А.*, Мирошникова Т.К.♦

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса,
г. Владивосток

В статье рассматриваются теоретические аспекты планирование прибыли и рентабельности деятельности сельскохозяйственных предприятий.

Ключевые слова: планирование прибыли, методы планирования, бизнес-планирование, рентабельность, доходность, инфляция, конъюнктура рынка.

* Студент.

♦ Доцент кафедры Экономики и менеджмента, кандидат экономических наук.

Прибыль и рентабельность предприятия – это показатели, отражающие экономическую эффективность работы компании. При этом на размер полученной прибыли влияет множество факторов, как внутренних, так и внешних. На финансовый результат оказывают воздействие себестоимость продукции, качество и ее ассортимент, учетная политика компании и политика продаж, а также многие другие факторы. Извне на размер прибыли влияют инфляция, конъюнктура рынка, спрос и покупательская способность потребителей, общие условия, в которых работает ваша компания [1].

Рост прибыли предполагает рост инвестиционной привлекательности предприятия. Прибыль является основным фактором экономического и социального развития не только для предприятия, но и для экономики страны. Поэтому экономически обоснованное планирование прибыли на предприятиях имеет существенное значение.

Важной целью планирования прибыли является определение возможностей предприятия в финансировании своих потребностей.

Основными методами планирования прибыли являются: метод прямого счета, аналитический метод, метод, основанный на эффекте производственного рычага (операционного рычага) – CVP анализ [2].

В настоящее время в связи с постоянно меняющимися условиями хозяйствования и с тем, что прибыль определяется в целом по предприятию, исходя из объема валового дохода, валовых расходов и величины амортизации, наиболее приемлемым для планирования прибыли является аналитический метод.

Сельское хозяйство является важной отраслью экономики страны. Агрпромышленная политика нашей страны сегодня направлена на то, чтобы сделать ее высокоэффективной, конкурентоспособной, существенно повысить надежность обеспечения страны продукцией сельского хозяйства, улучшить ее качество. Ставится задача провести преобразование экономических отношений в сельском хозяйстве, смысл которой заключается в том, чтобы дать сельским жителям возможности для проявления самостоятельности, предпринимательства и инициативы.

Рентабельность продукции является важнейшим показателем экономической эффективности сельскохозяйственного производства. В нем синтезируются все стороны хозяйственной деятельности, аккумулируются результаты использования всех производственных ресурсов. Повышение рентабельности является актуальной задачей отраслей и предприятий. От уровня рентабельности продукции зависят темпы расширенного воспроизводства, уровень закупочных и розничных цен на сельскохозяйственную продукцию. Рост рентабельности способствует повышению финансовой устойчивости предприятия.

Особую актуальность приобретают вопросы повышения рентабельности на современном этапе. Поиск резервов ее повышения помогает многим

предприятиям повысить свою конкурентоспособность, избежать банкротства и выжить в современных условиях экономики.

На основе анализа рентабельности можно определить, какие виды продукции и какие хозяйственные подразделения обеспечивают большую доходность.

Факторы, оказывающие влияние на рентабельность сельскохозяйственного производства, многочисленны и многообразны. Одни из них зависят от деятельности конкретных коллективов, другие связаны с технологией и организацией производства, эффективности использования производственных ресурсов. Основными факторами, влияющими на рентабельность являются:

- изменение структуры реализованной продукции;
- уровень себестоимости продукции;
- средние цены реализации.

В настоящее время большинство сельскохозяйственных предприятий являются нерентабельными или малорентабельными, что является следствием экономического состояния в стране.

В системе экономического регулирования деятельности сельскохозяйственной организации одно из ключевых мест занимает бюджетирование, как наиболее эффективный метод финансового управления, предусматривающий составление скоординированного, детального по всем подразделениям и функциям плана работ предприятия и контроля его исполнения [3].

Для сельхозпредприятий составление производственных бюджетов и прогноза себестоимости имеет большое значение в системе управления агробизнесом.

В российской практике есть примеры эффективного управления предприятием на основе бюджетного подхода, позволяющего существенно сократить затраты. При этом особую значимость приобрел операционный анализ как активный метод тактического управленческого учета и процесса бюджетирования. Цель бюджетирования состоит в определении суммы и структуры расходов предприятия и его подразделений на конкретные цели и финансовое обеспечение их покрытия [4]. Управление затратами на основе механизма операционного левериджа позволяет повышать эффективность имеющихся финансовых ресурсов.

Однако, несмотря на очевидные преимущества технологии бюджетного управления, она не стала повсеместной практикой для российских предприятий. Имеющиеся публикации не могут служить исчерпывающим руководством к постановке бюджетного управления на предприятии. Попытки состыковать бюджетный подход с существующими методами планирования, учета и анализа требуют перестройки всей системы хозяйственного управления на предприятии.

Сказанное определяет высокую актуальность рассматриваемого вопроса.

Задача формируемого прогноза – оценить потенциальные объемы потребления производимой продукции. Подобная оценка является многофак-

торной, поскольку зависит от множества разнородных показателей. К факторам, влияющим на объем продаж, следует отнести:

- сезонные колебания и долгосрочные тенденции продаж для сельскохозяйственной продукции;
- ценовую и инвестиционную политику предприятий переработчиков сельхозпродукции, качество сельскохозяйственной продукции;
- конкуренцию.

Для сельскохозяйственных предприятий характерно использование продукции производства в качестве сырья для переработки внутри предприятия, расхода на производственные нужды (корма, удобрения), на общественное питание. Поэтому составление бюджетов начинается с технико-экономического планирования направлений деятельности сельскохозяйственного предприятия на один или более производственный цикл с помесечной разбивкой. Для этого составляются бюджеты производств: животноводства, растениеводства и вспомогательного производства.

Составленные по предприятию в целом и по отдельным структурным единицам различные бюджеты позволяют осуществлять так называемые анализ и управление по отклонениям [5]. Отклонением называют разницу между бюджетными и фактическими показателями, наблюдаемыми в процессе реализации планов. Для выполнения задач контроля анализу отклонений предшествует корректировка бюджетных данных на фактический выпуск. Очевидно, при условии формирования единственного варианта бюджета осуществить такую корректировку достаточно сложно. С этой целью рекомендуется формировать гибкий бюджет, часто называемый переменным, который обеспечивает прогнозные данные для различных объемов выпуска. Чаще всего реализация гибкого бюджета заключается в составлении набора бюджетов, опирающихся на несколько «сценариев» развития рыночной ситуации и климатических условий, что не маловажно для сельскохозяйственных предприятий. Оперировать таким гибким бюджетом достаточно удобно. Если ситуация меняется, вступает в силу соответствующий вариант бюджета, который предусматривает конкретные управленческие решения. Подобный подход не лишен недостатков. Наиболее существенные из них – невозможность предусмотреть все вероятные сценарии развития событий и невысокая оперативность перехода от одного варианта к другому в силу их дискретной природы [6].

И так, значение своевременного качественного анализа, планирования прибыли и рентабельности для предприятия любой отрасли трудно переоценить. Результаты исследований формируют информацию, на основе которой принимаются важные управленческие решения, совершенствуется планирование деятельности компании, производится оценка и контроль над выполнением финансовых планов, а также, в целом, улучшается эффективность деятельности компании.

Список литературы:

1. Мануйленко В.В., Садовская Т.А. Экономическая сущность, виды и функции прибыли хозяйствующего субъекта: современный аспект // Дайджест-финансы. – 2012. – № 10. – С. 25-34.
2. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий АПК. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 544 с.
3. Мирошникова Т.К., Фролова Ю.В. Совершенствование управления затратами на основе бюджетирования. Интеллектуальный потенциал вузов на развитие Дальневосточного региона России и стран АТР. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2014. – Т. 1. – С. 56.
4. Великая Е.Г. Стратегическое управление затратами на основе бюджетирования // Финансы и кредит. – 2012. – № 9. – С. 10-26.
5. Мирошникова Т.К., Усатюк А. Совершенствование системы бюджетирования в организации ООО «Сумотори-Авто». Интеллектуальный потенциал вузов на развитие Дальневосточного региона России и стран АТР. – Владивосток. Изд-во ВГУЭС, 2013. – 232 с.
6. Симунин Е.В. Планирование на предприятии: учеб. пособие / Е.Н. Симунин, В.М. Васильцова, Т.А. Симунина. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: КНОРУС, 2010. – 336 с.
7. Сорокина Е.М. Бухгалтерская и финансовая отчетность организаций: учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 192 с.

ФИНАНСОВЫЕ МЕТОДЫ В КАТЕГОРИАЛЬНО-ПОНЯТИЙНОМ СПЕКТРЕ ФИНАНСОВОГО МЕХАНИЗМА ПРЕДПРИЯТИЙ

© **Евсеева В.В.***, **Близкий Р.С.♦**

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса,
г. Владивосток

В тезисах на фоне неопределенности состояния развития макроэкономической среды, проблем колебаний и тенденций в валютных котировках на межбанковской валютной бирже, ухудшение инвестиционного климата и удорожания кредитно-финансовых ресурсов сделана попытка детализации составляющих финансовых методов в спектре финансового механизма субъекта хозяйствования. В системе финансового механизма предприятия роль и место финансовых методов имеет разрозненный характер, в силу специфики отраслей, постоянного усложнения управления финансами за счет развития экономики, систем управления предприятием (финансового планирования, учета, анализа,

* Студент.

♦ Профессор кафедры Экономики и менеджмента, доктор экономических наук.

контроля). В исследовании проведена оценка научных трудов с точки зрения авторского понимания значимости понятийного спектра финансовых методов.

Ключевые слова: финансовый менеджмент, финансовые методы, финансовый механизм, финансовые ресурсы, финансовое состояние предприятия, финансовые инструменты, финансовый рычаг.

Систематизация подходов в понятийно-терминологическом определении места и значимости финансовых методов в системе финансового механизма – актуальная задача как с методической точки зрения, так и с позиции определения управляемости финансовых ресурсов, отражающих ключевые потребности развития предприятия с учетом рыночной конъюнктуры и эффективности задач финансового менеджмента. При этом учитывать влияние рынка в деятельности предприятия, как сложного организационно-экономического механизма, лучше всего через выделение укрупненных процессов на нем [1, с. 20].

В научных работах отечественных авторов много сделано акцентов на содержании финансовых методов в управленческой деятельности.

Так, С.О. Мусиенко представляет понятие финансовые методы с точки зрения эффективного менеджмента следующим образом: «финансовые методы – это комплексная система методов финансового менеджмента, включающая:

- финансовое планирование, как важный элемент, определяющий системность ведения хозяйственной деятельности;
- эффективный финансовый учет, предназначенный для осуществления текущей деятельности;
- анализ деятельности предприятия с помощью ключевых аналитических показателей;
- регулирование и контроль – контроль выполнения финансовых планов, сопоставление запланированных финансовых результатов с достигнутыми [2, с. 4].

Данная система представлена на рис. 1. В ней на наш взгляд представлен классический вариант исследований функций менеджмента без выделения специфического инструментария эффективного использования финансовых методов.

В работах ученого экономиста Е.П. Коптева утверждается, что финансовые методы – это способ влияния на финансовые ресурсы и отношения для получения большей прибыли. Эти методы он систематизировал и объединил по категориальным признакам в группы методов:

- перераспределения ресурсов предприятия;
- привлечения ресурсов;
- реструктуризации;
- обработки информации;
- управления стоимостью;
- обеспечения финансовых обязательств и предупреждения рисков.



Рис. 1. Система финансовых методов менеджмента малых предприятий [2, с. 5]

На рис. 2 приведен результат формирования финансовых методов согласно наполнению категориальных групп [3, с. 103].

В работе Р.С. Каренов утверждается, что финансовые методы – это те способы влияния на финансовые рычаги предприятия, с помощью которых и формируются фонды денежных средств [4, с. 117]. На наш взгляд это определение ограничивает восприятие финансовых методов как только тех способов используемых в системе финансовых механизмов предприятия. Использование эффективных методов финансового управления позволяет предприятию значительно уменьшить объем необходимых оборотных средств и снизить финансовый риск. Финансовые методы обязательны с целью оптимизации процесса финансового менеджмента к применению на следующих этапах и операциях предприятий:

- планирование;
- прогнозирование;
- кредитование;
- залоговые операции;
- страхование;
- трастовые операции;
- финансовый лизинг.

В исследованиях О.В. Демчука в статье о методико-правовых основах в управлении финансово-хозяйственной деятельностью определил следующее определение: «финансовые методы – это первый из трех уровней финансового механизма. Финансовые методы – средства влияния экономических отношений на общее производство» [5, с. 99].

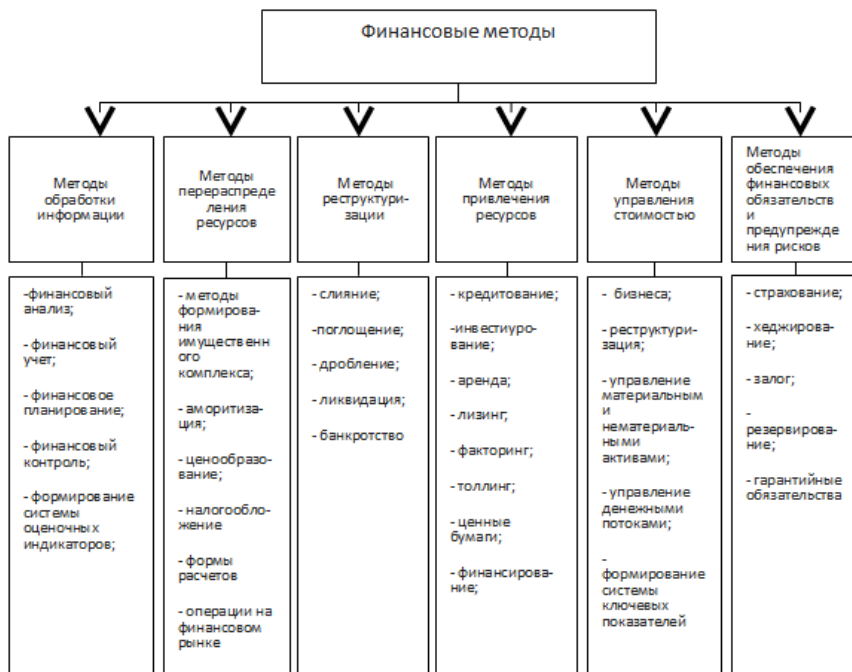


Рис. 2. Категориальный спектр систематизации финансовых методов

Таким образом, финансовые методы в категориально – понятийном спектре деятельности предприятия у разных авторов имеют свое специфическое наполнение но в целом реализующие однородную основу способа влияния на финансовые ресурсы. Сформируем свое авторское понимание термина. Финансовые методы – это совокупность способов, приемов и организационных операций связанных целевым категориальным спектром друг с другом во времени и пространстве направленных на эффективное управление финансовыми ресурсами предприятия, с учетом сложившейся конкурентной ситуации на рынке. Данная система комплексно применяется на всех стадиях жизненного цикла и формируется за счет старых и новых способов ведения финансовой деятельности предприятия.

Список литературы:

1. Близкий Р.С. Рынок как совокупность субъектно-объектных взаимоотношений [Текст] / Р.С. Близкий // Торговля и рынок Украины. – Донецк: ДонНУЭТ, 2010. – № 30 (2). – 540 с.
2. Мусиенко С.О. Применение методов менеджмента в области обеспечения деятельности малых предприятий [Текст] / С.О. Мусиенко // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ». – 2013. – № 6. – С. 3-9.

3. Коптева Е.П. Финансовый механизм стоимостно-ориентированной финансовой политики предприятия [Текст] / Е.П. Коптева // Проблемы современной экономики: материалы II междунар. науч. конф. (г. Челябинск, октябрь). – Челябинск: Два комсомольца, 2012. – С. 100-104.

4. Каренов Р.С. Финансовый менеджмент как теоретическая и практическая область знаний [Текст] / Р.С. Каренов // Журнал Вестник Караганда: КарГУ. – 2012. – № 1 (65). – С. 116-130.

5. Демчук О.В. Методико-правовые основы управления финансово-хозяйственной деятельностью предприятий рыбного хозяйства Украины / О.В. Демчук // Журнал Бизнес Информ. ИЖЕК. – Харьков, 2013. – № 1 – С. 99-102.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ НАЛОГОВЫХ ВЫЧЕТОВ ПО НДС

© Лисенкова Е.А.* , Вишневская И.И.♦

Балаковский институт экономики и бизнеса (филиал)

Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова, г. Балаково

В данной статье отражены основные трудности, возникающие при использовании физическими лицами права на налоговые вычеты по НДС, а так же рассмотрены предложения отдельных ученых по совершенствованию механизма налоговых вычетов по НДС.

Ключевые слова: НДС, имущественный вычет, стандартный вычет, социальный вычет, профессиональный вычет.

Обеспечение эффективного социально-экономического развития страны, повышение качества предоставляемых услуг населению обуславливается состоянием ее финансовых ресурсов. С точки зрения формирования бюджетов, налоги есть необходимая экономическая составляющая, обеспечивающая решение задач, возлагаемых на государство, а именно: удовлетворение общественных потребностей, содержание аппарата управления, органов безопасности, обеспечения обороны, правопорядка, решение социальных проблем, регулирование экономической деятельности субъектов хозяйствования.

Тем не менее, все действия государства, направляемые на удовлетворение фискальных потребностей страны, должны в обязательном порядке анализироваться на предмет возможности социальных последствий. Увеличивая сумму подоходного налога, государство, в лице фискальных органов, повышает доходную часть бюджета, но только на один налоговый период, так как уже в следующем периоде база для их уплаты может резко сократиться, в связи со снижением величины доходов у населения. В свою очередь, уменьшение налогов с граждан стимулирует рост доходов населения,

* Студент (специальность «Налоги и налогообложение»).

♦ Преподаватель кафедры Бухгалтерского учета и финансов.

увеличение потребления, рост производства товаров и услуг и, как следствие, рост всех налоговых платежей.

Главой 23 Налогового Кодекса РФ предусмотрен порядок использования механизма применения налоговых вычетов по НДФЛ. Система вычетов по НДФЛ предоставляет возможность реализации таких важных функций, как фискальная, регулирующая и социальная. Однако в современное время существует немало проблем, препятствующих реализации права на вычеты. Именно в решении этих задач и проявляется актуальность данного вопроса.

Чтобы преодолеть возникающие трудности необходимо придать льготам социальную направленность, которую по существу они и должны иметь.

Так, например, в области имущественных вычетов необходимо:

1. Ввести ограничение по сумме совокупного дохода для предоставления вычета. Например, если годовой доход налогоплательщика более 2000000 рублей, он может получить за год вычет в сумме 260000 рублей, следовательно, нет причин предоставлять ему материальную поддержку в виде имущественного вычета.

Так как имущественный вычет на приобретение и строительство квартиры или жилого дома имеет социальную и одновременно регулирующую направленность. Регулирующая направленность проявляется в том, что стимулируется развитие жилищного строительства, создается дополнительный спрос на строительные материалы и услуги, создаются новые рабочие места, а затем стимулируется и потребительский спрос на мебель, бытовую технику. Вместе с тем, необходимо признать, что данная льгота ориентирована на категорию лиц с высоким уровнем доходов, поскольку уровень цен на жилье во многих городах очень высокий.

2. При заключении договора участия в долевом строительстве жилья вычет на сумму фактически произведенных расходов следует предоставлять в том налоговом периоде, в котором заключен договор, т.к. на сегодняшний день данный вычет предоставляется в момент сдачи дома в эксплуатацию и регистрации права собственности. Главным условием получения имущественного вычета должно стать внесение первого взноса. Такое решение даст стимул для всех слоев населения к участию в долевом строительстве.

3. Считается возможным упрощение порядка заполнения налоговой декларации по НДФЛ. Этого можно достичь благодаря изданию более простых и понятных инструкций для налогоплательщиков.

4. Так же необходимо предоставлять вычет на суммы процентов за пользование заемными средствами на новое строительство или приобретение дома за весь период оплаты процентов. Данная мера поддержит развитие ипотечного кредитования и повысит интерес населения инвестировать средства в жилищное строительство [4, с. 35].

Существуют предложения повысить размер имущественного налогового вычета по расходам на приобретение жилья до 3000000 рублей, т.к. увеличиваются цены на недвижимость.

Так же высказывается мнение облагать доходы физических лиц от сдачи имущества в аренду оп ставке 6 % как по УСН, что уравнивает права индивидуальных предпринимателей и физических лиц.

В части стандартных вычетов предлагается следующее:

1. Возврат стандартного вычета на каждого работника, получающего доход в сумме прожиточного минимума.

2. Так же существует возможность перехода России к механизму налогообложения по семейному доходу. Данный переход должен быть реализован постепенно и с регламентацией в законодательстве права выбора индивидуального или объединенного налогообложения.

В части социальных налоговых вычетов возможно распространить налоговый вычет по НДФЛ не только на средства, израсходованные на обучение и лечение, но и на санитарно-курортные путевки в отечественные здравницы. Такая направленность будет способствовать оздоровлению населения, а так же окажет поддержку курортно-рекреационной деятельности в стране и послужит стимулом для роста спроса на рынке внутреннего туризма.

В области социальных налоговых вычетов необходимо убрать ограничения, препятствующие получению социального вычета, предоставляемого на сумму расходов на обучение детей, но не более 50000 рублей на каждого ребенка в общей сумме на обоих родителей, рассмотрев возможность заключать договор с образовательным учреждением и производить оплату за обучение не только родителями, но и самими детьми.

В отношении профессиональных налоговых вычетов возможны следующие новации:

1. Налогообложение адвокатов и нотариусов возможно осуществлять по специальному режиму, схожему с вмененным доходом.

2. Обложение доходов индивидуальных предпринимателей, полученных от осуществления профессиональной деятельности, необходимо производить по системе налогообложения прибыли организаций, что отражало бы общепринятые международные стандарты.

3. Предлагается определение налоговой базы исключительно на основании уменьшения фактически полученных доходов на 20 %.

Считается разумным введение в России дополнительных налоговых вычетов, которые используются в зарубежных странах, а именно:

1. В размере стоимости проезда от дома до работы и обратно;

2. В размере стоимости приобретения компьютера, оборудования и программного обеспечения;

3. Взносов на научную деятельность;

4. Потерь от воровства. Для вычета потерь от воровства должно быть установлено пороговое значение и необходимо проведение должного контроля, чтобы избежать злоупотреблений по данному вычету [2, с. 32].

Приоритетной задачей на 2014-2016 гг. для Правительства РФ является создание эффективной и стабильной налоговой системы, обеспечивающей

бюджетную устойчивость в среднесрочной и долгосрочной перспективе. Помимо поддержки инвестиций речь также идет о развитии человеческого капитала, повышении предпринимательской активности и международной конкурентоспособности, создании комфортных условий для добросовестных налогоплательщиков.

С точки зрения развития человеческого капитала важно, чтобы в долгосрочном периоде сохранялась действующая система налогообложения доходов физических лиц с единой ставкой для большинства видов доходов в размере 13 %. Введение прогрессивной шкалы налогообложения доходов физических лиц не планируется. В Государственной Думе рассматриваются внесенные Правительством РФ проекты федеральных законов, предусматривающие предоставление отдельных налоговых вычетов родителям, усыновившим ребенка. Также предполагается увеличение вычетов на детей-инвалидов в 4 раза, до 12 тыс. руб. в месяц. Одновременно с 280 до 350 тыс. руб. увеличение доходов, в пределах которых налогоплательщики вправе пользоваться налоговыми вычетами на ребенка.

Достигнутый к настоящему времени уровень налоговой нагрузки можно считать оптимальным, поэтому в среднесрочной перспективе не ставилась задача внесения существенных изменений в структуру налоговой системы, а также введения новых налогов, по крайней мере. Тем не менее, выше упомянутое не отменяет необходимости совершенствования налоговой системы и ее настройки, мобилизации дополнительных доходов за счет улучшения качества налогового администрирования, сокращения теневой экономики.

Одна из важнейших задач для Министерства Финансов России, это – совершенствование налоговой системы, которая должна выполнять не только фискальную, но и стимулирующую предпринимательскую активность функцию. Необходимо сохранить конкурентоспособность нашей налоговой системы, не повышая налоговое бремя на физических и юридических лиц.

Одним из направлений совершенствования подоходного налогообложения является повышение качества налогового администрирования, увеличение собираемости налога на доходы физических лиц в условиях действующей налоговой системы. Здесь имеется существенный резерв для повышения доходов бюджетной системы без увеличения налогов. Предусматривается принятие дополнительных мер воздействия к недобросовестным налогоплательщикам, что позволит сократить их число и улучшит тем самым деловой климат в стране. Улучшение налогового администрирования способствует упрощению урегулирования споров между Федеральной налоговой службой и налогоплательщиками. Досудебное урегулирование налоговых споров сократило налоговые конфликты: с момента введения такой системы количество жалоб сократилось с 70 тыс. до 50 тыс. в 2012 г. Жалобы сокращаются ежегодно на 10 %, судебные споры – на 15-20 %.

Это уже позволило повысить качество представления интересов налоговых органов в судах. Бюджет выигрывает почти 70 % всех исковых требо-

ваний, тогда как ещё некоторое время назад судебные разбирательства были далеко не в пользу Российской Федерации. Внедрение современных информационных технологий способствовало расширению спектра сервисных функций. Упрощены процедуры взаимодействия налоговых органов с налогоплательщиками, уже реализовано 35 электронных сервисов, которые позволяют создать и вести бизнес, исполнять налоговые обязательства и получать консультации в любой точке мира.

Любая развитая экономика государства должна иметь гибкую систему налогообложения, т.е. систему льгот и вычетов. Такая система наиболее эффективно будет работать для осуществления задач государства. Налоговый вычет, как главный инструмент налоговой политики государства, имеет две стороны:

- Это стимулирование государственных целевых программ.
- Сбережение средств населения.

Таким образом, налоговый вычет является своеобразным ответом государства населению, по части получаемых доходов.

Список литературы:

1. Будакова Н.И. Изменения в порядке исчисления НДФЛ // Оплата труда: бухгалтерский учет и налогообложение. – 2013. – № 3. – С. 25.
2. Гармаева М.А. Соотношение налоговых вычетов и налоговых льгот // Право и экономика. – 2012. – № 7. – С. 32.
3. Караханян С.Г. Налоговые споры: проблемы, анализ, решение. – М.: Бератор, 2013. – С. 256.
4. Коростелева В.В. Перспективы развития системы налоговых вычетов по налогу на доходы физических лиц // Экономика и социум. – 2014. – № 1 (10). – С. 35.

НАЛОГ НА ДОБАВЛЕННУЮ СТОИМОСТЬ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

© Мищенко А.Д.*

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса,
г. Владивосток

В данной статье рассмотрены основные проблемы, возникающие при исчислении налога на добавленную стоимость и поиск путей совершенствования этого налога. Были приведены основные проблемы, возникающие между налогоплательщиками и налоговыми органами. Налог на добавленную стоимость постоянно развивается в процессе его развития возникает множество проблем, связанных с исчислением и

* Студент.

уплатой НДС. Для решения проблем, возникающих в ходе развития этого налога рассматривается множество предложений по улучшению и облегчению взимания налога на добавленную стоимость начиная с понижения ставки и упрощения подтверждающей документации до замены НДС на налог с продаж.

Ключевые слова: налог на добавленную стоимость (НДС), налоговое администрирование, возмещение налога на добавленную стоимость.

В законодательстве Российской Федерации при введении НДС нужно учитывать некоторые особенности в механизме его исчисления, которые связаны со сложившимся уровнем социального, экономического и политического уровня развития страны. Использование налога на добавленную стоимость можно охарактеризовать фискальными, экономическими и психологическими особенностями этого налога.

Фискальные плюсы налога на добавленную стоимость содержат в себе следующие элементы:

1. Высокая доходность, потому что практически все уплачивают этот налог вне зависимости от того какой размер дохода имеет уплачивающий;
2. Обширность налогового бремени, включающий в себя широкий круг товаров, работ и услуг, чем в других косвенных налогах;

Налог на добавленную стоимость создает нейтральность налогообложения при условии правильного применения данного налога. Эту особенность налога используют для обложения торговых операций на международном рынке. Структура НДС дает возможность для экспортных товаров обеспечить вывоз их будучи освобожденными от налогообложения, а импортные товары обложить налогом, таким же, как и для товаров работ и услуг, произведенных в Российской Федерации. Исходя из этого, можно сказать, что данная форма экономического «нейтралитета» имеет важное значение для правильного функционирования механизма международной торговли.

Налог на добавленную стоимость одинаково значим в отношении к торговым операциям внутри страны. Отличительной чертой данного налога является то, что при его исчислении не рассматривается какое число раз продукция сменила своего владельца до попадания к конечному потребителю, и какая часть стоимости продукции была приплюсована на том или ином этапе реализации к стоимости товара (продукции, услуги).

Можно полагать, что налог на добавленную стоимость превосходит налог на доходы физических лиц в увеличении накопления капитала. НДС не влияет пагубно на решения инвестиционные и решения в сфере занятости.

НДС оказывает разнообразное воздействие на разные уровни экономики. Чем больше доля материальных затрат и доля выполненных работ и оказанных услуг сторонних организаций в совокупной стоимости произведенных товаров, тем меньшая сумма его борта будет облагаться налогом. В

неблагоприятных экономических условиях находятся трудоемкие отрасли экономики с высокой долей чистой продукции в валовом обороте.

Психологические особенности налога на добавленную стоимость состоят в том, что большая доходность от поступления незаметна, так как потребители товара уплачивают НДС, который входит в стоимость товара, благодаря этому факту, можно избежать конфликта непосредственно с потребителями товаров, работ, услуг (налогоплательщиками) и снижается сопротивление общественности при увеличении или уменьшении налога.

Минусом данного налога является его регрессивность: малообеспеченные граждане чувствуют всю нагрузку, которую создает этот налог на их доходы. Потребители покупают одни и те же товары по одним и тем же установленным ценам, которые включают в себе фиксированную сумму налога на добавленную стоимость в независимость от размера своих доходов, в этом случае малообеспеченные потребители расходуют большую часть своих средств на уплату налога на добавленную стоимость.

В процессе формирования Федерального бюджета НДС играет главную роль. Однако данный налог создает много проблем и сложностей в налоговой системе РФ. Существует огромное количество схем ухода от уплаты, сложность администрирования и пробелы в законодательстве, которые помогают недобросовестным предпринимателям проводить операции по незаконному возмещению налога на добавленную стоимость. Одна из таких схем уклонения от налога носит название «карусельная». Суть данной махинации состоит в том, что предприниматели импортируют товары, а после этого продают их с накруткой равной по величине ставке налога на добавленную стоимость, а разницу оставляют себе, НДС в бюджет не перечисляется. Чаще всего такие махинации проводятся через большое число компаний, что мешает проводить расследование таких схем уклонений. С налогом на добавленную стоимость связано большое количество налоговых преступлений, связанных с неправомерными возмещениями данного налога из бюджета РФ.

Так как в нашей стране действует три налоговые ставки – это ставки в размере 18 % 10 % и 0 %, что приводит к сложной ситуации одно предприятие может недоплачивать в бюджет, другое переплачивать, а третье вообще зарабатывать на доплате государством. Данным налогом недовольны, и предприниматели их не устраивают отказы о возмещении при экспорте. Ими было отмечено, что налоговые органы почти всегда нарушают сроки по возмещению налога на добавленную стоимость. И большинство возмещений налога на добавленную стоимость приходится добиваться через суд, что очень накладно для предпринимателей [4].

Изредка налоговые служащие возбуждают дела зная, что данные дела заведомо проигрышные. Организациям, попавшим в такие случаи приходится долго ждать возмещения, что может продлиться от 6 до 9 месяцев, и как следствие, это приводит к значительному оттоку средств из оборота ком-

пании. Большие издержки государства и бизнеса, связанные с администрированием налога на добавленную стоимость, сложные ситуации, появляющиеся при его возмещении из бюджета – вот те актуальные вопросы, связанные с реформированием и совершенствованием данного налога. Налоговое администрирование, как экономический термин, можно определить, как деятельность государственных органов, связанных с налоговой сферой экономической деятельности государства, регулирующуюся нормами права и направленную на повышение эффективности налоговой политики. На данный момент налоговое законодательство в РФ так же, как и налоговое администрирование продолжают развиваться, но все же остается один из главных вопросов и этим вопросом является вопрос возмещения налога на добавленную стоимость. Сюда входят такие вопросы как сложность процедуры возмещения, а также вопрос по увеличению срока возмещения излишне уплаченного входящего налога на добавленную стоимость с 3 месяцев до 6 месяцев. Для упрощения администрирования было решено обратить внимание на избыточное количество оправдательных документов и на требования к ним. Для решения этой задачи необходимо упростить и сократить сроки возмещения входящего налога на добавленную стоимость по экспорту и уменьшить количество документов, которые дают обоснование применения ставки 0 % и снизить жесткие требования к предъявленным документам. Налог на добавленную стоимость – это бюджетообразующий налог потому, что его доля в налоговых доходах государства высока и он, в процессе движения по товарной цепочке требует учета множества факторов [3]. Хотя это и длительный и тяжелый процесс, но положительный и плодотворный во всех направлениях развития. С 1991 года по наше время произошло много положительных изменений в том числе и в порядке исчисления и уплаты налога на добавленную стоимость, они помогли устранить некоторые негативные последствия взимания НДС с начального периода его введения. Так же была усовершенствована методика и практика взимания налога на добавленную стоимость, способ исчисления данного налога приведен к стандартам, используемым в европейских странах.

1. Принятые изменения в законодательстве позволили сократить возможные пути отклонения от уплаты налога на добавленную стоимость;
2. Была снижена ставка с 28 % до 20 % и потом до 18 % [1];
3. Были улучшены организационные структуры налоговых организаций по функциональному признаку что увеличило эффективность налогового контроля за налогоплательщиками;
4. Так же начали использоваться в практике встречные налоговые проверки что позволило предотвратить занижение налоговой базы и вычеты по НДС без веских на то оснований;
5. Усовершенствовалась документация (декларация, счет-фактура).

Но, не смотря на положительные изменения в исчислении и порядке уплаты налога на добавленную стоимость остаётся много вопросов, которые необходимо решить для дальнейшего реформирования данного налога. Такие вопросы как:

1. Отражение восстановления вычета НДС при экспорте товара;
2. По истечению какого срока можно принять к вычету Налог на добавленную стоимость после покупки объектов основных средств;
3. Нужно ли выставлять счета-фактуры на сумму процентов по выданным займам;
4. Какую документацию необходимо иметь для подтверждения обоснованного применения ставки 0 % при экспорте;
5. Что делать если документы для подтверждения использования нулевой ставки не собраны в нужный срок;
6. Вопрос по оформлению действующей формы декларации по НДС, которая имеет не которые пробелы по учету торговых отношений внутри Таможенного союза и другие вопросы;

Одной из первостепенных путей улучшения налога на добавленную стоимость является переход на ставку 10 %, что позволит увеличить количество получаемых средств и уменьшить попытки уклонения от уплаты. Для импортной продукции планируется увеличить таможенную пошлину и акцизы на ту величину, которая уменьшит налог на добавленную стоимость. Увеличение таможенной пошлины будет способствовать уменьшению спроса на ввозимые товары, что поможет российским товарам повысить свою конкурентоспособность и будет способствовать укреплению отечественного рынка. Но данные меры могут оказать и отрицательно воздействие, это может привести к уменьшению темпа роста модернизации наукоемких отраслей. Может увеличиться стоимость современной импортной техники, к примеру.

Снижение налоговой ставки налога на добавленную стоимость будет способствовать положительному снижению цен на потребительские товары, во-вторых, при снижении цен на реализуемые товары, возрастет спрос, а отрицательная черта это влекущий за собой рост инфляции.

Поэтому дальнейшее реформирование НДС следует проводить в направлении снижения ставки при сохранении ее дифференциации. Можно предположить, что при снижении стандартной ставки, есть риск привлечь дополнительный приток импорта в Россию, что отрицательно повлияет на конкурентоспособности аналоговых товаров, производимых и реализуемых на территории страны, особенно обрабатывающей промышленности и сельского хозяйства.

Таким образом, модернизация и администрирование налога на добавленную стоимость очень трудоемкий вопрос, который необходимо решать очень взвешенно, чтобы не навредить экономике страны (не допустить потерь доходов бюджета) и способствовать повышению производительности труда и росту валового внутреннего продукта.

Список литературы:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации: Часть 2 (по состоянию на 21.04.2014) [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. – 2014. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/popular/nalog2/> (дата обращения: 24.04.2014).
2. Кузьмичева И.А., Чмерёва Я.А. Налог на доходы физических лиц: проблемы и пути его совершенствования / Я.А. Чмерёва, И.А. Кузьмичева // Современные научные исследования и инновации. – 2014. – № 6-2 (38). – С. 35.
3. Кузьмичева И.А., Замула Е.В. Налоговые риски предприятия и пути их минимизации / Е.В. Замула, И.А. Кузьмичева // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2014. – № 8-3. – С. 118-122.
4. Ворожбит О.Ю. Налоговая политика государства и её влияние на развитие предпринимательства / О.Ю. Ворожбит // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2010. – № 5. – С. 9-16.

КОММУНИКАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ СИНДИЦИРОВАННОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РФ

© Разорёнова Ю.В.*

Кубанский государственный университет, г. Краснодар

Рассмотрены основные проблемы осуществления инвестиционной деятельности современных финансовых организаций в РФ. Рассмотрена сущность инновационной для России формы инвестирования – синдицированного кредитования. Выявлены его сущность, особенности, основные достоинства. Определены и охарактеризованы причины, сдерживающие внедрение и широкое распространение синдицированного кредитования в систему функционирования отечественных финансовых институтов, основными из которых является отсутствие адекватного коммуникационного обмена между участниками синдиката.

Ключевые слова: синдицированное кредитование, инвестиции, финансовый сектор, финансовая инфраструктура, синдикация, банк.

Ключевым вопросом эффективного функционирования реального сектора экономики РФ является развитие производственного потенциала [15], которое невозможно без инвестиций. В условиях дефицита финансовых ресурсов, обострения конкурентной борьбы, недостаточной государственной поддержки, нехватки квалифицированных кадров в производственной сфере [7] и т.д. особую актуальность приобретает исследование современных

* Магистрант кафедры Мировой экономики и менеджмента.

механизмов инвестирования промышленных предприятий, в том числе с применением инновационных инструментов финансирования [11].

Так, основным источником финансового обеспечения технологического развития остаются собственные средства предприятий, которых не всегда достаточно, так как объем этих ресурсов ограничен рентабельностью действующего производства. В этой связи, банковское кредитование является потенциально главным инструментом в создании финансовых потоков, направляемых в сектор реальной экономики, способствуя ее оживлению и повышению конкурентоспособности в непростых условиях функционирования современного рынка [11]. Однако, несмотря на рост банковских кредитов в абсолютной величине [8], их доля в финансировании инвестиций в промышленность остается очень низкой [12], в результате ряда проблем, к основным из которых можно отнести, неспособность банка как кредитного института единолично выдать крупный объем кредитуемых средств заемщику из-за ограниченности внутренних долгосрочных ресурсов, а также слабой капитализации отечественной банковской системы [2].

В сложившихся условиях одним из потенциальных факторов развития инвестиционной деятельности кредитных организаций являются освоение и адаптация к местной специфике механизмов синдикации, уже прошедших успешную апробацию и подтвердивших свою эффективность в зарубежной практике [5], и создание для этого необходимой инфраструктурной базы, соответствующей современным мировым стандартам. По мнению специалистов [1, 4, 16] внедрение технологии синдицированного кредитования в систему функционирования субъектов финансового рынка РФ может способствовать развитию и оздоровлению общей ситуации российской экономической модели. Однако этому должен предшествовать процесс осознания его экономической сущности и эффективности представителями отечественного инвестиционно-финансового сектора, пока знакомого с данным механизмом только лишь в теории [9].

Синдикация банковских кредитов позволяет аккумулировать необходимые ограниченные ресурсы нескольких кредитных организаций в единый пул для осуществления крупных инвестиций при долгосрочном проектном финансировании, финансировании капитальных затрат, а также снизить уровень банковских рисков [3]. Синдицированные кредиты являются одним из крупнейших и наиболее эффективных источников приобретения капитала на финансовом международном рынке. Реакция данного инструмента на требования рынка, его перспективы и разнообразие участников трансформирует его в тот источник финансовых ресурсов, к которому может обратиться любой крупный заемщик. Сочетая характеристики публичного и частного финансирования, синдицированный кредит позволяет привлечь суммы, сопоставимые с выпусками облигаций, однако при значительно меньших издержках и временных затратах. Вместе с тем в России существуют объективные препятствия, сдерживающие развитие, разработки и использования тех-

нологий синдицированного кредитования для финансирования промышленности. Анализируя текущую ситуацию на российском рынке синдицированного кредитования, в числе серьезных нерешенных проблем, можно выделить эффективность организационного механизма управления [14] банковского сектора и неразвитость его информационной системы [13], из чего вытекает проблема несовершенства коммуникационного обмена между участниками синдицированного кредитования. Наличие данных сложностей препятствует адекватной регламентации и формализации юридических и финансовых взаимоотношений участников синдицированного кредитования.

Оценка нормативно-правовой базы рынка синдицированного кредитования в России и за рубежом позволяет выявить различный уровень в степени регулирования сделок синдицированного кредитования. Так участники европейского организованного финансового рынка при оформлении сделок синдицированного кредитования используют в практической деятельности стандартные формы документации, предложенные Ассоциацией кредитного рынка (LMA – от англ. Loan Market Association). Ключевым направлением деятельности этой организации выступает содействие эффективному формированию рынка финансовых услуг путем упорядочивания его инфраструктуры, разработки единых форм документов и правил поведения на рынке.

В свою очередь в российской нормативно-правовой базе не существует документов, отдельно регулирующих синдицированное кредитование. Специфической проблемой, присущей конкретно российской модели, является как факт упоминание синдикации в российских законодательных актах, таких как Гражданский кодекс РФ, лишь косвенно – для проведения рассматриваемых сделок установлены общие правила, не учитывающие особенности отечественной коммуникационной системы [8].

Возможность заключения договора между кредитными организациями о выделении финансовых ресурсов для выдачи синдицированного кредита закрепляется в Инструкции Банка России № 110-И «Об обязательных нормах банков», представляющий единственный нормативно-правовой документ, дающий определение синдицированному кредитованию и регламентирующий условия отнесения кредита к синдицированному. Методика Банка России предусматривает три типа синдицированных кредитов: 1) совместно инициированный синдицированный кредит; 2) индивидуально инициированный синдицированный кредит; 3) синдицированный кредит без определения долевых условий.

К совместно инициированной синдицированной сделке относится совокупность отдельных двусторонних сделок (кредитов), предоставленных синдикатом кредиторов одному заемщику, при условии, если, что в каждом из кредитных договоров указан идентичный срок погашения обязательств заемщика и величина процентной ставки. При этом каждый кредитор обладает индивидуальным правом требования к заемщику, а банк-агент, действующий от лица синдиката кредиторов на основании много-

стороннего договора, производит все расчеты по предоставлению и погашению кредита.

К индивидуально инициированному синдицированному кредиту относится кредит, предоставленный банком (первоначальным кредитором) от своего имени и за свой счет заемщику, права требования (их часть) по которому впоследствии уступлены третьему лицу (участникам синдиката) на основании отдельных договоров. Порядок действий участников синдиката в случае банкротства заемщика, в том числе порядок обращения взыскания на залог, определяется в многостороннем договоре.

Синдицированный кредит без определения долевых условий представляет собой кредит, выданный организатором синдиката заемщику от своего имени согласно условиям заключенного с заемщиком кредитного договора. В свою очередь, банк-организатор заключает синдикат кредитного договора с третьим лицом, в котором последний обязуется обеспечить предоставление организатору суммы сделки (ее части) для их передачи заемщику. Третьи лица обладают правом требования платежей по обязательствам. Вместе с тем, следует отметить, правовая природа и действительность договоров, заключаемых между заемщиком и кредиторами, остаются весьма спорными в российском праве. Указанная классификация построена на разных признаках, является неполной и противоречивой: российской практике имеются кредиты, которые одновременно могут быть отнесены к первой и третьей, а также ко второй и третьей группам. Таким образом, определения синдицированных кредитов, содержащиеся в Инструкции № 110-И, нуждаются в уточнении и приведении в соответствие с международной практикой, что в дальнейшем позволит избежать неопределенностей при отнесении кредита к определенной группе и расчете обязательных банковских нормативов.

Следует отметить, неразвитость рынка синдицированного кредитования также вызвана низкой степенью взаимодействия субъектов финансового сектора, проявляющаяся в дефиците взаимного доверия и сотрудничества на банковском рынке. Усложнение процесса взаимной договоренности объясняется разными возможностями кредитных организаций, их кредитной политикой и принципами работы на рынке. Качество привлеченных в банки средств также различно: в зависимости от этого один банк имеет возможность проводить долгосрочное инвестирование в больших объемах на срок более года, другой – может предоставить денежные средства на срок в несколько месяцев. Процесс синдикации в данном случае также осложняется поиском равнозначных по возможностям партнеров, в связи с чем объединение малых и средних банков в этом смысле будет разумным решением, позволяющим региональным кредитным организациям противостоять конкуренции со стороны не только крупных федеральных банков, но и иностранных, функционирующих на территории РФ.

Новизна синдицированного финансирования как для большинства коммерческих банков, так и для промышленных предприятий отражается в том

числе и в виде незначительного опыта проведения подобных сделок среди субъектов синдиката, что в свою очередь проявляется в нечетком формировании общепринятых правил делового оборота (традиции, качество анализа заемщика и / или поручителя). Помимо этого развитие синдицированного кредитования в РФ также сдерживают и другие факторы, большинство из которых, по своей природе, одновременно являются особенностями развития современного российского рынка финансовых услуг: высокие организационные издержки российских банков – участников синдиката; отсутствие у предприятий кредитной истории; недостаточный уровень прозрачности и качества управления российскими предприятиями; отсутствие у большинства предприятий истории подготовки аудированной финансовой отчетности по международным стандартам.

Резюмируя вышеперечисленное, следует отметить, что одной из основных тенденций в эволюции кредитных отношений является появление инновационных форм кредитования, адекватных требованиям транзитивной экономики, среди которых наименьшее распространение получило синдицированное кредитование. Вместе с тем, несмотря на неизбежные сложности, практика показывает экономическую целесообразность дальнейшего развития рынка синдицированных кредитов как одного из эффективных механизмов, обеспечивающих необходимое финансирование для развития реального сектора экономики.

Список литературы:

1. Аникин П.В., Аникина В.П. Механизмы и инструменты сопряжения реального секторов экономики // Финансы и кредит. – 2014. – № 16 (592). – С. 2-7.
2. Заболоцкая В.В. Экономические основы кредитования предприятий малого бизнеса // Дайджест финансы. – 2011. – № 8. – С. 46-54.
3. Заболоцкая В.В., Пацар З.Г. Совершенствование механизмов финансово-кредитной поддержки малого бизнеса в России // Сибирская школа. – № 1. – С. 50-55.
4. Заболоцкая В.В. Исследование зарубежных моделей финансово-кредитной поддержки малого предпринимательства и возможность их адаптации в России // Финансы и кредит. – 2011. – № 18. – С. 57-60.
5. Заболоцкая В.В., Старкова Н.О. Зарубежные модели финансово-кредитной поддержки малого бизнеса // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). – 2011. – № 36. – С. 72-80.
6. Кизим А.А., Старкова Н.О., Михайлюк О.В. Аутсорсинг информационно-интеллектуальных процессов современного предприятия // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). – 2011. – № 35. – С. 147-154.
7. Рыкова И.Н., Фисенко Н.В. Формы кредитования реального сектора экономики региона // Финансы и кредит. – 2008. – № 44. – С. 2-11.

8. Симонянц Н.Н., Ворошилова И.В., Носова Т.П. Развитие механизма синдицированного кредитования в региональном сегменте банковского сектора Краснодарского края // Деньги и кредит. – 2013. – № 2 – С. 42-46.

9. Старкова Н.О. Перспектива интеграции России с ЕС // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). – 2010. – № 32. – С. 63-71.

10. Старкова Н.О., Старков И.С. Применение современных подходов к управлению изменениями в информационной системе предприятия // Политематический сетевой электронный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2011. – № 66. – С. 194-205.

11. Старкова Н.О., Заболоцкая В.В. Формирование программы инновационного развития малых предприятий // Научное обозрение. – 2011. – № 6. – С. 201-207.

12. Старкова Н.О. Формирование системы управления организационным развитием малого предприятия // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2012. – № 81. – С. 760-770.

13. Старков И.С., Старкова Н.О. Моделирование процесса управления изменениями в информационной системе предприятия // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). – 2008. – № 25. – С. 153-157.

14. Старкова Н.О. Формирование программы совершенствования системы управления интеллектуальными активами на предприятии // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). – 2010. – № 31. – С. 87-97.

15. Старкова Н.О., Дырий А.П. Анализ состояния современного рынка молока и молочной продукции в РФ // Экономика и предпринимательство. – 2014. – № 11 (ч. 3) (52-3). – С. 627-631.

16. Терновская Е.П. Реальный сектор экономики и российские коммерческие банки: проблемы и перспективы взаимодействия // Финансы и кредит. – 2014. – № 11 (587). – С. 8-13.

НАЛОГОВАЯ ЛОГИСТИКА СУБЪЕКТОВ МАЛОГО БИЗНЕСА (ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА)

© Уткина А.А.*

Владимирский филиал Финансового университета при Правительстве РФ,
г. Владимир

В данной статье раскрывается понятие налоговой логистики для малого бизнеса (предпринимательства). Для данных субъектов бизнеса

* Магистрант (направление «Экономика»).

необходимо еще на этапе планирования определить систему налогообложения и узнать все ее особенности с целью получения наибольшей прибыли. Автор статьи рассматривает использование всех предоставленных законодательством льгот и налоговых освобождений при упрощенной системе налогообложения.

Ключевые слова: налоговая логистика, субъекты малого бизнеса (предпринимательства), упрощенная система налогообложения (УСН), единый налог на вмененный доход (ЕНВД), патентная система налогообложения, страховые взносы.

На этапе перехода налогоплательщика к самостоятельной активной деятельности особое значение придается налоговой логистике.

Налоговая логистика – это деятельность, заключающаяся в управлении ресурсами налогоплательщика для достижения приемлемых размеров налоговых выплат [6]. Другими словами можно сказать, что это деятельность, заключающаяся в организации, управлении и контроле за движением ресурсов налогоплательщика для достижения приемлемых размеров налоговых выплат.

Главной целью налоговой логистики является первоначальная организация определенного направления деятельности налогоплательщика, с тем чтобы легальными путями достичь того уровня налоговых выплат, при котором реализуемый проект или осуществляемые операции останутся экономически целесообразными.

Методики налоговой логистики предусматривают возможность легального использования налогоплательщиком всех предоставленных законодательством льгот и налоговых освобождений. Осуществление комплекса мероприятий в ходе реализации указанных методик может принимать различные формы и содержание в зависимости от конкретного этапа, на котором они осуществляются [5].

Все это особенно важно для субъектов малого бизнеса (предпринимательства). Для данных субъектов бизнеса необходимо еще на этапе планирования определить систему налогообложения и узнать об использовании всех предоставленных законодательством льгот и налоговых освобождений при этой системе с целью получения наибольшей прибыли.

Сегодня льготное налогообложение малого бизнеса (предпринимательства) является приоритетным направлением государственной поддержки.

В соответствии с п. 1 ст. 3 Федерального Закона № 209-ФЗ от 24.07.2007 г. «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» субъектами малого предпринимательства являются хозяйствующие субъекты (юридические лица и индивидуальные предприниматели), отнесенные в соответствии с условиями, установленными настоящим Федеральным законом, к малым предприятиям.

В настоящее время в Российской Федерации основными льготными налоговыми режимами для субъектов малого бизнеса (предпринимательства)

являются: упрощённая система налогообложения (УСН), единый налог на вменённый доход (ЕНВД), патентная система налогообложения.

В данной статье остановимся более подробно на эффективности и преимуществах упрощенной системы налогообложения для малого бизнеса (предпринимательства), а также рассмотрим и проанализируем все льготы и налоговые освобождения, присущие этой налоговой системе.

Упрощенная система налогообложения была разработана специально для поддержания малого бизнеса (предпринимательства). Как показывает практика, за годы своего существования действующая система налогообложения проявила себя очень с положительной стороны и выступила одной из самых эффективных режимов налогообложения для малого бизнеса (предпринимательства). При правильном определении и организации деятельности при данной системе, бухгалтерский и налоговый учет помогают экономить средства и время, что является основным плюсом данной системы.

Рассмотрим более подробно преимущества и недостатки данной системы для малого бизнеса (предпринимательства).

По Налоговому кодексу Российской Федерации (РФ), упрощенная система предусматривает такое преимущество, как освобождение от уплаты следующих налогов:

- налог на прибыль;
- налог на имущество;
- налог на добавленную стоимость (за исключением налога, который нужно уплатить во время ввоза товара в таможенную границу на территории нашей страны, а также налог, уплачиваемый в соответствии со ст. 174.1 Налогового кодекса РФ);
- налог на доходы физических лиц.

Отметим, что освобождение от таких налогов будет касаться лишь доходов, которые получает организация от использования собственных способностей и имущества для получения дохода. Все прочие налоги будут учитываться субъектами малого бизнеса, на общих положениях.

Еще одним преимуществом можно отметить совмещение по различным видам деятельности применение структуры налогообложения патентной, упрощенной системы, а также ЕНВД. При этом учет для разных видов деятельности, которые находятся на разных системах налогообложения, проводится раздельно.

К сожалению, у данной системы есть и ограничения, о которых не стоит забывать. В соответствии с п. 3 ст. 346.12 Налогового кодекса РФ, не вправе применять упрощенную систему налогообложения:

1. организации, имеющие филиалы и (или) представительства;
2. банки;
3. страховщики;
4. негосударственные пенсионные фонды;

5. инвестиционные фонды;
6. профессиональные участники рынка ценных бумаг;
7. ломбарды;
8. организации и индивидуальные предприниматели, занимающиеся производством подакцизных товаров, а также добычей и реализацией полезных ископаемых, за исключением общераспространенных полезных ископаемых;
9. организации, осуществляющие деятельность по организации и проведению азартных игр;
10. нотариусы, занимающиеся частной практикой, адвокаты, учредившие адвокатские кабинеты, а также иные формы адвокатских образований;
11. организации, являющиеся участниками соглашений о разделе продукции;
12. организации и индивидуальные предприниматели, перешедшие на систему налогообложения для сельскохозяйственных товаропроизводителей (единый сельскохозяйственный налог);
13. организации, в которых доля участия других организаций составляет более 25 процентов;
14. организации и индивидуальные предприниматели, средняя численность работников которых за налоговый (отчетный) период, определяемая в порядке, устанавливаемом федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным в области статистики, превышает 100 человек;
15. организации, у которых остаточная стоимость основных средств, определяемая в соответствии с законодательством Российской Федерации о бухгалтерском учете, превышает 100 млн. рублей.
16. казенные и бюджетные учреждения;
17. иностранные организации;
18. организации и индивидуальные предприниматели, не уведомившие о переходе на упрощенную систему налогообложения в сроки, установленные пунктами 1 и 2 статьи 346.13 Налогового Кодекса РФ;
19. микрофинансовые организации.

Следует отметить и ограничение по доходам субъекта малого бизнеса (предпринимательства).

Право переходить на УСН имеют только такие организации и индивидуальные предприниматели, у которых девятимесячный доход не превысил в итоге 45 миллионов рублей.

Если же субъект малого бизнеса (предпринимательства) не входит в круг перечисленных выше категорий, то может вполне законно применяться упрощенная система налогообложения.

Чтобы начать ее использовать, необходимо самостоятельно определить объекты для налогообложения. Это могут быть доходы (6 %) или доходы,

уменьшенные на величину расходов (15 %). Чтобы правильно выбрать объекты, необходимо просчитать два варианта, после чего сделать вывод, какой из данных двух объектов будет более выгодным для определенной деятельности. Для каждого из видов объектов налогообложения существуют свои преимущества. Рассмотрим их более подробно.

В соответствии с Законом от 12.10.2011 г. № 86-ОЗ на территории Владимирской области предусмотрены дифференцированные ставки для налогоплательщиков, применяющих упрощенную систему налогообложения, выбравших в качестве объекта налогообложения доходы, уменьшенные на величину расходов. В зависимости от определенного вида деятельности процентная ставка налога уменьшена с 15 % до 5-10 %. К числу видов экономической деятельности, по которым применяются данные налоговые ставки, относятся следующие: сельское и лесное хозяйство, охота, рыболовство, производство пищевых продуктов, текстильное и швейное производство, производство кожи, производство изделий из дерева, целлюлозно-бумажное производство, химическое производство и другие.

Что касается налогоплательщиков, применяющих упрощенную систему налогообложения, выбравших в качестве объекта налогообложения доходы, то в соответствии со п. 3 ст. 346.21 Налогового кодекса РФ организации и индивидуальные предприниматели имеют право уменьшить свою сумму налога не более чем на 50 % на:

1. Уплаченные страховые взносы на обязательное пенсионное страхование, обязательное социальное страхование на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством, обязательное медицинское страхование, уплаченные в данном налоговом (отчетном) периоде в соответствии с законодательством Российской Федерации;
2. Выплаты пособия по временной нетрудоспособности;
3. Платежи (взносы) по договорам добровольного личного страхования, заключенным со страховыми организациями.

Для индивидуальных предпринимателей существует еще одна льгота. Индивидуальные предприниматели, выбравшие в качестве объекта налогообложения доходы и не производящие выплаты и иные вознаграждения физическим лицам, уменьшают сумму налога на уплаченные страховые взносы в Пенсионный фонд Российской Федерации и Федеральный фонд обязательного медицинского страхования в фиксированном размере.

Таким образом, можно сделать вывод, что налоговая логистика является необходимой деятельностью для субъектов малого бизнеса (предпринимательства), так как помогает легально минимизировать затраты по налогообложению и достичь максимальной прибыли.

Именно поэтому упрощенную систему налогообложения выгодно будет применять большинству субъектов малого бизнеса (предпринимательства). Здесь очень важно, чтобы представитель такого бизнеса очень внимательно

ознакомился со всеми преимуществами и ограничениями данной системы налогообложения и проанализировал все налоговые освобождения и льготы.

Список литературы:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (2 часть).
2. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 № 402-ФЗ.
3. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 г. № 209-ФЗ.
4. Закон «Об установлении дифференцированных налоговых ставок для налогоплательщиков, применяющих упрощенную систему налогообложения во Владимирской области» от 12.10.2011 № 86-ОЗ.
5. Мельник, Д.Ю. Налоговый менеджмент: Учебник / Д.Ю. Мельник. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 320 с.
6. Романов А.Н. Налоги и налогообложение: учебник для студентов вузов / А.Н. Романов, Б.Г. Поляк. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 400 с.
7. Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.minfin.ru.
8. Официальный сайт ФНС РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nalog.ru>.

ОСОБЕННОСТИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

© Якимова Н.Н.*

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса,
г. Владивосток

Одним из приоритетных направлений экономической политики в России является, развития малого бизнеса. Для этого государство вводит различные инструменты воздействия на бизнес-среду, среди которых огромное значение имеют налоговые рычаги. Многолетний опыт показал, что специальные налоговые режимы во многом способствуют развитию малого бизнеса. В данной статье рассматриваются и сравниваются главные особенности патентной системы налогообложения и ЕНВД.

Ключевые слова: малое предпринимательство, патентная система налогообложения, единый налог на вмененный доход, главные преимущества, недостатки, право выбора.

Малое предпринимательство на данный момент является важным фактором формирования экономики страны, а также социального развития общест-

* Студент кафедры Международного бизнеса и финансов. Научный руководитель: Кузмичева И.А.

ва. На уровне муниципалитетов, малый бизнес обеспечивает местные бюджеты вливаниями в виде налогов и сборов, а также обеспечивает себя финансовыми ресурсами для выполнения поставленных задач на текущий год.

В период формирования налоговой политики, государством принимались различные методы для упрощения ведения малого бизнеса, с точки зрения налогообложения и бухгалтерского учета. Это и специальные налоговые режимы и снижение налогового бремени и всевозможные преференции участником финансовых отношений.

Кроме экономических задач, малый бизнес решает и социальные задачи, а именно позволяет увеличивать занятость населения, чем улучшает социальный климат

В России, как и в других развитых странах, малое предпринимательство развивается и существует как самостоятельный сектор рыночной экономики. Важным преимуществом устойчивости малых предприятий на рынке является то, что предприниматели тесно сотрудничают с потребителями, следят за изменением ситуации на рынке, а главное могут начать свой бизнес с небольшим стартовым капиталом [1].

На данный момент важным экономическим регулятором в России является система налогообложения. Функционирование экономики страны, во многом зависит от того, насколько правильно построена система налогообложения малого предпринимательства, так как большая часть собираемых налогов приходится именно на малое предпринимательство. Но не стоит забывать про формирование малого и среднего бизнеса, которое зависит от эффективности методов государственного управления, а так же контроля и регулирования, которые тем самым устанавливают стадию развития рынков производства.

Для малого бизнеса льготное налогообложение является важной государственной поддержкой что, несомненно, является актуальным.

Сейчас в России действуют следующие налоговые режимы для субъектов малого бизнеса:

1. Упрощенная система налогообложения;
2. Единый налог на вмененный доход;
3. Система налогообложения для сельскохозяйственных товаропроизводителей;
4. Система налогообложения при выполнении соглашения о разделе продукции;
5. Патентная система налогообложения

Особое внимание хотелось бы уделить таким налоговым режимам, как единый налог на вмененный доход и патентную систему налогообложения.

На протяжении нескольких лет, Министерство финансов вводило различные поправки в части первую и вторую Налоговый кодекс РФ, большие изменения произошли в специальных налоговых режимах [2].

Патентная система налогообложения, про которую на протяжении двух лет говорили финансовые власти, была введена неожиданно для всех, Федеральным законом от 25 июня 2012 г. № 94-ФЗ в самый разгар отпусков. С 2010 года установленная система налогообложения предназначена поэтапно заменить единого налога на вменённый доход (ЕНВД), и поэтому патентная система налогообложения и ее развитие является актуальным вопросом для индивидуальных предпринимателей. Данный закон так же отменяет обязательства применения ЕНВД для отдельных видов деятельности. Считается, что если такие изменения произойдут, то жизнь деловых предпринимателей станет проще, и тем самым налоговое администрирование – продуктивней.

С 2013 года Налоговый кодекс РФ содержит две очень близкие по своей сущности системы, такие как, патентная система и ЕНВД. Но как бы схожи две эти системы не были, они имеют заметные различия, которые для предпринимателей являются как ухудшающими, так и улучшающими их положения на рынке.

Следовательно, законодательные органы устраивают некую конкуренцию между специальными налоговыми режимами, налогоплательщики теперь могут выбирать какую именно систему налогообложения патентную, упрощенную либо ЕНВД они будут использовать.

Так как свобода выбора теперь полностью ложиться на плечи предпринимателей, им нужно более детально планировать свой бизнес, рассматривать все преимущества и недостатки применения одной из систем налогообложения, оценивать все риски своего выбора, а так же совершать экономические расчеты. Следовательно, решение заняться бизнесом, становится более осмысленным и серьезным шагом.

По проекту законодателя патентная система налогообложения предназначена для осуществления основных целей:

- привлечь населения к самозанятости;
- обязать вести легальный бизнеса;
- активно пополнять бюджет;
- зачислять средства во внебюджетные фонды.

Как и говорилось раньше, переход на ЕНВД и патентную систему налогообложения является добровольным. В Налоговом кодексе РФ в редакциях утративших силу, единый налог на вмененный доход был обязателен к применению, если же ЕНВД не применялся к определенным видам деятельности, это приводило к штрафам и пеням, а так же к перерасчету налога.

Перед переходом на специальные налоговые режимы, которые имеют ряд ограничений в своем применении, стоит определить, может ли данный предприниматель выступать налогоплательщиком этой системы. Право использования патентной системы налогообложения, из всех субъектов малого бизнеса, имеют только индивидуальные предприниматели (ИП), но не юридические лица.

Так же важным ограничением с начала календарного года является средняя численность наемных работников для патентной системы – не более 15 человек, а для ЕНВД численность не должна превышать 100 человек.

Ограничения введены и на годовую выручку по всем видам предпринимательской деятельности, для тех, кто применяет патентную систему налогообложения, доходы не должны превышать 60 млн. рублей, а вот для ЕНВД по годовой выручке ограничений не предусмотрено, так как учет выручки не обязателен, предприниматель может его вести в целях регулирования доходов.

Продолжим рассматривать ограничения при применении ЕНВД и патентной системы. Следующим ограничением является вид деятельности, при которых можно перейти на данные системы.

Касаемо единого налога на вмененный доход, перечень видов деятельности немного расширен, нежели у патентной системы. Наиболее востребованными остались такие виды деятельности как:

1. Бытовое обслуживание населения;
2. Автотранспортные перевозки;
3. Общественное питание и торговая деятельность.

Мелкие предприятия, такие как торговая деятельность и общественное питание значительно сокращены в возможностях приобретения патента. Залы обслуживания посетителей, а так же торговые площади урезаны почти в три раза, если при ЕНВД площадь составляет 150 квадратных метров, то при патентной системе налогообложения она составляет 50 квадратных метров.

А если взять во внимание организации общественного питания, а именно летние кафе, киоски, палатки без залов обслуживания, то у них и вовсе нет возможности на приобретение патента. На самом деле, небольшие пункты питания и мелкие торговые точки, наиболее эффективны, за счет того что они максимально близко приближают свой бизнес к потребителю.

В сфере автотранспортных перевозок совсем другая ситуация. На данный момент, список грузовых и пассажирских перевозок, дополнился еще и речным транспортом, которого до этого не было в списке. Помимо этого, ограничения по количеству единиц транспорта в патентной системе снято, а вот в системе ЕНВД работать могут только те предприниматели, у которых услугами перевозок занято не более 20 единиц транспорта.

Далее рассмотрим бытовое обслуживание населения, тут немного сложно определить какая из систем налогообложения имеет преимущества. Предпринимателю занимающимся оказанием бытовых услуг населению, прежде чем перейти на такую систему налогообложения как ЕНВД, необходимо уточнить конкретный вид деятельности, обратившись к Общероссийскому классификатору услуг населению. Если деятельность осуществляемая предпринимателем обнаружится в классификаторе, то он сможет перейти на систему ЕНВД.

В Налоговом кодексе РФ приведён перечень видов деятельности, которые можно переводить на патентную систему налогообложения. Предпринимате-

ли, которые занимаются бытовым обслуживанием населения, остались ограничены в применении патентной системы. Но закон, предполагает возможное расширение региональными законодательными органами видов деятельности, но только в рамках Общероссийского классификатора услуг населению. Данный подход может привести к расширению списка видов деятельности патентной системы, предпринимателям будет тяжело ориентироваться, что приведет к потере немалого количества возможных обладателей патента.

Немало важным преимуществом патентной системы является снятие ограничений с земельных участков, передаваемых в аренду, а именно их площади, также в законе не указана цель использования сдаваемых в аренду активов. В системе ЕНВД прописано о том, что сдавать в аренду жилые помещения можно только для временного размещения арендатора и площадь этих помещений не должна быть более 500 квадратных метров. А вот не жилые помещения, могут сдаваться, только для реализации общественного питания или торговой деятельности.

Широко практикуемые виды деятельности в малом бизнесе такие как, услуги автостоянок, наружная реклама, услуги по мойке автомобилей, не предусмотрены в патентной системе. В Налоговом кодексе РФ довольно четко прописаны субъекты малого бизнеса, которые могут стать налогоплательщиками патентной системы налогообложения.

Следует учесть, что обе системы налогообложения устанавливаются соответствующими органами власти субъекта Российской Федерации. Поэтому, перед тем как выбирать систему налогообложения, нужно изучить нормативно-правовые акты того субъекта Российской Федерации, где будет осуществляться определенная предпринимательская деятельность.

Далее рассмотрим процедуру перехода, а также условия, при которых налогоплательщик может утратить право применения патентной системы налогообложения и ЕНВД.

Порядок начала применения патентной системы налогообложения носит заявительный характер и имеет определенные сроки подачи заявлений. Индивидуальный предприниматель, который решил перейти на патентную систему налогообложения должен не позднее, чем за десять дней до начала своей деятельности, подать заявление, на получение патента в налоговый орган.

Важным является то, что заявление на приобретение патента, предприниматель может подать только по месту регистрации его, как индивидуального предпринимателя. В течение пяти дней после принятия заявления, налоговый орган должен выдать патент или уведомить предпринимателя об отказе в получении патента, направив ему уведомление. Основания для отказа прописаны в Налоговом кодексе РФ п. 4 статья 346.45 [2]. Приобретение патента имеет заявительно-разрешительный характер.

При системе налогообложения ЕНВД, порядок перехода немного отличается от вышеописанной системы. Подать заявление предприниматель должен

в течение 5 дней со дня начала предпринимательской деятельности. Заявление, для налогоплательщика является не только документом, подтверждающим его желание перейти на ЕНВД, но также документом, который он будет регистрировать в налоговом органе, как плательщик ЕНВД. Все налогоплательщики проходят регистрацию в налоговом органе, на той территории, где они уплачивают ЕНВД и ведут предпринимательскую деятельность [3].

Со дня подачи заявления, налоговый орган в течение пяти дней отправляет налогоплательщику уведомление, о его постановке на учет в качестве налогоплательщика ЕНВД. Отказ в постановке на учет в системе ЕНВД не предусмотрен законодательством. Большим преимуществом ЕНВД над патентной системой является то, что предприниматель имеет право вести свою деятельность в течение десяти дней, до получения уведомления. Система ЕНВД имеет заявительно-уведомительный характер.

Таким образом, в данной работе рассмотрены существующие режимы налогообложения субъектов малого предпринимательства: единый налог на вмененный доход и патентная система налогообложения. Преимущества и недостатки той и иной должны рассматриваться применительно к конкретному объекту обложения. Однако следует отметить основное и главное преимущество патента перед ЕНВД – это отсутствие необходимости частого взаимодействия с налоговыми органами при сдаче ежеквартальной отчетности, поэтому замена ЕНВД патентной системой налогообложения очевидно, благое решение, при сохранении и увеличении всех имеющихся плюсов данной системы.

Список литературы:

1. Кузьмичева И.А., Закирова М.А. Собираемость местных налогов в Приморском крае / И.А. Кузьмичева, М.А. Закирова // *Фундаментальные исследования*. – 2014. – № 8-4. – С. 928-932.
2. Налоговый кодекс Российской Федерации: (по состоянию на 05.12.2014) [Электронный ресурс] // *КонсультантПлюс*. – 2014.
3. Кузьмичева И. А., Флик Е. Г. Автоматизация учетной работы налоговых органов // *Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса*. – 2010. – № 5. – С. 67-72.

**ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ В XXI ВЕКЕ:
ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ**

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ

XIX Международной научно-практической конференции

ЧАСТЬ 1

г. Новосибирск, 19 декабря 2014 г.

Под общей редакцией
кандидата экономических наук С.С. Чернова

Подписано в печать 20.12.2014. Формат 60×84 1/16. Бумага офсетная.
Тираж 500 экз. Уч.-изд. л. Печ. л. Заказ

Отпечатано в типографии
ООО Издательство «СИБПРИНТ»
630099, г. Новосибирск, ул. Максима Горького, 39



ЦЕНТР РАЗВИТИЯ НАУЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА
(г. Новосибирск)

С целью оказания помощи в опубликовании результатов научно-исследовательских работ профессорско-преподавательского состава, молодых ученых, аспирантов и магистрантов проводит *конференции*, готовит к выходу *сборники научных трудов* «АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ», а также осуществляет подготовку и публикацию коллективных научных *монографий* по различным областям знаний.

Информацию об условиях публикации результатов научных исследований и требования к оформлению материалов можно получить на сайте <http://www.ZRNS.ru>, по телефонам Центра развития научного сотрудничества в г. Новосибирске:

8-383-291-79-01 Чернов Сергей Сергеевич, руководитель ЦРНС

8-913-749-05-30 Хвостенко Павел Викторович,
ведущий специалист ЦРНС

или по электронной почте: monography@ngs.ru
monography@mail.ru

НАДЕЕМСЯ НА ПЛОДОТВОРНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО!