

УРАЛЬСКИЙ ИНСТИТУТ ФОНДОВОГО РЫНКА
ЦЕНТР РАЗВИТИЯ НАУЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ В XXI ВЕКЕ: ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ

XXV Международной научно-практической конференции

г. Екатеринбург, 18 декабря 2015 г.

Под общей редакцией
кандидата экономических наук С.С. Чернова



ЕКАТЕРИНБУРГ
2015

ББК 65.050.113
УДК 338.242
Э 40

ОРГКОМИТЕТ КОНФЕРЕНЦИИ:

- Чащин В.В.**, ректор Уральского института фондового рынка (г. Екатеринбург), доктор экономических наук, доцент – *председатель*.
- Чернов С.С.**, заведующий кафедрой Систем управления и экономики энергетики Новосибирского государственного технического университета (г. Новосибирск), руководитель ЦРНС, кандидат экономических наук, доцент – *заместитель председателя*.
- Арутюнян О.К.**, профессор кафедры «Публичное управление» Академии государственного управления Республики Армения (г. Ереван), доктор экономических наук, профессор.
- Мергалиева 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.
- Миңгалева 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 «Национального исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Санкт-Петербург), кандидат экономических наук, доцент.

Э 40 **Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития:** сборник материалов XXV Международной научно-практической конференции / Под общ. ред. С.С. Чернова. – Екатеринбург: Издательство Уральского института фондового рынка, 2015. – 306 с.

ISBN 978-5-902328-26-1

В сборник вошли материалы секций: «Теория управления экономическими системами», «Мировая экономика и международные экономические отношения», «Глобальные тенденции экономического развития», «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», «Бухгалтерский, управленческий учет и аудит», «Финансы и налоговая политика», «Банковское и страховое дело», «Экономическая оценка инвестиций», «Экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами», «Информационно-коммуникационные технологии в управлении предприятием», «Проблемы развития малого бизнеса в России и за рубежом».

Все материалы публикуются в авторской редакции.

Сборник материалов МНПК зарегистрирован в РИНЦ и размещен на сайте Научной электронной библиотеки elibrary.ru по адресу: http://elibrary.ru/title_about.asp?id=38345 (договор на размещение материалов конференции в РИНЦ № 475-08/2013 от 7.08.2013).

ББК 65.050.113
УДК 338.242

ISBN 978-5-902328-26-1

© Коллектив авторов, 2015

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ 1. ТЕОРИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ	8
<i>Амантаев А.А.</i> Проблемы в теории управления проектами	9
<i>Чащин В.В., Яворская О.В.</i> Актуальные проблемы управления внутрифирменным оппортунизмом: эффективность полиграфа с точки зрения экономической теории.....	13
<i>Чащин В.В.</i> Социальная ответственность бизнеса и либертарианский патернализм: теоретические аспекты	22
СЕКЦИЯ 2. МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ	25
<i>Аттокурова Н.С.</i> К вопросу о развитии евразийской интеграции	26
СЕКЦИЯ 3. ГЛОБАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ	31
<i>Попов В.П., Крайнюченко И.В.</i> Управление будущим для спасения цивилизации	32
СЕКЦИЯ 4. УПРАВЛЕНИЕ В СОЦИАЛЬНЫХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ	39
<i>Бараусова Е.А., Корякина Е.А.</i> Проблемы и перспективы аутсорсинга в учреждениях образования	40
<i>Керимова Л.А., Трубицына Е.А.</i> Жизненный цикл организации «Биомир»	44
<i>Рыжанушкина Ю.В.</i> Государственное регулирование в энергетической сфере	48
СЕКЦИЯ 5. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА	53
<i>Боровинская И.В., Негода В.Н.</i> Основные направления совершенствования системы управления персоналом организации в условиях экономического кризиса.....	54
<i>Гладких И.Б.</i> Мотивация в дистанционном образовании (модель Келлера применимо к студентам с ОВЗ).....	58
<i>Рожкова М.В., Погиба А.В.</i> Система обучения персонала в организации	63

<i>Шмидт В.А.</i> Возможности активизации познавательных интересов студентов при изучении экономической теории	69
СЕКЦИЯ 6. МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМНОЕ ДЕЛО И PR	74
<i>Дюзельбаева Г.М.</i> Современное состояние рекламного рынка в Казахстане	75
<i>Неганов С.А.</i> Сущность и классификация маркетинговых коммуникаций	79
<i>Неганова В.П.</i> Формирование портфеля потребителей на рынке B2C в условиях импортозамещения	87
<i>Фризен Н.Г., Нипейков Т.М.</i> Влияние маркетинговой деятельности на конкурентоспособность предприятия	94
СЕКЦИЯ 7. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ	98
<i>Линик А.Ю.</i> Проблемы внедрения и использования сбалансированной системы показателей в российских компаниях	99
СЕКЦИЯ 8. ИННОВАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ И СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ	105
<i>Султангазин Б.М., Кенжебекова Д.С.</i> Сущность и значение инновационной деятельности в промышленности	106
СЕКЦИЯ 9. РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА	111
<i>Адылбекова А.М.</i> Системный подход в изучении рисков государственно-частного партнерства	112
<i>Неганова О.А.</i> Моногорода в региональной экономике РФ: понятие моногород, градообразующее предприятие, классификация моногородов	115
<i>Улан кызы Каныкей</i> К вопросу об изучении национальной экономики как системы	120
СЕКЦИЯ 10. ЭКОНОМИКА ТРУДА И УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ	125
<i>Анурова Н.Н., Лаврентьева И.П.</i> Молодежный рынок труда как фактор развития человеческого потенциала региона	126
<i>Суетов А.К.</i> Мотивация как процесс трудовой деятельности	130
СЕКЦИЯ 11. БУХГАЛТЕРСКИЙ, УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ И АУДИТ	134
<i>Салькина А.С., Досова М.К.</i> Реляционные отношения между компаниями	135

<i>Сарсембаева Г.Б.</i> Взаимосвязь отраслевых особенностей зернового производства с элементами управленческого учета	139
СЕКЦИЯ 12. ФИНАНСЫ И НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА	144
<i>Болотин А.В.</i> Инвестиционное взаимодействие и финансовые рынки: анализ влияния	145
<i>Герасименко О.А., Коровайная Е.М.</i> Банкротство в России: от истоков до наших дней	149
<i>Курмангалиева А.К., Асаубаева З.Н.</i> Современная система налогообложения доходов предприятий в Казахстане	153
<i>Павлова А.Р.</i> Анализ региональных налоговых льгот на примере Республики Саха (Якутия)	159
<i>Салькина А.С., Утебаев Р.А.</i> Реформирование частных накопительных пенсионных фондов в единый накопительный пенсионный фонд: состояние, проблемы и перспективы	162
<i>Танана Д.Б.</i> Сумма под риском по портфелю (показатель VaR) и его свойства	167
СЕКЦИЯ 13. БАНКОВСКОЕ И СТРАХОВОЕ ДЕЛО	172
<i>Завьялова Е.Н.</i> Факторы, влияющие на ликвидность коммерческого банка	173
<i>Немеш А.И.</i> Инвестиционная деятельность коммерческих банков.....	178
<i>Уакпаева М.М., Митаева М.А.</i> Проблемы и современное состояние страхового сектора Республики Казахстан	183
СЕКЦИЯ 14. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИЙ	189
<i>Кенжебекова Д.С.</i> Оценка основных направлений использования инвестиций в Казахстане	190
<i>Курмангалиева А.К.</i> Расчет показателей эффективности использования инвестиций в Казахстане	194
СЕКЦИЯ 15. ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ	200
<i>Безруких Д.В.</i> Кластерная организация промышленного производства: сущность и принципы формирования	201
<i>Белостоцкий А.А.</i> Устойчивая кормовая база – устойчивое развитие животноводства	206

<i>Кисель П.А.</i> Проблемы туристской отрасли в Республике Казахстан	210
<i>Комарова Е.В.</i> Обеспечение экономико-правовой безопасности функционирования и развития хозяйствующего субъекта сферы бытового обслуживания населения	215
<i>Линиченко Д.С.</i> Экономическая оценка проекта мелиорации земель в системе агропромышленной интеграции	220
<i>Маркин Д.Н.</i> К вопросу о понятии саморегулирования предпринимательской деятельности.....	224
<i>Темирова З.А., Позднякова Т.А.</i> Общесистемные и конкретно-территориальные проблемы разработки и реализации государственной инвестиционной политики в российской электроэнергетике	229
<i>Шмидт В.А., Алиев А.С.</i> К вопросу формирования мясного птицеводства в Казахстане	234
<i>Щепеткина И.В.</i> Методы определения экономического ущерба от загрязнения окружающей среды.....	239
СЕКЦИЯ 16. ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ	244
<i>Багдасарян С.А., Перова М.В.</i> Внедрение Business Intelligence	245
<i>Болдырева А.С., Перова М.В.</i> Внедрение информационных систем в государственный сектор. Правовой аспект.....	249
<i>Веселицкий О.И., Норкина Е.К.</i> Риски внедрения систем электронного документооборота в государственных структурах	254
<i>Зайцева А.М., Высочева Я.Н.</i> Мобильные возможности ERP-систем....	259
<i>Запашная Я.В., Рудовский А.С.</i> Применение технологии нейронных сетей в некоторых сферах экономической деятельности.....	264
<i>Кужукева К.М.</i> Развитие электронной торговли в Казахстане	269
<i>Лысенко А.С., Писаренко А.С.</i> Должность СЮ на российских предприятиях	273
<i>Сейткалиева А.К.</i> Роль и место автоматизированных информационных систем в управлении.....	278
<i>Фалынсков Д.А., Гончарова Д.Ю.</i> Применение систем электронного документооборота на предприятии	282

<i>Шкаева А.Д., Боровая Е.С.</i> Российский рынок автоматизированных систем управления взаимоотношениями с клиентами	287
СЕКЦИЯ 17. ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ	293
<i>Савичев А.А.</i> Модель обеспечения устойчивого развития субъекта малого и среднего предпринимательства на основе использования альтернативных финансовых инструментов	294
<i>Субботина Е.И.</i> Государственная поддержка малого и среднего бизнеса в Республике Казахстан	300

Секция 1

***ТЕОРИЯ УПРАВЛЕНИЯ
ЭКОНОМИЧЕСКИМИ
СИСТЕМАМИ***

ПРОБЛЕМЫ В ТЕОРИИ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ

© Амантаев А.А.*

Костанайский инженерно-экономический университет
им. М. Дулатова, Республика Казахстан, г. Костанай

Что такое проект, и его свойства. Процесс планирования и управления проектом. Сетевое планирование и управление проектом. Способ представления проектов.

Ключевые слова: проект, инструменты планирования, сетевое планирование, виды графов, график Ганта.

Чаще всего под термином проект понимают набор документов конструкторского плана, с описанием технического решения или изделия. Однако проект – это совокупность мероприятий, в результате которых должна быть достигнута заранее определенная система целей к установленному сроку и при ограниченных материальных ресурсах. Основное свойство проекта в том, что он представляет собой комплекс работ (операций), которые обычно не повторяются.

С позиции современных теорий научного менеджмента процесс планирования и управления проектами может быть рассмотрен на разных уровнях:

С точки зрения стратегического управления фирмой – самостоятельным экономическим субъектом, в рамках которой реализуется проект. Под стратегическим управлением подразумевается управление ориентированное на перспективу, глобальные цели, которое имеет горизонт планирования в несколько лет.

С точки зрения оперативного управления, то есть управления, ориентированного на обеспечение устойчивого функционирования фирмы, создание потенциала для ее развития, обычно в периоде от месяца до года.

С точки зрения текущего управления, основу которого составляет регистрация, сбор и анализ информации об отклонениях управляемого процесса от запланированного состояния и последующая выработка и реализация решений по устранению (минимизации) нежелательных отклонений.

Любой алгоритм, основанный на той или иной экономико-математической модели, приобретает практическое значение лишь тогда, когда реализуется в виде конкретного программного инструмента. И в этом плане задачи управления проектами составляют предмет для изучения со стороны экономической информатики.

Любое управление явно или неявно подразумевает наличие целевой функции, позволяющей оценивать его результаты и эффективность. В соответствии с традиционными подходами цели оперативно-календарного пла-

* Магистрант. Научный руководитель: Притула Р.А., профессор, кандидат экономических наук.

нирования определяются как минимизация продолжительности выполнения проекта при ограничениях на имеющиеся ресурсы.

Сетевое планирование и управление включает три основных этапа:

1. Структурное планирование.
2. Календарное планирование.
3. Оперативное управление.

В рамках этапа структурного планирования производится разбиение проекта на отдельные операции. Под операцией понимается деятельность или процесс, выполнение которых требует некоторых временных и материальных затрат. Затем составляется логическая схема связей между операциями, или, как еще говорят, сетевая модель.

На этапе календарного планирования строится так называемый календарный график, определяющий моменты начала и окончания каждой операции. Календарный график в совокупности с сетевой моделью позволяет выявить критические операции, то есть такие операции, изменение длительности которых может повлиять на срок завершения проекта в целом.

Завершающим этапом является оперативное управление процессом реализации проекта. Данный этап подразумевает использование сетевой модели и календарного графика для формирования отчетной информации о ходе выполнения проекта, с одной стороны, и их возможные корректировки по результатам анализа фактического положения дел, с другой.

Логическая последовательность операций представляется с помощью графов. В теории сетевого планирования наибольшее распространение получили вершинные и стрелочные графы.

Рассмотрим вершинные и стрелочные графы. В стрелочных графах операции представляются стрелками (дугами). Их направление отражает ход времени. Традиционно последовательность стрелок ориентируется слева направо. Начало и окончание операций называют событиями. События обычно изображают с помощью точек (кружков).

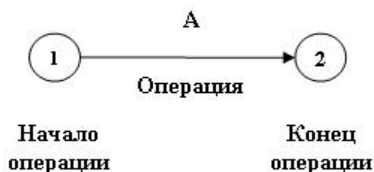


Рис. 1. Изображение операции на стрелочном графе

Простейший стрелочный граф изображен на рис. 1. На нем для обозначения операции используется буква А, а для событий – цифры 1 и 2. События принято нумеровать таким образом, чтобы номер предшествующего события был меньше, чем номер последующего. Событие не считается свершившимся, если не завершены все операции, отвечающие стрелкам, входящим в обозначающий его узел. Так, на рис. 2 отображена схема проекта, в

котором операция С не может начаться ранее момента завершения операций А и В.

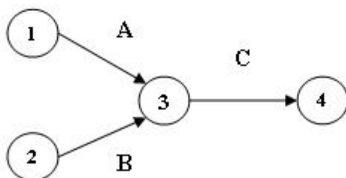


Рис. 2. Пример отображения последовательности операций с помощью стрелочного графа

Если некоторые события непосредственно не связаны между собой реальными общими операциями, но в силу причин содержательного характера не могут произойти одно без другого, то для описания их отношений используют фиктивные логические операции. Фиктивным операциям приписывается нулевая продолжительность. Например, если операция В непосредственно зависит от операции А, а С – от D, но D также нельзя начать, пока не закончена А, то данный проект может быть описан с помощью графа, показанного на рис. 3.

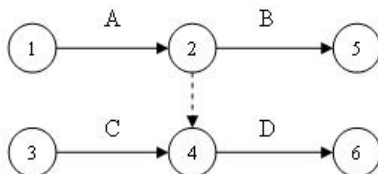


Рис. 3. Пример использования фиктивных логических операций

Если две и более операции имеют одни и те же начальное и конечное события, то для того чтобы их было удобно отличать друг от друга (последнее особенно важно при решении вопросов организации информационного обеспечения для соответствующих программных пакетов), используют так называемые фиктивные операции идентификации. Пример решения этой проблемы показан на рис. 4.

В вершинных графах операции проекта представляются узлами (вершинами), а их взаимосвязи отражаются с помощью стрелок.

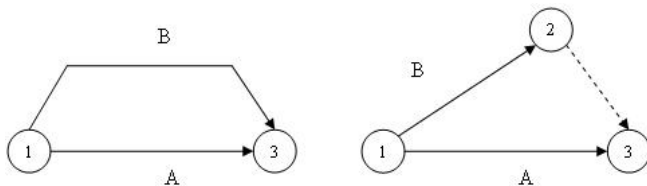


Рис. 4. Применение фиктивной операции идентификации

К преимуществам вершинных графов следует отнести отсутствие в них необходимости вводить фиктивные операции, но, в то же время, при их использовании труднее представить общую картину перехода от одной операции к другой. На рис. 5 показаны альтернативные представления одних и тех же проектов с помощью стрелочных и вершинных графов.

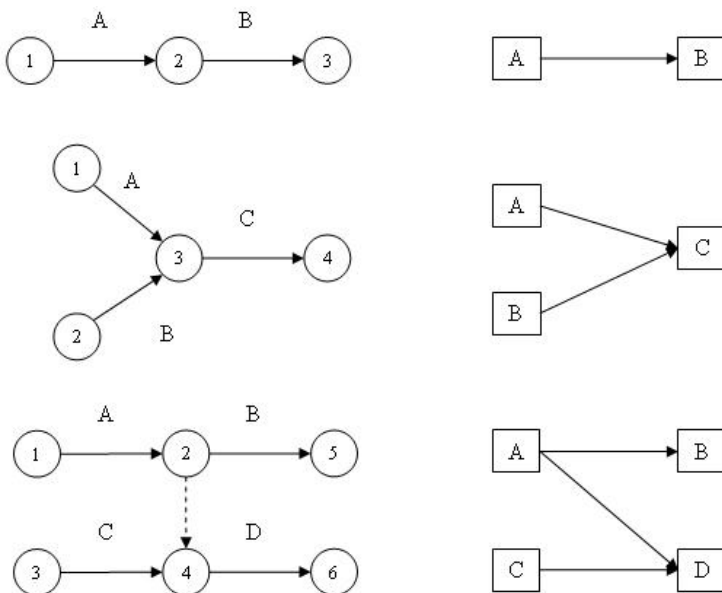


Рис. 5. Сравнение представлений схем проектов с помощью стрелочных и вершинных графов

Говоря о способах представления проектов, нельзя не упомянуть о таком известном инструменте, как ленточный (линейный) график Ганта (диаграмма Ганта). В графике Ганта сроки начала и окончания операций откладываются на горизонтальной шкале времени. Соответственно, размеры линий графика, отражающих отдельные операции, пропорциональны их продолжительности. Недостаток данного метода заключается в том, что он не позволяет устанавливать зависимости между различными операциями. В то же время он хорошо отражает распределение ресурсов времени между отдельными частями проекта.

Список литературы:

1. <http://bourabai.kz/>.
2. Сомерсвилл И. Инженерия программного обеспечения [Текст] / И. Сомерсвилл. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2002.

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ВНУТРИФИРМЕННЫМ ОПОРТУНИЗМОМ: ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПОЛИГРАФА С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ

© Чашин В.В.* , Яворская О.В.†

Уральский институт фондового рынка, г. Екатеринбург

Полиграф сегодня становится все более популярным инструментом борьбы с недобросовестными сотрудниками. Однако, являясь средством генерирования специфических сигналов во внутрифирменной среде, полиграф требует особых подходов к именно системному использованию в управленческих целях. Особенности применения полиграфа и альтернативных инструментов в области менеджмента и посвящена настоящая работа.

Ключевые слова: полиграф, стимулы, теорема о достаточной статистике, теория оптимального контракта, экономический оппортунизм.

Говоря о связанных с экономическим оппортунизмом процессах в современной компании, просто невозможно не упомянуть проблему детектора лжи. Полиграф сегодня становится все более популярным инструментом борьбы с недобросовестными сотрудниками. Причины этого вкратце таковы. По мнению эволюционной биологии, мы все, обманывая, испытываем стресс, препятствующий распространению лжи в коллективах (что повышает их эволюционные шансы). На этом, собственно, и основано действие полиграфа, популярное название которого – детектор лжи – не отражает его сути (отметим, что ниже представлена лишь одна из десятка существующих ныне гипотез механизма действия устройства).

По существу, прибор является совокупностью увязанных в единый комплекс датчиков физиологических процессов человеческого организма: частота сердечных сокращений, артериальное давление, особенности дыхания, уровень влажности кожных покровов и т.д. (чем их больше, тем точнее будет картина). А вот решить, лжет испытуемый или нет, может только оператор полиграфа, помещающий человека в сеть вопросов, или опросную модель, сконструированную особым образом. Одни вопросы призваны рассказать о стереотипных реакциях человека на ситуации правды и обмана. Другие – вызвать соответствующие физиологические отклики в отношении интересующих заказчика исследования проблем. В современной психологии это называется ассоциативной когерентностью реакций: оказывается, мысли, воспоминания, идеи и телесные процессы у нас неразрывно связаны, неразделимы.

* Ректор, доктор экономических наук.

† Заведующий кафедрой Социально-экономических наук.

Соответственно, прозрачными становятся и экономические резоны использования полиграфа. Вместо того чтобы разрабатывать сложные системы мониторинга, наблюдения и контроля. Устанавливать следящую аппаратуру, нанимать супервайзеров, за которыми в свою очередь нужно следить. Конструировать непростой дизайн стимулирующих контрактов. Заниматься устройством ландшафта организационно-производственных процессов, разграничивая участки в соответствии с требованиями разделения опасных в смысле оппортунистических возможностей зон. Решать, что стоит вынести на внешний подряд, а что допустимо делать внутри фирмы. Разрабатывать рационализацию расхода ресурсов там, где точный учет невозможен. Определять баланс между нормативами повременной деятельности и сдельного труда. Устанавливать стимулирующие связи между взаимодействующими подразделениями. Наконец, выстраивать карьерные стратегии, определяющие долгосрочные отношения с сотрудниками. Короче говоря, вместо огромного количества управляющих мероприятий – подчас сложных и весьма трудоемких – достаточно пригласить специалиста с полиграфом, и забыть обо всех проблемах с персоналом.

Оператор детектора лжи периодически будет обследовать сотрудников, и выявлять слабые звенья. Далее точечными, относительно недорогими решениями мы не только устраняем результаты деяний оппортунистов, но и – немаловажный аспект – предотвращаем новые проступки (раз уж сотрудникам становится ясно, что наказание неотвратимо).

Более того, полиграф, вероятно, может позволить нам реализовать эффект, обратный «отбору худших», – назовем его «отбор лучших». Напомним, в чем заключается проблема отбора худших. Предположим, вы решили организовать деятельность по кредитованию граждан. Понимая, что конкурировать с капитанами этого бизнеса вам поначалу будет сложно, вы в качестве конкурентного преимущества выбираете мягкие условия предоставления ссуды. Допустим, деньги вы предполагаете выдавать по предъявлению одного только паспорта.

Но вы, конечно, при этом понимаете, что риски такой деятельности неизмеримо выше, чем у тех же банков, требующих от потенциальных клиентов самые разнообразные подтверждения их добросовестности и состоятельности. Потому вы, произведя расчеты, устанавливаете по выдаваемым вами кредитам довольно высокую процентную ставку. Ваш замысел прост: добросовестные ссудополучатели будут оплачивать убытки от действий оппортунистов. Увы, быстро выясняется, что такая стратегия является несколько наивной. Ведь высокие проценты за пользование деньгами отпугивают граждан, реально рассчитывающих свои силы, зато недалековидные, а то и просто нечестные заемщики слетаются за вашими ссудами, как мухи на мед. И чем больше их становится, тем более высокие проценты вы вынуждены устанавливать, что вновь стимулирует именно оппортунистов стремиться за вашими услугами. Потому, как и всем финансовым организациям,

вам все равно приходится осуществлять большие транзакционные издержки на взимание долгов.

Однако если бы вы имели возможность каждого обратившегося к вам гражданина тестировать на детекторе лжи и принимать решения в соответствии с данными прибора, вы, вероятно, могли бы отбирать действительно качественных заемщиков и устанавливать им относительно скромный процент. Полиграф, кажется, позволил бы вам не только избавляться от рискованных клиентов, но и отбирать лучших. И не исключено, что и в организации мы могли бы рассчитывать на такой эффект. В случае регулярных проверок сотрудников на честность персонал вполне способен самодифференцироваться. Если человек нечестен, если он является оппортунистом, он предпочтет уйти, ведь постоянный высокий риск разоблачения будет для него непереносим, он предпочтет половить рыбку в мутной воде в другой фирме. А вот добросовестные работники к полиграфу будут относиться спокойно, именно они-то – лучшие – и останутся, в конце концов, вместе со своим мудрым руководством.

Стоит признать, что такие рассуждения теоретически небезосновательны. Однако в практическом смысле мы можем столкнуться здесь с рядом проблем и методического, и концептуального характера. Во-первых, речь идет о небезупречности работы полиграфа. Иными словами, всегда остается вероятность либо наказания невиновного, либо оправдания виновного. Это в свою очередь порождает следующий важный эффект. Предположим, вам удалось полностью избавиться от нечестных сотрудников. Однако оставшиеся добросовестные работники, понимая риск проверок на детекторе лжи, вероятно, захотят иметь некие компенсирующие стимулы для продолжения сотрудничества с вами. Ведь в другой фирме они могли бы пользоваться выгодами репутации честного человека без этих утомительных и опасных процедур. Следовательно, помимо прямых издержек на содержание службы детекторов лжи вы должны учитывать и косвенные стимулирующие затраты на персонал.

Во-вторых, принимая кадровые решения (уволить, оставить) на основе показаний полиграфа, вы рискуете остаться с честными, но не самыми эффективными сотрудниками. Ведь ситуация, являющаяся идеальной в теории «принципал-агент», т.е. в теории оптимального контракта, может быть охарактеризована, как это ни парадоксально звучит, старым лозунгом социалистического общества: от каждого по способностям, каждому по труду. Иными словами, традиционные подходы к управлению персоналом стремятся не выяснить любой ценой всю подноготную сотрудников, а создать им такие условия труда, и разработать такую систему стимулов, чтобы каждый работник сам выбирал свой уровень усилий в зависимости от ожидаемого вознаграждения и собственной самооценки. Общий – и очень глубокий – смысл этой концепции заключается в уверенности, что только сам индивид, по собственному желанию может обеспечить эффективность своего труда. Да и, в конце концов,

в негативной информации, генерируемой полиграфом, можно просто захлебнуться: каждый сигнал о нечестности нужно будет уточнять и расследовать.

Проблему структуры и условий мотивации сотрудников на общем теоретическом уровне развивает Жан Тироль, – например, в замечательной работе «Внешние и внутренние стимулы» (в соавторстве с Р. Бенабу). Выясняется, что сильные внешние стимулы (премиальное вознаграждение или детальный мониторинг и угроза наказания, как при применении полиграфа) нередко в долгосрочной перспективе снижают мотивацию работника. Отчасти здесь работает эффект храповика: стимулирующая выплата может быть воспринята работником как новый стандарт системы вознаграждения (если мне поручили дополнительную работу, пообещав премию в случае успеха, в дальнейшем я всегда буду ожидать поощрения и не стану демонстрировать готовность трудиться из соображений энтузиазма). Отчасти же – случай детектора лжи – усиление внешних стимулов может восприниматься персоналом как необоснованное недоверие, что совершенно исключит желание генерировать работодателю сигналы о своем высоком качестве (все равно проверки на детекторе не избежать). Это подтверждает и известный эксперимент экономистов-психологов Армина Фалька и Михаэля Косфельда, показавший, что нередко при усилении контроля над сотрудниками их производительность (прежде всего, за счет снижения внутренней мотивации) уменьшается.

Конечно, и эти тезисы являются идеализацией. Но главное, о чем они говорят, является, пожалуй, решающим моментом: и индивидуальное поведение работника, его мотивационная сфера, и пространство взаимодействия сотрудников не являются простыми, монофункциональными процессами, которые можно контролировать при помощи простых критериев. Отличный, но слишком предприимчивый работник требует в этом смысле совсем другого подхода, чем честный и исполнительный, но безынициативный сотрудник. Однако при применении полиграфа именно последние характеристики являются аттрактором, т.е. тем идеалом, к которому приводятся все работники фирмы. В результате определяющим стимулом у персонала вполне может оказаться боязнь совершить действие, которое может быть источником неуверенности при проверке, т.е. породить риски объявления лжецом, что и приводит к уклонению сотрудников от ситуаций с неопределенностью. А так ли уж много простых процессов в организации, не допускающих сомнений и двусмысленных толкований?

Недаром в публикациях, посвященных проблеме применения полиграфа, акцент делается в основном на «грубых» нарушениях: воровстве, мошенничестве. Причем здесь упускается из виду: часто бывает так, что компания предпочитает скорее не менять, чем увольнять того или иного работника, если его компетенции достаточно специфичны. Следовательно, вопрос заключается не в выявлении нечестного поведения, а в поиске правильного баланса стимулов ценного работника к добросовестным и недоб-

росовестным поступкам. Позиционирование же полиграфа в качестве инструмента борьбы только с воровством несколько снижает его привлекательность: оплачивать и традиционную систему управления персоналом, и работу специалиста по выявлению преступников далеко не всегда выгодно.

Интуитивно можно даже допустить, что описанные обстоятельства и эффекты от внедрения проверок на детекторе лжи связаны с теоремой о достаточной статистике менеджера, доказанной известным экономистом Бенгтом Хольстромом. Эта теорема гласит, что вознаграждение (т.е. стимулы) работнику целесообразно увязывать только с теми наблюдаемыми факторами (сигналами), которые зависят от его собственных усилий. А дополнительная информация о трудолюбии или честности сотрудника может вводиться в расчеты лишь в том случае, если она сообщает нам что-то существенное о деятельности работника при уже известных базовых критериях.

Скажем, вы владелец бизнеса, нанимающий работника для оперативных действий. Спрашивается: как организовать оплату его труда, чтобы он прикладывал максимально возможные усилия? Первое, что приходит в голову, – привязать оплату к уровню прибыли (с практической точки зрения проще – к уровню валового дохода). Если мы считаем, что величина прибыли действительно обусловлена усилиями работника, тогда, вероятно, эта зависимость и вправду будет стимулировать его к более интенсивному труду. Однако, может быть, сравнение с величиной дохода конкурентов также способно подвигнуть работника к увеличению своих усилий? Что если предложить ему премию в том случае, если по итогам отчетного периода выгоды вашего бизнеса превысят прибыльность дела одного из конкурентов?

Теорема Хольстрема говорит о нецелесообразности именно таких решений. Действительно, если сотрудник принимает ваше предложение, его вознаграждение будет зависеть от двух факторов: контролируемого им – от величины прибыли вашего предприятия (эту прибыль создает он сам) и неконтролируемого – прибыли конкурента. В первом случае зарплата прямо зависит от величины критерия (прибыли). Потому он имеет стимулы этот критерий увеличивать до возможного максимума. Во втором случае критерий сравнения не определен до момента подведения итогов, следовательно, работнику выгодно прикладывать максимально возможные усилия для получения максимально возможной прибыли в надежде, что она в итоге все же превысит прибыль конкурента. Но ведь именно этот результат уже получен нами в первом случае! Значит, использование второго критерия ничего не добавляет к системе стимулов нашего водителя, и критерий этот является лишним.

Более того, если мы введем, скажем, штраф за итоговую прибыль, меньшую, чем показатель эталонного предприятия, мы, возможно, увеличим риски деятельности работника настолько, что он будет дестимулирован к труду в целом. Имеются и технические сложности. При выборе объекта сравнения обязательно нужно учитывать степень корреляции соответствующих процессов: вашего и эталонного. В конце концов, даже если в простейшем

случае соперник будет использовать новое оборудование, а вы – изношенное, сравнение уже окажется некорректным. О том же может идти речь и в случае введения в зону расчета вознаграждения работника какого-нибудь независимого производственного показателя, например, цен на ресурсы. Поскольку сотрудник не может контролировать такие критерии, он фактически принимает на себя те риски, которые вообще-то должен нести владелец бизнеса, т.е. получатель остаточного дохода (прибыли).

Иное дело, если вы сомневаетесь в том, что стимулы работника безусловно зависят от величины его вознаграждения в денежной форме. Тогда дополнительная информация может сыграть вам на руку. И дополнительные сигналы становятся существенными и должны быть учтены в формировании системы стимулов.

Возвращаясь к полиграфу, заметим, что использование этого приборного комплекса вполне можно рассматривать в качестве введения именно дополнительного сигнала, позволяющего оценивать уровень усилий работников. И вопрос выбора наблюдаемых фактов, свидетельствующих о фактах ненаблюдаемых, является здесь весьма непростым.

Так, в рамках моделей «принципал – агент» с позиции руководителя можно видеть или пытаться увидеть множество событий, связанных с активностью сотрудников. Приходит ли работник на службу в срок, общается ли он в рабочее время в социальных сетях, часто ли пьет чай или устраивает перекуры, какова его выработка, в срок ли он выполняет задания, соблюдает ли правила учета и отчетности на предприятии, как он использует инвентарь, инструменты, материалы. Все эти вопросы, по-видимому, в тех или иных обстоятельствах могут оказаться несправедливыми. Но как нам выбрать из всего принципиально доступного для наблюдения массива данных набор, достаточный для обеспечения эффективности работы подчиненных? Ведь, напомним, процессы контроля, мониторинга, стимулирования связаны с трансакционными издержками. Чем больше таких затрат – тем меньше ресурсов достается основной деятельности. Потому проблема редукции (здесь – упрощения) информации, проблема определения достаточной статистики без потери ее действенности является в менеджменте основной.

Именно в этой связи у практикующих руководителей можно встретить два подхода (впрочем, довольно абстрактных). По мнению одних, управлять можно и нужно только по результатам (я появляюсь в магазине раз в неделю, смотрю отчеты и в случае плохих показателей устраиваю нагоняй). Другие убеждены, что капитализм – это учет и контроль (я установил везде камеры наблюдения, провожу внеплановые ревизии и завел детектор лжи). Очевидно, однако, что выбор политики зависит от характера производственных процессов, масштаба предприятия и контрактных особенностей.

Скажем, величина прибыли в ряде простых вариантов действительно может служить достаточным сигналом (достаточной статистикой) для оценки деятельности сотрудника. Это связано с хорошей формализуемостью ря-

да процессов. Но даже в этом случае мы вынуждены задуматься о некоторых дополнительных обстоятельствах. К какому мотивационному типу относится наш работник? Бережно ли он обращается в погоне за максимальной прибылью с вверенным оборудованием? Как ведет себя в благоприятных производственных условиях, а как – в плохих (напряженный график)? Вероятно, как говорилось выше, стоит учитывать и возможности оппортунистического предпринимательства (если, скажем, часть выручки сотрудник может утаивать, его мотивационная среда меняется кардинально, и теперь задокументированный объем прибыли *уже не достаточен* для того, чтобы адекватно судить о результатах работы сотрудника).

В плохо формализуемых процессах перед нами возникают новые проблемы. Здесь зачастую нет количественного, счетного результата деятельности. Итоги работы персонала, как правило, носят дискретный качественный характер. Идет ли речь о бухгалтерии или штабных менеджерах, о маркетологах или финансистах, – мы во многих случаях не можем увязать оценку их деятельности с простыми гладкими монопараметрическими функциями. Возникает необходимость создания относительно искусственных систем критериев, иногда очень сложных и запутанных: грейды, коэффициенты участия, бонусы и т.д.

Потому, например, в публичных корпорациях собственники для правильной оценки работы высшего менеджмента прибегают не только к внутренним информационным процедурам (прибыль, уровень издержек, – все это может зависеть от конъюнктуры и подвести даже прекрасного работника), но и к внешним квазиэкспертным процедурам, – чаще всего к уровню рыночной стоимости компании. Рынок (инвесторы) как коллективный разум или как гигантская счетная машина действительно, как правило, дает верную оценку той или иной фирме, что отражается в стоимости ее ценных бумаг. Рынок здесь выступает в качестве эффективного агрегатора сигналов, он словно бы суммирует все критерии в единый интегральный показатель – цена акции. И предоставляемые менеджерам опционы (право на покупку акций предприятия по фиксированной цене) и вправду стимулируют их заботиться о росте капитализации, публичной стоимости компании. Правда, нередко – при помощи манипуляций с бухгалтерской отчетностью или в ущерб стратегическим планам развития фирмы. Так что универсального решения в этом вопросе все равно нет.

Но для нас важно то, что и полиграф может рассматриваться в качестве аналогичного рынку устройства, которое выдает уже сводную и потому удобную для работы и анализа оценку персонала. Именно с этим и связана популярность детектора лжи. Здесь не нужно решать проблему определения минимальной, но достаточной статистики. Редукция всего возможного множества сигналов производится как бы автоматически. Однако так ли это?

Стоит подчеркнуть, что детектор лжи действительно организует не информационную полноту (пространство отсутствия лжи), но некий набор

сигналов. Исследователь строит модель желательных (нежелательных) действий сотрудника и поверяет работников на соответствие этой модели. Расчет основывается на интенциональности, осознанности оппортунистических действий: если испытуемый совершал выходящие за рамки правил поступки, то совершал он их намеренно, значит, и реакции организма на ложь будут выявляемы. При этом лицо, принимающее решение, должно быть уверено в корреляционной связи между валидностью построенной модели опроса, полученными при использовании полиграфа данными и качеством реального поведения сотрудника. Речь здесь идет не о достоверности методик применения детектора лжи, а именно о восприятии: с одной стороны, сотрудником своего поведения как нечестного, с другой стороны, руководителем результатов исследования – как сигналов о нечестности.

И проблема приобретает здесь важный практический характер, поскольку полиграф часто истолковывается менеджерами в качестве источника специфических стимулов, вернее, – контрстимулов, препятствующих реализации оппортунистических процессов. Мы, скажем, объявляем сотрудникам, что отрицательное заключение полиграфа всегда будет основанием для наложения штрафных санкций. Соответственно, мы надеемся, что работники окажутся мотивированными к соблюдению совокупности внутрифирменных норм и правил.

Рассмотрим последовательно два случая такой политики (законодательных ограничений на применение полиграфа касаться не будем). Во-первых, мы можем сконструировать очень общую опросную модель (с довольно абстрактными вопросами, например, – наносили ли вы своими действиями или бездействиями вред компании?). В этих условиях нами будут созданы, как это ни парадоксально, чрезмерные стимулы воздержания от оппортунизма. Действительно, работники здесь захотят перестраховаться и вообще исключить из своей деятельности случаи, которые можно интерпретировать как нарушение установленных предписаний. Ведь неполнота контрактов приводит к тому, что те или иные нарушения допускает практически каждый. В результате инициатива сотрудников будет сведена к минимуму. Выполнение же ими своих обязанностей примет формальный характер.

Таким образом, статистика, формируемая нашими манипуляциями с полиграфом, окажется слишком бедной: все внимание исследуемых будет сконцентрировано на выполнении единственного и слишком неопределенного критерия качества их работы. То же самое, кстати, в реальности мы наблюдаем и при увязывании зарплаты и простых количественных итогов деятельности (прибыли, выручки, числа изготовленных деталей), только здесь оценивающий параметр становится чрезмерно определенным, ради его достижения работники пренебрегают всеми остальными правилами.

Во-вторых, мы можем пытаться ослабить эти эффекты при помощи усложнения опросной модели. Скажем, мы решим ввести уточняющие вопросы, выделяющие только по-настоящему значимые зоны несоблюдения со-

трудниками правил. Например, сообщали ли они руководству недостоверную информацию. Использовали ли оборудование, имущество компании в личных целях. Допускали ли просчеты в работе, которые позднее скрывали. Но чем подробнее будут наши опросы, тем обширней окажется зона наших управленческих усилий, тем дороже будут корректирующие действия. В предельном случае мы должны составить для каждого сотрудника уникальную модель. Следовательно, здесь статистика полиграфа окажется слишком богатой, т.е. будет, по сути, дублировать традиционные управленческие мероприятия по мониторингу и контролю.

Именно поэтому у зарубежных специалистов к настоящему моменту сложилось консолидированное мнение о несамостоятельности психофизиологических исследований достоверности сообщаемой персоналом информации (применения полиграфа в бизнес-процессах). Иными словами, использование детектора лжи целесообразно лишь в ограниченном числе случаев (грубые случаи оппортунизма – воровство, мошенничество, промышленный шпионаж) и только в качестве дополнительных исследований.

В целом полиграф, вероятно, обуславливает формирование своеобразного аналога организационной системы с очень жесткой регламентацией, усиленным контролем и мониторингом. Исходя из данного предположения, мы можем увидеть, что, как это ни странно, внутренние оппортунисты, устранение которых является главной целью полиграфолога, иногда могут служить буфером, предохранителем фирмы от внешнего оппортунизма. В качестве иллюстрации здесь будет уместно вспомнить действующие сейчас в России правила организации госзакупок. Строгость и инвариантность этих норм приводит к фактической необходимости выбора чиновниками одной из двух возможных ситуаций. Либо учреждение договаривается с поставщиком товаров или услуг по госконтракту заранее (что незаконно), формируя соответствующие условия конкурса «под заказчика» и, возможно, получая за это определенное вознаграждение. Либо конкурс (так называемый аукцион первого предложения) проводится точно по правилам со значительным риском поставки худших товаров и услуг из всего имеющегося на рынке набора. Ведь жесткость регламентов, равнозначная в какой-то степени применению полиграфа, заставляет во втором случае организаторов конкурса объявлять победителем агентов, предложивших самую низкую цену, и значит, вероятно, не лучших в многокритериальном смысле (в частности, по качеству). Иначе говоря, низкая цена почти заведомо означает недолжное исполнение контракта.

Действительно, агент может использовать низкую (демпинговую) цену как способ получения конкурентных преимуществ, только если он не ценит будущее сотрудничество, т.е. если его не заботит, что качество, соответствующее этой цене, сделает невозможным продолжение взаимодействия. И внутренние оппортунисты, имеющие личную заинтересованность, по крайней мере, предотвращают появление таких ситуаций, поскольку чаще всего сами внутрифирменные обманщики являются стратегами, а не временщи-

ками. Несмотря на некоторую непривычность таких выводов (дифференциация оппортунистов по их полезности для организации), их, вероятно, стоит учитывать при построении на предприятии системы управления оппортунизмом при помощи полиграфа.

Список литературы:

1. Внутрикorporативный контроль // Приложение к журналу Финансовый директор. – М.: Бизнес медиа коммуникации, 2008.
2. Канеман Д. Думай медленно... Решай быстро. – М.: АСТ, 2013.
3. Тироль Ж. Рынки и рыночная власть. Теория организации промышленности. – М.: Экономическая школа, 1996.
4. Экман П. Психология лжи. – СПб.: Питер, 2011.
5. Benabou R., Tirole J. Intrinsic and Extrinsic Motivation // Review of Economic Studies. – 2003. – Vol. 70. – P. 489-520.
6. Holmstrom B. Moral Hazard and Observability // The Bell Journal of Economics. – 1979. – Vol. 10, No. 1. – P. 74-91.
7. Spens M. Job Market Signaling // Quarterly Journal of Economics. – 1973. – No. 87.

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА И ЛИБЕРТАРИАНСКИЙ ПАТЕРНАЛИЗМ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

© **Чащин В.В.***

Уральский институт фондового рынка, г. Екатеринбург

Поведенческая экономика в нормативном ключе развивает мягкий или либертарианский патернализм. В рамках данного подхода имплицитно признается необходимость позиционирования бизнес-структур как социально-ответственных, избегающих манипулирования когнитивными изъятиями контрагентов. В результате развивается производство сигналов социальной ответственности. Подталкивание контрагентов теперь осуществляется в моральных контекстах.

Это противоречит основному принципу либертарианского патернализма: дифференцированное воздействие. Рациональное смешивается с паттернами морального, и в рамках теории двойной мотивации мы теперь вынуждены практиковать и нравственный патернализм. Социальная ответственность бизнеса оказывается противоречивым феноменом, что часто сводит усилия новых патерналистов к традиционным рамкам институционального управления.

Ключевые слова: социальная ответственность, патернализм, поведенческая экономика.

* Ректор, доктор экономических наук.

Поведенческая экономика, ориентируясь на иррациональность индивидов (т.е. не только на ограниченность способностей людей к целесообразному поведению, но и на неустойчивость их целеполагания), в нормативном смысле развивает так называемый мягкий или либертарианский патернализм. В соответствии с этой концепцией (Талер, Санштейн, Камерер) иррациональных индивидов следует подталкивать к рациональным решениям при помощи соответствующего контекстного стимулирования и организации архитектуры выбора. По-иному воспринимаются с таких позиций и отношения между индивидами: признается возможность использования одними акторами иррациональности других агентов (эксплуатация эффекта интерналий) и, как следствие, необходимость противодействия указанным манипуляциям.

В частности, в рамках данного подхода имплицитно признается необходимость самопозиционирования (принятия на себя агентских функций в реализации патерналистских стратегий) бизнес-структур в качестве социально-ответственных, т.е. избегающих манипулирования когнитивными изъянами контрагентов. Иначе говоря, рынок, по мнению поведенческого направления, более не суперкомпьютер, позволяющий согласовать множество индивидуальных действий в одной эффективное целое: одни элементы такого суперкомпьютера то и дело дают сбой, подвержены искушениям, не рациональны, а другие – используют все это в своих интересах. Соответственно, оптимальное рыночное состояние может быть достигнуто лишь в результате поведенческих трансформаций.

Стоит подчеркнуть, что социальная ответственность деятелей рынков или управляющих корпоративными структурами на данном уровне прямо не связана с моральными проблемами, но является отражением нормативной системы (минимальной этики) гипотетического общественного плановика, стремящегося повысить общее благосостояние. При этом развитие патерналистских сторон деятельности бизнес-структур стимулируется государством в двух направлениях: воздействие непосредственно на бизнес (изменение институциональных рамок взаимоотношений с контрагентами и внедрение стандартов профессиональной деятельности) и косвенное влияние посредством формирования позиции потребителя и реализации контрподталкивания (изменение психологического контракта).

И в первом, и особенно во втором случае замыслы регулятора в практическом смысле транспонируются в морально-психологические фреймы (например, профессиональная этика или социально-этичный маркетинг). В результате бизнес вынуждается к операционализации в своей деятельности нравственных концептов. Развивается производство сигналов социальной ответственности и соответствия критериям этичного потребления. Иными словами, подталкивание контрагентов теперь осуществляется в новых контекстах (ведь мораль также опирается на аффективную сторону человеческих поступков и вполне поддается манипулированию).

Таким образом, минимальная этика поведенческой экономики (обеспечение рациональности поступков людей как главная ценность) расширяется до сферы общественной морали, где рациональность часто становится лишь рационализацией. Бизнес, производя знаки социальной ответственности, подталкивает контрагентов к воспроизводству разделяемых ценностей, что в свою очередь заставляет бизнес-структуры интенсифицировать соответствующее сигналообразование. И, что особенно важно, данные процессы противоречат принципу дифференцированного воздействия либертарианского патернализма: благотворному подталкиванию должны подвергаться лишь иррациональные индивиды, а свобода рациональных акторов должна остаться незыблемой.

В нашем случае оптимальное (цель патерналистских воздействий) предстает в форме социально-ответственного и этичного. Рациональное как ценность смешивается с паттернами нравственного; сама идея селективного воздействия теряет смысл, ведь в рамках теории двойной мотивации моральное и рациональное поведенческая экономика объявляет противоборствующими стимулами. Соответственно, иррациональность субъектов с чисто когнитивной расширяется до моральной, и мы оказываемся в самом начале пути: теперь мы вынуждены практиковать и нравственный патернализм. Социальная же ответственность бизнеса с точки зрения «мягкого» патернализма оказывается противоречивым феноменом, что в практическом отношении часто сводит усилия новых патерналистов к традиционным рамкам институционального и налогового управления (воздействия).

Список литературы:

1. Camerer C., Issacharoff S., Loewenstein G., O'Donoghue T., Rabin M. Regulation for Conservatives: Behavioral Economics and the Case for «Asymmetric Paternalism» // *University of Pennsylvania Law Review*. – 2003. – Vol. 151, No. 3. – P. 1211-1254.
2. Barkan R., Ayal S., Gino F., Ariely D. The Pot Calling the Kettle Black: Distancing Response to Ethical Dissonance // *Journal of Experimental Psychology: General* 141. – 2012. – No. 4. – P. 757-773.
3. Kahneman D., Knetsch J.L., Thaler R. Fairness as a Constraint on Profit Seeking: Entitlements in the Market // *The American Economic Review*. – 1986. – Vol. 76. – P. 728-741.
4. Sunstein C., Thaler R. Libertarian Paternalism Is Not Oxymoron // *University of Chicago Law Review*. – 2003. – Vol. 70, No.4. – P. 1159-1202.

Секция 2

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

К ВОПРОСУ О РАЗВИТИИ ЕВРАЗИЙСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ

© **Аттокурова Н.С.**^{*}

Кыргызско-Российский Славянский университет
им. Первого Президента РФ Б.Н. Ельцина,
Кыргызская Республика, г. Бишкек

Рассмотрены программные документы стран-членов Евразийского экономического союза с целью выявления направленности на интеграционное сотрудничество. Фактор идеологического присутствия признан в качестве необходимого, наряду с экономическим.

Ключевые слова: интеграция, стратегия развития, стратегические партнеры.

Евразийский экономический союз (ЕАЭС) представляется закономерным результатом стремления государств общими усилиями укрепить национальные экономики, а также позиции на мировой арене. Многие исследователи считают этот проект амбициозным и преждевременным. Однако, как нам представляется, проблема не в этом, а в том, что в действующие программы, стратегии развития стран-участниц не внесены коррективы, неизбежные при вхождении в Союз, а разработка новых документов (например, Национальная экспортная стратегия Республики Казахстан) осуществляется также без предстоящих изменений. Заслуживает внимания тот факт, что во всех программных документах стран Таможенного союза, а позднее ЕАЭС, вопросы участия стран в интеграционных процессах не заложены в качестве приоритетных.

В Российской Федерации в 2008 году была принята «Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года». В данном программном документе отмечается, что «Стратегической целью является достижение уровня экономического и социального развития, соответствующего статусу России как ведущей мировой державы XXI века, занимающей передовые позиции в глобальной экономической конкуренции и надежно обеспечивающей национальную безопасность и реализацию конституционных прав граждан. В 2015-2020 годах Россия должна войти в пятерку стран-лидеров по объему валового внутреннего продукта (по паритету покупательной способности)» [2, с. 3].

Отмечена необходимость продолжения работы по углубления интеграционных связей со странами ближнего и дальнего зарубежья, причем к числу последних отнесены государства всех континентов. Таким образом, внешнеэкономическая политика России характеризуется как многовекторная.

^{*} Заведующий кафедрой Мировой экономики, доктор экономических наук, доцент.

В декабре 2012 года была представлена «Стратегия развития Республики Казахстан на период до 2050 года» – Новый политический курс состоявшегося государства. Экономическая политика нового курса – всеобъемлющий экономический прагматизм на принципах прибыльности, возврата от инвестиций и конкурентоспособности.

Развитие партнерства с Россией, Китаем, странами Центральной Азии, а также США, Европейским союзом, странами Азии названы в качестве неизменных приоритетов. Отражено намерение укреплять Таможенный союз и Единое экономическое пространство. Ближайшей целью было обозначено создание Евразийского экономического союза.

Следует иметь в виду, что из всех стран Таможенного союза Казахстан отличается самой прагматичной политикой: «Сбалансированность нашей внешней политики означает развитие дружественных и предсказуемых отношений со всеми государствами, играющими существенную роль в мировых делах и представляющих для Казахстана практический интерес» [5, с. 5].

В Республике Беларусь действует «Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития на период до 2020 года».

Согласно этому документу важнейшей составляющей белорусской модели развития, наряду с другими, являются многовекторность внешнеэкономической политики как важнейший принцип адекватного развития страны в условиях глобализации мирохозяйственных связей, а также активизация интеграционных процессов со странами Евросоюза, СНГ и Россией, прежде всего, экономических [3, с. 13].

До настоящего времени в Республике Беларусь нет единого сводного документа, в котором были бы расставлены приоритеты внешнеэкономического развития страны. Основными направлениями ВЭД в прогнозируемом периоде, по мнению белорусских ученых, должны стать расширение экспорта, рационализация объема и структуры импорта, углубление взаимодействия с мировым рынком, осуществление эффективной внешнеторговой политики, взаимоувязанной с макроэкономической и промышленной политикой, обеспечивающей динамичное развитие внешнеэкономического комплекса страны и защиту национального рынка от неблагоприятного воздействия мировой конъюнктуры [1].

В Кыргызстане действует «Национальная стратегия устойчивого развития Кыргызской Республики на период 2013-2017 годы», в разработке раздела «Внешнеэкономическая политика» которой принимал участие и автор данной статьи. В Стратегии отмечено, что, «учитывая преимущества для расширения интеграции и внешнеэкономической деятельности, Кыргызстану предстоит осуществить последовательные процедуры по вступлению и войти в ТС и ЕЭП. При этом в 2013 году нужно согласовать переговорные позиции по чувствительным и преференциальным товарным позициям и секторам экономики с соблюдением национальных интересов республики» [4, с. 67].

Таким образом, видно, что ни одна страна, заявившая о создании Евразийского союза, а также стремящаяся войти в состав Таможенного союза, в программных документах, определяющих вектор национального развития, не ставят сотрудничество в рамках данных интеграционных объединений в качестве приоритетных. Доминирующей остается многовекторная экономическая политика.

В тоже время, согласно «Договора о Евразийском экономическом союзе», подписанном в г. Астане в 2014 году, в статье 4 «Основные цели Союза» отмечено, что таковыми являются:

- создание условий для стабильного развития экономик государств-членов в интересах повышения жизненного уровня их населения;
- стремление к формированию единого рынка товаров, услуг, капитала и трудовых ресурсов в рамках Союза;
- всесторонняя модернизация, кооперация и повышение конкурентоспособности национальных экономик в условиях глобальной экономики.

Как известно, стабильность развития любой национальной экономики во многом определяется стабильностью, предсказуемостью и последовательностью внешнеэкономической политики государства. Не вызывает сомнения тот факт, что только мощное в экономическом и политическом отношении государство, обладающее значительным экономическим потенциалом может проводить многовекторную экономическую политику. Вопрос о том, кто из членов Евразийского экономического союза относится к числу таких государств, можно считать риторическим.

В еще одном программном документе – «Стратегии развития экспорта Кыргызской Республики на 2013-2017 годы» – отмечено, что одной из стратегических задач в плане повышения конкурентоспособности экспортного сектора является «обеспечение социально-экономического развития страны посредством экспорта на благо всех граждан Кыргызстана» [6, с. 4]. Такая задача уже изначально предполагает невыполнимость запланированных мероприятий, поскольку в республике импорт всегда значительно превосходил экспорт: в 2015 году импорт был выше экспорта практически в 3 раза. Этим же документом определены приоритетные отрасли развития экспорта: плодоовощная, мясная, молочная, швейная отрасли и туризм. Если рассматривать приоритетность с точки зрения первоочередного распределения финансовых ресурсов, то, на наш взгляд, необходимо учитывать и заинтересованность стран-партнеров по интеграционному объединению, а также то обстоятельство, что внутренний спрос на плодоовощную и мясную продукцию отечественных производителей не удовлетворен. Более перспективным видится отнесение таких отраслей, как гидроэнергетика, швейная и туристическая отрасли к числу экспортоориентированных, поскольку для их динамичного развития республика обладает необходимым потенциалом, и в их укреплении заинтересованы государства ЕАЭС.

На наш взгляд, Кыргызстану необходимо в самое кратчайшее время рассмотреть имеющиеся и разработать новые программные документы, касающиеся стратегического экономического и политического развития страны. К сожалению, до сегодняшнего дня практически все страны, проявляющие интерес к республике, провозглашаются стратегическими партнерами. Экономика Кыргызстана настолько слаба и уязвима к внешним шокам, что неопределенность и многовекторность внешнеэкономической политики может иметь нежелательные последствия.

Кроме того, на наш взгляд, из поля зрения упущен более сложный вопрос.

После распада мощного союзного государства интерес к новым независимым среднеазиатским республикам активно стали проявлять многие страны, в числе которых и Турция. К сожалению, в первые десятилетия после развала СССР Россия была больше занята решением внутренних проблем. Оставшиеся без опеки «старшего брата» республики, провозгласившие «многовекторность» внешней политики, стали своеобразной ареной столкновения интересов крупнейших держав. Так, США, под эгидой борьбы с антигосударственными силами Афганистана, создали военную базу в Кыргызстане, которую закрыли в 2014 году. Но Турция пошла еще дальше: борьба за усиление присутствия велась (и до сих пор не прекращается) на идеологическом фронте: в республике действуют несколько лицеев (отдельно для девочек и мальчиков), а также два университета. Количество мечетей, открытых на средства Турции, подсчитать не представляется возможным. Обучение в Кыргызско-турецком университете «Манас» – бесплатное, условия для преподавателей и студентов сравнимы только с американским университетом (правда, обучение в американском платное) и практически нереальны для других вузов, в том числе и для Кыргызско-Российского Славянского университета. Это и великолепное техническое оснащение, общезжития, высокая заработная плата и многое другое. Но обучение ведется только на кыргызском и английском языках. Использование русского языка даже вне аудиторий не приветствуется. Это касается и лицеев. Таким образом, под идеологическое влияние Турции попадают подростки, начиная с 14-15-ти летнего возраста. Это не может не вызывать тревогу и озабоченность, особенно в свете событий осени 2015 года, существенно осложнивших и без того непростые русско-турецкие отношения, поскольку, и Россия, и Турция руководством республики постоянно обозначаются в качестве стратегических партнеров. На наш взгляд, в целях придания интеграционным процессам в рамках ЕАЭС динамичного развития, необходимо, с одной стороны, внести соответствующие коррективы в программные документы социально-экономического развития стран-членов Союза, с другой – и это особенно актуально для Кыргызстана, определиться, наконец, со стратегическим партнерством. Разумеется, Кыргызстану весьма сложно решить эту задачу без содействия других членов ЕАЭС. Усиление присутствия России,

как нам представляется, необходимо не только в экономической сфере, но и в сфере культуры, науки, образования. Будущее евразийской интеграции зависит во многом и от того, куда будут устремлены умы и настроения не только политиков и экономистов, но и всего населения.

Список литературы:

1. Данильченко А. Пять стратегических направлений развития экономики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.forsecurity.org>.
2. Концепция долгосрочного развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://economy.gov.ru/>.
3. «Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития на период до 2020 года». – Мн., Юнипак, 2004.
4. «Национальная стратегия устойчивого развития Кыргызской Республики на период 2013-2017 годы». – Бишкек, 2012.
5. «Стратегия развития Республики Казахстан на период до 2050 года» – Новый политический курс состоявшегося государства. – Астана, 2012.
6. «Стратегии развития экспорта Кыргызской Республики на 2013-2017 годы». – Бишкек, 2012.

Секция 3

***ГЛОБАЛЬНЫЕ
ТЕНДЕНЦИИ
ЭКОНОМИЧЕСКОГО
РАЗВИТИЯ***

УПРАВЛЕНИЕ БУДУЩИМ ДЛЯ СПАСЕНИЯ ЦИВИЛИЗАЦИИ

© Попов В.П. *, Крайнюченко И.В.

Северо-Кавказский федеральный университет, г. Пятигорск

Современные рыночные, конкурентные отношения в стремлении к максимизации прибыли истощают природные ресурсы, приближая человечество к экологическому коллапсу. Необходимо прекратить стихийное развитие, перейти к государственному регулированию доступа к дефицитным ресурсам. Приводится схема нормирования экономики.

Ключевые слова: экономика, экология, выживание, регулирование, государственное управление.

Соединение большой энергетики хозяйствования человечества со стихийной формой социальной истории породило глобальный экологический кризис, перешедший к концу XX века в первую фазу Глобальной Экологической Катастрофы. Биосфера, не справляясь с прессингом человеческой цивилизации, начинает постепенно деградировать.

Капитализм, возводя в абсолют механизм рынка и институт частной собственности, уводит рыночно-капиталистического человека от ответственности за состояние планетарной экологии. Стремление постоянно повышать уровень потребления имеет очевидные негативные последствия, которые уничтожат все достижения цивилизации [1].

Аморальность современной экономики в том, что она поставила во главу угла не создание материальных благ, а получение прибыли как самоцель. Финансовый сектор перестал обслуживать нужды реального сектора экономики и производит «прибыль» из воздуха [2].

Современное либеральное общество саморазрушительно. Поскольку ставит частное (личное, корпоративное, групповое) благо выше, чем общественное. Безграмотно рассматривать индивидуума (часть системы) в отрыве от системы, социума, мира, макрокосма. Ни одно человеческое существо не может благополучно существовать в неблагоприятной окружающей среде. Удовлетворяться должны естественные потребности, а не раздутые рекламой завышенные искусственные запросы.

Единственный выход – в строжайшем самоограничении материальных потребностей, основанном на понимании места человека и человечества во Вселенной, абсолютном самоконтроле и безусловном превосходстве духовных ценностей перед материальными [2]. Если коллективный разум человечества научится управлять эволюцией биосферы в единстве с человечеством, не нарушая законов природы, только тогда наступит эра разума (ноосфера) [1]. Если не наполнять ежедневно жизнь высшим смыслом, то человечество не будет от-

* Доктор химических наук, профессор.

личаться от паразитов на теле планеты. **Таким образом, на смену хаотическому развитию должна придти управляемая история и экономика.**

Массовая некомпетентность нашего времени привела к состоянию, когда «люди делают ошибочные выводы, принимают неудачные решения, и не способны осознавать свои ошибки в силу Узкого кругозора. По этой причине падение многих империй являлось следствием вырождения элит, упадка нравов, разобщённости и внутренней борьбы [2]. Этот факт начинают осознавать многие интеллектуалы, но бизнесмены и правительства ещё далеки от восприятия нового мировоззрения, представляя локомотивом экономики малый и средний бизнес, нацеленный только на получение прибыли. Для существования в ноосфере человеку потребуется новая система запретов, новые принципы управления на основе коллективной воли и знаний [1].

Реальность не бесконечно пластична и не может постоянно адаптироваться к действиям человека. Не всё, что угодно, можно осуществить, сконструировать, а только то, что согласовано с внутренними тенденциями природы [3]. Необходимо корректировать стратегию человечества в зависимости от изменения внешней и внутренней среды. Нужно сформировать целостное системное знание о сложных природных образованиях, мыслить в терминах динамического целого, а не статических частей. Глобальное мышление позволяет видеть лес, а не только деревья [3].

Не следует думать, что бизнесменам чуждо стратегическое мышление. Проблемами адаптивного, стратегического мышления бизнесмены начали интересоваться в середине 20 века, но их целями было не стратегия выживания человечества (это требует заботы не только о себе), а получение максимальной прибыли для себя [4]. Следует отметить, что внешней средой считалась в основном рыночная среда, а природа рассматривалась только как кладовая ресурсов. Тем не менее, многие приёмы стратегического планирования рыночных отношений могут быть использованы и для координации взаимодействия человечества с биосферой.

Ранее в связи с относительно медленным изменением внешней среды методы долгосрочного планирования основывались преимущественно на линейной экстраполяции тенденций развития фирмы от прошлого к будущему. В системе долгосрочного планирования предполагается, что будущее может быть предсказано путём экстраполяции тенденций исторических изменений. Но скорость усложнения экономической обстановки сделала метод экстраполяции ненадёжным. Экстраполяция не позволяла оценить возможные изменения условий среды во всём их многообразии. Для того чтобы сориентироваться в условиях капиталистической стихии, необходимо было поменять исходный принцип в составлении общекорпоративных планов – идти от будущего к настоящему, а не от прошлого к будущему [4].

В 60-е годы сложились принципы формирования долгосрочных планов, в частности принцип скользящего планирования, когда планы (обычно десятилетние) составлялись по принципу 1 + 9 лет, так что корпорация посто-

янно имела прогностическую проработку своего развития на десять лет вперёд. В ходе формулирования стратегии нельзя предвидеть все ситуации, которые откроются при составлении проекта конкретных мероприятий. Невозможно всё вовремя предусмотреть.

Поэтому приходится пользоваться сильно обобщённой, неполной и неточной информацией о различных альтернативах. Рассмотрим рекомендации И. Ансоффа, которые можно использовать и при планировании будущего, управлении ноосферой [4]. Курсивом выделены рекомендации, пригодные для управления будущим.

1. Управление на основе контроля за исполнением (постфактум).
2. Управление на основе экстраполяции, когда темп изменений ускоряется, но будущее ещё можно предсказывать путём экстраполяции прошлого.
3. Управление на основе гибких экстренных решений, которое складывается в настоящее время, в условиях, когда многие важные задачи возникают настолько стремительно, что их невозможно вовремя предусмотреть.
4. *При высоких уровнях нестабильности появляется необходимость готовить решения на основе слабых сигналов из внешней среды. Для этого должно быть налажено наблюдение, чувствительное к предупреждающим сигналам.*
5. *Для того, чтобы успешно противостоять среде, сложность и быстрота принятия решения должны соответствовать сложности и скорости изменений, происходящих в среде (Р. Эшби.).*
6. *Когда уровень сложности превышает некоторый уровень, управляющие уже не в состоянии ни понять, что происходит вокруг, ни осуществлять рациональную стратегию фирмы. (Г. Саймон).*

Исходя из этих принципов, невозможно на уровне отдельного предпринимателя организовать управление, отвечающее требованиям ноосферы. На уровне всего народного хозяйства должна усилиться политическая, задающая функция государственного планирования, формирующая структуру и пропорции, направления и темпы развития экономики и её крупных звеньев в долгосрочной перспективе. Государству необходимо учиться управлять предприятиями и объединениями в основном косвенно, через систему экономических нормативов, индикативных (имеющих рекомендательный характер) планов, ориентирующих контрольных цифр, а также немногочисленных лимитов [3].

Ансофф И. показывает, что для управления стихией рынка наиболее эффективны ресурсные ограничения. Во многих фирмах, испытывающих эти ограничения, планирование ведётся методом от затрат к выпуску. Сначала устанавливается, какими ресурсами может располагать фирма, а потом, опираясь на эти данные, определять свою стратегию [4].

Перечисленные рекомендации и ресурсные ограничения могут быть использованы для управления коэволюцией человечества и природы с опреде-

лёнными поправками. В качестве ключевых, здесь выступают следующие представления:

- об «образах будущего» [3];
- об «альтернативном возможном будущем» и альтернативных сценариях развития [3];
- о конструировании будущего, а не просто предсказании его [3];
- необходим интеллектуальный альянс между предсказанием, производством инноваций и предпринимательской (управленческой) деятельностью [4].

Система управления биосферой должна состоять из двух подсистем: управляющей и управляемой. Нужно уходить от парадигмы «разума познающего» к парадигме «разума управляющего» [1].

Сформулируем цели ноосферного управления.

Задачи минимум (гомеостатика):

1. Не портить природные геобиосистемы, т.е. сохранить их устойчивость, стабильность.
2. Уклоняться от природных катастроф (падение метеоритов, вулканические катастрофы, потепление, таяние ледников, потопа).

Задачи максимум (эволюция, развитие):

1. Вмешательство в природные биосистемы с целью совершенствования их адаптивности, регенерации, эволюционизма.
2. Осуществлять меры по восстановлению утерянных ресурсов, замена на альтернативные.
3. Реформировать социальные отношения адекватно поставленным целям.
4. Техносферу поставить на службу ноосфере.
5. Создавать ноосферный общечеловеческий альянс.

Перед нами иерархия задач, которые можно решать только посредством многоуровневой иерархической системы управления. Каждый уровень является частью общественного интеллекта. Чем выше уровень, тем шире задачи, тем больше неопределённости. В этой ситуации можно осуществлять планирование по схеме 1 + 9. При осуществлении планов первого года выявляются ошибки, которые учитываются в планах последующих лет. Должно осуществляться научное сопровождение, опережающее изменения в системе общество – природа. Наука должна предсказывать наступающие изменения в биогеосфере.

Описательный характер науки не позволит строить ноосферу. Биосфера намного старше общества людей, поэтому выработала совершенные механизмы управления развитием, которым человечеству надо учиться. Живое вещество в своем развитии шло разными путями, и, в итоге, вступило в коридор эволюции, очерченный процессами управления. Каждый более сложный уровень организации все в большей степени подчинял своему влиянию окружающую среду. Развитие шло от хаоса к порядку [5].

Человечество должно включиться в гомеостатические механизмы природы, снизит прессинг за счёт разумного самоограничения своих потребностей, переключится на экономику нормативного потребления [6]. Средний уровень потребления не должен превышать некоторого предела, который ещё предстоит рассчитать. Понятно, что для каждого ресурса будет свой лимит.

Можно ли организовать ноосферное общество в отдельно взятой стране, если атмосфера и гидросфера являются общечеловеческими? Или эту задачу следует отложить до момента объединения людей в глобальную управляемую организацию? Авторам кажется, что Российская федерация с её территориями, обеспеченностью практически всеми необходимыми ресурсами способна взяться за эту задачу самостоятельно. Но для этого окружающей средой следует считать не только биосферу, но и человеческое окружение за границами РФ. Это окружение может, как содействовать, так и препятствовать построению ноосферы.

Либеральной буржуазной экономике идеи ноосферы чужды, хотя выжить хотят все. Общей целью людей разных идеологий, религий является выживание. Однако эту цель извращает безнравственная идея «золотого миллиарда», в которой выжить могут не все, а только Европа и США. Понятно, что либералы будут всячески препятствовать идеям нормированного потребления. Либералы у власти не станут пилить под собой сук.

Успех преобразований зависит от конфликта прежних движущих сил, когда одни не могут жить по старому, а другие препятствуют изменениям. Все идеологические противоречия между противоборствующими сторонами будут сглаживаться цепью неизбежных кризисов. Должен возникнуть дискомфорт для жителей ныне благополучных стран, чтобы переформатировать сознание для новых условий. Кризисы сделают лидеров более восприимчивыми к новым идеям. Для их стимулирования необходима «шоковая терапия» природных катастроф. Однако опасность шоковой терапии в том, что при наступлении кризиса сознание переформируется, но времени на осуществление рациональных действий может не хватить.

Если спад потребления неизбежен, то пусть лучше государство ограничит аппетиты предпринимателей раньше, чем это сделает биосфера жёстким, но надёжным способом. В биосфере лишние «рты» умирают. Реализация этого естественного для природы механизма является кошмаром для человечества. Трудно представить, как активные в бизнесе личности осознают трагедию и начнут ограничивать самих себя первыми. Если не государство, то кто это сможет сделать? «Не пролетариат, а ее величество Природа станет могильщиком современного капитализма и базирующейся на нем рыночно-эгоистичной западной цивилизации, ориентированной исключительно на удовлетворение безгранично увеличивающихся потребностей ее «золотых» представителей» [1]. Общественные организации могут способствовать внедрению ноосферного мышления через СМИ, Интернет, митинги, демонстрации, конференции. Наиболее эффективно управление будущим для стран, где преобладает централизованное управление (Китай).

На пути к выживанию следует осуществлять следующие программы.

1. Использование более продуктивных, безотходных технологий и повышение интеллекта руководителей.
2. Количество извлекаемого из биосферы ресурса, в среднем не должно превышать 10 % производимой биомассы, чтобы не подрывать её продуктивность. В настоящее время «налог» на биосферу со стороны человечества существенно превышает эту норму.
3. Эффективность экономики должна определяться коэффициентом использования ресурсов, а не ростом ВВП.
4. Необходимо создание интеллектуального центра, моделирующего процессы в обществе и биосфере и контролирующего их влияние на состояние человечества.
5. На научной основе вырабатывать квоты потребления тех или иных ресурсов биосферы.
6. Для организации ноосферного порядка необходимо «мягкое» насилие. Власть должна быть рефлексивной. Люди должны добровольно сменить цели гедонизма на гарантированное будущее.
7. Биогосфера является конечным, невольным потребителем человеческих отходов. Её необходимо включать в стратегическое видение менеджмента и экономики. Эта проблема может быть решена только на стыке социологии, менеджмента, экономики и философии, ибо расчленинные науки на такое решение неспособны.
8. Стремиться к безотходной биосферной экономике. Замкнутость круговорота веществ в биосфере составляет 99.9 %, а в техносфере менее 10 %. Средняя энергоёмкость продукции в биосфере в 20 раз меньше, чем в техносфере. Превосходство биосферной экономики очевидно [6].

Список литературы:

1. Субетто А.И. Управляющий разум и новая парадигма науки об управлении (в контексте действия ноосферного императива XXI века) // «Академия Тринитаризма». – М., Эл № 77-6567, публ. 21263, 08.10.2015.
2. Роджерс А. Иван Ефремов: Поколения, привыкшие к честному образу жизни, вымрут // «Академия Тринитаризма». – М., Эл № 77-6567, публ. 21504, 01.12.2015.
3. Князева Е.Н. Конструирование будущего // «Академия Тринитаризма». – М., Эл № 77-6567, публ. 21388, 04.11.2015.
4. Ансофф И. Стратегическое управление. – М.: Экономика, 1989.
5. Попов В.П. Организация. Тектология XXI [Электронный ресурс]. – СПб.: Алетей, 2014. – Режим доступа: Holism.narod.ru.
6. Попов В.П., Крайноченко И.В. Экономический рост или нормативное потребление // Менеджмент и кадры: психология управления, соционика и социология. – К., 2013. – № 1. – С. 13-18.

Секция 4

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

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ АУТСОРСИНГА В УЧРЕЖДЕНИЯХ ОБРАЗОВАНИЯ

© Барусова Е.А.*, Корякина Е.А.♦

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса,
г. Владивосток

В докладе рассмотрены проблемы и перспективы внедрения аутсорсинга в учреждения образования, рассмотрены примеры использования аутсорсинга в образовательных учреждениях Приморского края.

Ключевые слова: аутсорсинг, аутсорсинговые услуги, внешние исполнители, контрагент, контракт, учреждение образования, провайдер.

Понятие аутсорсинговых услуг в системе образования на российском рынке появилось сравнительно недавно.

Сам термин «аутсорсинг» представляет собой относительно новое понятие. Он был введен в практику в 80-е годы XX века концерном General Motors для обозначения внешней системы снабжения запчастями. Теория и практика аутсорсинга получила развитие в 90-е годы прошлого века. Основной причиной этого развития послужило распространение в США концепции управления, направленной на непосредственный рост стоимости для акционеров, предполагающей рост эффективности деятельности компаний [3].

Аутсорсинг можно представить как форму хозяйственных взаимоотношений, при которых заказчик, с целью повышения качества, снижения затрат и времени, концентрируется на основных видах деятельности и передает второстепенные, но функционально необходимые процессы и функции, а так же ответственность за их выполнение профессиональным компаниям на долгосрочной основе.

Мировой опыт свидетельствует, что за счет внедрения механизма аутсорсинга, возможно сэкономить от 10 до 50 % бюджетных средств [1]. Но главным образом, внедрение аутсорсинга в учреждения образования позволяет повысить качество предоставляемых ими услуг.

Аутсорсинг бывает внешним и внутренним. Внешний (независимый) аутсорсинг позволяет привлекать работников на определенный период. Трудовой кодекс РФ, в подобных случаях допускает заключение срочных трудовых договоров, однако он возлагает на работодателя несоизмеримый в этой ситуации объем обязательств и гарантий. Внутренний аутсорсинг позволяет построить отношения с отдельной организацией в группе компаний, в рамках которой обособлены «общие» функции.

Суть договора аутсорсинга заключается в том, что организация-аутсорсер за определенную плату предоставляет работников компании, которая

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

♦ Магистрант.

в этом нуждается. При этом сами работники числятся в штате аутсорсера, который заключает с ними трудовые договоры, выплачивает зарплату, пособия и т.д. Организация, которой этих работников передают, никаких договоров с ними не заключает.

Аутсорсинг давно применяется в России. Однако до сих пор он законодательно не регламентирован.

К договору об аутсорсинге применяются общие правила о договоре возмездного оказания услуг (гл. 39 ГК РФ). Одними из наиболее важных условий, которые следует внести в такой договор, являются: перечень оказываемых услуг; сроки предоставления информации и результатов работы; ответственность исполнителя и заказчика; условия расторжения договора.

Экономическая сущность аутсорсинга состоит в построении системы отношений между организациями, передающими и принимающими на себя выполнение отдельных видов деятельности на основе заключаемых соглашений.

В экономической и социальной жизни России система образования имеет исключительное значение, поэтому в настоящее время активно проводится ее реформа. Важной целью реформы стало повышение экономической эффективности деятельности бюджетных учреждений образования. В программе реформирования аутсорсинг обозначен как один из приоритетных способов улучшения показателей их деятельности.

Мотив передачи непедагогических услуг в аутсорсинг – это концентрация деятельности учреждений образования, повышение эффективности использования бюджетных ресурсов в сфере образования, повышение качества административно-хозяйственного обеспечения образовательных учреждений, повышение стандартов их безопасности. В связи с этим необходимо определить, какие непрофильные функции УО следует передать в аутсорсинг.

Мы рассматриваем аутсорсинг как передачу традиционных и органично присущих учреждениям образования непрофильных обеспечивающих функций внешним исполнителям, специализирующимся в данной области. Внешний провайдер специализируется на оказании данных услуг, а значит, способен оказать ее более эффективно, снизить издержки либо повысить качество данной услуги.

Изучение сложившейся в учреждении образования организационной структуры позволит определить схему функционального построения подразделений и отделов обслуживающего назначения, выявить существующие в них недостатки, описать их назначение и область задач, обозначить альтернативы их функционирования для учреждения образования, а также выбрать наиболее действенную модель управления.

Перечень таких непрофильных услуг в учреждении образования включает: бухгалтерское и экономическое обслуживание, юридическое сопровождение и обеспечение, управление персоналом (кадровый документооборот),

профессиональная уборка помещений, организация детского питания, охрана, стирка белья, вывоз бытовых отходов, техническое обслуживание здания.

Самым доступным, методом оценки эффективности аутсорсинга является сопоставление затрат на производство продукции или услуги собственными силами, и затрат на приобретение данной продукции или услуги у сторонней организации. Эта методика проста и доступна в применении, расчеты не такие громоздкие, результаты четкие и понятные. Ещё одним плюсом в пользу выбранной методики является тот факт, что она использует значительно меньший, чем другие методики объем информации. Как правило, достаточно иметь данные бухгалтерского баланса учреждения и знать рыночную цену оказываемых аутсорсинговых услуг в регионе.

Основным критерием передачи процессов на аутсорсинг является уровень издержек и качества предоставляемых услуг. Аутсорсинг эффективен в том случае, если можно передать функции по вспомогательным видам деятельности, заплатив за это меньший или тот же объем средств в размере не большем фонда оплаты труда, который в настоящее время тратится на штатных работников. Эффект должен быть за счет отсутствия затрат на социальное обеспечение, оборудование, мероприятия по охране труда и т.д. Все это переходит под ответственность аутсорсинговых компаний. А они, поскольку заинтересованы в получении прибыли, внедряют лучшие формы организации труда.

Рынок аутсорсинговых услуг в Приморском крае определяется как среднерыночная цена договора аутсорсинга, к ценовому уровню конкуренции на региональном рынке. Так, присутствие на рынке одной или нескольких компаний может свидетельствовать о недостаточно высоком качестве реализации услуги или завышении цен.

Наибольшую долю на Дальневосточном рынке аутсорсинга занимают компании, осуществляющие юридическое обслуживание – 56 компаний. Второе место по объему рынка принадлежит охранным агентствам (в том числе ведомственным) – 32. Аутсорсингом бухгалтерского и планово-финансового учета занимаются 29 компаний. Наименьшую долю на рынке занимает аутсорсинг управления персоналом, стирки белья, уборки помещений и вывоза мусора (11, 15, 24 и 9 компаний соответственно). При этом следует признать, что, несмотря на наличие достаточного числа компаний, большинство из них не способны обеспечить качественную реализацию услуг ввиду отсутствия у них практики работы с образовательными учреждениями, специализированного оборудования, технологий и персонала.

Важно отметить и тот факт, что передача в аутсорсинг некоторых услуг (техническое обслуживание зданий, приготовление пищи) в настоящее время осложнена ввиду отсутствия на рынке компаний-аутсорсеров. Значительным препятствием для развития аутсорсинга этих направлений является их капиталоемкость, жёсткие требования стандартов качества, постоянный контроль. Как считает большинство экспертов в области реформирования

системы образования России, к аутсорсингу питания нужно относиться очень осторожно. Данные направления являются сугубо специфичными и отличаются высокими требованиями к их реализации.

При всех имеющихся преимуществах применения механизма аутсорсинга для учреждения образования нельзя забывать о рисках, априори сопутствующих данному бизнесу. К наиболее распространенным рисками при передаче услуг в аутсорсинг можно отнести потерю контроля, незапланированные выплаты или дополнительные расходы, использование устаревших технологий, трудность количественного определения экономии, утечку информации, отрыв руководства от деятельности учреждения, зависимость от поставщика услуг, опасность передачи управленческих полномочий в «одни руки», банкротство исполнителя, затраты на возврат процесса, затраты на заключение нового контракта в случае разрыва отношений. Учреждения образования должны при определении субъектов аутсорсинга просчитывать возможные риски осуществления аутсорсинга, и только после этого переходить к обоснованию решения о его применении [2].

Мы считаем целесообразным централизацию и передачу аутсорсеру следующих услуг: обслуживание, содержание и ремонт зданий и сооружений; установка и обслуживание систем охранной и пожарной сигнализации, вентиляции, водоснабжения, канализации; эксплуатация, обслуживание и ремонт инженерных и технических систем зданий воспитанников; организация работы по уборке помещений, зданий и территории образовательного учреждения; озеленению территории; содержание и оборудование находящихся на территории образовательного учреждения спортивных и детских площадок; обеспечение оборудованием, учебно-наглядными пособиями, мебелью, техникой, хозяйственным инвентарем, стирка белья. Передача услуг организации полного питания воспитанников и организации медицинского обслуживания возможна при условии внесения дополнительных пунктов в договор аутсорсинговых услуг.

Аутсорсинг в образовательных учреждениях, во-первых, дает фиксацию расходов по внешним контрактам (планирование и бюджет), обеспечивая фокусирование на основном виде деятельности и, во-вторых, существенно снижает издержки. Особенно важно получение возможности привлекать дополнительные инвестиции в технологии и оборудование государственных образовательных учреждений, и повышение их способности к изменениям и росту.

На практике не все так безоблачно. Так при передаче контрагенту функции организации питания воспитанников, которая по нашему мнению является стратегической, необходимо в действительности видеть не экономическую выгодность частного партнерства, а максимальное качество оказываемой услуги.

Чтобы получить от аутсорсинга максимальные преимущества, нужно подготовить хорошую правовую основу для его использования. Отсутствие специального правового регулирования означает, что договор аутсорсинга

должен быть тщательным образом детально проработан с точки зрения административных и гражданско-правовых последствий, иначе учреждение образования может столкнуться с рядом негативных последствий. Как бы заманчиво красив не был аутсорсинг в сфере образования, нужно не забывать, что основная цель частного партнера – повышение рентабельности, а цель образовательного учреждения – воспитание здорового, умственно и физически развитого подрастающего поколения.

Таким образом, в области образования аутсорсинг применим не всегда, но в основном позволяет снизить затраты; внедрять новые технологии обслуживания и современные технологии управления; обеспечивать постоянный рост качества работ и т.п. Мы считаем использование понятия «рисков» в договоре аутсорсинговых услуг учреждения образования неуместным. Состав договора должен предусматривать ответственность за ненадлежащее качество предоставленной услуги с возмещением ущерба и моральной компенсации. Так же необходимо предусмотреть нюансы ГКРФ, ФЗ, закона об образовании. Изменения должны выражаться в улучшении показателей работы учреждения в целом и для каждого воспитанника в частности.

Список литературы:

1. Аникин Б.А. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента: учеб. пособие для студентов вузов / Б.А. Аникин, И.Л. Рудая; Гос. ун-т управления. – 2-е изд., пер. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 320 с.
2. Гянджаева С.И. Аутсорсинг как механизм реализации муниципальных социальных функций // Проблемы современной экономики. – 2012. – № 3 (43). – С. 236-238.
3. Курбанов А.Х., Плотников В.А. Аутсорсинг: история методология, практика: монография. – М.: ИНФРА-М, 2012. – С. 5.

ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ОРГАНИЗАЦИИ «БИОМИР»

© Керимова Л.А.*, Трубицына Е.А.♦

Уральский институт фондового рынка, г. Екатеринбург

В статье проведен анализ жизненного цикла организации «Биомир».

Ключевые слова: организация, жизненный цикл организации, этапы развития организации, стадии развития.

Любая организация в современных условиях является основным звеном рыночной экономики, так как именно здесь создаются нужные обществу товары и оказываются различные услуги. Организация имеет право выбрать

* Проректор по методической работе, кандидат экономических наук.

♦ Студент.

любую деятельность, не запрещённую законодательством и отвечающая целям создания организации. Деятельность организации связана с получением прибыли. Фирмы участвуют в конкуренции, что заставляет любую организацию создавать что – то новое, чтоб не оказаться в последних линиях. У владельца того или иного дела всегда появляются желания или предрасположения, которые пока не могут быть удовлетворены имеющимися возможностями. На сегодня, товаров и услуг на рынке очень большое количество и чтоб стать востребованным населением приходится бороться за каждый процент прибыли.

В менеджменте развивается направление, где исследователи рассматривают организацию как развивающийся во времени объект, имеющий жизненный цикл.

Одним из подходов к определению значения термина «организационное развитие» является рассмотрение этого понятия как «естественного процесса качественных изменений в организации, производных от ее возраста... или то, что в литературе называют «жизненным циклом организации». Эмпирическим путем выяснено, что любые компании проходят определенные стадии в развитии, универсальные для любых организаций. Причем переход от одной стадии к другой является предсказуемым, а не случайным.

Актуальность выбранной темы обусловлена важностью руководителей уделять внимание теоретическим основам функционирования организации. Это важно для того, чтобы методы развития, внедряемые менеджерами, соответствовали уровню естественного развития организации. Использование теоретической части, позволяет с большей долей вероятности прогнозировать внутренние изменения, ожидающие компанию. Помимо этого менеджеру в целях совершенствования процесса управления необходимо отслеживать появляющиеся в результате новых исследований аспекты теории жизненного цикла организации.

Цель работы – Определить на какой стадии жизненного цикла находится организация «Биомир».

Для достижения поставленной цели были решены следующие задачи:

- изучить понятие жизненного цикла;
- рассмотреть его стадии;
- описать деятельность фирмы «Биомир»;
- проанализировать жизненный цикл на примере конкретной фирмы.

ООО «Биомир» является центром на областном уровне по оказанию медицинских услуг. В 2003 году в семье врачей зародилась мысль создать необычный центр натуропатической медицины, общими усилиями всех членов семьи так был образован центр – ООО «Биомир». Однако особое влияние центр приобрел в марте 2006 года в результате объединения врачей семьи из г. Перми, и родственников из г. Екатеринбурга. Общее число соучредителей составило 4 человека, которые распределили между собой акции. В настоящее время структура акционеров центра выглядит следующим обра-

зом: 1 соучредитель (Директор центра) – 35 % акций БИОМИРа, 2 соучредитель (Директор по развитию) – 30 %, 3 соучредитель (Врач-остеопат) – 30 %, 4 соучредитель (Врач-психолог) – 5 %. В перечень услуг центра входят методики и других врачей. В Екатеринбурге только один центр подобно-го рода, общее число врачей составляет 16 человек.

Этап предпринимательства. С 2004 года и до начала 2006 года организация находится в стадии становления, формируется жизненный цикл продукции. На этом этапе идет поиск единомышленников, подготовка к реализации идеи, юридическое оформление организации, набор операционного персонала и оказания первых услуг.

До 2005 года ООО «БИОМИР» занимается расширением сфер деятельности, приглашая всё новых и новых специалистов и осваивая новые направления. К 2007 году приобретено новейшее оборудование из-за границы. В 2008 году в коллектив центра входит врач Биорезонансной диагностики из Челябинска, который позже и формирует большую базу клиентов, под управление соучредителя (Врача-психолога) специалисты проходят обучение по новым и необычным для области направлениям, а также в 2006 году центр начинает работать над клиентской базой, давая рекламу и отзывы клиентов в различные организации.

Что касается стратегии конкурентной борьбы, то ООО «БИОМИР» занимается новейшим направлением медицины. Объединенный и сплоченный коллектив сегодня – это крупнейший в области производитель медицинских услуг, который стремится стать самой эффективной организацией в своей отрасли. Стадия развития. Этап коллегиальности.

Этап быстрого роста. С 2006 года происходит рост организации: идет активное освоение рынка услуг, рост интеграции особенно интенсивны. Осуществляется подписание соглашения с различными организациями для расширения возможностей. В 2008 году БИОМИР и ИМАГО подписали соглашение о равноправном долевом участии в проекте «Помощь Сердца», предусматривающем сотрудничество и оказание медицинских услуг на региональном уровне. За 2008 год центр становится местом, куда едут люди за помощью из других городов и стран. Своими новыми технологиями и необычным подходом центр притягивает всё больше специалистов в центр, после чего появляются интересные и новые для города направления.

Успешность развития организации на этом этапе зависит и от групповых представлений и ценностей – тем, что образует базис организационной культуры. Происходит формирование базиса организационной культуры – формирование видения организации как отдельной сущности, осознание ее взаимоотношений с внешней средой, формируются правила взаимного сосуществования как членов организации между собой, так и по отношению к субъектам внешней среды. В 2009 году создан Центр социальной помощи компании (ЦСП). ЦСП управляют программами социальной помощи центра в регионах. ЦСП развивает и поддерживает местные социальные орга-

низации, направленные на помощь детям в регионах. ЦСП – это еще и центры по сбору и обработке социальной информации. Сотрудники и администраторы ЦСП анализируют запросы и предложения людей, обратившихся в центр, составляют базы данных региональных общественных организаций, взаимодействуют с другими организациями. Помимо этого в 2006 году происходит запуск первых пакетов социальной помощи – важный шаг в развитии социальной политики центра. Стадия зрелости. Этап формализации деятельности.

С 2009-2011 г. начинается период стабилизации роста. Организации удается сохранять устойчивое положение во внешней среде – ООО «БИОМИР» становится крупным в городе производителем медицинских услуг. Все больше инвестиций идет на развитие технологии врачевания. В 2009 году сформирован основной поток и налажена система работы с клиентами. За 2009 год организация достигла высоких результатов, как во врачевании так и в прибыльности. Приобретается техника, разрабатываются всё новые методы сотрудничества с различными организациями. Огромное внимание по рекламе уделяется интернет ресурсам, связи с внешней средой через интернет. Центр печатается в известных изданиях, чтобы как можно больше людей могли узнать о компетентных врачах. Специалисты организации проводят акции и «Дни Здоровья», чтоб как можно больше пациентов могли узнать и понять концепцию центра.

На этом этапе происходит укрепление организационной культуры, которая обеспечивает широкое влияние на ее членов и передается новичкам как история успеха. Увеличивается число социальных проектов, происходит так называемое социальное инвестирование. С марта 2012 года Центр социальных программ БИОМИРА администрирует программу «Золотое Здоровье». На протяжении ряда лет предприятие БИОМИРА оказывали благотворительную помощь детским центрам, больницам в области. Также была организована программа «Дети здорового города», направленная на развитие массового детского спорта в городе присутствия центра. Ежегодно в рамках программы проводится два конкурса на розыгрыш депозитов на годовое лечение и поддержании здоровья в медицинском центре. По условиям конкурса участие может принять любой ребёнок-житель города Екатеринбурга в возрасте до 17 лет. Помимо этого ООО «БИОМИР» занимается и вопросом оказания благотворительной помощи и для взрослых, но пока это на стадии разработки. На данный момент в центре существуют скидочные карты, акции и предложения, но пока нет благотворительных программ для старшего поколения. Еще одним корпоративным проектом является программа личных пожертвований сотрудников. Она привлекает работников компании к непосредственному участию в благотворительности, предоставляет каждому простые и понятные механизмы для персональной добровольной помощи. В ходе опроса, проведенного в 2013 году, почти 90 % сотрудников выразили готовность лично участвовать в благотворительных проектах компа-

нии. Взамен сотрудники привлекают себе всё новую клиентскую базу, которые регулярно посещают врача и навсегда отказываются от классической медицины. Перед центром поставлена основная цель: Показать населению, людям, детям, что в мире существует и доступна альтернатива классическому лечению (таблетки, уколы, антибиотики). Альтернатива – натуропатическое лечение, которое гораздо большее положительное влияние оказывает на организм и всё это совершенно без применения таблеток и медикаментозного лечения.

На данный момент в центре проходит очень много изменений, и с 2014 года соучредители решили расширять свой центр. Поэтому с 2015 года началось активное привлечение новых специалистов в организацию, таких как: врач-неонатолог, детский врач-педиатр, специалист по тейпированию и др.

Как центр будет развиваться пока неизвестно и с какой скоростью он будет проходить остальные стадии жизненного цикла тоже остаётся загадкой и зависит это только от того, какое организационное поведение царит в коллективе, с каким отношением каждый специалист подходит индивидуально к каждому пациенту.

Можно только предполагать, что случится с медицинским центром в ближайшие годы опираясь на весь теоретический курс изложенный выше. Но стоит отметить, что изначально Директорами были выбраны правильные методы развития центра, так как уже на протяжении 10 лет организация имеет успех и благополучно развивается.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ В ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ СФЕРЕ

© Рыжанушкина Ю.В.*

Московский авиационный институт
(национальный исследовательский университет) (МАИ), г. Москва

Статья посвящена вопросам энергосбережения, как на федеральном, так и на региональном уровне, на примере Московской области. Показано, какие функции осуществляет государство в лице Министерства Энергетики Российской Федерации и Министерства энергетики Московской области, для реализации государственной энергетической стратегии до 2030 и какие реализует программы в сфере электроэнергетики. Вопрос рационального использования энергоресурсов может стать источником экономического роста, а также и социального благо-

* Студент 4 курса кафедры «Государственное, муниципальное управление, правопедение и психология». Научный руководитель: Шаламова Л.Ф., заведующий кафедрой «Государственное, муниципальное управление, правопедение и психология», кандидат социологических наук, доцент.

получия и благосостояния, в связи с повышением сознательности граждан в вопросах энергосбережения и энергопотребления.

Ключевые слова: ЖКХ; население; электроэнергетика; энергоэффективность; энергосбережение.

В настоящее время любая развитая страна не может представить себя без света, без электричества, ведь это все блага цивилизации. И мало кто задумывается, сколько электроэнергии мы тратим в день на бытовые нужды. По-моему мнению, это серьезная проблема современного человечества. Ресурсы то истощаются, а разных электронных гаджетов и устройств для дома становится все больше и больше.

Поэтому задача государства, во-первых, искать альтернативные источники энергии, а во-вторых, налаживать диалог с населением по правильному и эффективному использованию электроэнергии. В данном случае речь пойдет об энергоэффективности в системе жилищно-коммунального хозяйства.

Положительное состояние социально-экономической сферы напрямую зависит от рационального использования энергии. Так как минимальное использование энергии ведет к уменьшению затрат на уплату за электроэнергию, а на экономике это отражается тем, что ресурсные запасы не истощаются. Но не все так просто, ресурсы истощаются и за счет других сфер жизни (агропромышленный комплекс, промышленность, машиностроение и тд), а на их возобновление необходимо приличное количество лет. Поэтому в РФ разработана энергетическая стратегия на период до 2030 года от 13 ноября 2009 г. № 1715-р, главными векторами перспективного развития которой являются:

- переход на путь инновационного и энергоэффективного развития;
- изменение структуры и масштабов производства энергоресурсов;
- создание конкурентной рыночной среды;
- интеграция в мировую энергетическую систему.

Целью энергетической политики России является максимально эффективное использование природных энергетических ресурсов и потенциала энергетического сектора для устойчивого роста экономики, повышения качества жизни населения страны и содействия укреплению ее внешнеэкономических позиций [6, с. 5]. Это говорит нам о том, что для государства эта проблема также является важной и актуальной в настоящее время.

Недостаток энергии может стать неотъемлемым фактором сдерживания экономического роста страны. По оценке, до 2015 года темпы снижения энергоемкости при отсутствии скоординированной государственной политики по энергоэффективности могут резко замедлиться. Стратегический выбор в пользу повышения энергоэффективности был заявлен в государственном докладе заместителя министра энергетики России Антона Инюцына на инвестиционном форуме «Сочи 2015» [6, с. 5].

Вопрос экономии энергии и природных ресурсов – сравнительно новый для России. В Европе уже давно идет работа над увеличением энергоэффек-

тивности, в том числе в строительстве и ЖКХ [2, с. 5]. По этой проблеме с 19 ноября по 21 ноября был проведен IV Международный форум Enes, который объединил молодых специалистов и студентов не равнодушных в своей стране.

Решая проблемы на федеральном уровне, на региональный и муниципальный уровень передают ряд полномочий по решению задач по энергосбережению и энергоэффективности. Так, в Московской области утверждена государственная программа «Энергоэффективность и развитие энергетики» от 07.08.2013 № 595/31. Для реализации государственной стратегии целью программы заявлено надежное обеспечение организаций и населения Московской области топливно-энергетическими ресурсами при рациональном их использовании и эффективном функционировании субъектов топливно-энергетического комплекса.

В данной программе Министерство Энергетики Московской области выполняет ряд задач по обеспечению нескольких подпрограмм, но для нас интересна подпрограмма 1 «Энергосбережение и повышение энергетической эффективности на территории Московской области». К сожалению всегда существуют препятствия для достижения поставленной цели:

- отсутствие контроля за получаемыми, производимыми, транспортируемыми и потребляемыми энергоресурсами. Причиной возникновения данной проблемы является недостаточная оснащенность приборами учета как производителей, так и потребителей энергоресурсов;
- низкая энергетическая эффективность объектов коммунальной инфраструктуры, жилищного фонда, объектов бюджетной сферы. Причинами возникновения данной проблемы являются высокая доля устаревшего оборудования, изношенных коммунальных сетей, ветхих жилых и общественных зданий, отсутствие энергетических паспортов и плана мероприятий по энергосбережению и повышению энергетической эффективности объектов коммунальной инфраструктуры и бюджетной сферы;
- недостаточная и не всегда качественная профессиональная подготовка специалистов в области энергосбережения и эффективного использования энергетических ресурсов. Причиной возникновения данной проблемы является отсутствие системы подготовки таких специалистов в государственных (муниципальных) учреждениях, на предприятиях;
- отсутствие пропаганды энергосбережения и условий, стимулирующих к энергосбережению. Причиной возникновения данной проблемы является отсутствие информационной системы в области энергосбережения и повышения энергетической эффективности [5, с. 5].

В рамках подпрограммы 1 «Энергосбережение и повышение энергетической эффективности на территории Московской области». реализуется проект «Умный дом».

В настоящее время в Клинской Районе Московской области построен энергоэффективный дом в поселке Решетниково. По классу энергетической эффективности ему присвоен класс А исходя из СНиП от 23.02.2003 «Тепловая защита зданий» [4, с. 5]. Основное преимущество таких домов – это сохранение энергии за счет конструктивных особенностей дома.

Весь дом построен из экологических материалов с использованием элементарных правил строительства, уделив особое внимание теплоизоляции фундамента, пола, стен, потолка, крыши, но именно все это и принесло ощутимую экономию тепла, а, вследствие, и энергии. А также для этого использовали возобновляемые источники энергии, такие как геотермальная и воздушная энергия тепла, энергия солнца.

Производственные затраты на такие дома довольно быстро окупаются за 5-8 лет, при том, что создаются комфортные условия для населения и экономия на затратах на оплату жилого помещения и коммунальных услуг сокращается на 45 % [7, с. 5].

Московская область, как и другие регионы, старается не отставать от инновационного развития в энергосбережении, не случайно в этом году в Московской области впервые прошла конференция «Энергоэффективное Подмосковье». По словам Губернатора Московской области, ««умное» должно не просто производиться, но и внедряться на территории Московской области». По его мнению, это позволит обуздать рост цен на ЖКХ, обеспечить комфортное проживание населения в любое время года. Представленные на выставке изделия предприятий и организаций региона, передовые технологии как раз служат для достижения этой цели [3, с. 5].

Государство старается и пытается в лице органов федеральной, региональной власти сделать нашу жизнь комфортней, но не стоит забывать, что «всё в наших руках». Население со своей стороны должно научиться эффективно использовать энергию. Отключать чайники и микроволновые печи. Не жечь просто так свет, если в комнате никого нет, покупать энергосберегающие лампочки, хоть они и дороже, но на порядок меньше потребляют энергии. Не оставлять в розетках зарядные устройства, а также фены и другие приспособления. Для этого органы государственной власти должны повышать сознательность граждан в сфере энергосбережения и потребления энергии путем проведения круглых столов, собраний, опросов, фокус-групп.

Подведя итог, можно отметить, что недостатки в регулировании энергетической сферой есть, но преодолевая их, наша страна делает большой шаг для процветания социально-экономической сферы, для улучшения качества жизни населения.

Список литературы:

1. Копылов С. Вокруг Жека: Умный дом: штрихи к портрету / Фонд содействия реформированию ЖКХ. – 2015. – С. 30.

2. Седухина А. L'economica: Отрасль с большим потенциалом // Экономические отношения между Россией и Францией. – 2015. – № 3. – С. 5.
3. Энергетик Подмосковья: Энергоэффективное Подмосковье // Корпоративная газета АО «Мособлэнерго». – 2015. – С. 3.
4. Строительные нормы и правила Российской Федерации [Электронный ресурс] // Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации [Офиц. сайт]. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/1200035251>.
5. Государственная программа Московской области «Энергоэффективность и развитие энергетики» [Электронный ресурс] // Министерство Энергетики Московской области [Офиц. сайт]. – Режим доступа: <http://minenergo.mosreg.ru/userdata/254476.doc>.
6. Государственной доклад заместителя министра энергетики России Антона Инюцына [Электронный ресурс] // Международный инвестиционный форум «Сочи-2015» [Офиц. сайт]. – Режим доступа: http://www.forum-kuban.ru/programme/business_programme.
7. Энергетическая стратегия России на период до 2030 года [Электронный ресурс] // Министерство Энергетики Российской Федерации [Офиц. сайт]. – Режим доступа: <http://www.minenergo.gov.ru/aboutminen/energostategy/>.

Секция 5

***СОВРЕМЕННЫЕ
ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ
КАДРОВОГО
МЕНЕДЖМЕНТА***

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА

© Боровинская И.В.* , Негода В.Н.♦

Уральский институт фондового рынка, г. Екатеринбург

В условиях кризиса необходимо вносить изменения в систему работы с персоналом организации. Требуется оптимизировать кадровый состав и организационную структуру компании. От мотивации сотрудников отказываться нельзя, но саму систему следует изменять в соответствии со складывающимися обстоятельствами. Решения, принимаемые руководством, должны быть понятны сотрудникам. Эти и другие меры обеспечат эффективность функционирования организации в кризисной ситуации, снижат напряженность в коллективе.

Ключевые слова: экономический кризис, требования к системе управления персоналом, привлечение персонала к выработке решений, реорганизация, система мотивации, социальный пакет.

Человеческие ресурсы имеют большое значение для любой организации. Грамотное управление персоналом повышает эффективность работы организации, способствует выживанию организации. Кризисная ситуация меняет условия существования организации, ставит перед сотрудниками новые задачи. Соответственно необходимо вносить изменения и в систему управления персоналом.

Целью управления персоналом является достижение определенного качества персонала, которое может обеспечить конкурентоспособность и стратегическое развитие персонала [1, с. 32]. Это остается верным и в условиях кризисной ситуации. При этом следует учитывать то, что в условиях кризиса управление персоналом становится более сложным. Это связано в том числе с повышением тревожности людей и их неуверенностью в будущем.

В управлении персоналом особое место занимает руководитель. Эффективный руководитель точно ставит цели, разрабатывает стратегию действий и увлекает за собой персонал. В условиях кризиса принимаемые решения становятся более рискованными, а последствия могут иметь более серьезные последствия для организации в целом и для отдельных сотрудников. Возрастает ответственность руководителя за своих подчиненных. В связи с этим повышаются требования к руководителю, к его профессиональным и личным качествам. Особенно оказываются востребованы у руководителя предпринимательские способности, развитая интуиция и умение принимать быстрые решения.

* Заведующий кафедрой Менеджмента и маркетинга, кандидат экономических наук.

♦ Студент.

Кризисная ситуация требует изменения в работе руководителя с подчиненными. Следует совершенствовать методы воздействия на персонал и методы принятия решений, оптимизировать организационную структуру и кадровый состав компании, менять требования к сотрудникам.

В условиях кризиса многие руководители строят свою работу на мотиваторе «страх потерять работу». Но, эффективную и результативную деятельность на страхе не построишь. Более того, у значительной части людей страх резко снижает интеллектуальные и физические возможности, результативности деятельности, приводит к развитию депрессий. Следовательно, опираться на мотиватор «страх потерять работу», как на основной мотиватор, – непродуктивно и недальновидно. Необходимы иные мотиваторы и, в первую очередь:

- уверенность человека в том, что он держит свою судьбу и благополучие в своих руках;
- уверенность в организации, в том, что коллектив организации способен справиться с ситуацией и организация думает о своих сотрудниках;
- уверенность в своих руководителях, в том, что они понимают, что и как необходимо делать, и способны реализовать свои планы.

В условиях длительных стрессовых нагрузок, вызванных кризисом, одна из основных задач руководителей снизить уровень тревожности персонала, уменьшить страхи. Именно поэтому начинать работу по сплочению своего коллектива, перенацеливанию его на новые задачи необходимо с выработки стратегии деятельности организации в условиях кризиса, а также «желаемой модели поведения работника», и доведению их до всех без исключения сотрудников организации. Очень полезно, чтобы в выработке стратегии и «желаемой модели поведения работника» принимали участие как можно больше сотрудников, голос каждого должен быть услышан.

Вторым важным шагом может стать обсуждение принятой стратегии в рабочем коллективе. Крайне важно в каждом подразделении сформировать ясное и четкое видение того, как данная стратегия будет реализовываться именно в конкретном подразделении. На этом этапе необходимо обсудить с сотрудниками модель поведения сотрудника данного подразделения в кризисной ситуации, обсудить критерии оценки труда. Руководитель должен убедиться в том, что все сотрудники его подразделения понимают свои задачи и то, какого поведения ждет от них руководство организации.

Следующим шагом должны стать индивидуальные собеседования с каждым работником подразделения. В ходе этих собеседований необходимо уточнить цели и задачи работника, его поведение, при необходимости внести коррективы. В дальнейшем такие встречи должны носить регулярный характер и происходить чаще, чем в обычных условиях.

В стрессовой ситуации, рожденной кризисом, внимание и забота руководителя – сильнейший стимулятор деятельности для работника. Каждый

работник должен ощущать себя частью трудового коллектива, которому небезразлична судьба этого человека. Руководитель в данном случае выступает как выразителем заботы коллектива о сотруднике.

Все меры воздействия на персонал должны быть направлены на формирование у каждого работника и, в первую очередь, у руководителей нового образа отношения к работе.

Очень важно определить систему контроля над поведением и деятельностью каждого работника, сделать ее более скрупулезной и жесткой. Руководитель должен немедленно и эффективно принимать меры по коррекции отклонения в поведении сотрудников от принятой «желаемой модели поведения работника». В условиях антикризисного управления все решения по сотрудникам должны приниматься быстро, прозрачно и понятно для сотрудника, решительно и жестко. Особое внимание следует уделять тому, чтобы коллектив понимал объективность и справедливость принимаемых решений, а также их обязательность для всех.

Руководитель обязан, по мере возможности, шире привлекать коллектив к выработке решений, особенно, если они затрагивают каждого члена коллектива. Истинная лояльность и сплоченность коллектива вокруг руководства компании начинается тогда, когда каждый сотрудник понимает, что руководство компании и собственник не перекладывают на них весь груз потерь, тягот и лишений, возникающих в кризисе, а все делят со своими сотрудниками, беря на себя большую часть.

Организации в условиях экономического кризиса не следует отказываться от материального стимулирования персонала. Естественно, что придется пересмотреть размеры и критерии выплаты премий, но полностью отказываться от них нельзя. Мотивационный пакет нужно индивидуализировать под каждого сотрудника, учесть его потребности.

Точно так же нельзя отказываться полностью от социального пакета, хотя и его, скорее всего, придется пересмотреть с учетом новых условий. Должны быть отменены или приостановлены действия тех составляющих социального пакета, которые не являются жизненно важными. В то же время, необходимо сохранить все, что жизненно важно для коллектива либо отдельных его членов. Отменяя либо сокращая медицинскую страховку для сотрудников, следует сохранить ее для тех, кто в ней нуждается. Отменяя дотации на питание, следует подумать над тем, чтобы сохранить их для наименее защищенных сотрудников: матерей-одиночек, низкооплачиваемых сотрудников. Работая по снижению издержек, руководитель должен всегда помнить о стимулирующей роли социальных благ, а также о том, как воспринимает персонал эти решения. Поэтому к принятию подобных решений желательно привлекать представителей подразделений.

Лучший способ мотивировать сотрудников на более эффективную и ответственную работу в кризисной ситуации – самому руководителю работать более ответственно и эффективно, принять на себя и осознать не только от-

ветственность за свою судьбу, но и за судьбы людей, руководить которыми ему доверили.

В подавляющем большинстве организаций затраты на персонал составляют значительную, если не главную статью издержек. Это допустимо в условиях стабильности и развития организации, но в кризисе все меняется.

Затратная система не только не оправдывает себя, но и становится фактором, угрожающим благополучию организации и самих сотрудников. Затратные системы управления персоналом компании необходимо снижать. Система должна стать более экономичной.

Насколько бы динамична ни была система управления персоналом компании в обычных условиях, в условиях кризиса гибкость и динамичность – главные требования к системе управления персоналом. Она должна позволять очень быстро перестраивать организационно-штатные структуры и проводить необходимые мероприятия, как высвобождая значительное количество персонала, так и быстро подбирая необходимый персонал, и, что не менее важно, очень быстро вводить его в строй.

Для повышения эффективности деятельности организации может потребоваться штатно-структурная реорганизация. Необходимо привести в соответствие структуры организации ее коммерческо-производственной деятельности в условиях финансового кризиса. При этом может потребоваться и оптимизация распределения работ между отдельными сотрудниками.

Возможное сокращение персонала должно проводиться по принципу реальной квалификации, опыта, инициативности.

Проводимые в организации изменения потребуют обновления комплекса документов регламентирующих деятельность персонала. Это обновление должно проходить параллельно с введением новшеств.

При создании новых положений в процессе реорганизации деятельности по управлению персоналом, удобнее воспользоваться методом, идущим от описания бизнес-процессов на основе структуры организации. Этот метод позволяет наиболее точно выявить все бизнес-операции, реализуемые сотрудниками, связав их при этом с существующим документооборотом.

На этапе моделирования бизнес-процессов требуется не просто пересчитать и закрепить бизнесы и функции, а определить взаимодействие между элементами ранее описанной организационно-функциональной структуры.

После описания процессов получают наиболее точный уровень знаний о деятельности конкретных сотрудников. Таким образом, можно сбалансировать и формально закрепить права и ответственность сотрудников, создав тем самым реально действующие должностные инструкции, положения о службах и отделах – мечту многих поколений кадровиков и управленцев.

Разработанные рекомендации будут способствовать повышению эффективности системы управления персоналом в условиях кризиса, что, в конечном счёте, улучшит результативность работы сотрудников и привлечёт дополнительные денежные средства в бюджет учреждения.

Список литературы:

1. Кафидов В.В. Управление человеческими ресурсами. – СПб.: Питер, 2012. – 208 с.

МОТИВАЦИЯ В ДИСТАНЦИОННОМ ОБРАЗОВАНИИ (МОДЕЛЬ КЕЛЛЕРА ПРИМЕНИМО К СТУДЕНТАМ С ОВЗ)

© **Гладких И.Б.***

Уральский институт фондового рынка, г. Екатеринбург

Дистанционное образование в силу ряда своих особенностей (удаленность, опосредованное общение, преобладание самоконтроля студентов над контролем со стороны педагога) диктует необходимость психологического сопровождения данного процесса и обеспечения психологического комфорта его участникам. Большое значение в дистанционном обучении имеет мотивация. Именно мотивация к получению прочных знаний является движущей силой для дистанционного обучения.

Ключевые слова: дистанционное образование, мотивация, студенты с ОВЗ, модель Келлера, внимание, значимость, уверенность, удовлетворение.

Дистанционное образование в силу ряда своих особенностей (удаленность, опосредованное общение, преобладание самоконтроля студентов над контролем со стороны педагога) диктует необходимость психологического сопровождения данного процесса и обеспечения психологического комфорта его участникам. Большое значение в дистанционном обучении имеет мотивация. Именно мотивация к получению прочных знаний является движущей силой для дистанционного обучения.

Трудности, возникающие в процессе обучения можно разделить на несколько групп: личностные (изначальная невысокая внутренняя мотивация обучающегося, необычность самой формы дистанционного обучения, привычка к контролю со стороны преподавателя, слабая самоорганизация обучающихся, отсутствие эмоционально-психологического контакта с другими обучающимися, отсутствие чувства принадлежности к группе и т.д.);

Свою ложку дегтя подливает и человеческая физиология. Дело в том, что чтение с монитора отличается от чтения печатного материала: большинство пользователей «сканируют» текст, а не читают каждое слово. К тому же, чтение с экрана на 25 % медленнее.

Когда студент входит в аудиторию, берет в руки тетрадь и рабочие материалы – он настроен учиться, и готов принять обучение. Включаются некие

* Старший преподаватель кафедры Социально-экономических наук.

механизмы, которые выстраивают в его психике целевую программу получения новых знаний. И содержание лекции, даже самое сложное, воспринимается легче.

Когда обучающийся садится за компьютер – у него включается несколько иная «программа». Не секрет, что 80 % людей используют компьютер главным образом для общения в соцсетях, для игр или посещения развлекательных сайтов. Сайты оформлены ярко, интересно. Подсознательно обучающийся ожидает того же самого (или хотя бы чего-то похожего) от электронного учебного курса [1].

А теперь представьте, что на экране компьютера рядом с картинками серьезный текст, теоремы, формулы, которые нужно прочитать, осмыслить и на их основе выполнить практическое задание. И многие из заданий нужно сделать самостоятельно и к определенному сроку. Никто не контролирует и не мотивирует. Совершенно новые условия для обучения.

Безусловно, каждый электронный курс содержит тестирования для проверки знаний. Но в электронном обучении тестирования служат скорее для закрепления знаний и выявления «слабых мест». Мотивирующая сила оценочных баллов не слишком велика.

Кроме того студенты с ОВЗ, зачастую быстро утомляются, у них снижается концентрация, ухудшается внимание им трудно держать контроль. Может ухудшиться физическое состояние (головная боль и т.п.). Занятие становится в тягость, уже ничего не хочется делать, все кажется трудным и непонятным. И единственный способ помочь ему восстановить интерес к учебе – формировать мотивацию, способствующую обучению.

Мотивацией дистанционного обучения в конце XX – начале XI вв. занимались в Дж. Келлер (1987), Т. Гао, Дж. Леман (2003), Б. Такман (2007), Дж. Виссер, Т. Пломп, Амиролт, Куипер (2002), Ч. Шлоссер (2008) и др. [2].

Рассмотрим модель Келлера для повышения мотивации учащихся. Эксперт из США в области обучающих систем Джон Келлер разработал модель, которая повышает мотивацию учеников к процессу обучения. Он назвал ее **ARCS**, по заглавным буквам входящих в нее компонентов: **Attention** – внимание, **Relevance** – значимость, **Confidence** – уверенность, **Satisfaction** – удовлетворение [4].

Смысл ARCS заключается в последовательности действий: первым делом захватить внимание ученика, потом сделать так, чтобы он поверил в значимость процесса обучения, вселить в него уверенность в собственных силах и в заключение добиться удовлетворения полученными результатами.

Остановимся на каждом из них более подробно.

Внимание.

Привлечь внимание ученика к учебному курсу – первый и самый важный шаг. Причем, недостаточно сделать это на первоначальном этапе обучения. Мотивировать необходимо в течение всего срока обучения.

Внимание обучающихся поддерживается с помощью вариативности заданий и разнообразных типов представления материала, смены видов деятельности.

Очень важна и методика подачи материала, особенно если он сложный для восприятия и усвоения. Важно заинтриговать обучаемого, «зацепить» его, привлечь его внимание нестандартными, спорными, возможно даже парадоксальными идеями.

Хорошим приемом, позволяющим удерживать внимание, является деление курса на отдельные модули и постановка четких целей в каждом модуле.

Разрыв шаблона – отличный прием, позволяющий удивить учащегося, привлечь его внимание.

Очень облегчают восприятие сложной информации неформальный (в меру) стиль изложения. Необходимо использовать понятные обучающимся термины и примеры,

Помочь в борьбе со скукой может частая смена учебных заданий и способов презентации материала. Сайт предоставляет преподавателю массу возможностей. Анимация, мультфильмы, задания в виде тестов, кроссвордов, тренинги по запоминанию формул и т.п.

Включение в тело урока отступлений, отвлеченных вопросов, юмористических вставок (забавных историй) также заставит ученика «держаться внимание», как это не парадоксально звучит, не отвлекаться и избавит их от эффекта «засыпания», что только усилит их мотивацию.

Значимость.

Внимание штука не постоянная. Постоянно быть внимательным не получится даже у самого прилежного студента. Особенно если информация, которую он получает, является чисто теоретической, сложной по содержанию.

И здесь мы переходим ко второму компоненту повышения мотивации – **придание значимости** излагаемого курса обучения.

Студент в процессе обучения постоянно оценивает полученные знания с прикидкой на свои практические потребности. Одна чистая теория «мертва» в дистанционном, как в любом другом, обучении. Поэтому она обязательно должна дополняться объяснениями где и как ему пригодятся данные теоретические знания, практическими упражнениями, заданиями. Желательно включать в учебный курс алгоритмы последовательных действий, которые смогут привести к конкретному результату не в перспективе, а буквально тут же.

Уверенность.

Следующий способ – **придание ученику уверенности в собственных силах**. Считаю этот компонент важнейшим из всех. У обучающегося не должно быть никаких сомнений, что он сможет усвоить учебный курс и получить качественные знания. Важно укреплять уверенность в том, что он успешно овладевает материалом и справляется с поставленными задачами.

Предлагать студенту закрепить эту уверенность на промежуточных этапах обучения. После объяснения материала пусть ответит на контрольные

вопросы, даст решение задачи. Если материал сложный – ввести подсказки, дать несколько попыток для ответа. Не следует давать задания, которые заведомо трудны для данного ученика. Студент с ОВЗ, иногда сам себе понижает самооценку заранее, на случай неудачи, боится быть неуспешными.

Иногда и окружающие добавляют масла в огонь. Сколько сил иногда уходит на то, чтобы переубедить всех. Причем действовать надо очень деликатно. Не стоит отрицать очевидные вещи. «Нет, ты отлично все делаешь». Но ведь всегда можно выбрать за что похвалить. Наметить пути улучшения ситуации. С этой целью желательно предоставлять обучающемуся возможность добиваться промежуточных результатов, создавать ситуации успеха. Ежедневные маленькие победы оказывают существенное влияние на уверенность и повышают мотивацию. Ведь всегда интересно заниматься тем, что получается и приносит удовлетворение.

С одной стороны мотивация повышается, если обучаемый осознает, что он сам контролирует ситуацию, что успех прямо зависит от приложенных усилий. С другой стороны студент осознает, что есть тот кого интересуют его результаты, кто всегда готов прийти на помощь. И если он перестает учиться, выполняет задания «спустя рукава», преподаватель связывается с ним и старается мотивировать его для продолжения обучения [2]. Он дает конкретные замечания по выполненным заданиям, отмечает успехи, находит любой повод для того, чтобы вознаградить усилия обучающегося.

Своевременная, конструктивная обратная связь помогает сохранить и повысить мотивацию [1]. Обратная связь должна быть неформальной, адресной и поддерживающей. При этом важно избегать формальности в комментариях, не превращать их в отписки. Кроме регламентированных отзывов на сделанные задания, я, например, общаюсь со студентами в скайпе. Они знают, что в случае необходимости всегда могут обратиться ко мне, если задания не получаются или непонятна теория. И уже неоднократно такие случаи были.

Очень важно обращаться к эмоциям обучающихся относительно приобретаемых в процессе обучения знаний или опыта, если они положительны – уверенность возрастает.

Соответствие результатов обучения ожиданиям учащегося формирует ощущение **удовлетворенности**.

Удовлетворение.

Даже если мы в полной мере использовали первые три фактора сохранения мотивации – внимание, значимость и уверенность, ближе к концу учебного года мотивация пользователя все равно будет падать. Накапливается усталость, голова «забита» большим объемом информации. Если появились такие признаки, значит, пришло время внедрять четвертый способ повышения мотивации – **удовлетворение обучаемого**. В первую очередь, необходимо представить полученные результаты, как соответствующие тем ожиданиям студента, какие он представлял себе в начале обучения. Далее, нужно показать ему положительные изменения, полученные в процессе обуче-

ния. Ну и не стоит забывать о таких простых «мотиваторах», как высокие оценки, поощрения, похвала за выполненные задания.

Компонент «удовлетворённость» нуждается в постоянной «подпитке» со стороны учителя. Придерживаясь одного из постулатов модели мотивации Портера-Лоулера о том, что результативность труда порождает удовлетворённость, следует всячески поощрять качественное выполнение заданий в рамках курса [3].

Постоянно создавать ситуацию успеха и, следовательно, положительно воздействовать на мотивацию, возможно через осуществление индивидуального подхода к каждому обучающемуся. Создание атмосферы доверия и психологического комфорта.

Если студент чувствует себя достаточно уверенно его мотивацию можно повышать с помощью постановки так называемых «амбициозных целей», которые нужно формулировать так, чтобы они содержали своеобразный вызов обучающемуся. Но помните, что этот способ подходит не всем людям [3].

Итак, подведем итоги. Что же нужно сделать, чтобы студенту было интересно учиться, чтобы наш электронный учебный курс стал содержательным, и в то же время легким для восприятия?

Необходимо выполнить два условия:

Оптимизировать исходный материал для целей электронного обучения и применить модель Келлера (внимание, значимость, уверенность, удовлетворение) для создания и поддержания мотивации к обучению.

Техническая задача решается разработчиками учебных сайтов, а вот творческая решается преподавателем.

Эти две задачи, техническая и творческая, тесно связаны между собой. Интерес пользователя к курсу сильно зависит от технической реализации (визуальное оформление, текста, картинки, игры, диаграммы, прочие «фишки»). В то же время даже сделанный на высоком техническом уровне курс может быть скучен и «непроходим», если его создатели забыли о мотивации обучающегося.

Список литературы:

1. Арефьева И., Лазарев Т. Мотивация в дистанционном обучении [Электронный ресурс] // Образовательный проект «Мой университет» МИР «Эко-Про». – Режим доступа: <http://www.moi-universitet.ru>.
2. Зимняя И.А. Педагогическая психология: учебник для вузов. – 2-е изд., доп., испр. и перераб. – М.: Логос, 2000. – 384 с.
3. Шараторова Г., Михайлов А. Подвести к воде и заставить напиться: мотивация в дистанционном обучении [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.e-executive.ru>.
4. Мотивация в дистанционном образовании. Часть первая. Модель Келлера [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bakalavr-magistr.ru/news/188>.

СИСТЕМА ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИИ

© Рожкова М.В.^{*}, Погиба А.В.[♦]

Уральский институт фондового рынка, г. Екатеринбург

В статье проведен анализ системы обучения персонала в организации на примере Асбестовского филиала сети магазинов «Красное и белое».

Ключевые слова: организация, персонал организации, обучение персонала в организации, виды обучения персонала.

Руководством Асбестовского филиала сети магазинов «Красное и белое» созданы программы, обеспечивающие развитие потенциала всей компании, разработаны основные направления деятельности отдела персонала, равно как и структурирована работа иных подразделений магазина.

В сети магазинов «Красное и белое» ведущие роли занимают две концепции обучения персонала, которые применяются в равной степени.

1. Концепция специализированного обучения (используется, когда обучение нужно здесь и сейчас или на короткий промежуток времени).
2. Концепция многопрофильного обучения, что позволяет повысить внутрипроизводственную мобильность.

В компании «Красное и белое» наиболее распространенным является обучение на рабочем месте, когда опытного работника просят взять шефство над новичком и на реальных примерах показать ему, как следует выполнять ту или иную работу. Данная форма обучения имеет много преимуществ, среди которых основным преимуществом являются небольшие затраты на обучение и материалы, простота передачи знаний о процессе труда. Место обучения – это место работы.

К другим часто используемым методам обучения относятся:

- обучение в классе, включая лекции, фильмы, моделирование тех или иных ситуаций;
- программированное обучение с использованием компьютера, когда работник самостоятельно изучает материал, решает учебные задачи и выполняет упражнения;
- конференции и семинары, на которых их участники с помощью инструктора анализируют конкретные ситуации и обсуждают профессиональные темы.

Продвижение по службе в магазине «Красное и белое» собственных работников позволяет готовить и удерживать необходимых ей специалистов. Сотрудники знают, что у них есть перспектива профессионального роста, что стимулирует повышение квалификации.

^{*} Проректор по учебной работе.

[♦] Студент.

Один из подходов к выдвижению изнутри в данной организации – это объявление о замещении вакантной должности, когда все сотрудники магазина получают информацию о возможностях продвижения по службе или переводах работников. Заинтересованные в той или иной должности сотрудники обращаются в отдел кадров, специалисты которого выбирают наиболее подходящую кандидатуру.

Еще один подход, используемый в «Красное и белое», так называемая «взаимозаменяемость сотрудников». В случае необходимости тот или иной сотрудник может заменить своего коллегу. Данный метод очень эффективен и полезен, так как позволяет сохранить средства и время на поиск новых сотрудников.

Аттестация по результатам деятельности – это еще один метод развития эффективной рабочей силы в магазине «Красное и белое», заключающийся в рассмотрении показателей выполнения рабочих заданий с целью оценки производительности труда. Оценивая достигнутые сотрудниками результаты, опытные менеджеры осуществляют обратную связь с подчиненными и поощряют лучших из них, определяют направления совершенствования процесса труда.

При проведении аттестации специалисты «Красное и белое» особое внимание уделяют обучению менеджеров эффективным методам проведения аттестации, а также правильной оценке результатов выполнения сотрудниками заданий.

В магазине «Красное и белое» формальная обратная связь руководства и сотрудников осуществляется в форме ежегодных аттестационных собеседований. Но весьма часто такого рода встречи начальника и подчиненных никак не способствуют повышению результатов выполнения рабочих заданий. Менеджеры далеко не всегда имеют представление об истинных причинах связанных с работой рядовых сотрудников проблем. Часто предложения менеджеров и администраторов-консультантов преподносятся как единственно верные, что вынуждает работников занимать оборонительную позицию и отвергать их.

Таким образом, можно сделать вывод, что система обучения и развития персонала в магазине «Красное и белое» является определяющей для принятия многих ключевых управленческих решений в кадровом менеджменте, в частности, решений, касающихся перераспределения компетенций и полномочий, создания кадрового резерва, перемещения работников на новые должностные позиции, оценки эффективности использования кадровых ресурсов.

Обучение и развитие персонала организации – это одна из важнейших функций кадровой политики компании «Красное и белое», позволяющая не только повысить квалификацию сотрудников и их личностный потенциал, но и при правильной ее реализации выступить в качестве одного из мощных методов поддержания работоспособности персонала.

Однако, исходя из всего изложенного, также можно сделать вывод о не достаточной разработке системы обучения персонала в магазине «Красное и белое». Прежде всего, это касается недостаточного финансирования обучения персонала.

Руководителям организации стоило бы наладить связи с учебными центрами, которые качественно и эффективно могли бы излагать материал для переподготовки или повышения квалификации сотрудников.

Также выявилась проблема отдаленности высшего руководства от простых сотрудников магазина. Высшее начальство не участвует в жизни коллектива на местах, на периферии, что мешает давать качественную и правильную оценку при аттестации персонала. Вследствие чего руководство дает, может быть и верные, но не уместные в данной ситуации управленческие решения по обучению персонала.

Руководство компании «Красное и белое» и ее подразделений осознает необходимость обучения персонала. Для обеспечения необходимого уровня компетентности и квалификации персонала необходимо разработать и внедрить «Положение о непрерывном обучении работников магазина», которое устанавливает единый порядок организации и проведения непрерывного обучения на предприятии.

Целью непрерывного обучения является последовательное расширение и углубление знаний, повышение профессионального мастерства.

Непрерывное профессиональное обучение ведется по следующим направлениям:

- самостоятельное обучение (самоподготовка);
- обучение новых работников (учеников);
- курсы целевого назначения (проводится при изменении технологических процессов, организационных изменениях и нововведениях на предприятии);
- обучение руководителей, специалистов и служащих.

Обучение новых работников отдела продаж должно осуществляться в соответствии с ученическим договором. Обучение проводится преподавателем по теоретическому обучению или инструктором по производственному обучению в течение 3-6 месяцев.

В отделе продаж можно организовать обучение высшего руководства и руководителей среднего звена без отрыва от производства. Обучение может проводиться в виде семинаров и лекций. По окончании прослушанных курсов необходимо сдать экзамены, в виде самостоятельно разработанных проектов по определенно заданным темам. В конце будут выданы сертификаты удостоверяющие, что данный работник прошел курс обучения.

Говоря об обучении необходимо отметить наличие такого фактора как эффективность обучения. Необходимо проанализировать какую пользу от обучения работников получает отдел, и использовать эту информацию при подготовке и проведении учебных программ.

Процесс обучения необходимо контролировать. Составной частью управленческого контроля организации системы обучения является оценка. Оценка работы персонала – это процесс сбора, анализа и оценки информации о том, как работники выполняют порученную работу, и выяснение того, в какой степени их рабочее поведение, рабочие показатели и индивидуальные характеристики отвечают установленным требованиям.

Рассматривая кадры как важнейший ресурс производства, следует ставить задачу оптимального его использования, прежде всего за счет повышения качества, в том числе с помощью программ привлечения рабочей силы, кадрового планирования, отбора, мотивации, подготовки и повышения квалификации. Единая кадровая политика строится на базе тщательно разработанных стандартов устанавливающих требования к персоналу, подробной регламентации порядка работы с ними, введения типовых процедур работы с кадрами.

Переход к новым технологиям требует значительных затрат, связанных с обновлением знаний, переподготовкой работников. Считается, что переподготовить работника дешевле, чем заменить его. В одних фирмах затраты на обучение сотрудников считают долгосрочными инвестициями, которые со временем себя окупят, в других выброшенными на ветер деньгами. Вкладывать средства в развитие персонала или нет, каждая компания решает, исходя из собственных возможностей и потребностей. Хотя преимуществ больше появляется у тех, кто уделяет должное внимание повышению квалификации работников.

Исходя из этого, в сети магазинов «Красное и белое» (Асбестовский филиал) имея опытных и квалифицированных работников в сфере непосредственной продажи алкогольной продукции и продуктов питания, обладает на самом деле недостаточными интеллектуальными ресурсами для продвижения и реализации своей продукции.

Директор филиала в г. Асбесте имеет достаточно большой опыт управления, не только на данной компании, но и в других организациях, однако современные условия диктуют все новые правила игры на рынке. Обучение управляющего персонала должно стать неотъемлемой частью кадровой политики.

Можно обозначить цели проведения обучения персонала магазина «Красное и белое»:

- 1) формирование новых знаний и освоения новых методов в области реализации и продвижения товара;
- 2) формирование полных, достоверных знаний о продаваемом продукте и их пополнение и обновление;
- 3) освоение необходимой правовой базы.

Для реализации первой намеченной цели, персонал магазина должен один раз в полгода посещать обучающие семинары. А так как в магазине много сотрудников, для того, чтобы компания не оставалась без работников, на семинары можно посылать по 1-4 человека в разные периоды времени.

Семинары так же должны проходить в разных направлениях и тематиках. Таким образом, постепенно получая новые знания, сотрудники могут делиться ими с коллегами, таким образом, закрепляя данный им материал и применять его на практике.

Не менее важным в этом отношении, то есть для развития практических навыков продаж становятся тренинги. Их так же хотя бы один раз в год можно было бы посещать, но на этот раз – вместе.

Для усвоения и обновления знаний о продаваемо продукции, можно предложить проводить закрытые лекции с участием производителей той или иной алкогольной продукции, которые способны структурировать новые знания и выдать информацию, включающую новинки продукции. Информация должна быть предоставлена так же у каждого в печатном виде.

Одной из особенностей обучения должно стать самообучение – это посещение выставок новых образцов продукции по основным или смежным тематикам, использование Интернет-ресурсов, отраслевых журналов. Это позволит находиться постоянно в курсе событий на отечественном и зарубежных рынках, быть осведомленным о позициях потенциальных конкурентов, появлении новых возможностей и угроз со стороны потребителей, поставщиков и т.д.

Составим план обучения персонала магазина «Красное и белое» на ближайший 2015 год и определим бюджет его исполнения.

Таблица 1

План обучения персонала магазина «Красное и белое»

Группа работников	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал
6 человек	Семинар			Тренинги
5 человек		Семинар		
7 человек			Семинар	
Сумма	13800	10000	21000	8000

Лекции же и самообучение на внутрифирменном уровне должны проходить по мере необходимости.

Оценка результатов обучения – это переломный момент всего учебного цикла.

Цель учебного курса – добиться таких изменений в работе персонала, которые приведут в итоге к улучшению работы магазина.

Обучение на семинаре можно оценивать на четырех различных уровнях: мнение слушателей, объем полученных знаний, изменения стиля работы, результативность.

Мнение слушателей. Самым распространенным способом определения мнения слушателей о курсе обучения является анкетирование. Анкета может включать в себя следующие вопросы:

- Что вам понравилось больше всего на занятиях?
- Что вам не понравилось?
- Какова ваша общая оценка данного курса?

Объем полученных знаний. Последовательное анкетирование до начала и после окончания учебного курса позволит слушателям оценить, насколько возросли их значения. Иногда усвоенный материал можно оценить с помощью письменных заданий или с помощью определенным образом составленных вопросников (вопрос и ряд ответов, из которых нужно выбрать правильный).

Таким образом, результативность проводимого обучения можно частично оценить с помощью анкеты.

Изменение стиля работы. Здесь применимы самые разные способы оценки изменения стиля работы или управленческих навыков слушателей курсов, которые можно использовать как для самооценки, так и для взаимной оценки или оценки руководящим составом.

Результативность. Исследуя использование временных и других ресурсов, можно оценить производительность труда персонала до и после обучения. Эти данные можно переработать и представить в виде расчета изменения эффективности работы персонала.

Руководством Асбестовского филиала сети магазинов «Красное и белое» созданы программы, обеспечивающие развитие потенциала всей компании, разработаны основные направления деятельности отдела персонала, равно как и структурирована работа иных подразделений магазина.

В сети магазинов «Красное и белое» ведущие роли занимают две концепции, которые применяются в равной степени: концепция специализированного обучения используя, когда обучения нужно здесь и сейчас или на короткий промежуток времени и концепция многопрофильного обучения, что позволяет повысить внутрипроизводственную мобильность.

В компании «Красное и белое» наиболее распространенным является обучение на рабочем месте, когда опытного работника просят взять шефство над новичком и на реальных примерах показать ему, как следует выполнять ту или иную работу. Данная форма обучения имеет много преимуществ, среди которых основным преимуществом являются небольшие затраты на обучение и материалы, простота передачи знаний о процессе труда. Место обучения – это место работы.

Список литературы:

1. Демченко Т. Управление персоналом: современные подходы / Т. Демченко // Человек и труд. – 2011. – № 3. – С. 12-18.
2. Калинина Л.А. Процесс адаптации и его мероприятия / Л.А. Калинина // Управление развитием персонала. – 2012. – № 3. – С. 226-231.
3. Смирнов Б.М. Кадровые нововведения в системе управления персоналом. – М.: ГАУ, 2013. – 218 с.

ВОЗМОЖНОСТИ АКТИВИЗАЦИИ ПОЗНАВАТЕЛЬНЫХ ИНТЕРЕСОВ СТУДЕНТОВ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ

© Шмидт В.А.*

Костанайский государственный университет им. А. Байтурсынова,
Республика Казахстан, г. Костанай

Активизация познавательного интереса студентов является одним из способов изменить отношение студентов к изучаемому материалу и расширить поле познания.

Однако способы и подходы при работе со студентами различных специальностей могут варьировать, что должно учитываться преподавателями.

Ключевые слова: познавательный интерес, подбор и подготовка кадров, методы активного обучения.

Активизация познавательных интересов есть главный путь к формированию устойчивых знаний и навыков, к реализации творческого потенциала студентов, что, в конечном счете, позволит им ясно и правильно мыслить в широком диапазоне общественных проблем; выработать способность правильно оценивать многогранные экономические процессы, самостоятельно принимать оптимальные хозяйственные решения; будет содействовать формированию экономической культуры.

В основе познавательных интересов, как правило, лежит познавательная потребность. Начальным уровнем потребности является потребность во впечатлениях, в новизне и удивлении. Следующий уровень познавательной потребности составляет потребность в знаниях, она выражается в определенном интересе к изучаемой дисциплине, склонности к ее изучению, к работе с литературой по данному предмету. На высшем уровне познавательная потребность имеет характер целенаправленной деятельности и приводит к достижению студентами значимых высот познания.

Поэтому, при формировании познавательных интересов существенное значение имеет начальный этап – возникновение ситуационного интереса. И тогда с одной стороны оказывается преподаватель с его личностными особенностями, уровнем знаний, а с другой – студент с его индивидуальными особенностями, впечатлительностью, достаточной подвижностью нервных процессов.

Здесь очень важно, чтобы студенты почувствовали, увидели, что преподаватель любит и знает свой предмет, умеет общаться со студентами, уважает их, умеет с самой первой встречи создать атмосферу доброжелательности и партнерства, лишённую каких-либо страхов и запугивания, но при этом

* Старший преподаватель кафедры Экономики.

умеет конкретно очертить грани дозволенного. Студенты именно инженерных специальностей предъявляют повышенные требования к личностным и профессиональным качествам преподавателей. Опрос, проведенный среди студентов первых-четвертых курсов показал, что большинство из них (83 %) считают, что преподаватель должен быть, во-первых, общительным, любящим студентов; во-вторых, компетентным; в-третьих, с чувством юмора; в-четвертых, сильным, уверенным в себе человеком. Предпосылкой тому является специфика состава студентов инженерных специальностей – более 90-95 % контингента составляют юноши и только 5-10 % – девушки.

В этих условиях преподаватель вынужден уметь мастерски применять психологическую установку: пришел – увидел – убедил. В противном случае, значительная часть учебного времени будет постоянно затрачиваться на установление порядка и дисциплины, а самые прогрессивные методы активизации познавательных сил окажутся либо неприемлемыми, либо невостребованными вообще. Многолетние наблюдения автора, осуществлявшиеся в процессе работы в инженерном вузе, показывают, что познавательную активность студентов-инженеров успешно могут поддерживать только те преподаватели, которые умеют объяснять сложные явления простым, доступным языком; владеют способностью многоканального управления вниманием, неизменно демонстрируют низкий уровень раздражительности, умеют управлять изменениями, обладают четкой дикцией и грамотной речью.

Все это свидетельствует о необходимости тщательного подбора и подготовки педагогических кадров, владеющих техникой стимулирования и поощрения познавательной активности студентов, использующих на занятиях более эффективные формы, способы, модели обучения. Такой подход позволит реализовать основной стратегический план изучения экономической теории – учить большему меньшим, создавая дидактические и педагогические условия для осмысления теории, обеспечивая большее соответствие средств обучения его содержанию.

Активизация учебного процесса на инженерных специальностях должна осуществляться на основе учета особенностей мышления технической аудитории. В экономической теории, использующей в качестве инструмента познания научную абстракцию, связь между различными экономическими явлениями не столь наглядна и усваивается студентами технических вузов с известным трудом. Определенная часть аудитории оказывается не в состоянии глубоко овладеть методом научной абстракции, при этом они с большей эффективностью изучают и воспринимают конкретно-математический материал, имеющий четко выраженную количественную зависимость или наглядное графическое отражение.

Поэтому наиболее адаптированными к условиям технического вуза можно считать следующие методы активного обучения:

- метод количественного анализа конкретной ситуации;
- метод представления;

- игровое производственное проектирование;
- метод дискуссии;
- проблемный метод;
- метод противоречий;
- метод дефиниций;
- голографический метод.

Коротко остановимся на применении некоторых из них на занятиях по экономической теории. Так, с помощью *метода количественного анализа конкретной ситуации* обеспечивается прочное понимание студентами таких экономических явлений, как изменение курса акций, цены земли, уровня безработицы, эластичности спроса посредством решения задач с использованием соответствующих формул.

Метод представления (графическое и схематическое отражение явлений) используется при изучении таких вопросов, как ограниченность ресурсов (кривая производственных возможностей), неравенство в обществе (кривая Лоренца, индекс Джини), налоговые поступления (кривая Лоренца) и др.

Игровое производственное проектирование можно применить, например, при изучении механизма ценовой дискриминации, прорабатывая в трех малых группах линии поведения предприятий-монополистов при ценовой дискриминации первой, второй и третьей степеней. Подобная игровая ситуация вовлекает студентов в эмитационную деятельность, учит их принимать и обосновывать решения, координировать свои действия с действиями других участников игры.

Метод дискуссии развивает критическое мышление студентов; формирует коммуникативную культуру; учит приему аргументации и умению слушать других; формирует интеллектуальную находчивость. Данный метод может быть введен в учебный процесс при рассмотрении вопроса о положительных и отрицательных сторонах частной формы собственности; аргументов, как в пользу, так и против экономического роста; преимуществ и недостатков рыночной экономики и т.д.

Проблемный метод обучения представляет собой движение не от знания к проблеме, а от проблемы к знанию, отражая в сознании студентов путь движения к истине.

Метод дефиниций, то есть определения тех явлений, которые предстоит изучить, дает возможность обратить особое внимание студентов на какие-либо стороны экономического явления с целью более глубокого понимания его сути. Например, деньги можно определить как «то, чего никогда не бывает много», или – «деньги – это все, и деньги – это ничто». И только после соответствующего диалога преподавателя со студентами, им дается научно обоснованное определение категории денег.

Голографический метод основан на анализе жизненного опыта обучающегося. Данный метод может быть успешно использован при подготовке студентами творческих заданий по таким вопросам, как роль экономиче-

ских знаний в познании современного мира; роль суверенитета потребителя; роль рекламы и др.

Обратим внимание на тот факт, что важнейшим условием успешного применения и совершенствования перечисленных выше активных методов обучения является процесс постоянного фиксирования и исправления ошибок и недочетов в работе, с целью определения эффективности каждого применяемого метода. Существенную помощь в этом могут оказать видеоматериалы, анкетирование, систематически проводимое среди студентов (студентами это воспринимается как элемент доверия). Так же необходимо *совершенствовать процесс* обмена мнениями, проведения дискуссий, семинаров по проблемам организации познавательной деятельности студентов непосредственно на кафедрах среди преподавателей-предметников, так как реальный обмен опытом на кафедрах в последнее время отсутствует, находя свое отражение лишь в отчетной документации.

Кроме этого, существует ряд внешних факторов, резко снижающих интерес студентов к обучению в целом и подавляющих их познавательную активность в частности. Перечислим лишь два из них:

- ограниченный доступ студентов к Internet-ресурсам, не позволяющий научить студентов формированию собственного информационного пространства;
- необеспеченная возможность копирования и распечатки необходимых учебных материалов (в рамках определенной квоты или за минимальную плату), ведущая к снижению объема и качества знаний.
- *Отсутствие горячего питания студентов;*
- *Некорректная игра статусных преподавателей;*
- *Мздоимство;*
- *Погоня за баллами, а не за знаниями;*
- *Отсутствие у преподавателей единого подхода оценки знаний студентов по 100-бальной системе, несвоевременный учет;*
- *Слабая материально-техническая база;*
- *Контрастный уровень подготовки преподавателей (случайные люди, без призвания);*
- *Плохие санитарно-гигиенические условия (непрветриваемые помещения в течение 6 месяцев учебного года, некачественная их уборка, низкая температура воздуха в зимнее время).*

Таким образом, для совершенствования процесса активизации познавательных интересов студентов и повышения эффективности учебного процесса в целом, необходимо:

- шире использовать в процессе преподавания методы активного обучения;
- стремиться к обеспечению максимального соответствия средств активного обучения содержанию изучаемого предмета;

- вести научно обоснованный отбор подлежащего освоению материала на основе его логического анализа и выделения основного содержания;
- обеспечить глубокое владение основами педагогики и психологии преподавателями, ведущими специальные дисциплины;
- в процессе внедрения технологий активного обучения полнее учитывать возрастные и индивидуальные особенности студентов;
- обеспечить свободный доступ студентов к Internet-ресурсам, копированию и распечатке учебных материалов;
- на учебных кафедрах систематически проводить мероприятия по обмену опытом и обучению преподавателей активным формам ведения занятий;
- совершенствовать процесс подбора педагогических кадров.

Список литературы:

1. Хейне П. Экономический образ мышления: пер. с англ. – М., 1997. – С. 9.
2. Кулешов В.У. Методика использования задач и деловых игр. – М., 1991. – С. 7.
3. Мусагаев С. Социализация образования в Казахстане // Саясат. – 2004. – № 9. – С. 32.
4. Лурия А. Лекции по общей психологии. – М., 2004. – С. 214.
5. Лишин О. Педагогическая психология воспитания. – М., 2003. – С. 101.
6. Первин Л., Джон О. Психология личности. – М., 2000. – С. 384.
7. Лихачев Б. Педагогика. Курс лекций. – М., 1998. – С. 490.
8. Чалдини Р. Психология влияния. – М., 2004. – С. 94.

Секция 6

***МАРКЕТИНГ,
РЕКЛАМНОЕ ДЕЛО И PR***

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РЕКЛАМНОГО РЫНКА В КАЗАХСТАНЕ

© Дюзельбаева Г.М.*

Костанайский инженерно-экономический университет им. М. Дулатова,
Республика Казахстан, г. Костанай

В статье выполнен обзор объема и динамики развития рекламного рынка в целом, проанализирована структура рекламного рынка по составу рекламодателей, по видам носителей рекламы.

Ключевые слова: реклама, телевизионная реклама, рынок печатных СМИ, наружная реклама, радиореклама, интернет реклама, рекламодатели.

Рекламный рынок является одним из индикаторов состояния экономики страны и как экономический барометр фиксирует все тенденции, происходящие как на внутреннем рынке страны, так и на мировом. Растущий спрос на рекламные услуги, связанный с развитием экономики нашей страны, привел к стремительному увеличению объема рекламного рынка Казахстана. И хотя всего десять лет назад затраты государства на рекламу были весьма невелики, а большинство рекламодателей предпочитали самостоятельно организовывать рекламную поддержку и продвижение своих фирм, в настоящее время рекламные агентства Казахстана готовы предложить своим клиентам массу всевозможных услуг: начиная от изготовления визитных карточек и заканчивая широкомасштабными рекламными кампаниями.

Рекламная деятельность в Казахстане регулируется Законом Республики Казахстан от 19 декабря 2003 года № 508-ІІ «О рекламе» и Законом Республики Казахстан от 23 июля 1999 года № 451-І «О средствах массовой информации».

Потребительский рынок Казахстана уникален, он невелик по объему по причине сравнительно малого количества населения, однако не уступает, а в некоторых случаях даже превосходит, более крупные рынки СНГ, по динамике потребления. Это, в свою очередь, формирует специфику активности рекламодателей. В силу особого географического положения страны, ее территориальной близости к совершенно разным мировым культурам, огромных дистанций между населенными пунктами, для потребительского рынка Казахстана характерна четкая региональность в предпочтениях тех или иных брендов в виду масштабов страны и неоднородности ее населения по национальному признаку.

По оценке экспертов рекламный рынок Казахстана является третьим по объему на территории стран СНГ после России и Украины [1].

* Доцент кафедры Учета и аудита, кандидат экономических наук.

В 2013 году рынок рекламы в Казахстане продолжил тенденцию роста после кризиса в 2007-2008 гг. Его годовой объем составил 264 млн. дол. Ежегодный прирост составляет в среднем 19 млн. дол. В 2013 году рост рынка составил 6 % (см. рис. 1).

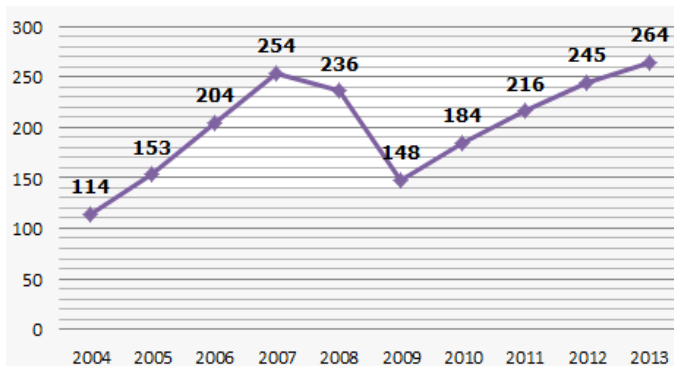


Рис. 1. Динамика рынка рекламы в Казахстане, млн. долларов

По итогам 2013 года наибольшая доля размещения рекламы в Казахстане пришлось на телевидение – 64 %, в печатных СМИ – 16 %, доля наружной рекламы составила – 11 %, на радио – 5 %, а в интернете всего 4 %.

Среди особенностей рекламного рынка Казахстана можно назвать стабильно высокий уровень телевизионной рекламы, свыше 60 %, в то время как в мире эта доля сокращается и находится на отметке в 35-40 %.

Казахстанский телевизионный рынок представлен 14 эфирными каналами, телеканалами локального вещания, 40 кабельными операторами. Технический охват национальных каналов составляет порядка 98 % населения, региональное ТВ – более 70 %, кабельное ТВ – свыше 50 %.

Исследования показали, что первую тройку ТВ-каналов по доле рекламного бюджета составляют Первый канал Евразия, 31 канал, КТК. Продажа рекламных возможностей телеканалов осуществляется либо сейлз хаусами (TV Media Advertising Agency, Видео Интернешнл Казахстан), либо рекламными службами телеканалов самостоятельно.

Вторым по объему сегментом казахстанского рекламного рынка является рынок печатных СМИ. Данный сегмент рекламного рынка Казахстана отличает заметное снижение темпов роста при большом количестве участников и широком ассортименте рекламных инструментов. По данным компании TNS Gallup Media Asia количество рекламодателей в казахстанской прессе за 2013 год составило 2423 шт. Если сравнить показатели 2013 года с цифрами 2008 года, на который пришелся пик мирового кризиса, то видно, что например доля рекламы в печатных СМИ Казахстана за 6 лет упала на 10 % с 25 до 15 %.

К рекламе в прессе наибольший интерес проявляют потребители предпенсионного возраста (55-65 лет). То же средство коммуникация абсолютно не востребовано у молодых людей в возрасте от 16 до 19 лет.

Наружная реклама занимает третье место по популярности. Характерная черта данного рынка – локализация бизнеса в крупных и средних городах республики и ограниченность конструкций. Данное сосредоточение порождает жесткую конкуренцию между участниками рынка наружной рекламы. В 2013 году наиболее востребованными (по количеству занятых сторон) являются следующие виды конструкций наружной рекламы: Billboard, Bus shelter, Lamppost sign. Один из главных трендов – все более распространенной становится нестандартная реклама на транспорте и внутри помещений (indoor). Наиболее популярным инструментом размещения наружной рекламы остаются автобусные остановки и билборды, на долю которых приходится около 60 %.

Доля казахстанского рынка радиорекламы по-прежнему остается довольно незначительной (8 %), но его доля стабильна. По объему проданной рекламы на радио в 2013 году в тройке лидеров – Русское радио, Радио Петро, Love Radio.

Глобальный рост доли интернета в бюджетах рекламодателей отражается и на выборе медиа-каналов в Казахстане. Если в 2008 году ее доля на рынке составляла всего 0,3 %, то в 2013 году уже 4,2 %.

В настоящее время численность интернет-аудитории Республики превышает 9 млн. чел. По данным на начало 2013 г. почти четверть (22,3 %) всех абонентов проводного широкополосного доступа Республики Казахстан проживало в Алматы, что объясняется наибольшей численностью домашних хозяйств и развитой сетевой инфраструктурой города. Наименьшее число абонентов (35,2 тыс.) проживало в Кызылординской области, где доля сельского населения преобладает над городским.

Интернет-пользователи РК сегодня в целом становятся старше, но возрастная группа от 18 до 44 до сих пор самая большая. Чаще всего это семейные люди, с тремя или более людьми в семье, доход которых – средний либо высокий. Точно можно сказать, что большинство пользователей имеют доступ в Интернет дома, а их средний опыт использования сети – 3-4 года. Отметим, что используют мобильные устройства для выхода в Сеть около 22 % от всех пользователей Интернета.

На сегодняшний день большей популярностью пользуются рунетовские ресурсы с таргетингом на Казахстан и устойчивый пул kaznet-площадок.

Тем не менее, несмотря на заметный рост, доля интернет рекламы по-прежнему низка, всего 4,2 %, хотя в той же России она составляет уже 10 % и больше. По прогнозу компании J'son & Partners Consulting, среднегодовые темпы роста интернет-рекламы составят 29 % в год на протяжении 2015-2018 гг.

Структура интернет-рекламы смещена в сторону баннерной и иных форм дисплейной рекламы в связи с тем, что контекстная реклама как само-

стоятельный и значимый инструмент продвижения начала развиваться только в 2012 г. [2].

Наиболее рекламируемыми категориями являются услуги – банки и связь (21,5 %), продукты питания (21 %), а также парфюмерия, косметика (17 %). В общем итоге только эти три категории приносят рынку рекламы в Казахстане больше половины доходов.

Общее число рекламодателей во всех СМИ в январе-декабре 2013 года составило 4 016, что на 8,6 % меньше показателя за 2012 год. Уменьшение количества рекламодателей на ТВ составило 8,5 %, на радио – 12,6 %, в прессе – 10,1 %, в наружной рекламе – 1,1 %.

На рекламном рынке Казахстана в 2013 году наиболее активными рекламодателями были компании. На ТОП-50 рекламодателей приходится 67 % бюджета рекламного рынка. 29 из первых 50 рекламодателей – это международные компании и марки (Mars, Procter&Gamble и Henkel Group).

Наиболее сильными и развитыми являются рынки рекламных услуг городов Астаны и Алматы. Об этом говорят в первую очередь суммы доходов. Из общей суммы объема рекламы и маркетинговых исследований три четверти всех рекламных бюджетов освоили компании Алматы.

Кроме того, рекламные агентства этих городов предлагают рекламодателям такие виды услуг, которые не предлагают рекламные агентства других городов Казахстана. Например, в Алматы функционируют так называемые digital-агентства.

Рекламные агентства на казахстанском рынке представлены как международными рекламными группами, так и локальными агентствами.

Международные коммуникационные холдинги обозначили свое присутствие открытием офисов на базе существующих рекламных агентств.

На сегодняшний день в Казахстане функционируют представительства следующих рекламных групп:

- VivaKi представлена медийными агентствами MediaVest, Starcom, ZenithOptimedia Kazakhstan;
- WPP Group (медийные агентства Sky Central Asia, Rating point, Das Marketing);
- ADV Group – The Interpublic Group of Companies и Havas – (агентства Initiative, MPG, Universal McCann);
- Omnicom Group Inc представлена агентствами APR Optimum Media CA, Big Optimum Media Kazakhstan;
- Aegis Group plc (рекламное агентство TFF / Aegis Media Central Asia) [3].

Локальные рекламные агентства: Favourite Media Group, Advanced Style, MadGroup, Mozaic Media, Media Shop MSBP agency, Magma Kazakhstan, MediaLand ST, Whole Central Asia, Star Media Company, Штаб Медиа, Diamond Creative Studio, Информсервис, Good и т.д.

В целом рынок рекламы в Казахстане удерживает положительные тенденции. Абсолютным лидером на рынке рекламы в Казахстане является телевидение. На данный момент наблюдается положительный рост в сегменте интернет-рекламы. Остальные сегменты рынка рекламы в Казахстане держатся приблизительно на одном уровне либо имеют маленький спад из-за развития и популяризации интернет-рекламы.

Список литературы:

1. Рынок рекламы в Казахстане, 2013 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.analitika.kz/predprinimatelju/gynok-reklamy-v-kazahstane-2013g>.
2. Обзор рекламного рынка (ТВ, Радио, Пресса, Наружная реклама). Казахстан, Январь-Декабрь 2013 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tns-global.kz/ru/publication/publ254.php>.
3. Рекламный рынок Казахстана будет расти несмотря на кризис [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://365info.kz/2015/02/reklamnyj-rynok-kazahstana-budet-rasti-nesmotrya-na-krizis/>.

СУЩНОСТЬ И КЛАССИФИКАЦИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

© Неганов С.А.*

Уральский институт фондового рынка, г. Екатеринбург

Маркетинговые коммуникации как одна из ведущих составляющих маркетинговых взаимоотношений.

Ключевые слова: маркетинговые коммуникации, продвижение, интерактивное взаимодействие.

В условиях современной экономики, когда минимизируются различия между конкурирующими брендами, ценовыми стратегиями и каналами дистрибуции, маркетинговые коммуникации становятся одной из ведущих составляющих маркетинга взаимоотношений [1]. Однако, несмотря на широкое использование в теории и практике понятия «маркетинговые коммуникации», общепринятой платформы его определения до сих пор не выработано, что существенно осложняет постановку и решение многих проблем компании в теоретическом, методическом, практическом аспектах. В этой связи возникает необходимость на основе анализа существующих научных позиций, а также с учётом многогранности проблемы коммуникаций, ещё раз обратиться к этому вопросу.

* Доцент кафедры Менеджмента и маркетинга, кандидат экономических наук.

Обзор научной литературы показывает, что ряд исследователей трактует маркетинговые коммуникации как «систематическое и комбинированное использование совокупности информационных связей – от поиска рыночной информации, выбора миссии фирмы, рыночного сегмента, каналов сбыта и товародвижения, определения оптимальных условий по реализации продукции до собственно рекламы и создания положительного рыночного образа организации и ее деятельности» [2].

По мнению Г.Л. Багиева, маркетинговые коммуникации можно разделить на два вида: а) коммуникации по поводу разработки, создания, совершенствования товара и его поведения на рынке; б) коммуникации по поводу продвижения товара в зависимости от фазы его жизненного цикла.

Первый вид маркетинговых коммуникаций предусматривает вовлечение потребителя во взаимоотношения только при исследовании потребностей и потенциального спроса. Целью данного взаимодействия является создание товара, который будет пользоваться спросом. Эти коммуникации направлены на предложение. Они связаны с решением относительно пассивной задачи детального и тщательного изучения требований конечных потребителей к товару и адаптации к ним выпускаемой продукции.

Второй вид маркетинговых коммуникаций ориентирован на продвижение товаров и услуг. Такие коммуникации направлены на спрос. Они связаны с решением активной задачи по формированию и стимулированию спроса на товар в целях увеличения продаж, повышения их эффективности и общей прибыльности предпринимательской деятельности [3, с. 639].

Голубкова с Е.Н. связывает «маркетинговые коммуникации» с «управлением продвижением». «Маркетинговые коммуникации и управление продвижением содержат идею коммуникации с потребителями. Однако, если управление продвижением ограничено лишь коммуникациями, обозначенными в перечне элементов продвижения комплекса маркетинга (реклама, PR, стимулирование сбыта, личные продажи – *прим. автора*), то маркетинговые коммуникации – это общее понятие, включающее в себя все коммуникации с использованием всех элементов комплекса маркетинга (товар, цена, каналы распределения, продвижение – *прим. автора*)» [4, с. 8-9].

Уэллс У., Бернет Дж. и Мориарти С. подчёркивают, что «... реклама, личная продажа, стимулирование сбыта, связи с общественностью, прямой маркетинг, а также информация в местах продаж и на упаковке товара представляют собой главные приемы коммуникаций с целевыми рынками. Совокупность всех этих приемов объединяется общим словом «продвижение», или «маркетинговые коммуникации» [5, с. 166-167]. Кроме того, Дж. Бернет и С. Мориарти обращают внимание на то, что «маркетинговые коммуникации – это не только творческий процесс, но и деятельность, призванная решать вполне определенные коммерческие задачи... Маркетинговые коммуникации – процесс распространения маркетинговых сообщений для продвижения товаров, услуг или идей» [там же, с. 12-13].

Романов А.А. и Панько А.В. рассматривают маркетинговые коммуникации как «связи, образуемые фирмой с контактными аудиториями (потребителями, поставщиками, партнерами и т.п.) посредством различных средств воздействия, к каковым относятся реклама, PR, стимулирование сбыта, пропаганда, личная продажа, а также неформальных источников информации в виде молвы и слухов» [6, с. 11].

Результаты анализа показывают, что при разнообразии трактовок «маркетинговых коммуникаций» общим является их взаимосвязь с продвижением, как процессом передачи информации контактными аудиториям.

По мнению Ф. Котлера, «продвижение – совокупность различных видов деятельности по доведению информации о достоинствах продукта до потенциальных потребителей и стимулированию возникновения у них желания приобрести его» [7, с. 175].

Согласно определению Дж.М. Эванса и Б. Бермана, «продвижение – это любая форма сообщений, используемая фирмой для информации, убеждения или напоминания людям о своих товарах, услугах, образах, идеях, общественной деятельности или влиянии на общество» [8, с. 177].

Голубков Е.П. отмечает, что «продвижение продукта осуществляется путем использования в определенной пропорции рекламы, методов стимулирования сбыта (продаж), персональной продажи и методов связи с общественностью» [9, с. 61].

Некоторые ученые трактуют понятие слишком узко, например, К. Ховард пишет «продвижение – это специальный вид деятельности, осуществляемый предприятием розничной торговли, часто приуроченный к праздникам или особым событиям» [10, с. 112].

В этой связи представляется целесообразным уточнить общее определение понятия «продвижения» как комплекса мероприятий, направленных на решение стратегических задач фирмы, осуществляемого с помощью инструментов маркетинговых коммуникаций, с точки зрения интегрированного подхода.

Комплексный характер продвижения отражается в трудах А.А. Романова и А.В. Панько: «Сегодня в реальной практике редко используется только один элемент коммуникационной смеси. Во многих случаях отдельное использование средств комплекса маркетинговых коммуникаций попросту невозможно (например, проведение промоушн-кампании неэффективно без предварительной рекламы; использование элементов фирменного стиля – неотъемлемая часть рекламной деятельности, PR-акций, спонсоринга и т.п.). Как правило, одновременно применяют не одно, а несколько средств комплекса маркетинговых коммуникаций. Их сочетание дает так называемый синергетический эффект, заключающийся во взаимном усилении результативности каждого из них» [11, с. 25].

Данная особенность планирования продвижения отражена в современной концепции интегрированных маркетинговых коммуникаций, в результа-

те использования которой достигается эффект синергии от использования дополняющих друг друга средств маркетинговых коммуникаций, снижается негативный эффект прямой рекламы, происходит экономия бюджета продвижения. Использование концепции интегрированных маркетинговых коммуникации (ИМК) позволяет на стадии планирования продвижения увидеть коммуникации такими, какими они видятся потребителю – как поток информации из единого источника.

По мнению Д. Шульца, «ИМК – комплексная концепция, помогающая осуществлять экономическую деятельность предприятия с целью обеспечения нормы прибыли и капитализации компании. ИМК – технология (дисциплина, инструментарий) маркетинга, позволяющая обеспечить коммуникацию с определенными целевыми сегментами рынка, а также с аудиториями с целью выполнения задач, поставленных перед хозяйствующим субъектом на рынке» [12, с. 112].

Даулинг Г. определяет ИМК как «... подход в области стратегического менеджмента, который координирует все аспекты коммуникации с группами, важными для компании, для того чтобы эффективно улучшить общий бренд, репутацию, прибыльность» [13, с. 201].

Вместе с тем, следует отметить, что приведенные позиции объединяет недооценка роли маркетинговых коммуникаций, основу которых составляет диалоговое взаимодействие компании и потребителя. Это подтверждают и бизнес-практики: сегодня понятие «маркетинговых коммуникаций» существенно расширилось. Речь идёт об интегрированных маркетинговых коммуникациях как единой многоканальной синхронизированной системе, которая объединяет в единый комплекс разные направления продвижения товара, компании, бренда. В современных условиях турбулентности экономики и потребительского рынка она ориентирована, прежде всего, на установление двусторонних отношений с целевой аудиторией, на привлечение и удержание потребителей. В связи с этим продвижение целесообразно рассматривать как комплекс мероприятий, нацеленный на достижение стратегических задач фирмы, в основе которого – дифференцированное взаимодействие с потребителями посредством интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Поливариантность и многогранность сущности маркетинговых коммуникаций обусловили множество их классификаций.

Наиболее ранние работы (Дж. Бернет, С. Мориарти, А.А. Романов, Т.Д. Маслова, С.Г. Божук, Л.Н. Ковалик, А.П. Панкрухин) разделяют маркетинговые коммуникации на основные и дополнительные. Некоторые специалисты (С. Митрофанов, А.В. Павленко) выделяют внешние (классические), интерактивные (общение клиента с представителями компании), внутренние (взаимоотношение руководства компании с персоналом, коммуникации между подразделениями). Также ряд классификаций дополнен инновационными (креативными) или нестандартными видами маркетинговых коммуни-

каций (А.М. Пономарева, М.А. Кучеренко). В современных работах отражено и обосновано появление персонализированных и интерактивных коммуникаций (А.Г. Азоев, А.П. Челенков, И.Ю. Окольниковишникова, О.У. Юлдашева).

Непрерывные коммуникации, основанные на интерактивном взаимодействии, осуществляемые с помощью современных средств коммуникации, дополняют модель обслуживания К. Гренрооса [14, с. 1-11] (рис. 1). По Ф. Котлеру, «внешний маркетинг характеризует работу компании по подготовке, назначению цен, распределению и предложению услуг потребителям. Внутренний – связан с обучением и мотивацией работников компании, стимулированием высококачественного сервиса. Интерактивный маркетинг определяет умение персонала обслужить клиента» [15, с. 304].

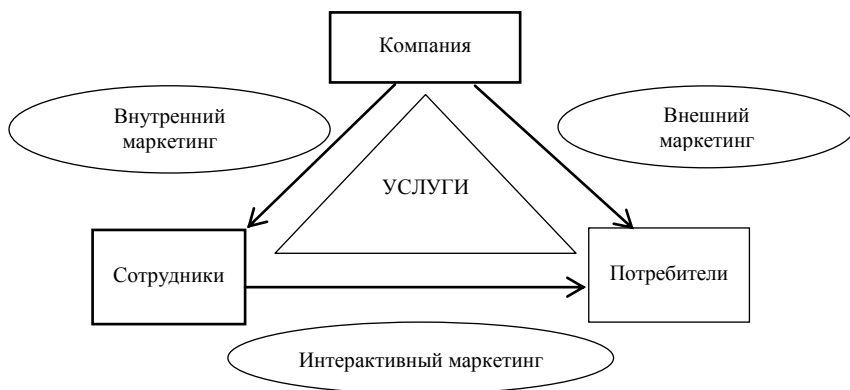


Рис. 1. Три типа маркетинга в сфере обслуживания [15]

Высокий уровень развития современного информационного общества и развития интерактивной среды изменил представление об интерактивном маркетинге только как об умении персонала обслужить клиента. Сегодня обеспечение высокого качества связи с потребителем достигается не только посредством контактов с персоналом, но и систем самообслуживания, интерактивных средств коммуникации (интерактивный сайт, SMS, MMS и др.), а под интерактивной средой понимается любой электронный канал, обеспечивающий двустороннее (диалоговое) взаимодействие адресата сообщения (потребителя) и субъекта сообщения (бренда).

В настоящее время интерактивный маркетинг приобретает особую важность при построении долгосрочных отношений, поэтому в задачах компании построение системы диалогового взаимодействия. Следует отметить в условиях интерактивной среды возможность инициации контакта как со стороны компании, так и со стороны потребителя.

Инструменты непрерывных коммуникаций, основанные на интерактивном взаимодействии компании и потребителя, получили распространение в

результате информатизации общества и переходе многочисленных бизнес-процессов в Интернет-среду.

На основе анализа множества подходов, посвященных классификации маркетинговых коммуникаций, нами предпринята попытка провести систематизацию маркетинговых коммуникаций. Систематизация это – система соподчиненных понятий, представляемая в виде таблицы и используемая как средство для установления связей и точной ориентировки в многообразии между понятиями или классами объектов. Мы сформировали комплекс сложноподчиненных их характеристик, которые будут использоваться для описания авторского видения формирования комплекса маркетинговых коммуникаций при разработке стратегии продвижения услуг, и выделили значимость каждого классификационного признака для целей стратегического управления продвижением услуг (см. табл. 1).

Таблица 1

Система классификационных признаков маркетинговых коммуникаций

Признак	Значимость классификационного признака для стратегии продвижения	Виды маркетинговых коммуникаций				
Конечная цель влияния на получателя сообщения	Оценка потенциала и масштаба действия МК, на этой основе выбор направления и способа управленческого воздействия	Коммуникации по поводу продвижения товара (услуги) (Торговые коммуникации)			Коммуникации по поводу создания, совершенствования товара (услуги) (<i>с потребителями</i>)	
Степень персонализации, масштаб воздействия		Массовые (безличные)		Интерактивные и персонализированные		
Средство воздействия		Реклама	PR (пропаганда)	Стимулирование спроса и сбыта	Личные продажи, персонализированные, интерактивные контакты	Контроль обратной связи
По длительности воздействия		Отражают возможность достижения цели	Решают долгосрочные стратегические задачи	Решают краткосрочные тактические задачи	Способствуют решению и долгосрочных и краткосрочных задач	
Решаемая задача	Выбор инструментов, определение возможных их комбинаций, при планировании продвижения	Маркетинговые коммуникации, направленные на продвижение бренда		Традиционные инструменты для формирования продаж	Направлены на формирование долгосрочных взаимоотношений на основе доверия	
Инструменты		Теле, радио, печатная, наружная, Интернет-реклама, почтовая, POS-материалы, продакшн-плейсмент	Пресс-релизы, семинары, годовые отчеты, спонсорство, публикации, лоббирование	Премии, подарки, выставки, ярмарки, купоны, скидки, викторины, флэш-моб, событийный маркетинг	Интерактивные сайты, мобильный маркетинг, он-лайн консультации, возможность персонализации продуктов, системы, персональные программы лояльности, блоги, микроблоги, форумы, социальные сети	Опросы

Представленная систематизация позволяет отразить особенности современных маркетинговых коммуникаций, включив интерактивные и персонализированные коммуникации в систему. Это отражает развитие диалога между производителями и потребителями, в отличие от ранее существовавшего монолога, когда компания диктовала потребителю свои условия.

В настоящее время, в результате стремительного развития информационных технологий, «власть» на потребительском рынке перешла к потребителю, а рынок характеризуется высоким уровнем интерактивности, в результате чего интернет превратился из инструмента получения информации в сферу присутствия и общения миллионов пользователей, представляющих самые разные социальные группы и профессиональные сообщества.

В этой связи, представляется обоснованным выделение класса интерактивных и персонализированных маркетинговых коммуникаций как одного из основных элементов современного продвижения услуг. Характеристики основных элементов продвижения представлены в табл. 2.

Таблица 2

Характеристики основных элементов продвижения

Элемент продвижения	Сущность, цели	Роль
Реклама	это целенаправленное воздействие на сознание покупателя, реализуемое посредством публичного представления товаров, услуг (их свойств, характеристик, образов, эмоций, вызываемых их использованием, и т.п.) через различные средства распространения информации.	Формирование спроса, участие в реализации всех задач комплекса маркетинга пронизывает все формы маркетинговых коммуникаций, источник информации, инструмент убеждения, формирование мировоззрения потребителей, отражение тенденций общественной жизни
Связи с общественностью (PR)	особая функция маркетинговых коммуникаций, которая способствует установлению и выстраиванию управляемых взаимоотношений с различными контактными аудиториями (потребителями, инвесторами, сотрудниками, окружающей средой и т.п.) В отличие от рекламы, PR выстраивает коммуникацию между компанией и обществом. PR в первую очередь выстраивает доверие к источнику информации, т.е. к компании, что значительно повышает эффективность таких коммуникационных инструментов, как реклама, акции стимулирования сбыта, директмаркетинг	Формирование репутации компании – общественного мнения о качествах, достоинствах и недостатках того или иного индивида (компания, продукты и услугах, руководстве). Репутация компании оценивается со стороны ее контрагентов и потребителей. Обычно деловая репутация фирмы оценивается качественными показателями, но применимы и количественные показатели, которые формируют нематериальные активы компании, отражаемые в финансовой отчетности и влияющие на стоимость бизнеса. Участвует в формировании корпоративного имиджа компании
Стимулирование сбыта	Стимулирование сбыта – все маркетинговые мероприятия, совершаемые непосредственно в местах продаж.	Стимулирование покупательного спроса путем ограниченных во времени акций, в основе которых лежит предложение определенных льгот или выгод для потребителей, посредников или продавцов
Интерактивные, прямые и персонализированные коммуникации	это диалоговое взаимодействие компании и потребителей, реализуемое посредством интерактивной среды, личных продаж, коммуникаций, направленных на отдельного конкретного потребителя или организацию (инициация коммуникации может принадлежать потребителю)	Формирование доверительных отношений, адресный подход к передаче сообщения, возможность интерактивной связи и самостоятельной инициации коммуникации потребителя

Таким образом, стратегический подход к маркетинговой деятельности компании предусматривает определение сущности, оценку, а также использование сильных сторон и конкурентных преимуществ многочисленных видов маркетинговых коммуникаций для обеспечения противостояния современным угрозам и опасностям, а также умение максимально использовать благоприятные возможности развития взаимоотношений с потребителями для обеспечения долговременного успеха компании.

Список литературы:

1. Неганова В.П. О сущности маркетинга взаимоотношений // Известия УрГЭУ. – 2012. – № 2(40).
2. Перси Л. Разработка целостной программы маркетинговых коммуникаций / Л. Перси, Р. Эллиот // Реклама. Теория и практика. – 2007. – № 4.
3. Багиев Г.Л. Маркетинг взаимодействия: философия организации. Инструментарий / Г.Л. Багиев. – СПб.: Изд-во СПб ГУЭФ, 1998.
4. Маркетинговые коммуникации: учеб. пособие / Е.Н. Голубкова. – 2-е изд., перераб. и дополненное. – М.: Финпресс. 2003.
5. Уэллс У. Реклама: принципы и практика / У. Уэллс, Дж. Барнет, С. Мо-риарти; пер. с англ.; под ред. С.Г. Божук. – СПб.: Питер 2003.
6. Романов А.А. Маркетинговые коммуникации / А.А. Романов, А.В. Панько. – М.: Эксмо, 2006.
7. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент / Ф. Котлер, К.Л. Келлер; пер. с англ. – 2-е изд. – СПб.: Питер. 2006.
8. Эванс Дж. Маркетинг: пер. с англ. / Дж. Эванс, Б. Берман. – М.: Син-рин, 2002.
9. Голубков Е.П. О некоторых основополагающих понятиях маркетинга / Е.П. Голубков // Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. – № 1.
10. Ховард К. Маркетинг. Принципы и технология маркетинга в свободной рыночной системе: учеб. для вузов / К. Ховард; под ред. Н.Д. Эриашвили. – М.: Банки и биржи: ЮНИТИ, 1998.
11. Романов А.А. Маркетинговые коммуникации / А.А. Романов, А.В. Панько. – М.: Эксмо, 2006. – С. 25.
12. Шульц Д.Е. Новая парадигма маркетинга: ИМК / Д.Е. Шульц, С.И. Танненбаум, Р.Ф. Лауретборн. – М.: Инфра-М, 2004.
13. Даулинг Г. Репутация фирмы: создание, управление, оценка эффективности: пер. с англ. / Г. Даулинг. – М.: Имидж-Контакт: Инфра-М, 2003.
14. Гренроос К. Связь логики оказания услуг и теории маркетинга / К. Гренроос // Маркетинг услуг. – 2009. – № 1.
15. Котлер Ф. Маркетинг 3.0: от продуктов к потребителям и далее – к человеческой душе / Ф. Котлер. – М.: Эксмо, 2011.

ФОРМИРОВАНИЕ ПОРТФЕЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА РЫНКЕ В2С В УСЛОВИЯХ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ¹

© Неганова В.П.*

Уральский институт фондового рынка, г. Екатеринбург

Рассмотрена сущность «портфеля потребителей», цели, задачи и принципы его формирования. Дан обзор подходов к механизму формирования портфеля потребителей фирмы в маркетинге взаимоотношений в условиях турбулентной экономической среды.

Ключевые слова: портфель потребителей, создание ценности, маркетинг взаимоотношений, ценность / стоимость клиента в течение жизненного цикла.

Трансформация российского потребительского рынка из рынка производителя в рынок потребителя в условиях импортозамещения, изменяющаяся динамика взаимодействия потребителя и товаропроизводителя, а также использование этого процесса как основы для совместного создания ценности, обусловили актуальность проблемы целенаправленного формирования портфеля потребителей [10].

Анализ современной научной литературы даёт основания выделить два основных подхода к механизмам формирования портфеля потребителей: в рамках оптимизации структуры портфеля [5, 9] и на основе ценности жизненного цикла клиента (customer lifetime value – CLV) [2, 3, 4, 7, 8, 10].

Традиционная логика формирования портфеля потребителей в системе транзакционного маркетинга заключается в том, что компания автономно создаёт и предлагает рынку продукт в форме обмена ценности в соответствии с потребительским спросом. Следовательно, «портфель потребителей» отождествляется чаще всего с обычной клиентской базой компании, её структурой, элементами которой являются ключевые потребители, стратегические, прибыльные и стандартные [5, 9].

Ключевые покупатели определяются как покупатели, отношения с которыми представляют высокую ценность с точки зрения экономической и / или стратегической привлекательности. Стратегические покупатели – покупатели, развитие отношений с которыми в высокой степени способствует достижению стратегических целей маркетинга. Конкретизируя отличие стратегических покупателей от ключевых можно сказать, что стратегические покупатели характеризуются высокой перспективной ценностью, в то время

¹ Работа выполнена при поддержке программы интеграционных фундаментальных исследований Уро РАН. Проект № 15-14-7-2 «Прогнозная оценка приоритетных направлений модернизации уральского старопромышленного региона для расширения импортозамещения».

* Профессор кафедры Менеджмента и маркетинга, доктор экономических наук.

как ключевые покупатели имеют высокую ценность сегодня. Прибыльные покупатели – покупатели, обладающие мощным экономическим потенциалом и формирующие основной доход компании. Стандартные покупатели – покупатели, отношения с которыми характеризуются невысокой экономической и стратегической привлекательностью.

Практика бизнеса показывает, что отношения с ключевыми, стратегическими и прибыльными покупателями являются *приоритетными* для любой компании.

Подобное сегментирование позволяет принять решение относительно целесообразности развития тех или иных отношений и эффективно распределить ограниченные ресурсы предприятия. В частности, отношения с ключевыми покупателями требуют развития и дополнительных инвестиций, отношения со стандартными покупателями могут быть сведены к минимуму или завершены.

Нельзя не согласиться с О.У. Юлдашевой и А.Г. Ивановым, что решающими факторами формирования эффективной структуры портфеля потребителей на рынке B2C являются рыночный потенциал покупателя и его нацеленность на развитие долгосрочных отношений. Для анализа перспективности отношений в долгосрочном периоде необходима оценка продолжительности жизненного цикла отношений и определение его стадии. Стадия жизненного цикла частично обуславливает различный уровень прибыльности взаимоотношений с покупателями, поскольку уровень доходов и издержек на покупателя изменяются по мере развития отношений.

С этой точки зрения портфель потребителей можно охарактеризовать тремя категориями покупателей относительно содержания взаимоотношений с ними:

- 1) существующие активные потребители, взаимоотношения с которыми характеризуются действующими договорными обязательствами и наличием реальных закупок в течение анализируемого периода времени;
- 2) существующие пассивные потребители, взаимоотношения с которыми характеризуются действующими договорными обязательствами и отсутствием реальных закупок в течение анализируемого периода времени;
- 3) потенциальные потребители – покупатели, взаимоотношения с которыми рассматриваются как перспективные для компании-продавца и характеризуются отсутствием договорных обязательств и реальных закупок, а также наличием инвестиций в установление отношений в течение определённого периода времени [5, 9].

Бизнес-практики показывают приоритетность взаимоотношений компании с существующими потребителями, как минимум, по трём причинам: в условиях жесткой конкуренции устойчивые взаимосвязи с этой группой являются гарантом стабильности её функционирования на рынке; на совре-

менных сильно структурированных бизнес-рынках довольно сложно найти и привлечь новых клиентов (следовательно, потенциальную потерю клиента сложно возместить); затраты на привлечение нового клиента превышают в несколько раз затраты на удержание существующих покупателей [5].

Потенциальные потребители являются источником обновления портфеля покупателей, а, следовательно, источником дополнительных доходов компании. В этой связи развитие взаимоотношений с потенциальными покупателями целесообразно рассматривать не столько в качестве затрат, сколько инвестиций в будущие доходы компании. Кроме того, установление новых отношений позволяет бизнесу выходить на новые рынки, расширять и углублять производственную программу и развивать на основе этого свою устойчивость и конкурентоспособность. Потенциальные покупатели рассматриваются как перспективный ресурс для повышения потенциала портфеля потребителей.

Нельзя не отметить, что ценность портфеля потребителей, в свою очередь, зависит от ценности каждого конкретного взаимоотношения с индивидуальным покупателем. Существующая ценность взаимоотношений на потребительском рынке определяется их экономической эффективностью и инвестициями, вложенными в отношения, которые определяют уровень технологического, производственного и коммуникационного взаимодействия участников рынка. В понятие потенциальной ценности входит привлекательность и перспективность развития взаимоотношений с конкретным покупателем в будущем. Таким образом, существующая ценность покупателя (или портфеля в целом) отражает уровень использования потенциала покупателя или портфеля покупателей. Следовательно, показатели ценности логично рассматривать как показатели, характеризующие уровень использования этого потенциала.

Практика бизнеса показывает, что именно ценность взаимоотношений является сегодня важнейшим нематериальным активом компании, поскольку отражает общий уровень удовлетворенности покупателя процессом взаимодействия с поставщиком и, следовательно, уровень приверженности покупателя поставщику. В этой связи представляется логичным выделить отдельно экономический потенциал покупателя и потенциал взаимодействия. Оба этих потенциала формируют общую ценность портфеля покупателей и показывают уровень использования его потенциала [5, 9].

Экономический потенциал определяется эффективностью взаимоотношений, а точнее, – эффективностью инвестиций в развитие отношений – и выражается в размере прибыли, которую приносит портфель покупателей в конкретный момент. Отношения с покупателями характеризуются различным уровнем экономической эффективности вследствие различного уровня затрат и цен, что определяет необходимость управления затратами и ценообразованием в рамках управления портфелем покупателей на потребительском рынке.

Потенциал взаимодействия с покупателем определяется уровнем затрат всех видов ресурсов на развитие взаимоотношений с покупателями. Эти ресурсы создают будущие возможности для получения и реализации экономического потенциала.

В связи с этим при формировании портфеля покупателей любой организацией целесообразно объединять анализ экономического потенциала и потенциала взаимодействия, которые определяются показателями ценности.

Известно, что ценность взаимоотношений с покупателями изменяется по мере их развития, поэтому анализ ценности должен проводиться с учетом жизненного цикла отношений. Это обстоятельство предопределяет стратегический характер деятельности по управлению портфелем покупателей, которая нацелена не столько на извлечение максимальной прибыли от покупателя в краткосрочном периоде, сколько на достижение устойчивости на рынке и стабильного развития компании в длительном периоде времени.

В этой связи можно сформулировать две группы целей формирования портфеля потребителей для бизнеса. Первая группа целей соответствует принципу экономической эффективности взаимоотношений с покупателями.

Вторая группа целей соответствует принципу развития потенциала взаимодействия путем инвестирования ресурсов в развитие отношений с определенными покупателями, поэтому она носит маркетинговый характер [5, 9].

В рамках процесса формирования портфеля потребителя экономические (получение прибыли) и маркетинговые (повышение входных барьеров, привлечение и сохранение отношений со стратегически важными покупателями) цели должны быть взаимоувязаны. Достижение маркетинговых целей при условии эффективного распределения ресурсов (инвестиций) на развитие взаимоотношений способствует получению прибыли. Это необходимое условие достижения высокого уровня ценности портфеля покупателей, которая складывается как из экономического потенциала портфеля покупателей (способности приносить прибыль поставщику), так и потенциала взаимодействия. Комплексный подход позволяет достичь синергетического эффекта, который возникает вследствие одновременного целенаправленного инвестирования в развитие отношений с покупателями, обладающими мощным экономическим потенциалом и потенциалом взаимодействия, и сокращения инвестиций в неэффективные отношения. Повышение ценности портфеля покупателей, достигается за счет дифференцированного подхода к управлению взаимоотношениями с покупателями и определения отношений, которые представляют высокую ценность для товаропроизводителя.

Поскольку формирование ценности портфеля покупателей осуществляется за счет оптимизации его структуры, повышения его экономического потенциала и потенциала взаимодействия с покупателями, в качестве основных задач формирования портфеля, с точки зрения О.У. Юлдашевой, можно выделить:

- 1) определение состава и структуры, основных характеристик портфеля покупателей;
- 2) дифференциация покупателей на основе критериев экономического потенциала, стадии и ценности взаимоотношений с ними и последующее выделение ключевых и стандартных потребителей;
- 3) постановка целей и разработка стратегий развития портфеля покупателей в целом, а также взаимоотношений с отдельными покупателями;
- 4) распределение ресурсов на взаимодействие с покупателями в соответствии с разработанными индивидуальными стратегиями.

Цели и задачи формирования портфеля потребителей на потребительском рынке в условиях импортозамещения обусловили и систему взаимосвязанных принципов, составляющих основу этого процесса. Они не новы, но, как показывают результаты исследований, лишь незначительная часть маркетинговых служб региональных компаний принимает их за основу при стратегическом планировании выстраивания эффективных взаимоотношений игроков потребительского рынка.

Принцип индивидуализации потребителей позволяет определить привлекательность для компании каждого покупателя. Индивидуализация означает также развитие особых взаимоотношений, что позволяет придать уникальность отношениям.

Принцип системности. Формирование портфеля потребителей должно осуществляться в контексте стратегического развития компании в целом.

Принцип сегментации означает дифференциацию покупателей на группы на основе критериев финансовой привлекательности, ценности отношений, стадии жизненного цикла отношений, лояльности и т.д. Сегментация необходима для оценки сбалансированности портфеля покупателей и определения направлений развития. При этом каждый ключевой покупатель в идеале должен рассматриваться как отдельный сегмент в соответствии с принципом индивидуализации отношений.

Принцип взаимной адаптации предполагает, что управление портфелем покупателей должно базироваться на постоянном поиске новых возможностей для адаптации своей технологии, организации и ресурсов (человеческих, материальных, информационных и т.п.) к потребностям покупателей. Покупатели, в свою очередь, также должны быть готовы адаптироваться для получения более выгодных предложений от компании. Процессы адаптации приводят к более тесному взаимодействию между покупателями и продавцом и создают новые возможности для оптимизации их деятельности в стратегическом аспекте.

Принцип пропорциональности. Портфель покупателей должен иметь оптимальные пропорции.

Принцип обновления. Структура и состав портфеля покупателей постоянно изменяется, поэтому требует пересмотра и обновления. Со временем меняется приоритетность и, следовательно, статус существующих покупателей, могут появляться новые покупатели.

Принцип обоснованного распределения ресурсов означает, что ресурсы между потребителями должны распределяться согласно их приоритетности для компании. Чем выше значимость покупателя, тем полнее должны быть инвестиции в развитие отношений.

Принцип приоритетности ключевых покупателей означает концентрацию всех ресурсов агробизнеса на развитии отношений с наиболее привлекательными покупателями и минимизации инвестиций в неперспективные отношения, что ведет к достижению синергетического эффекта от одновременного сокращения необоснованных затрат и целенаправленного использования ограниченных ресурсов.

Принцип экономической эффективности подразумевает, что управление взаимоотношениями с покупателями осуществляется на основе окупаемости всех затраченных на покупателя ресурсов и получения прибыли [5, 9].

Таким образом, в рамках традиционного подхода сущность формирования портфеля потребителей заключается в формировании его оптимальной структуры, позволяющей рационально распределить ресурсы компании с целью максимизации прибыли.

Вместе с тем, в современных условиях, когда границы потребительского рынка становятся открытыми, динамичными и прозрачными, когда потребители участвуют в создании новых продуктов вместе с сотрудниками, когда ценность предприятия в большей степени определяется его ролью в глобальной бизнес-сети, а не только собственными материальными и кадровыми ресурсами, когда отношения с потребителями становятся глубоко персонализированными, а российский потребитель становится важным источником и ценителем новых продуктов глобальных игроков, развивается новое направление исследования проблем формирования портфеля потребителей: в контексте максимизации ценности клиента в течение его жизненного цикла (customer lifetime value – CLV) и клиентского капитала (customer equity), который является суммой ценности жизненных циклов всех клиентов компании [3, 10].

В течение последних лет опубликовано более двух десятков статей, посвящённых этому вопросу, где рассматривается ряд рабочих моделей CLV, которые полезны для осуществления сегментации рынка и распределения маркетинговых ресурсов между привлечением клиентов, их удержанием, а также перекрестными продажами, где формулируются проблемы, требующие дальнейшего изучения [7, 8, 10].

Разработчики моделей, используемых для вычисления ценности жизненного цикла клиента, сосредоточились на получении математических выражений ожидаемой ценности жизненного цикла. Для оценки риска клиентов необходимо получить выражения для распределения (или, по крайней мере, дисперсии) значения *CLV*. Затем следует разработать модели для оценки портфеля клиентов, а также создать правила, которыми будет руководствоваться маркетолог компании, чтобы предпринять действия, которые максимизируют ценность всего портфеля, а не ценность дополнительно приобретаемого клиента. Обширная научная литература по оптимизации процесса формирования портфеля может, несомненно, служить источником новых идей для ученых и практиков [1, 3, 4, 6, 7, 8, 10].

Список литературы:

1. Calciu M., Mihart I. Modelling short and long term customer acquisition and retention effects in consumer goods sales using stochastic and econometric methods [Электронный ресурс] // Journal of Marketing Trends. – 2010. – № 1 (3). – P. 49-67. – Режим доступа: www.marketing-trends-congress.com.
2. Dhar R., Glazer R. Hedging customers // Harvard Business Review. – 2003. – № 81 (5). – P. 3-8.
3. Гупта С., Хансенс Д., Харди Б., Кан У., Кумар В., Лиин Н., Равишанкер Н., Шрирам С. Моделирование ценности жизненного цикла клиента // Российский журнал менеджмента. – 2011. – № 3. – С. 81-110.
4. Дуайер Ф.Р. Использование ценности клиента в течение жизненного цикла в принятии маркетинговых решений // Российский журнал менеджмента. – 2011. – Том 9, № 3. – С. 69-80.
5. Иванов А.Г., Юлдашева О.У. Маркетинг взаимоотношений и управление потенциалом покупателя на рынках В2В. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2004. – 139 с.
6. Иган Д. Маркетинг взаимоотношений. Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 375 с.
7. Третьяк О.А., Слоев И.А. Оценка маркетинговой деятельности по состоянию клиентского потока // Российский журнал менеджмента. – 2012. – Том 10, № 1. – С. 29-50.
8. Фейдер П., Харди Б. Оценка клиентской базы в контрактных условиях: опасность игнорирования неоднородности // Российский журнал менеджмента. – 2011. – № 3. – С. 111-126.
9. Юлдашева О.У., Иванов А.Г. «Портфельный анализ» взаимоотношений с покупателями как основной инструмент стратегического планирования маркетинга отношений на рынках b-2-b // Маркетинговые коммуникации. – 2004. – № 1. – С. 40-50.
10. Неганова В.П. О сущности маркетинга взаимоотношений // Известия УрГЭУ. – 2012. – № 2 (40).

ВЛИЯНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

© Фризен Н.Г.*, Нипейков Т.М.♦

Уральский институт фондового рынка, г. Екатеринбург

Конкурентоспособность предприятия определяет эффективность работы предприятия на рынке. Маркетинговая деятельность вносит свой вклад в повышение конкурентоспособности предприятия. Для обеспечения конкурентоспособности необходимо повышать качество продукции и при этом обеспечивать доступные цены на продукцию, повышать узнаваемость бренда и улучшать имидж предприятия.

Ключевые слова: конкурентоспособность, маркетинговая деятельность, качество, известность бренда.

В настоящее время в любой стране мира господствуют рыночные отношения, где спрос определяет предложение, и всю деятельность предприятия. Фирм, выпускающих одинаковую продукцию, огромное количество и между ними ведется жесткая конкуренция. В этих условиях выпуск качественной, недорогой, конкурентоспособной продукции и услуг по сравнению с аналогами – главная задача любой фирмы в любой стране. И каждая фирма стремится сделать все, чтобы ее продукция была конкурентоспособной.

Выпуск конкурентоспособной продукции, и ее реализация завершают кругооборот хозяйственных средств предприятия, что позволяет ему выполнять обязательства перед государственным бюджетом, банком по ссудам, рабочими и служащими, поставщиками и возмещать производственные затраты. Достижение конкурентоспособности своей продукции и увеличение объема ее реализации является важной задачей для каждого предприятия и фирмы. Предприятия не только производят продукцию в нужном количестве, ассортименте и качестве, соответствующую запросам потребителя, но и обеспечивают коммерческую деятельность по сбыту готовой продукции [1, с. 23]. В условиях рыночных отношений усиливается ее роль, усложняются задачи.

Каждому предприятию важно создать конкурентоспособный товар, правильно оценить создавшуюся рыночную обстановку с тем, чтобы разработать эффективные конкурентные действия.

Исследование влияния маркетинговой деятельности на конкурентоспособность продукции было проведено на примере малого предприятия «Век». Данное предприятие является производственно-коммерческой фирмой. Эта фирма занимается разработкой и изготовлением экспедиционного, туристического, спортивного снаряжения. Фирма «ВЕК» основана в 1992 году и является старейшим производителем на Урале в данной сфере.

* Старший преподаватель кафедры Менеджмента и маркетинга.

♦ Студент.

Все продукция ООО «ПКФ «Век» отличается тщательной проработкой общей конструкции и деталей в отдельности. Одежда не стесняет движения, удобна в городе, в серьезной экспедиции, на горнолыжном склоне и на даче.

Кроме производства, в котором работает более 100 человек, фирма имеет три магазина «Экипировочный центр «Век» в г. Екатеринбурге.

«Экипировочный центр» «Век» предлагает товары не только собственного производства, но и лучших мировых и российских брендов.

Проведенный анализ рынка показал, что ИП «Век» и ее основной конкурент ООО «Сплав» находятся в условиях обостренной конкурентной борьбы. При оценке конкурентоспособности отдельных товарных групп, то одна, то другая фирма показывала более высокий результат.

Основными проблемами конкурентоспособности ИП «Век» являются следующие.

- низкая известность бренда по всем товарным группам, что обусловлено слабой коммуникационной деятельностью предприятия, в том числе низка интенсивность рекламных акций,
- недостаточно высокое качество пошива по группе «одежда»,
- слабое внедрение инноваций в товарных группах «одежда» и «амуниция», не позволяет обеспечить требуемых свойств изделий,
- предприятие практически совсем не занимается разработкой товаров-новинок и не уделяет достаточного внимания формированию товарного ассортимента,
- высокие цены на товары некоторых групп свидетельствует о наличии недоработок в области ценообразования и формирования ценовой политики предприятия.

Для того чтобы повысить конкурентоспособность фирмы «ВЕК», маркетинговая служба предложила ряд мероприятий:

- провести исследование причин низкого качества пошива одежды, на основании которого разработать программу повышения качества;
- перейти на новые инновационные материалы, которые позволят встать в один ряд с лидерами рынка, такими как «Columbia», «Mergell» по показателям функциональности изделий;
- снизить торговую наценку по позициям товарной группы «обувь»;
- разработать эффективную рекламную кампанию направленную на повышение узнаваемости бренда;

Низкое качество пошива одежды может быть обусловлено разными причинами: недостаточной квалификацией швей и недостаточной мотивацией закройщиков и швей; довольно жесткими показателями нормы времени, когда швеям просто не хватает времени на качественную проработку каждого изделия; низким качеством используемых материалов и нитей, что может привести к быстрому разрыву швов; устареванием оборудования и/или отсутствием профилактического ремонта оборудования, в результате чего швейные машинки могут пропускать стежки, оставлять затяжки на тонких

тканях. Могут быть и другие причины. Для их выявления следует провести достаточно глубокое исследование.

Фирме необходим переход на использование новых материалов с инновационными свойствами. Технологии пошива туристической, спортивной и рыболовной одежды не стоят на месте. Изобретаются новые, более легкие ткани. Так, например, раньше для производства палаток использовали обычную плотную ткань. Палатки сшитые из такой ткани по двух скатной системе модели были очень тяжелыми и занимали места в рюкзаке. Производители современных, инновационных тканей предлагают новое решение – более тонкую и крепкую на разрыв ткань. Такой материал не воспламеняется, а под воздействием огня только оплавиться и сожмётся. Новая верхняя ткань со специальной пропиткой защитит от ультрафиолета до 90 %.

При использовании в производстве новой ткани возникнут проблемы с сшиванием и тонкостью проклеивания швов. Для этого понадобится новое оборудование и новые цеха для добавления станков и швейных машин.

Также необходимо разработать программу обучения персонала работе с новым оборудованием и новыми видами материалов.

Есть вариант, заказывать пошив на месте производства ткани по своим эскизам и товарной маркой, как это делает фирма «Nova Ture» и «Jesck Woskin». Но это может привести еще к большему увеличению цены на продукцию.

Для повышения конкурентоспособности продукции организации необходимо снизить себестоимость продукции, а вследствие этого и отпускную цену, с помощью внедрения прогрессивной технологии на базе использования современного оборудования.

Снижение себестоимости товара является важной проблемой, одним из основных условий повышения конкурентоспособности продукции. Руководству предприятия далеко не безразлично, ценой каких затрат осуществляется производство продукции, ибо от этого в конечном счете зависит уровень прибыли предприятия. Оно очень заинтересовано в том, чтобы при меньших затратах производственных ресурсов производилось больше продукции и лучшего качества.

В качестве конкретных мер можно выделить следующие:

- заключить прямой договор с производителем и не переплачивать посредникам;
- изучить возможность смены транспортной компании, схемы доставки товаров, сырья, материалов, выбрав более дешевый вариант доставки;
- объединить заказы на товары с некоторыми другими производителями и магазинами, укрупнив, таким образом партию заказа. Ряд поставщиков предлагают более выгодные цены на большие партии закупки;

- провести обучение и аттестацию продавцов консультантов работающих в торговом зале и таким образом снизить торговые издержки за счет роста объема продаж при прежнем уровне затрат.

Необходимо обратить внимание на качественную разработку рекламной кампании для повышения известности марки и привлекательности товара.

В сфере коммуникаций с потребителями следует придерживаться стратегии множественных, но при этом ненавязчивых контактов с потенциальными клиентами. Основными мероприятиями здесь могут стать:

- раздача флаеров, листовок на различных спортивных мероприятиях;
- участие в тематических выставках и ярмарках продажах;
- спонсорство спортивных и туристических мероприятий (не имея возможности финансировать крупные мероприятия, фирма может получить эффект от местных и даже дворовых мероприятий при грамотном подходе);
- наружная реклама около крупных спортивных магазинов «Спорт-мастер», «СпортМакси».

Таким образом, проведенное маркетинговое исследование позволило выявить сильные и слабые стороны в конкурентоспособности организации, предложить пути решения выявленных проблем.

Все рекомендованные мероприятия по повышению конкурентоспособности потребуют определенных затрат. Наибольшие расходы будут связаны с переходом на новые материалы. Это обусловлено более высокой стоимостью ткани, необходимостью покупки нового оборудования и повышением квалификации работников. Конечно, для принятия окончательного решения необходимо произвести экономические расчеты эффективности мероприятий.

Однако еще раз следует обратить внимание, что производство экспедиционного, туристического, спортивного снаряжения – это инновационная сфера деятельности, где новшества появляются постоянно. Потребители предъявляют все более высокие требования к продукции и обслуживанию. В связи с этим, компания, желающая оставаться конкурентоспособной, должна постоянно обновлять ассортимент, внедрять в производство новые материалы и технологии, обновлять оборудование, повышать качество работы и качество обслуживания клиентов. Это условия выживания и обеспечения конкурентоспособности продукции и фирмы.

Как видно из всего вышеизложенного роль маркетинговой деятельности в повышении конкурентоспособности продукции и предприятия высока.

Список литературы:

1. Барышев А.Ф. Маркетинг: учебник / А.Ф. Барышев. – М.: Academia, 2013. – 208 с.

Секция 7

***СТРАТЕГИЧЕСКИЙ
МЕНЕДЖМЕНТ***

ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СБАЛАНСИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ ПОКАЗАТЕЛЕЙ В РОССИЙСКИХ КОМПАНИЯХ

© Линик А.Ю.*

Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону

Рассматриваются необходимость внедрения на российских предприятиях Сбалансированной Системы Показателей (ССП), трудности ее внедрения, обусловленные спецификой исторического развития страны. Предлагаются решения, способствующие успешному внедрению Системы.

Ключевые слова: СПП, стратегический менеджмент, рост конкурентоспособности.

Такое явление как менеджмент появилось в России довольно поздно по сравнению с другими странами. Лидерами здесь являются США и страны Европы – родоначальники научного менеджмента.

В нашей стране существовал свой специфический опыт управления предприятиями, сформировавшийся в условиях функционирования плановой экономики. Это управление не связано с институтом менеджмента, так как условием реализации данной формы управления является наличие в стране рыночной экономики.

Резкий переход России к рыночной экономике потребовал срочных мер по разработке и внедрению новых методов управления отечественными компаниями, основанных на принципах научного менеджмента. Время и другие возможности для формирования своего подхода к данному вопросу отсутствовали, поэтому российскими управленцами всех рангов копировался соответствующий западный опыт. Однако заимствование всего готового извне привело к осознанию и пониманию, что в условиях нашей незрелой рыночной экономики западные управленческие стандарты в значительной мере неэффективны. Результативные управляющие действия там зачастую оказались бесполезными здесь, и основной причиной такого факта явилась экономическая на современном этапе отсталость страны. Стало совершенно очевидным, что сформированные в других условиях, стандарты, системы, методы, алгоритмы действий требуют серьезной и длительной адаптации к условиям еще не окрепшей рыночной экономики нашей страны.

Слабый уровень развития менеджмента в России определила вся предыстория его возникновения и функционирования. Сказывается отсутствие или несовершенство существующей в стране соответствующей инфраструктуры. Пока мало высших учебных заведений, которые готовят квалифицированных

* Студент кафедры Управления развитием пространственно-экономических систем.

менеджеров различных направлений, нет достаточных условий для совершенствования полученных знаний на практике. Как результат – российской бизнес до сих пор находится на уровне ниже, чем мог бы и должен быть.

Очевидно, что в настоящее время назрела необходимость развития стратегического менеджмента отечественных компаний. Это направление подразумевает не только формирование стратегии компании, но и создание систем управления производством, ресурсами, рисками [5]. Все это необходимо для создания особой организационной структуры, которая позволит реализовать указанную стратегию. Крайне важно создать условия для подготовки профессионалов высокого уровня. Грамотный стратегический менеджмент повышает конкурентоспособность компаний тем, что позволяет быстрее реагировать на различные изменения во внешней среде [8].

Реализации эффективного стратегического менеджмента в настоящее время препятствует существующая в большинстве российских компаний высокая централизация руководства [2]. Руководитель компании стремится лично принимать все решения, осуществляет строгий контроль, который лишает подчиненных инициативы, ответственности и самоконтроля. Компании с указанным директивным стилем управления зачастую неграмотно оценивают эффективность работы предприятия. Руководителю порой не хватает знаний, чтобы сформулировать необходимые показатели эффективности работы предприятия, которые могут показать истинную картину происходящего. Такие руководители ограничиваются лишь финансовыми показателями. Недостаток ориентации только на финансовые показатели заключается в невозможности построения долгосрочных целей компании и ориентации только на краткосрочную прибыль. Причина в том, что не учитываются такие факторы как конкуренция, состояние рынка, инвесторы, состояние экономики и другие внешние факторы. Действия компании в таких условиях будут приносить прибыль лишь короткий промежуток времени, а долгосрочные планы строить просто невозможно. Финансовые показатели не отражают текущее состояние компании и ее положение на рынке, так как содержат информацию о состоянии компании в прошлом [2]. Поэтому финансовые показатели это только одна из составляющих необходимой системы показателей, которая должна использоваться при грамотном стратегическом управлении компаний.

Решение проблемы недостоверности отражения текущего состояния конкретной компании видится во внедрении ССП (Balanced Score Card), основанной на стратегическом подходе к управлению. Данный метод был создан в 1990-х годах профессором бизнес-школы при Гарвардском университете Робертом Кэпленом и американским консультантом по вопросам управления Дэвидом Нортоном. Именно они доказали, что использование только финансовых показателей не дает достоверную информацию о текущем состоянии бизнеса и мешает построению долгосрочных планов для развития компаний. В ССП ученые четко определили, какие показатели необходимо

измерять, чтобы сбалансировать финансовую деятельность компании. Финансовые показатели были дополнены показателями удовлетворенности клиентов деятельностью компании, состояния внутренних бизнес-процессов, эффективности работа персонала и способностями компании к развитию в будущем. ССП подразумевает представление основных факторов деятельности компании в виде подборки специальных показателей. Для реализации выбранной стратегии эти показатели регулярно анализируются и проверяются на предмет отклонения от стратегии компании.

Для наибольшей эффективности системы у каждого сотрудника компании имеется своя система показателей, которую он обрабатывает. Достижение персональных целей каждого сотрудника способствует достижению общей цели компании.

Проблемы внедрения ССП в России также во многом связаны с тем, что многие руководители считают, что ССП имеет готовый набор показателей, применимых к любой организации [1]. В то же время использование данной системы подразумевает процесс адаптации к каждой организации, принятие решений по использованию тех или иных показателей связано со стратегией конкретной компании. Создание эффективной ССП – это долгосрочная, дорогостоящая и сложная процедура. Чтобы ССП явилась помощником в управлении предприятием, она должна быть для данного предприятия в значительной мере уникальной.

В табл. 1 показаны различия между существующими условиями для внедрения ССП в западных странах и в России.

Таблица 1

Условия для внедрения ССП на западе и в России

	Запад	Россия
Основные показатели	уровень доходности капитала; рентабельность инвестиций; рост стоимости акций по курсу	выручка; прибыль; рентабельность продукции
Достоверность данных бухгалтерской отчетности	Высокая	Недостаточная для принятия решений
Мотивация	Высокая производительность труда сотрудников направлена на повышении эффективности работы - компании	Исключительно финансовая мотивация сотрудников
Доступность необходимой информации	Система финансового учета позволяет оценить прибыльность отдельных сегментов рынка	Отсутствие систематизированной и достоверной маркетинговой информации
Уровень кадровой подготовки	Высокая	Неготовность персонала к работе с новыми системами
Грамотность внедрения ССП	1-й этап внедрения ССП – оценка внешней среды компании	На 1-м этапе проводятся семинары, изучаются западные теории, составляется дерево целей

Мы видим, что экономические условия стран Запада более благоприятны для внедрения ССП в силу большего внимания долгосрочным планам и широкому использованию для оценки эффективности деятельности компании различные критерии. В России же, как отмечалось, присутствует ориентация только на выручку, что приводит к трудностям при попытках внедрения и использования рассматриваемой Системы. Именно изменение указанных критериев и освоение ССП поможет вывести экономику отдельных предприятий, а в дальнейшем и всей России, на новый, более высокий уровень. Для облегчения и ускорения этих изменений в стране необходимо сформировать класс профессиональных менеджеров, который пока что слишком мал [1]. Большинство современных предпринимателей не являются профессиональными управленцами и имеют опыт управления, полученный в условиях плановой экономики. Они негативно воспринимают различные новшества, потому что не знают, как их использовать [7]. Такое поведение подавляющего большинства управленцев оказывает негативное влияние на экономику страны, а значит это поведение нужно менять.

Так как ССП изначально разрабатывалась для американских компаний, осуществляющих свою деятельность на насыщенных рынках, характеризующихся невысокими темпами роста, при внедрении данной системы на российских предприятиях, действующих на быстрорастущем рынке, неизбежно столкновение с рядом проблем, характерных для нашей страны.

Основной проблемой при внедрении ССП на российских предприятиях является неправильная интерпретация принципов самой системы. Нельзя внедрять уже готовую систему. Систему необходимо «подогнать» под организацию лишь следуя некоторым рекомендациям. Именно неправильное понимание назначения ССП приводит к тому, что многие считают её неэффективной.

Вторая проблема внедрения ССП – это ориентация на ключевые показатели эффективности, вместо ориентации на стратегические показатели, являющиеся инструментом управления. Такая ошибка приводит к потере связи между целями и действиями, делая Систему бессмысленной. Нечетко сформулированные цели организации также являются проблемой при внедрении ССП. В такой ситуации подбор необходимых показателей становится невозможным. Это случается когда компанию интересует только факт внедрения системы, а дальнейшее её обслуживание не берётся во внимание.

Неграмотное внедрение ССП влечет за собой серьезные затраты, что отпугивает многие компании, которые считают, что эти затраты обязательны при внедрении Системы. Сотрудники, не имевшие опыт работы с данной Системой ранее, не готовы обременять себя дополнительными обязанностями по мониторингу оперативных показателей и вести статистический учет по своему подразделению. Поэтому необходимо создать определенную мотивацию для сотрудников, которая поможет им качественно выполнять свои обязанности, что положительно скажется на общих показателях компании.

Некоторые топ-менеджеры формируют систему показателей так, чтоб её внедрение не привело к снижению вознаграждения топ-менеджмента. Такие действия негативно влияют на эффективность ССП, и их необходимо пресекать. Часто, внедрив систему, менеджеры забывают о том, что её необходимо регулярно корректировать, так как внешняя и внутренняя среда организации постоянно меняются. Необходимо постоянно пересматривать показатели и вносить коррективы в стратегию компании, иначе использование ССП не приведет к достижению поставленных целей.

Серьезной причиной неэффективности ССП в российских компаниях является непонимание сотрудниками низшего и среднего звена особенностей и преимуществ Системы [3]. Во всем мире только около 60 % сотрудников знают и понимают стратегию предприятия, на котором они работают. А в России эта цифра еще ниже [6]. Такая ситуация негативно влияет на реализацию стратегии, делая этот процесс сложнее. Чтоб решить эту проблему руководители должны посвящать сотрудников разных уровней в стратегию компании, регулярно доводить до их сведения текущие результаты деятельности. В итоге такое поведение руководителей позволит заинтересовать сотрудников в результатах своей деятельности и успехах компании.

Несмотря на вышеперечисленные проблемы, внедрение ССП позволяет существенно улучшить показатели компании. Согласно ряду проведенных статистических исследований компаниями ACE-Consulting и МАГ КОНСАЛТИНГ [4], использование ССП оказало существенное влияние на показатели деятельности этих компаний. Прибыль предприятий, применяющих данную методологию, по сравнению с конкурентами оказалась у 23 % существенно выше, у 57 % выше и лишь у 19 % ниже и 1 % существенно ниже. Рост выручки компаний по сравнению с конкурентами: у 34 % существенно выше; у 50 % выше; всего лишь у 15 % ниже; у 1 % – существенно ниже. В общем, около 80 % российских компаний заявили об улучшении показателей своей деятельности в связи с использованием ССП.

Подводя итоги, можно сделать вывод, что внедрение ССП в российских компаниях действительно сталкивается с определенными трудностями. Но все проблемы внедрения обозначены довольно четко, что облегчает задачу поиска их решений. Потратив некоторое время и средства на адаптацию системы к условиям российских предприятий, в будущем можно серьезно повысить эффективность и успех компаний, а значит, и поспособствовать развитию российской экономики.

Список литературы:

1. Кайль В. В. Проблемы внедрения сбалансированной системы показателей на российских предприятиях // Российское предпринимательство. – 2013. – № 1 (223). – С. 68-72.

2. Кайль В.В. Возможности использования сбалансированной системы показателей на российских предприятиях // Российское предпринимательство. – 2013. – № 10 (232). – С. 65-70.

3. Крылов С. В. Российская практика применения сбалансированной системы показателей // Альманах научных работ молодых ученых Университета ИТМО. Том 2. – СПб: Университет ИТМО, 2015. – С. 73-75.

4. Horvarth and Partners. Внедрение сбалансированной системы показателей / Пер. с нем. – 3-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 478 с.

5. Тарасова Н.Е., Лысенко А.И. Инновационные управленческие структуры в менеджменте и парадигмы управления организацией // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. – 2013. – № 8.

6. Сафаров А. Организационная структура контроллинга // Экономика и жизнь. – 2005. – № 26.

7. Тарасова Н.Е., Карташова Т.В. Современные интернет технологии как инструмент маркетинга: состояние и перспективы развития // Научные труды SWorld. – 2010. – Т. 9, № 4.

8. Тарасова Н.Е., Ключко Д.Г., Волкова Л.Ю. Сравнительный анализ количественных и качественных методов оценки эффективности маркетинговых решений // Российский академический журнал. – 2013. – Т. 26, № 4.

Секция 8

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

СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ

© Султангазин Б.М.* , Кенжебекова Д.С.♦

Костанайский государственный университет имени А. Байтурсынова,
Республика Казахстан, г. Костанай

В данной статье рассматриваются сущность и значение инновационной деятельности в промышленности, а также различные взгляды ученых о сущности инновационной деятельности в промышленности.

Ключевые слова: инновация, инновационная деятельность, виды инноваций, классификация инноваций.

Сегодня общепринято, что именно инновации содействуют достижению более высокой производительности, прибыли и завоеванию широкого поля на мировом рынке.

В мировой экономической литературе «инновация» интерпретируется как превращение потенциального научно-технического прогресса в реальный процесс, воплощающийся в создании новых продуктов и технологий.

В экономике Казахстана термин «инновация» стал активно использоваться как самостоятельно, так и для обозначения ряда родственных понятий: «инновационная деятельность», «инновационный процесс», «инновационное решение» и т.п.

Сегодня Законом Республики Казахстан «Об инновационной деятельности» делается четкое разграничение в указанных выше понятиях. «Инновация, согласно Закону, – результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде новой или усовершенствованной продукции (работы, услуги), нового или усовершенствованного технологического процесса, а также организационно-технические, финансово-экономические и другие решения в различных сферах общественных отношений, оказывающие прогрессивное влияние на различные области производства и сферы управления обществом» [1].

В свою очередь, инновационная деятельность – деятельность, направленная на внедрение новых идей, научных знаний, технологий и видов продукции в различные области производства и сферы управления обществом, результаты которой используются для экономического роста и конкурентоспособности.

По мнению доктора экономических наук С.Д. Ильенковой, инновационная деятельность включает в себя научно-техническую, организационную, финансовую и коммерческую деятельности [2].

* Магистрант.

♦ Заведующий кафедрой Финансов и банковского дела, кандидат экономических наук, доцент.

Согласно казахстанскому законодательству, к инновационной деятельности относятся следующие виды деятельности:

- 1) внедрение новых идей и научных знаний в сферы управления обществом;
- 2) выполнение и обслуживание научно-исследовательских, проектных, изыскательских, опытно-конструкторских и технологических работ, направленных на создание новой или усовершенствованной продукции (работы, услуги), нового или усовершенствованного технологического процесса, реализуемых в экономическом обороте;
- 3) организация рынков сбыта инновационных товаров (работ, услуг);
- 4) осуществление технологического переоснащения и подготовки производства;
- 5) проведение испытаний с целью сертификации и стандартизации новых технологических процессов, товаров (работ, услуг);
- 6) производство новой или усовершенствованной продукции (работы, услуги) и (или) применение новой или усовершенствованной технологии в начальный период до достижения нормативного срока окупаемости инновационного проекта;
- 7) пропаганда результатов инновационной деятельности и распространение инноваций;
- 8) охрана, передача и приобретение прав на объекты интеллектуальной собственности (в том числе на нераскрытую научную, научно-техническую и технологическую информацию) с целью их освоения и реализации;
- 9) иные виды деятельности, направленные на создание инноваций.

В целом, единого взгляда на сущность инновации не существует. В литературе насчитываются сотни определений данного понятия. Так, например, зарубежные авторы (Б. Твист, Ф. Никсон, Б. Санто, И. Шумпетер и др.) трактуют инновации в зависимости от объекта и предмета своего исследования.

Твист Б. определяет инновацию как процесс, в котором изобретение или идея приобретают экономическое содержание [3]. Никсон Ф. считает, что инновация – совокупность технических, производственных и коммерческих мероприятий, приводящих к появлению на рынке новых и улучшенных процессов и оборудования [4]. Санто Б. говорит, что инновация – это такой общественный – технический – экономический процесс, который через практическое использование идей и изобретений приводит к созданию лучших по своим свойствам изделий, технологий и, в случае, если инновация ориентируется на экономическую выгоду, её появление на рынке может принести добавочный доход [5].

Данные указывают на то, что в ряде источников инновация рассматривается как процесс. Объяснением этому служит то, что авторы такой концепции признают нововведение развивающимся во времени и имеющим отчетливо выраженные стадии. На самом деле, хотя термины «инновация» и

«инновационный процесс» и близки, они не однозначны: инновационный процесс связан с созданием, освоением и распространением инноваций.

В целом, анализ различных определений приводит к выводу, что специфическим содержанием инновации выступает одно из следующих изменений:

- 1) использование новой техники, новых технологических процессов или нового рыночного обеспечения производства (купля-продажа);
- 2) внедрение продукции с новыми свойствами;
- 3) использование нового сырья;
- 4) изменение в организации производства и его материально – технического обеспечения;
- 5) появление новых рынков сбыта.

Таким образом, основными свойствами инноваций являются:

- 1) научно-техническая новизна;
- 2) производственная применимость;
- 3) коммерческая реализуемость.

На основе параметров, оценивающих данные свойства, строится классификация инноваций.

В частности, коллективом российских учёных под руководством С.Д. Ильенковой, предлагается следующая классификация инноваций (см. табл. 1).

Таблица 1

Классификация инноваций

Принципы классификации	Виды инноваций
1) в зависимости от технологических параметров, позволяющих оценить новизну инноваций	продуктовые (применение новых материалов, полуфабрикатов и комплектующих; получение принципиально новых продуктов); процессные (новые методы организации производства)
2) по типу новизны	новые для отрасли в мире; новые для отрасли в стране; новые для данного предприятия (группы предприятий)
3) по месту предприятия	инновации на входе в предприятия (изменения в выборе и использовании сырья, материалов, машин и оборудования, информации и др.); инновации на выходе с предприятия (изделия, услуги, технологии, информация и др.); инновации системной структуры предприятия (управленческой, производственной, технологической);
4) в зависимости от глубины вносимых изменений	радикальные (базовые); улучшающие; модификационные (частные)

Морозов Ю.В. классифицирует инновации по таким признакам, как:

- 1) область применения (управленческие, организационные, социальные, промышленные);
- 2) этап НТП (научные, технические, технологические, конструкторские, производственные, информационные);
- 3) степень интенсивности («бум», равномерная, слабая, массовая);

- 4) темпы осуществления (быстрые, замедленные, нарастающие, равномерные, скачкообразные);
- 5) масштаб инноваций (трансконтинентальные, транснациональные, региональные; крупные, средние, мелкие);
- 6) результативность (высокая, низкая, стабильная);
- 7) эффективность (экономическая, социальная, экологическая, интегральная).

Итак, анализ зарубежной и отечественной литературы показал, что инновации – результат инновационной деятельности, осуществление которой способно оказать прогрессивное влияние на различные области производства и сферы управления. Именно инновации содействуют перемещению ресурсов в сферу более высокой производительности и прибыли. В связи с этим, ключевой задачей составной части социально-экономической политики нашей республики – инновационной политики – является развитие и стимулирование инновационной деятельности, осуществляемой отечественными предприятиями. Для этого уже сегодня принят Закон Республики Казахстан «Об инновационной деятельности», которым определяются специализированные субъекты инновационной инфраструктуры, компетенция государственных органов, формы государственной поддержки инновационной деятельности. В ближайшем будущем планируется разработка подзаконных актов, формирующих правовое поле инновационной деятельности.

Кроме того, для стимулирования хозяйствующих субъектов к внедрению новых разработок и совершенствованию технологических схем Правительством предусмотрены различные льготы (налоговые и таможенные). Так, на данный момент действующим налоговым законодательством Республики Казахстан предусматриваются налоговые льготы на прибыль, направленную на наращивание основных фондов; на часть прибыли, направляемой на исследования и разработки по приоритетным направлениям НТП, создание научного оборудования, на фундаментальные исследования.

Планируется также не облагать (в течение первых 3-5 лет) налогом прибыль, полученную от продажи за рубеж лицензий и наукоёмкой продукции, созданной в технопарках; установить льготное кредитование для исследовательских и инновационных работ путём увеличения сроков предоставления кредитов и снижения процентных ставок за кредиты; создать специальный орган, который бы занимался формированием и актуализацией информационных сетей и баз данных об инновациях, анализом рынков инновационных продуктов, тенденцией развития науки и новых технологий.

Реализация планируемых мероприятий будет способствовать развитию инновационной деятельности отечественных предприятий, конечным результатом которой явится повышение эффективности производства, рост производительности труда и капитала, объём высокотехнологичной продукции, что в свою очередь определит экономическую мощь страны в целом.

Список литературы:

1. Индустриально-технологическое развитие Казахстана ради нашего будущего – XII съезд НДП «Нур Отан».
2. Инновационный менеджмент: учебник / Под ред. С.Д. Ильенковой, Л.М. Гохберг, С.Ю. Ягудин и др. – М.: Юнити, 2012. – С. 45-47.
3. Твист Б. Формы финансирования малого инновационного бизнеса в США и Западной Европе // Российский экономический журнал. – 2010. – № 5-6. – С. 78-83.
4. Nikson F. and Smith C.W. Extending Trade Credit and Financing // Journal of Applied Corporate Finance. – 7 Spring 2013.
5. Santo B. Extending Trade Credit and Financing // Journal of Applied Corporate Finance. – 7 Spring 2010.

Секция 9

***РЕГИОНАЛЬНАЯ
ЭКОНОМИКА***

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД В ИЗУЧЕНИИ РИСКОВ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА

© Адылбекова А.М.*

Кыргызско-Российский Славянский университет
им. Первого Президента РФ Б.Н. Ельцина,
Кыргызская Республика, г. Бишкек

Государственно-частное партнерство рассмотрено с позиций системного подхода, основанного на классификации возможных рисков. Предложена авторская классификация рисков.

Ключевые слова: государственно-частное партнерство, риски, нормативная база.

Риски, как известно, являются неотъемлемой частью любой коммерческой деятельности. Государственно-частное партнерство не является в этом отношении исключением. Реализация ГЧП способствует формированию предпосылок взаимовыгодного сотрудничества государства и частного бизнеса, но в то же время создает дополнительные риски в процессе осуществления совместных проектов.

В экономической теории, как известно, сложились два основных понимания сущности риска:

- 1) риск как неудача, опасность материальных и финансовых потерь, которые могут наступить в результате реализации выбранного решения;
- 2) риск как предполагаемая удача и извлечение прибыли.

Проведенное исследование показало, что используемая в теории и практике государственно-частного партнерства категория «риск» имеет свои особенности.

Более полному пониманию сущности рисков в ГЧП будет способствовать изменение сложившегося устойчивого понимания риска как случайного результата осознанной деятельности человека, поскольку риск, согласно теории рисков, является необходимым условием существования творческого человека, который постоянно совершенствует условия своей жизни. При этом следует иметь в виду, что вероятность и возможность наступления качественных изменений социально-экономических условий функционирования и развития систем различного уровня, которые затрагивают интересы людей, всегда воспринимаются ими как риск.

Практически все исследователи проблемы государственно-частного партнерства не дают собственного понимания термина «риск ГЧП», а больше внимания уделяют их классификации и распределению [2, с. 112; 3, с. 341; 4, с. 43].

* Преподаватель кафедры Мировой экономики.

На наш взгляд, риск в государственно-частном партнерстве – это вероятность возникновения незапланированных последствий вследствие неисполнения или ненадлежащего исполнения сторонами своих обязательств по договору.

В отличие от неопределенности, также являющейся составляющей любой коммерческой деятельности, вероятность наступления риска можно просчитать. Однако при рассмотрении проблемы распределения рисков в ГЧП необходимо исходить из идеи о том, что никакие гениальные решения не способны будут уничтожить риск как таковой, но существуют определенные способы смягчения его последствий.

Особенности использования категории «риск» в практике государственно-частного партнерства, на наш взгляд, проявляются в следующем.

– Сущность риска связывается исключительно с возможностью проявления негативных последствий, то есть вторая качественная составляющая этой категории, связанная с вероятностью положительного исхода, вообще не учитывается.

В результате сложилась парадоксальная ситуация: частный бизнес, являющийся непосредственным исполнителем проектов ГЧП, несет всю ответственность за риски. В случае, если риск, на который идет предприниматель, принесет прибыль, по величине превосходящую ожидаемую, в выигрыше остаются обе стороны;

– Стимулирующая функция рисков в ГЧП не может иметь деструктивный аспект вследствие обязательного участия государства.

Вместе с тем, являясь субъектом механизма управления ГЧП, государство располагает широким спектром инструментов, использованием которых может в значительной мере снизить вероятность рисков. На практике же этого не происходит. В результате частный капитал, будучи весьма мобильным по своей природе, не заинтересован в участии в проектах ГЧП в той мере, в какой ожидает государство. На наш взгляд, в случае, если государство будет более активным в процессе принятия на себя части рисков, проекты ГЧП, наконец, начнут активно развиваться, способствуя повышению качества предоставления услуг населению. Ведь инициатива заключения партнерских отношений в рамках проектов ГЧП, как уже отмечалось, в большинстве случаев исходит от государства, следовательно, государство должно брать на себя значительно большую ответственность за управление рисками.

Кроме того, следует иметь в виду, что в условиях трансформации экономики государство является и объектом и субъектом реформирования. При этом остается нерешенным вопрос о том, насколько и в каких сферах государство готово уступить свои позиции частному бизнесу [1, с. 77].

Во многом успешность реализации проектов ГЧП определяется тем, насколько полно были определены и распределены потенциальные риски.

На наш взгляд, в настоящее время назрела объективная необходимость совершенствования методики классификации рисков ГЧП и рассматривать

их виды не с точки зрения привычной констатации их сущности, а уже изначально с точки зрения их дальнейшего управления и распределения между сторонами договорных отношений.



Рис. 1. Предлагаемая система рисков ГЧП

Источник: разработано автором.

В этой связи нами предлагается классификацию рисков осуществлять по тому же принципу, по которому риск отличается от неопределенности: по возможности его просчитать и по отсутствию такой возможности, иначе говоря, по принципу объективности.

Предлагаемый нами системный подход к изучению рисков и интересов сторон в развитии государственно-частного партнерства призван способствовать совершенствованию процесса взаимодействия сторон в развитии этого вида взаимоотношений. При этом следует учесть, что ни одни интересы ГЧП не будут реализованы, если не будут учтены интересы потребителя продукта партнерства – населения, выгоды которого от взаимодействия государства и частного бизнеса и определяют в конечном итоге эффективность ГЧП.

Список литературы:

1. Агтокурова Н.С. Государство и бизнес: баланс интересов в условиях трансформации экономики // Вестник Кыргызского национального университета им. Ж. Баласагына. – 2013. – Специальный выпуск.
2. Варнавский В.Г., Клименко А.В., Королев В.А. Государственно-частное партнерство. Теория и практика: учебное пособие. – М.: Издательский дом ГУ-ВШЭ, 2010.
3. Кабашкин В.А. Государственно-частное партнерство: международный опыт и российские перспективы. – М.: ООО «МИЦ», 2010.
4. Матаев Т.М. Экономические риски в проектах государственно-частного партнерства // Российское предпринимательство. – 2013. – № 10.

МОНОГОРОДА В РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ РФ: ПОНЯТИЕ МОНОГОРОД, ГРАДООБРАЗУЮЩЕЕ ПРЕДПРИЯТИЕ, КЛАССИФИКАЦИЯ МОНОГОРОДОВ

© Неганова О.А.*

Воткинский филиал Ижевского государственного технического университета имени М.Т. Калашникова, г. Воткинск

В статье рассмотрено несколько подходов к понятию «моногород», критерии отнесения муниципальных образований Российской Федерации к монопрофильным (моногородам) и категориях монопрофильных муниципальных образований Российской Федерации (моногородов) в зависимости от рисков ухудшения их социально-экономического положения», результаты исполнения поручений Президента России по вопросам государственной поддержки моногородов и их влияние по обеспечению стабильного развития моногородов.

Ключевые слова: моногород, градообразующее предприятие, монопрофильные города.

До недавнего времени по отношению к «моногороду» существовала законодательная база, содержащая разные понятия градообразующего предприятия. В Постановлении Правительства РФ от 29 августа 1994 года № 1001 указано, что к градообразующему предприятию относится предприятие, с занятостью около 30 % проживающего населения в населенном пункте, или имеющее на балансе социальные объекты, подразделения коммунального хозяйства, социально-коммунальной сферы и инженерно-технической инфраструктуры, которые обслуживают около 30 % проживающего населения в населенном пункте. А Федеральный Закон № 127 от 27.09.2009 года

* Старший преподаватель кафедры «Экономика и организация производства», главный бухгалтер ВФ ФГБОУ ВПО «ИжГТУ имени М.Т. Калашникова».

«О несостоятельности (банкротстве)» говорит нам о том, что к градообразующему предприятию относится предприятие, которое обеспечивает занятость не менее 25 % работоспособного населения города или населенного пункта.

В феврале 2010 года на международной конференции «Зарубежный опыт реструктуризации моногородов» в докладе Минрегионразвития РФ «Моногорода: перспективы развития» были озвучены ряд критериев и показателей отнесения городов к группе монопрофильных (см. рис. 1). Кроме того в докладе сформулировано понятие «Моногород – это населенный пункт (городской округ), организации и жители которого не способны своими силами компенсировать риски внешней экономической среды, исключающие возможность устойчивого развития этого населенного пункта, как правило, имеющее градообразующее предприятие, на котором занято не менее 25 % трудоспособного населения этого населенного пункта».

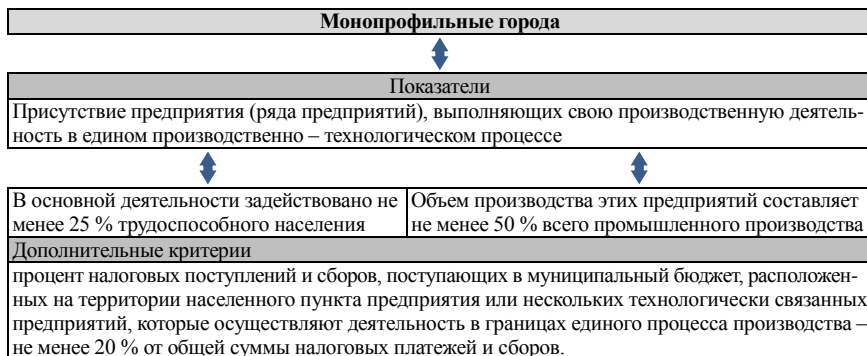


Рис. 1. Критерии и показатели отнесения городов к группе монопрофильных

Для разрешения все чаще возникающих спорных моментов в отношении отнесения города к категории моногорода Президент России В.В. Путин подписал перечень поручений от 15 октября 2013 года № Пр-2418 по вопросам государственной поддержки монопрофильных населённых пунктов со следующими основными направлениями:

1. Разработать нормативный акт о внесении изменений в Положение о Минэкономразвитии в отношении возложения полномочий по координации деятельности по обеспечению стабильного развития моногородов;
2. Организовать непрерывную работу по организации системы комплексного мониторинга социально-экономического состояния моногородов, опираясь на:
 - использование в работе способов оценки рисков снижения показателей социально-экономического состояния моногородов и со-

- ставление прогнозов ситуационного развития с учётом деятельности градообразующих предприятий, определив критерии оценки изменения указанной ситуации;
- составить, вести и корректировать реестр моногородов, сгруппированного в зависимости от изменения показателей социально-экономического положения;
 - проводить анализ эффективности реализации мероприятий по государственной поддержке моногородов.
3. Разработать план инвестиционных проектов, которые планируется осуществить в моногородах, механизмы внедрения, источники финансирования;
 4. Незамедлительно предоставлять информацию Правительству РФ о возможном ухудшении социально-экономического положения моногородов для разработки вариантов стабилизации и нормализации положения, а также и принятия своевременных управленческих решений.

Постановлением от 29.07.2014 года № 709 [8] «О критериях отнесения муниципальных образований Российской Федерации к монопрофильным (моногородам) и категориях монопрофильных муниципальных образований Российской Федерации (моногородов) в зависимости от рисков ухудшения их социально-экономического положения» (далее – моногорода) утверждены нижеперечисленные критерии, по которым муниципальные образования необходимо относить к монопрофильным:

- имеется статус «городской округ» или «городское поселение», за исключением муниципальных образований, на территории которых располагается законодательный (представительный) орган власти субъекта Федерации в соответствии с законом субъекта РФ;
- численность населения более 3 тысяч человек;
- на градообразующем предприятии в течение 5 лет до даты утверждения перечня моногородов численность работников составляет 20 % среднесписочной численности работников всех организаций, осуществляющих деятельность в муниципальном образовании;
- деятельность градообразующего предприятия связана с добычей полезных ископаемых (за исключением нефти и газа) и (или) производством и (или) переработка продукции промышленного производства.

Кроме того, к категории монопрофильных решено относить муниципальные образования, включенные в перечне моногородов на 1 января 2014 года к первым двум категориям моногородов, в зависимости от наличия существующих рисков снижения их социально-экономического положения. Этим же постановлением утверждены разработанные категории монопрофильных муниципальных образований в зависимости от величины осложнения социальной и экономической ситуаций, которые определяются по показателям деятельности

градообразующего предприятия, сложившейся ситуации рынка труда и оценки проживающего населения на сложившуюся ситуацию в городе.

Разработаны три категории моногорода в зависимости от социально-экономического положения: сложное положение; существование рисков ухудшения положения и стабильное положение

В результате принятых решений и в соответствии с разработанными категориями Распоряжением Правительства № 1398-р от 29.07.2014 года утверждён перечень монопрофильных муниципальных образований РФ (моногородов), в который в соответствии с Перечнем поручений Президента РФ по результатам проводимых мониторингов вносятся изменения.

Комплексные мониторинги социально-экономического положения входящих в утвержденный Правительством перечень моногородов проводятся Правительством РФ на основании поручений Президента России от 15.10.2013 года № Пр-2418 (подпункт «а» пункта 2) [7].

На сегодняшний момент в Перечне моногородов находится 319 муниципальных образований, входящих в перечень монопрофильных муниципальных образований (моногородов), утверждённый Правительством, из них 99 городов со сложной социально-экономической ситуацией.

На 01.07.2015 года статистика проведенного Правительством мониторинга свидетельствует о следующей ситуации в моногородах:

Таблица 1

Наименование показателя	Значение показателя
Численность населения	13,6 млн. чел. (9,3 % населения РФ)
Численность занятого населения	5,8 млн. чел.
в том числе занятых на градообразующих предприятиях	969,4 тыс.чел (16,6 % от общего числа занятого населения)
занятых в сфере малого и среднего бизнеса	1,5 млн. чел. (25 % от общего числа занятого населения)
Уровень безработицы	В 179 городах превышение среднероссийского показателя регистрируемой безработицы, в 70 городах превышено значение в два и более раза.
Предполагаемое количество работников к увольнению на градообразующих предприятиях	101 город – 18,4 тыс. чел.

В результате последнего проведенного мониторинга Минэкономразвития России, выявленные тенденции которого подтверждаются также результатами проведенного анализа Аналитическим центром при Правительстве за период с 01 января 2015 по 30 июня 2015 года наиболее критическое положение в виде снижения производства из-за продолжающегося падения спроса, как потребительского так и инвестиционного, которое отрицательным образом скажется на показателях градообразующих предприятий моногородов, продолжает сохраняться с 2014 года в таких отраслях как:

- производство машин и оборудования,
- производство транспортных средств,

- обработка древесины и производство изделий из дерева,
- чёрная и цветная металлургия.

Это обостряет проблемы функционирования как моногородов, так и развития экономики России в целом в ее отраслевом разрезе [3-4].

Кроме того в процессе мониторинга были проведены анализы технической готовности объектов инфраструктуры в 41 моногороде, получившим государственную поддержку в 2010–2011 годах на создание таких объектов, которые составили соответственно 89,8 % и 67,9 %.

На основании проведённых мониторингов состояния моногородов Минэкономразвития России анализирует текущее состояние моногородов, выделяет города с ухудшающейся социально-экономической ситуацией для своевременного принятия решения с целью нормализации положения. Последний мониторинг выявил 13 моногородов, в которых признаки социально-экономического кризиса проявились наиболее ярко.

Таким образом, разработанные понятия и утвержденная классификация позволили конкретизировать отношения к моногородам, а постоянный мониторинг ситуации и выявления городов, находящихся в кризисной ситуации обеспечить повышенное внимание и отношения к таким городам со стороны правительства РФ [1-2, 5-6].

Список литературы:

1. Гранберг А.Г. Основы региональной экономики: учебник для вузов. – М.: ГУ ВШЭ, 2001. – 495 с.
2. Концептуальные подходы к разработке стратегии развития монопрофильного города / Под науч. ред. А.И. Татаркина. – Изд-во УрГЭУ, 2010. – 81 с.
3. Мингалеева Ж.А. Особенности региональных моделей развития в условиях структурной модернизации экономики // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2004. – № 4. – С. 65-71.
4. Мингалеева Ж.А. Теоретико-методологические подходы к анализу динамики отраслевой структуры экономики // Журнал экономической теории. – 2011. – № 4. – С. 126-136.
5. Неганова О.А., Обухова Н.И. К вопросу об устойчивом развитии моногорода на современном этапе (на примере г. Воткинска Удмуртской республики) // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 10-2 (63-2). – С. 481-483.
6. Обухова Н.И., Шайдунова Н.С. Диверсификация экономики моногорода как фактор развития экономики региона (на примере муниципального образования «город Воткинск» Удмуртской республики) // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 10-2 (63-2). – С. 492-495.
7. Официальный сайт Некоммерческая организация «Фонд развития моногородов» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.frmrus.ru/?paged=9&cat=3>.
8. Официальный сайт Правительства России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://government.ru/docs/14049/>.

К ВОПРОСУ ОБ ИЗУЧЕНИИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ КАК СИСТЕМЫ

© Улан кызы Каныкей*

Кыргызско-Российский Славянский университет
им. Первого Президента РФ Б.Н. Ельцина,
Кыргызская Республика, г. Бишкек

Рассмотрены основные подходы к пониманию национальной экономики как системы, предложено авторское понимание этой категории. Дана характеристика основных свойств национальной экономики как системы.

Ключевые слова: экономическая система, национальная экономика, свойства системы.

В экономической литературе имеются несколько подходов к пониманию «системы» как категории.

Наиболее общий подход к пониманию «системы» отмечен в трудах У.Р. Эшби, М. Тоды и Э. Шуфорда, согласно которому система есть любая совокупность переменных, свойств или сущностей [10, с. 40]. Основным недостатком такого чрезмерно общего подхода видится возможность признания системой объекты, имеющие настолько слабые взаимосвязи, что их можно вообще не учитывать, поскольку они не раскрывают сущности объектов и не являются для них определяющими.

Основатель общей теории систем Л. Фон Берталанфи исходил из понимания системы как комплекса элементов, которые находятся во взаимодействии [4, с. 10]. Однако, на наш взгляд, в этом случае есть риск того, что к категории «система» будут отнесены объекты, взаимодействие которых находится практически на нулевом, минимальном уровне.

На наш взгляд, заслуживает внимания подход, предложенный И.В. Блаунбергом, согласно которому выявление сущностной характеристики категории «система» неразрывно связано с выделением признаков, которые должны быть присущи объекту с тем, чтобы его можно было считать системой. К числу таких признаков автором отнесены: целостность; наличие двух и более типов связей (пространственной, функциональной и так далее); структуры; наличие уровней и иерархии уровней, управления, цели и целесообразности характера, процессов самоорганизации, функционирования и развития [2, с. 54-59].

Вместе с тем и этот подход представляется неполным, поскольку системы, в частности, могут быть не только самоорганизующиеся, но и организованные.

* Программный ассистент Представительства Продовольственной и сельскохозяйственной организации ООН (ФАО ООН) в Кыргызской Республике.

Ряд исследователей, таких, как Ф.И. Перегудов, Ф.П. Тарасенко, В.П. Кузьмин и другие рассматривают систему через понятия совокупности, взаимосвязи и целого [6, с. 16].

В контексте данной статьи мы исходим из понимания системы, как совокупности объектов и процессов, взаимосвязанных и взаимодействующих между собой, которые образуют единое целое, но это целое обладает свойствами, не присущими составляющим ее объектам и процессам, рассматриваемых в отдельности.

В современных условиях, как нам представляется, назрела объективная необходимость уточнения категории «экономическая система» применительно к национальной экономике.

Как известно, взаимодействие составных элементов экономической системы осуществляется в воспроизводственной сфере. Необходимо иметь в виду, что в условиях глобализации мировой экономики, активного развития международного разделения труда произошли существенные изменения воспроизводственного процесса отдельных национальных экономик, а именно в сфере обмена, который, по мнению В.К. Ломакина, превратился в предпосылку процесса производства [7, с. 98]. Таким образом, нормальное функционирование национальной экономики без связей с внешней средой уже не представляется возможным.

В этой связи нами предлагается следующее понимание категории «национальная экономика как система»: национальная экономика как система представляет собой совокупность составных элементов (ресурсов и экономических субъектов), взаимодействующих в сфере воспроизводственного процесса при постоянном воздействии факторов внешней среды.

По мнению Е.А. Ерохиной, национальной экономике как системе присущ ряд как общесистемных, так и особенных свойств [5, с. 19]. К общесистемным свойствам национальной экономики автор относит целостность, иерархичность и интегративность.

Исходя из имеющихся в экономической литературе видений свойств системы, в общем, и национальной экономики, в частности, нами предлагается отнести к числу свойств национальной экономики как системы следующие:

- целостность;
- иерархичность;
- устойчивость;
- уязвимость;
- адаптивность.

Наиболее полным видится мнение Е.А. Ерохиной, согласно которому целостность национальной экономики проявляется в том, что изменение структуры, связей и поведения любого экономического субъекта оказывает воздействие на все другие экономические субъекты и изменяет систему в целом. Верно и обратное: любое изменение национальной экономики вызывает преобразование структуры, связей и поведения экономических субъектов [5, с. 21].

Важным свойством национальной экономики как системы является иерархичность. Наиболее яркой чертой иерархичности, как известно, выступает наличие у элементов подчинительных связей, отражающих неравенство составляющих систему частей. Применительно к экономике принцип иерархичности обуславливает объективную необходимость определения приоритетности развития составных ее частей, поскольку в противном случае нарушится сам принцип построения всей системы, она впадает в хаос, становится менее управляемой, а, следовательно, существенно снижается и качество выполнения системой своих функций.

На формирование иерархичности национальной экономики как системы, на наш взгляд, оказывают влияние факторы объективного и субъективного содержания.

В первом случае речь идет о поступательном эволюционном развитии национальной экономики, в процессе которого осуществляется переход от экономики традиционного типа к постиндустриальному и далее к информатизационному. Ведущая роль в этом процессе принадлежит научно-техническому прогрессу, обеспечивающему эффективность функционирования системы.

Влияние субъективных факторов на формирование свойства иерархичности национальной экономики как системы имело место в первые годы становления социалистической системы хозяйствования, когда при формировании подчинительных связей доминирующими были политические цели, а не обеспечение эффективности функционирования составных частей системы. Разумеется, на начальных этапах в условиях сложной внутренней и внешней среды централизованное формирование и распределение всех ресурсов было необходимо. Однако в дальнейшем по мере укрепления и развития системы не были проведены необходимые меры по совершенствованию подчинительных связей, приоритетность развития составных частей по-прежнему определялась не экономической эффективностью, а политическими целями, в результате система стала давать «сбои», и в конечном результате была разрушена.

Понятие «устойчивость», как и другие характеристики системы, были заимствованы экономической наукой из теории систем, когда экономика стала рассматриваться как система. В системном анализе и синтезе устойчивость используется в комплексе интегральных характеристик сложного объекта, отражающего его взаимодействие со средой, внутреннюю структуру и поведение, и являющего одним из первичных качеств любой системы. В целом под устойчивостью понимается способность системы сохранять текущее состояние при наличии внешних воздействий [9, с. 132].

По мнению Е.В. Головки, устойчивость экономической системы – это такое состояние системы, при котором характеризующие его параметры находятся в заранее определенных на данный период времени границах устойчивости, и, в то же время, способны к гармоничному развитию и совершенствованию при любых изменениях внешней среды [3, с. 284].

На наш взгляд, подобный подход к пониманию такого свойства экономической системы как устойчивость не учитывает значимость изменений характеристик внутренней среды, которые так же способны нарушить нормальное функционирование системы.

Устойчивость национальной экономики как системы, по нашему мнению, представляет собой способность системы в условиях негативных изменений внутренней и внешней среды сохранять связи (подчиненные, вертикальные горизонтальные и так далее) между ее составными частями, обеспечивающие эффективное функционирование всей системы.

Менее изученным свойством национальных экономик как систем является адаптивность.

В буквальном смысле адаптивность означает приспособляемость, то есть адаптация – это приспособление.

Адаптацию можно рассматривать как особую форму отражения системами воздействий внешней и внутренней среды, которая заключается в тенденции к установлению с ними динамического равновесия.

Определенного внимания заслуживает подход А.Г. Мовсесяна и С.Б. Огнивцева к адаптации как свойству экономической системы, которые в изучении экономики как сложной системы применяют принципы, используемые в исследовании кибернетических систем, в частности, механизм обратной связи. По мнению авторов, принцип обратной связи заключается в следующем. Любая система имеет информационный вход, на который поступают внешние воздействия, и выход, который представляет собой воздействие самой системы на среду. И далее: чем выше на эволюционной лестнице стоит организм, тем более развиты в нем адаптивные свойства и механизмы обратной связи [8, с. 70-71].

Используя данный подход, можно отметить, что чем выше уровень экономического развития, тем легче национальной экономике приспособиться к изменениям внешней среды. Кроме того, следует иметь в виду, что чем выше на эволюционной лестнице стоит организм, тем более в нем развиты адаптивные свойства, то есть свойства, позволяющие меняться и совершенствоваться [1, с. 20].

Предлагаемая классификация свойств национальной экономики как системы позволит в полной мере учитывать особенности ее взаимодействия с мировой экономикой.

Список литературы:

1. Агтокурова Н.С. Современные внешнеэкономические связи. Монография. – Бишкек, 2004.
2. Блаунберг И.В., Мирский Э.М., Садовский В.Н. Системный подход и системный анализ // Системные исследования: Методологические проблемы: Ежегодник. 1982. – М.: Наука, 1982.

3. Головкин Е.В. Дефиниции устойчивости экономической системы [Электронный ресурс] / Е.В. Головкин // Молодой ученый. – 2013. – № 5. – Режим доступа: <http://www.moluch.ru/archive/52/6863/>.
4. Добкин В.Н. Системный анализ в управлении. – М., 1984.
5. Ерохина Е.А. Теория экономического развития: системно-синергический подход. – Томск: Изд-во Томского ун-та, 1999.
6. Кузьмин В.П. Принцип системности в теории и методологии К. Маркса. – М.: Политиздат, 1976.
7. Ломакин В.К. Мировая экономика: учебник для вузов, обучающихся по экономическим специальностям и направлениям / В.К. Ломакин. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.
8. Мовсесян А.Г., Огневцев С.Б. Мировая экономика: учебник. – М.: Финансы и статистика, 2001.
9. Острейковский В.А. Анализ устойчивости и управляемости динамических систем методами теории катастроф: учебное пособие для вузов / В.А. Острейковский – М.: Высш. шк., 2005.
10. Эшби УР. Конструкция мозга: пер. с англ. – М., 1962.

Секция 10

***ЭКОНОМИКА ТРУДА
И УПРАВЛЕНИЕ
ПЕРСОНАЛОМ***

МОЛОДЕЖНЫЙ РЫНОК ТРУДА КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА

© Анюрова Н.Н.* , Лаврентьева И.П.♦

Ульяновский государственный технический университет, г. Ульяновск
Ульяновский филиал Российской академии народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ, г. Ульяновск

В статье приводится описание основных проблем функционирования молодёжного рынка труда на материалах Ульяновской области. Дается анализ деятельности региональных властей по содействию занятости молодежи. Предлагается вариант разработки краткосрочной программы занятости молодежи.

Ключевые слова: человеческий потенциал, молодежь, рынок труда.

Достижение цели региональной политики в сфере занятости населения предполагает, в том числе, решение такой задачи, как содействие занятости выпускников учреждений профессионального образования. Низкая конкурентоспособность выпускников на рынке труда обусловлена рядом факторов:

- отсутствием у выпускников необходимых знаний, умений, навыков, профессиональной компетентности, опыта работы;
- завышенной самооценкой своего профессионально-квалификационного уровня, нежеланием выпускников адаптировать свои запросы к уровню оплаты труда, организации рабочего места реалиям жизни;
- низкой активностью выпускников, их инертностью, отсутствием уверенности в себе;
- отсутствием у выпускников навыков эффективного поведения на рынке труда, поиска работы, ведения переговоров с работодателем;
- кадровой политикой большинства организаций, руководители которых не желают брать на работу молодых специалистов и пр.

Трудоустройство выпускников учреждений профессионального образования – проблема государственного масштаба, так как именно молодые специалисты составляют кадровый потенциал страны. Обеспечение занятости выпускников является актуальной и долгосрочной задачей службы занятости.

Одним из инструментов реализации политики содействия занятости населения на региональном уровне являются целевые программы, разработка которых возложена на региональные департаменты занятости населения.

* Аспирант Ульяновского государственного технического университета.

♦ Заведующий кафедрой Государственного управления и муниципального права Ульяновского филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, кандидат экономических наук, доцент.

Для решения проблемы безработицы среди выпускников на территории Ульяновской области в рамках государственной программы «Социальная поддержка и защита населения Ульяновской области» на 2014-2018 годы, подпрограммы «Содействие занятости населения, улучшение условий и охраны труда» реализуются только одно направление – организация временного трудоустройства несовершеннолетних граждан в возрасте от 14 до 18 лет в свободное от учёбы время, безработных граждан, испытывающих трудности в поиске работы, безработных граждан в возрасте от 18 до 20 лет из числа выпускников образовательных учреждений начального профессионального и среднего профессионального образования, ищущих работу впервые;

Несмотря на активную работу Департамента занятости населения, труда и развития социального партнерства Министерства труда и социального развития Ульяновской области, областных центров занятости населения, реализуемую программу по содействию занятости населения одной из актуальных проблем остается наличие безработных выпускников учреждений профессионального образования.

По данным Министерства труда и социального развития Ульяновской области за 2013 год в центры занятости населения обратились 839 чел. из числа выпускников учебных заведений, из них значительную долю составляют выпускники учреждений профессионального образования (88,6 %). Среди обратившихся выпускников учебных заведений начального профессионального образования – 185 чел. (22,1 %), среднего профессионального образования – 300 чел. (35,8 %), высшего профессионального образования – 258 чел. (30,8 %).

Однако следует учитывать, что не все выпускники обращаются в службу занятости в целях поиска подходящей работы, значительная часть выпускников предпочитает самостоятельное трудоустройство, обращается в кадровые агентства или использует при поиске работы неформальные связи (друзья, родственники, знакомые). Связано это, в первую очередь, с тем, что служба занятости на сегодняшний день не располагает эффективными программами содействия занятости выпускников, и обращение в службу занятости выпускников, ищущих работу, не всегда приводит к удовлетворению их запросов. Так, в течение 2013 года только 377 выпускников учреждений профессионального образования Ульяновской области были трудоустроены (50,7 % от обратившихся).

Основную часть выпускников учебных заведений профессионального образования, состоящих на учете в центрах занятости населения, составляют специалисты экономического, юридического, социально-гуманитарного профиля. Сложно найти работу выпускникам, специальности которых пользуются ограниченным спросом на рынке труда и могут быть востребованы только на одном – двух предприятиях региона. Связано это, в первую очередь, с тем, что часть выпускников при выборе профессии руководствуется

самыми разными обстоятельствами (престижность профессии, высокооплачиваемость), но меньше всего реальным спросом на нее на рынке труда.

Рассмотрим некоторые характеристики молодёжного рынка труда Ульяновской области.

В общей численности населения доля населения моложе трудоспособного возраста сократилась в 2013 году по сравнению с 2000 годом на 4,4 процентных пункта, составив 14,8 % или 188,9 тыс.чел., а старше трудоспособного увеличилась на 4,9 п.п. Доля трудоспособного населения увеличивалась в динамике до 63,5 % в 2007 году, а затем начала снижаться, как и в целом по Российской Федерации [5].

В составе экономически активного населения доля трудоспособной молодёжи младше 20 лет по сравнению с 2010 годом сократилась на 1,9 процентных пункта; от 20-24 лет – снизилась на 3,5; от 25 до 29 – увеличилась на 3,5 п.п. Происходит перераспределение численности экономически активного населения в пользу более старших возрастных групп (табл. 1).

Таблица 1

Уровень экономической активности населения Ульяновской области по возрастным группам в среднем за 2011-2013 гг. (в процентах)

	Уровень экономической активности								
	всего			мужчин			женщин		
	2011	2012	2013	2011	2012	2013	2011	2012	2013
Всего	65,0	68,1	67,7	72,0	74,8	74,2	58,8	62,2	62,0
из них в возрасте, лет: моложе 20	9,8	11,0	7,9	11,4	12,3	9,2	8,2	9,7	6,5
20-24	64,0	64,7	60,5	71,6	71,7	67,3	56,1	57,4	53,6
25-29	88,2	91,4	91,7	95,2	96,4	96,2	81,0	86,2	87,0
30-34	89,5	92,8	90,9	95,4	96,0	95,1	83,8	89,7	86,8
35-39	91,9	92,4	92,1	94,0	94,7	94,9	90,0	90,2	89,4
40-44	92,7	94,7	95,3	94,6	95,5	95,4	91,0	94,1	95,3
45-49	91,4	93,9	94,4	91,5	94,2	94,0	91,4	93,7	94,7
50-54	85,3	87,5	88,7	88,2	90,4	90,9	82,8	85,0	86,8
55-59	51,9	58,6	59,8	73,2	79,1	79,8	35,4	42,7	44,1
60-72	10,0	14,9	14,1	15,0	23,0	21,9	6,9	9,7	9,2

Источник: [5].

Среди причин, обуславливающих трудности в трудоустройстве выпускников учреждений профессионального образования, отсутствие навыков поиска работы, ведения переговоров с работодателем, неумение эффективно самопрезентовать себя на рынке труда занимают не последнее место. Чтобы заслужить право на карьеру специалиста, нужно приложить немало усилий, ведь собеседование с работодателем – это разговор, в котором молодой специалист должен победить – заставить работодателя поверить в то, что лучший кандидат на вакансию именно он. А для того, чтобы собеседование прошло успешно, необходимы не только профессиональные знания и умения, но и навыки поиска работы.

Служба занятости на сегодняшний день не располагает эффективными программами, формирующими у безработных выпускников навыки эффективного поведения на рынке труда. Мерой, которая позволит компенсировать отсутствие у безработных выпускников необходимых знаний и навыков, может стать разработка и реализация соответствующей краткосрочной целевой программы, исполнение мероприятий которой возложено на региональные департаменты занятости населения, центры занятости населения, региональные органы исполнительной власти, органы местного самоуправления (в пределах их компетенции). Данная программа призвана смоделировать процесс поиска работы и разработать стратегию эффективного поведения на различных его этапах.

Реализация программы рассчитана на два месяца, один месяц занимает курс активного обучения. Информационный блок программы максимально адаптирован к решаемой проблеме и сконцентрирован в раздаточном наглядном материале, соответствующих пособиях, самостоятельное изучение которых предшествует занятиям со специалистами. Все информационные материалы предполагают их дополнение по ходу занятий личными замечаниями слушателя и остаются у каждого из них как опорные конспекты и алгоритмы деятельности.

Программа нацелена на формирование навыков поиска работы у молодых специалистов через проведение не только информационных, но и тренинговых занятий, поэтому важной составляющей программы является психологический блок. Приглашенные службой занятости тренеры-психологи призваны организовать учебную деятельность слушателей, направленную на поднятие их самооценки, осознание своих прав, формирование активной личностной позиции в поиске работы, улучшение навыков делового общения с потенциальным работодателем. Программой предусмотрено обучение приемам самопрезентации, моделирование ситуации «Телефонный разговор с работодателем», ролевая игра «Собеседование с работодателем». Встреча с потенциальными работодателями на завершающем этапе реализации программы позволит выпускникам на практике продемонстрировать приобретенные ими навыки самопрезентации, возможно ожидать и приглашения молодых специалистов на работу.

Наряду с психологическим блоком значимое место разработчики программа отводят юридическим и экономическим знаниям. Программой предусмотрены лекции по основам трудового законодательства, основам предпринимательства, консультации юристов по организации собственного дела. Данное направление сопровождается также информационными материалами по реализуемым в Ульяновской области целевым программам поддержки малого предпринимательства.

Ожидается, что овладение технологией успешного поиска работы выпускниками учреждений профессионального образования повысит их конкурентоспособность на рынке труда и будет способствовать их трудоу-

ройдут в максимально короткие сроки. Это не только решит личные проблемы конкретных участников целевой программы, но и сократит численность безработных среди них, что в свою очередь позволит сократить затраты на выплату пособий по безработице.

Ликвидация системы государственного распределения выпускников учреждений профессионального образования привела к снижению спроса на молодых специалистов и потере связи между учреждениями профессионального образования и организациями – потребителями подготовленных специалистов. Выпускники, вынужденные на сегодняшний день заниматься самостоятельным поиском работы, оказались не готовы к этому, и потому этот поиск не всегда завершается успешно. Помочь выпускникам овладеть навыками эффективного поведения на рынке труда призвана описанная региональная целевая программа.

Список литературы:

1. Ваховский В.В. К вопросу формирования конкурентоспособности трудовых ресурсов на рынке труда // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. – 2013. – № 1 [27]. – С. 189-195.

2. Московцева Е.А. Современные проблемы молодежи на рынке труда // Ученые заметки «ТОГУ». – 2013. – Том 4, № 2. – С. 16-20.

3. Лопаткин И.В. Механизмы адаптации современной российской молодежи на рынке труда // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. – 2013. – Т. 13, № 4. – С. 41-44.

4. Шалаева В.А., Лаврентьева И.П. Человеческий потенциал развития трудовых ресурсов региона // Экономика труда. – 2014. – Декабрь.

5. Единая межведомственная информационно-статистическая система [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.fedstat.ru/indicators/start.do.

МОТИВАЦИЯ КАК ПРОЦЕСС ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

© Суетов А.К.*

Челябинский государственный университет, г. Челябинск

В статье рассматривается использование мотивации как функции управления персоналом. В современных условиях хозяйствования особенностью управления персоналом является возрастающая роль личности работника. Таким образом, меняется соотношение стимулов и потребностей, на которые может опереться система стимулирования. Для мотивации сотрудников в организациях сегодня используют как

* Студент (бакалавр).

материальные, так и нематериальные методы вознаграждения за выполненную работу.

Ключевые слова: мотивация трудовой деятельности, управление персоналом, технологии и методы мотивации.

Проблема мотивации персонала считается довольно исследованной равно как в иностранной, так и в отечественной литературе. Имеется много теорий и школ управления персоналом и его мотивации, много точек зрения, в некоторых случаях пусть даже полярных. Наиболее известными отечественными исследователями в этой области являются: А.П. Волгин, В.П. Галенко, М.В. Грачев, Э.Е. Старобинский, В.В. Травин и др. Зарубежные исследователи, занимавшиеся этой проблемой: А. Маслоу, Ф. Герцберг, Д. Мак Клелланд.

Мотивация представляется одним из существенных внутриорганизационных процессов, а особенность его состоит в том, что он непосредственно ориентирован на достижение целей организации [1]. Недостаток разработанной системы мотивации предопределяет предпосылки уменьшения конкурентоспособности компании, что отрицательно отразится на заработной плате и обстановке в коллективе. В современных условиях хозяйствования необходимо уделить особое внимание нематериальному стимулированию, создавая гибкую систему льгот для персонала организации. С целью успешного функционирования любого предприятия, нужно, чтобы было создано одно важное условие – использовать все потенциалы сотрудников.

Мотивацию труда можно рассматривать в статике и динамике. В первом случае на передний план выходит сложившийся уровень мотивации труда (высокий, средний, низкий) и фиксированный состав мотивов труда [3]. Во втором случае речь идет об изменении состава мотивов и о динамике уровня мотивации труда, например, от низкого к среднему и высокому, т.е. мотивация рассматривается в качестве процесса. Анализ существующего уровня мотивации позволяет наметить меры по его изменению. При анализе выявляется уровень мотивации всего персонала в целом, коллективов структурных подразделений, социально-профессиональных, половозрастных групп и т.п. На его основе разрабатываются дифференцированные меры по усилению мотивации труда, т.е. совершенствуется стимулирование труда. Динамика уровня мотивации выступает как ответная реакция персонала на усилия организации по совершенствованию стимулирования труда.

Таким образом, мотивация труда – это система мотивов труда в динамике, это процесс изменения состава мотивов и их значимости в сознании работников. Он происходит под воздействием стимулирования труда, осуществляемого организацией, а также под влиянием изменений на рынке труда, в условиях жизни и т.д.

Процесс мотивации труда протекает циклически (рис. 1). Каждый цикл может усиливать или ослаблять мотивы труда. Если вознаграждение растет, оценка труда справедлива и работник морально поощряется, то его мотивация усиливается, и наоборот.

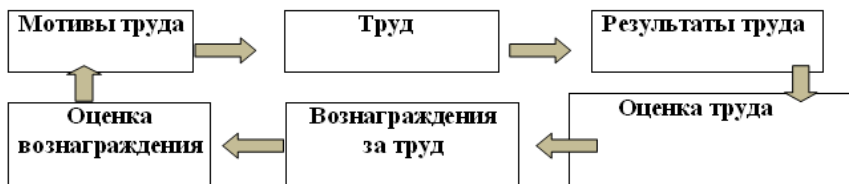


Рис. 1. Модель мотивации

В основе мотивации лежат потребности, притязания, ожидания ценности, интересы, мотивы человека и вознаграждения как способ удовлетворения потребностей [6].

Исходным звеном, первым «полюсом» механизма мотивации является потребность, выражающая нужду, необходимость для человека определенных благ, предметов и форм поведения.

Важно отметить, что не все люди испытывают одну и ту же потребность, то есть существует огромное количество разнообразных конкретных человеческих потребностей, которые приводят к различному поведению при достижении своих целей.

Структура потребностей человека определяется его местом в социальной структуре или ранее приобретенным опытом. Следовательно, между людьми существует множество различий в отношении тех потребностей, которые для них важны. Что еще более важно, так это то, что есть множество путей и способов удовлетворения потребности конкретного типа. Для каждой личности и социальной группы характерна определенная система потребностей, где есть доминирующие преобладающие потребности. В поведении человека та или иная потребность может проявляться ситуативно, на какое-то время, отличаясь от доминирующей потребности. Большинство авторов определяют потребность как нужду, надобность субъекта в чем-либо для своего нормального функционирования и развития [1].

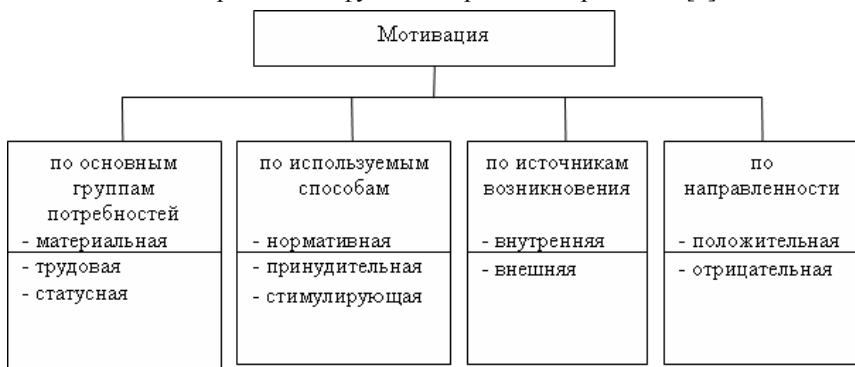


Рис. 2. Классификация видов мотивационного воздействия

Определив структуру мотивации отдельных сотрудников и коллектива в целом необходимо использовать систему рычагов, активизирующих те или иные мотивы в зависимости от конкретной ситуации. В данном случае целесообразно рассмотреть классификацию видов мотивационного воздействия (рис. 2).

В зависимости от основных групп потребностей различают мотивацию материальную, трудовую и статусную [3]. Материальная мотивация – это стремление к достатку, более высокому уровню жизни [5]. Она зависит от уровня личного дохода, его структуры, дифференциации доходов в организации и обществе, действенности системы материальных стимулов, применяемых в организации.

Таким образом, потребности включают весь мир человека, его физиологическое начало, биологическое и личностное. Существует несколько классификаций потребностей. Первичные потребности являются по своей природе физиологическими и, как правило, врожденными. Примерами могут служить потребности в пище, воде, воздухе и так далее. Вторичные потребности по природе своей социальные [2].

На основе изучения действующей системы мотивации труда определена необходимость повышения информированности персонала о делах предприятия, формирования психологической уверенности в возможностях карьерного роста, а также необходимость мероприятий по дальнейшему сплочению коллектива. Представленный комплекс мер позволит в полной мере задействовать основные выявленные мотивы сотрудников предприятия и создать комфортный социально-психологический климат в коллективе, а, тем самым, обеспечить рост производительности труда и степени удовлетворенности персонала процессом труда.

Список литературы:

1. Доронина И.В. Мотивация и стимулирование персонала: учебное пособие / И.В. Доронина. – Новосибирск: СибАГС, 2005. – 262 с.
2. Иванов Ю.В. Соционика и мотивация труда // Управление персоналом. – 2007. – № 6. – С. 8-11.
3. Миляева Л., Пьянков С. Проблемы мотивации труда на промышленных предприятиях // Человек и труд. – 2009. – № 1. – С. 11-15.
4. Одегов Ю.Г., Федвенка А.А., Дашкова Е.С. Мотивация трудовой деятельности: учебно-практическое пособие / Ю.Г. Одегов, А.А. Федвенка, Е.С. Дашкова. – М.: Альфа-Пресс, 2009. – 336 с.
5. Перфильева И.В., Бондаренко М.П. Формирование трудовых ресурсов в сфере физической культуры и спорта // Вестник Евразийской академии административных наук. – М., 2014. – № 2 (27). – С. 106-116.
6. Перфильева И.В., Чернявская Е.Ю. Современные тенденции развития образования и их воздействие на состояние человеческих ресурсов // Физическое воспитание и спортивная тренировка. – Волгоград: ВГАФК, 2014. – № 3 (9). – С. 127-132.

Секция 11

***БУХГАЛТЕРСКИЙ,
УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ
УЧЕТ И АУДИТ***

РЕЛЯЦИОННЫЕ ОТНОШЕНИЯ МЕЖДУ КОМПАНИЯМИ

© Салькина А.С.^{*}, Досова М.К.

Костанайский государственный университет имени Ахмета Байтурсынова,
Республика Казахстан, г. Костанай

В данной статье описываются сущность реляционных отношений, способ проявления реляционных отношений и элементы реляционной стратегии. А также приведены условия формирования и приведения в действие реляционной стратегии.

Ключевые слова: реляционные отношения, реляционная стратегия, реляционная рента.

Давно известен тот факт, что тесные партнерские отношения позволяют создать конкурентные преимущества во всех отношениях, так как они могут обеспечить приобретение ресурсов и возможностей своих партнеров. Например, фирма партнер может быть важным источником знаний которые затем могут быть использованы другой фирмой партнером для улучшения результатов внедрения инновации. Сильные информационные потоки между фирмами означает, что знания важны, то есть они должны быть общими и доступными. Отсюда вытекает важность стимулирования отношений с компаниями, повышающими инновационную деятельность, что входит в реляционную стратегию фирмы [1].

Реляционная стратегия (с англ. «Relation» – отношение, связь) – стратегия, направленная на формирование реляционного пространства предприятия, как совокупности двусторонних связей между предприятием и другими рыночными субъектами, которые создают партнерские преимущества фирмы с целью, во-первых, получения реляционной ренты – прибыли, получаемой на основе обменных взаимоотношений, которую можно образовать только общими усилиями партнёров, в рамках альянсов, во-вторых, создания системы безопасности развития предприятия, что позволяет создать основу для формирования нормативной базы реляционных взаимодействий предприятий [2].

Важной составляющей данной дефиниции является «реляционная рента» – термин, предложенный Дж. Дайером и Х. Сингхом, отражающий экономические составляющие партнерских отношений предприятий. Экономическая ценность партнерских отношений может быть измерена величиной реляционной ренты. Таким образом, в рамках реляционных стратегических взаимодействий появляются новые целевые установки. Фирма стремится отказаться от конкурентной борьбы, которая вполне обоснованно может

^{*} Преподаватель кафедры «Финансы и банковское дело».

быть связана с затратной и рискованной стратегией, в пользу кооперационных отношений.

Приоритетной характеристикой реляционных стратегий является повышенная безопасность при приемлемой доходности. Данные стратегии связаны с целевой установкой снижения неопределенности рынка не на основе ситуационного системного анализа внешней среды, а путем развития партнерских отношений с деловыми партнерами.

Для классических конкурентных ориентиров имеет место экономическая рациональность – минимизация общих затрат (сумма транзакционных и производственных издержек). Но для реляционных стратегий рассматривается инструментальная трактовка рациональности. В общем случае инструментальная или организационно-техническая рациональность сводится к соответствию комплекса выполняемых мероприятий заданным целям.

Массив факторов реляционной стратегии фирмы довольно широк, в том числе стратегическая позиция по отношению к межфирменным отношениям и партнерству. В первую очередь среди этих факторов определяются реляционная склонность фирмы и его реляционная возможность.

Реляционная склонность относится к готовности фирмы к поиску, занятию и налаживанию более тесных отношений с отдельными партнерами, нежели поддержание операций на расстоянии вытянутой руки. Фирма с сильной реляционной склонностью видит, с кем выгодно устанавливать связи, и активно стремится к участию в таких взаимоотношениях. В отличие от этого, фирма с меньшей реляционной склонностью не воспринимает преимущества реляционного партнерства. Вместо этого, он может видеть опасности в тесном сотрудничестве, боясь утечки знаний или присвоения стратегического преимущества. Таким образом, низкая реляционная склонность означает, что фирма не предрасположена к близкому реляционному партнерству и даже избегает его. Степень реляционной склонности варьируется между фирмами, несмотря на, казалось бы, благоприятные последствия более тесных связей.

Реляционная возможность относится к способности фирмы выковать, развивать и управлять партнерством. Эта возможность позволяет фирме создавать и управлять реляционным партнерством и эффективно обеспечивать успешное приобретение, использование и распространение внутренних и внешних ресурсов, знаний и возможностей. Фирма с большей реляционной возможности обладает способностью маневрировать, успешно выбирать сеть партнеров, чтобы облегчить достижение своих стратегических целей [3].

В нынешнее время реляционные альянсы активно внедряют инновации, что является стратегически важным шагом, так как созданные сейчас новшества являются инновационной платформой будущих инновации и совершенствований. Это может значительно повысить эффективность инновационной деятельности фирмы и снизить затраты на процесс разработки нового продукта. Например, создание сенсорных сотовых телефонов одной компани-

ей и впоследствии создание высокочувствительных и быстро реагируемых сенсорных телефонов другой компанией. Этот подход повышает коэффициент полезного действия и результативность их инновационных программ.

Кооперация способствует достижению стратегических целей, однако не исключает ориентацию на конкурентные стратегии вне реляционных отношений. Причем компании нередко пытаются расширить зоны устойчивости на основе установления новых кооперационных договоренностей, но совсем не забывают о необходимости того или иного противодействия конкурентам. Реляционные отношения осуществляют свою институционализацию путем образования альянсов. Определяющей особенностью альянсов является самостоятельность каждого из партнеров. Ведь при иных формах интеграций предприятия лишаются самостоятельности по различным направлениям своего бизнеса [4].

По статистике 70 % альянсов в мире распадается. Но это совсем не означает несовершенство альянса как формы развития. Но естественно это подтверждает необходимость всесторонних исследований и разработку научно-практических рекомендаций по формированию реляционных стратегий.

В частности, специалисты из Пенсильванского Университета сделали вывод о том, что 30 % альянсов, хотя и проектировались изначально как альтернатива слияний – поглощений, но все же таковыми завершаются; значительная часть альянсов (свыше 40 %), успешно выполнив намеченные цели, разрывают отношения с компаньонами, хотя зачастую это на руку одному из партнеров.

Анализ стратегических альянсов связан с разноплановым характером заключаемых союзов, необходимостью учета различных стратегических задач, ограничений при заключении договоров между предприятиями – партнерами. В целом мировой опыт нормотворческой базы альянсов свидетельствует о том, что мягкие реляционные взаимодействия внутри альянса делают размытым статус партнеров, приводят к неоднозначным юридическим оценкам деятельности альянсов [5].

Модель формирования реляционных стратегий должна отвечать требованиям рыночной конъюнктуры, быть направленной на получение финансового результата и учитывать внутренний потенциал предприятий для получения максимального реляционного эффекта в конкретной типе реляционной стратегии.

При особой важности реализации стратегических перемен, обеспечиваемых последовательными действиями, предполагающими достижение ключевых стратегических позиций, в современных условиях необходимо обеспечить адекватное и своевременное планирование изменений. Модель формирования реляционных стратегий можно представить в виде процессуальной модели (рис. 1) [6].

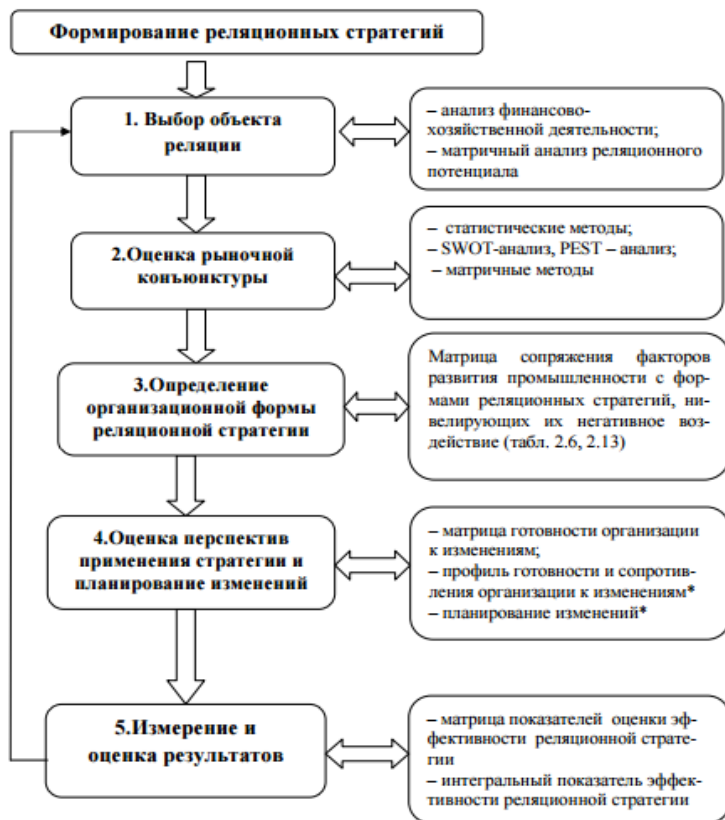


Рис. 1. Формирование реляционных стратегий

Для эффективной реализации стратегического планирования на основе реляционного подхода необходимо установить систему показателей, учитывающих следующие направления:

- определение вероятности возможных состояний системы альянса на базе измерения реляционного эффекта;
- установка плановых (нормативных) значений показателей, способствующих достижению целей реляционной стратегии;
- контроль достижения плановых значений, выявление причин и виновников отклонений факта от плана, определение степени влияния отклонений на конечные результаты реализации реляционной стратегии;
- координация бизнес-процессов всех участников реляционного альянса на основе выявленных в процессе диагностики взаимосвязей между их параметрами;

– мотивация и стимулирование персонала предприятия, исходя из достигнутых значений показателей деятельности.

Методическая основа построения системы показателей эффективности реляционных стратегий базируется на жестко формализованных методах экономико-математического и статистического анализа. Однако учитывая, что система показателей должна характеризовать деятельность альянса и предприятий участников, учитывая «человеческий фактор», методический инструментарий ее формирования должен включать и альтернативные методы получения и анализа информации: интервью, наблюдение, опрос, экспертные оценки.

Реляционный эффект – это дополнительный эффект от деятельности предприятия, с учетом реляционных взаимодействий, по сравнению с эффектом от деятельности предприятия как самостоятельного рыночного субъекта, до образования альянса.

Список литературы:

1. Kim S.K., Arthurs J.D., Sahaym A., Cullen J.B. Search behavior of the diversified firm: the impact of fit on innovation // *Strateg Man J.* – 2013. – № 3. – 23 p.
2. Крымов С.М., Рогачева Ж.С. Реляционные стратегии как альтернатива конкуренции // Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием «Стратегическое управление организациями: методы повышения конкурентоспособности». – СПб., 2014. – 200 с.
3. Palmatier R.W., Houston M.B., Dant R.P., Grewal D. Relationship velocity: toward a theory of relationship dynamics // *Journal Mark.* – 2013. – № 5. – 15 p.
4. Королева Е.В. Стратегические альянсы как фактор повышения конкурентоспособности промышленных предприятий. – М., 2010.
5. Грачёв М.В. Международный бизнес. Стратегия Альянсов. – М.: Изд. Дело, 2010. – 240 с.
6. Крымов С.М., Рогачева Ж.С. Инструменты и методы менеджмента предприятий промышленности и сферы услуг при формировании реляционных стратегий // *Экономика и предпринимательство.* – 2013. – № 12. – 150 с.

ВЗАИМОСВЯЗЬ ОТРАСЛЕВЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ ЗЕРНОВОГО ПРОИЗВОДСТВА С ЭЛЕМЕНТАМИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА

© Сарсембаева Г.Б.*

Костанайский инженерно-экономический университет им. М. Дулатова,
Республика Казахстан, г. Костанай

В данной статье изложена специфика зернового производства и взаимосвязь особенностей деятельности предприятий зернового производства с элементами производственного и управленческого учета.

* Старший преподаватель кафедры «Учет и аудит», магистр менеджмента.

Ключевые слова: отрасль, зерновое производство, производственный учет, управленческий учет, производство, агротехника, затраты, объекты.

Специфика зернового производства обусловлена особенностями технологии и организации производственного процесса в отрасли.

В настоящее время элементы управленческого учета многими учеными изложены во взаимосвязи с производственным процессом в его общем представлении. Недостаточно исследована взаимосвязь управленческого учета с отраслевыми особенностями различных отраслей производства, в частности и зерновой отрасли.

В настоящее время к термину «управленческий учет» и к его составным элементам применяются различные подходы. Но в то же время каждый из них не обеспечивает реализацию всего комплекса запросов пользователей, а решает свою локальную задачу, что приводит к снижению качества управления предприятием [2].

Вследствие вышеизложенного возникает необходимость исследования и изучения взаимосвязи отраслевых особенностей зернового производства с элементами управленческого учета, что является важным условием для процесса принятия эффективных управленческих решений.

Все элементы системы управленческого учета должны применяться в тесной взаимосвязи по каждому центру ответственности хозяйствующего субъекта [2].

На основе анализа отраслевой специфики зернового производства выделены основные особенности технологии и организации производства и характер их влияния на специфику организации управленческого учета на предприятиях данной отрасли.

Таблица 1

Взаимосвязь особенностей деятельности предприятий зернового производства с элементами производственного и управленческого учета

№	Особенности деятельности предприятий зернового производства	Влияние на специфику организации управленческого учета (применение элементов управленческого учета)
1	Использование агротехники возделывания зерновых культур	1) объекты учета затрат 2) центры ответственности 3) схема бюджетирования 4) рабочий план счетов 5) комплект форм отчетности
2	Применение агротехнических мероприятий по сохранению плодородия почв и обеспечению устойчивого производства зерна	1) объекты учета затрат 2) центры ответственности 3) схема бюджетирования 4) рабочий план счетов

Окончание табл. 1

№	Особенности деятельности предприятий зернового производства	Влияние на специфику организации управленческого учета (применение элементов управленческого учета)
3	Применение влагоресурсосберегающих технологий в зерновом производстве	1) объекты учета затрат 2) центры ответственности 3) схема бюджетирования 4) рабочий план счетов 5) методика анализа
4	Неравномерность денежных потоков и использования производственных ресурсов в течение отчетного периода	1) центры ответственности 2) комплект форм отчетности 3) методика анализа
5	Наличие потенциальных показателей продукции	1) центры ответственности 2) комплект форм отчетности 3) методика анализа
6	Использование в качестве семенного фонда	1) комплект форм отчетности 2) центры ответственности 3) схема бюджетирования
7	Использование в личных подсобных хозяйствах	1) центры ответственности 2) комплект форм отчетности 3) схема бюджетирования
8	Использование в качестве сырья при дальнейшей переработке	1) комплект форм отчетности 2) центры ответственности 3) схема бюджетирования

В процессе возделывания зерновых культур должна соблюдаться соответствующая агротехника, связанная с биологическими особенностями культуры, а так же природно-климатическими условиями зоны возделывания. Агротехника выращивания зерновых культур предусматривает последовательность технологических процессов совместно с естественными, что определяет необходимость наличия объектов учета затрат в виде технологических процессов возделывания зерновых культур. За каждый технологический процесс должен нести ответственность определенный центр ответственности (подразделение, бригада), что вызывает необходимость применения рабочего плана счетов по центру ответственности, форм бюджетирования и комплекта форм отчетности по подразделениям (бригадам).

В то же время ежегодное использование земельных ресурсов истощает почву, что вызывает снижение ее плодородия от чего напрямую зависит урожайность зерновых культур. Вследствие этого необходимо периодически, по возможности ежегодно, применять агротехнические мероприятия по сохранению плодородия почв и повышению урожайности зерновых культур. В процессе применения агротехнических мероприятий по сохранению плодородия почв и обеспечению устойчивого производства зерна так же необходимо определение объектов учета затрат и центров ответственности. В целях планирования данных мероприятий необходимо определить схему бюджетирования, а для последующего фактического учета определить группу счетов, а так же проводить анализ по эффективности применяемых мероприятий.

Одним из существующих мероприятий, способствующих сохранению плодородия почвы и урожайности зерновых культур, являются влагоресурсосберегающие технологии. Применение влагоресурсосберегающих технологий в зерновом производстве является одним из необходимых процессов. Следовательно в качестве объекта учета затрат необходимо определить вид культуры и бригаду, которые будут подвержены применению данной технологии. Данные мероприятия так же должны быть заложены в смету затрат предприятия, что определяет применение схемы бюджетирования. Для фактического учета затрат по проведению данных мероприятий необходимо определить группу счетов. В последующем для оценки эффективности применения влагоресурсосберегающих технологий предприятием должен быть проведен анализ. Особенным отличительным признаком зернового производства является неравномерность денежных потоков и использование производственных ресурсов в течение отчетного периода.

Данная особенность объясняется тем, что время производства продукции и получения выручки от ее реализации зависит от многих внутренних и внешних факторов. Например, значительная доля материальных затрат, как правило, осуществляется в весенний период в момент предпосевной обработки почвы и посева культур, что касается сбора продукции, то это происходит в осенний период. Таким образом, от времени осуществления затрат до выпуска продукции требуется определить время. Этим и объясняется неравномерность использования производственных ресурсов (в особенности трудовых). Это вызывает необходимость наличия центров ответственности, которые на основании комплекта форм отчетности должны вести учет и контроль денежных потоков и использования производственных ресурсов по каждому процессу. В конце отчетного периода в общем порядке необходимо провести анализ данных процессов.

Следовательно, и реализация продукции осуществляется через определенный промежуток времени после сбора урожая культур. На это влияют многие факторы: природно-климатические условия, качество зерна, условия транспортировки, хранения и другие. Вследствие этого происходит неравномерность реализации продукции по месяцам, а соответственно и поступления денежной выручки от реализации. Все это обуславливает наличие потенциальных постоянных рынков сбыта. Наличие потенциальных покупателей зерна вызывает необходимость наличия центра ответственности (центр продаж), который с применением определенных форм отчетности позволит сформировать информацию о рынках сбыта продукции. Для улучшения планирования рынков сбыта, необходимо периодически проводить процедуру анализа сбыта.

Как правило руководители многих хозяйств в первую очередь, при получении урожая, стараются по возможности его максимально реализовать, зачастую оставив незначительную долю семенного фонда, что в последующем, в период посевных работ, вызывает значительные материальные затра-

ты на закуп семян при их недостаточности. Следовательно, часть зерновой продукции хозяйства в обязательном порядке должна быть использована в качестве семенного фонда, что должно быть отражено в соответствующих формах отчетности, а так же быть заложена в схеме бюджетирования.

Возможность использования сырья и готовой продукции в личных подсобных хозяйствах приводит к повышению уровня хищений. В связи с этим возникает необходимость отслеживания движения сырья и готовой продукции по соответствующим центрам ответственности, что должно быть предусмотрено в комплекте форм управленческой отчетности.

Кроме товарной продукции и семенного фонда, зерно может использоваться и в качестве сырья для переработки (мукомольное производство, хлебопечение, крупяное производство) внутри хозяйства, а так же на сторону.

О взаимосвязи процесса производства и переработки сельскохозяйственной продукции, как одном из приоритетных направлений развития сельского хозяйства, сказано в постановлении Президента РК «Стратегия – 2050» [1].

Данная особенность определяет необходимость включения доли зерновой продукции в качестве сырья для переработки в схеме бюджетирования, а так же отражение данной информации в управленческой отчетности. Данный процесс должен быть подвержен учету соответствующим центром ответственности с использованием соответствующей группы счетов. Наличие указанных особенностей зернового производства и применение в каждой особенности одних и тех же элементов производственного и управленческого учета вызывает необходимость их систематизации в качестве бизнес-процессов, к каждому из которых будут применены вышеуказанные элементы.

Список литературы:

1. Стратегия «Казахстан-2050»: новый политический курс состоявшегося государства.

2. Сарсембаева Г.Б. Управленческий учет – как совокупность взаимосвязанных элементов // Международная научно-практическая конференция «Инновационное развитие финансового сектора Казахстана в соответствии со Стратегией 2050: состояние, тенденции и перспективы». – Алматы, 2014.

Секция 12

***ФИНАНСЫ
И НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА***

ИНВЕСТИЦИОННОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ И ФИНАНСОВЫЕ РЫНКИ: АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ

© Болотин А.В.*

Уральский институт фондового рынка, г. Екатеринбург

Назначение финансовых рынков состоит в обеспечении эффективности взаимодействия инвесторов и эмитентов. В данной работе проводится анализ влияния развития финансовых рынков на инвестиционное взаимодействие.

Ключевые слова: финансовые рынки, инвестиции, инвестиционная активность.

Обеспечение эффективности инвестиционного взаимодействия требует, наряду с прочим, устойчивого и эффективного функционирования финансового рынка. Взаимодействие инвестиционного и финансового рынков является важным условием макроэкономического равновесия в рыночном хозяйстве. Финансовый рынок обеспечивает аккумулирование временно свободных денежных средств одних субъектов рынка и эффективное использование их другими, бесперебойное формирование финансовых ресурсов, их наиболее эффективное инвестирование и целенаправленное использование.

В наиболее общем виде финансовый рынок можно определить как совокупность экономических отношений, возникающих между участниками рынка по поводу выпуска и дальнейшего обращения финансовых инструментов и финансовых услуг. Финансовый рынок представляет собой чрезвычайно сложную систему, в которой деньги и другие финансовые активы и обязательства участников рынка обособились от своей материальной основы и получили способность к самостоятельному обращению.

До недавнего времени большинство развитых стран значительное внимание уделяло процессу дерегулирования финансового рынка. Основной идеей дерегулирования было обеспечение большего числа возможностей с целью создания новых инвестиционных продуктов, освоения новых рынков и развития финансовой индустрии в целом. Процесс дерегулирования выражался в ослаблении регуляторного контроля над уровнем процентных ставок, снятии ограничений, связанных с инвестиционной деятельностью финансовых организаций.

Еще одной характерной тенденцией развития финансовых рынков явилась их интернационализация. Зарубежные финансовые институты получили доступ к внутренним рынкам, где по отношению к ним применялась внутренняя система финансового регулирования. Способность корпораций и финансовых институтов выводить операции в оффшорные рынки привела

* Проректор по развитию УИФР, кандидат экономических наук.

к позитивному взгляду регуляторов и законодателей на просьбы финансовых институтов по развитию новых видов деятельности.

Процессы в странах с развивающейся экономикой имели иную направленность. В прошлые десятилетия принципы либерализации, дерегулирования и интернационализации не приживались в этих странах. Основой для отторжения таких идей служил идеологический скептицизм в отношении функционирования капиталистической системы и подозрение в том, что международный рынок функционирует преимущественно в интересах мощных капиталистических держав. Кроме того, многие из этих стран были ориентированы на продолжение курса индустриального развития в закрытой экономической системе. Финансовый сектор рассматривался как полностью подконтрольная государству отрасль, не предполагающая иностранного участия. Тем не менее, за прошедшее десятилетие произошло движение в сторону дерегулирования и международной открытости финансовых рынков стран с развивающейся экономикой. Финансовые кризисы, прошедшие в последние десятилетия фактически в каждой из этих стран привели к пониманию того, что причиной таковых может служить чрезмерная ригидность финансового рынка и невозможность эффективного перераспределения ресурсов в экономической системе вследствие жесткого государственного регулирования.

Кроме того, существуют расхождения во взглядах относительно универсальности или специализированного характера финансового рынка.

Большинство стран членов ОЭСР придерживаются мнения, что банки должны располагать возможностью осуществления широкого перечня операций с ценными бумагами. Однако данная деятельность должна быть четко отделена от основной деятельности банка путем создания специальных отдельных структур и формирования защитных барьеров для предотвращения возникновения конфликта интересов и распространения негативного влияния на материнскую компанию. Кроме того, в развитых странах можно отметить высокую степень совмещения страховой и банковской деятельности.

Страны с развивающейся экономикой подходят к вопросу формирования комплексных финансовых групп со значительной осторожностью. Так, например, в Китае и Индонезии действует запрет на осуществление банками страховой деятельности и деятельности с ценными бумагами. Другие страны имеют систему схожую со странами ОЭСР, которая позволяет банкам заниматься страхованием и операциями с ценными бумагами, однако с обязательным созданием отдельных компаний и дополнительным пруденциальным надзором. В Китае и Южной Африке нет действующей системы страхования вкладов, однако она находится в процессе создания.

Основным трендом улучшения финансового надзора и стабильности финансовых систем стран ОЭСР было намерение создания мегарегулятора. Однако до сих пор в большинстве стран присутствует несколько регуляторов. Основной предпосылкой раздельного регулирования различных типов финансовых институтов является аргумент о необходимости различного ре-

гулирования вследствие различной фундаментальной природы банковской, страховой деятельности и сделок на рынке ценных бумаг.

В качестве ответа на изменение институциональной структуры финансового рынка и появление новых продуктов развивается система коммуникации, обмена информацией и сотрудничество между регуляторами. Следует отметить, что в Нидерландах и Австралии введена система парного регулирования (*twin peaks*), когда две структуры, одна из которых отвечает за пруденциальные вопросы, вторая за ведения бизнеса, осуществляют регулирование всех финансовых институтов. Индонезия всерьез рассматривает вопрос создания мегарегулятора. Во всех этих странах, за исключением Китая центральные банки отвечают за регулирование банковской деятельности. В Китае данным вопросом занимается специальная Комиссия регулирования банковской деятельности отдельно от центрального банка.

Тенденции дальнейшего развития финансовых рынков связаны с идеями минимизации последствий финансовых кризисов для национальных финансовых рынков, повышения доверия инвесторов.

Можно выделить несколько группы причин, которые привели к росту недоверия инвесторов:

1) информационного характера:

- несоответствие информации рейтинговых агентств реальному положению дел;
- несоответствие котировальных списков кредитному качеству продуктов;
- несоответствие наименований финансовых инструментов их содержанию;

2) деятельность профессиональных участников рынка ценных бумаг:

- предоставление инвесторам недостоверной, неполной информации, либо умалчивание существенной информации;
- осуществление профессиональными участниками действий, противоречащих интересам инвесторов;
- недостаточные требования к размеру и структуре собственного имущества профессиональных участников рынка ценных бумаг;

3) механизмы регулирования финансового рынка:

- отсутствие действенной системы гарантий на рынке коллективных инвестиций;
- несоответствие требований регуляторов к квалификации специалистов;
- отсутствие градации и промежуточных санкций у регуляторов рынка.

Обеспечение доверия инвесторов непосредственно связано и с развитием институтов финансового рынка, их структуры и характера выполняемых функций, а так же процедур взаимодействия с клиентами (как инвесторами, так и эмитентами).

Отдельного рассмотрения требует так же состав и структура инструментов финансового рынка. Основной тенденцией современного этапа развития финансовых рынков является лавинообразное расширение круга применяемых финансовых инструментов, в первую очередь за счет производных инструментов. Такая ситуация приводит к мультипликации рисков в целом по финансовому рынку, а не к их снижению, как предполагалось изначально.

Понимание тенденций развития финансовых рынков требует детального анализа взаимодействия инвестиционного спроса и предложения как сущностной характеристики инвестиционного процесса.

Формирование инвестиционного предложения имеет ряд отличительных особенностей. С одной стороны, как предложение товаров, оно обусловлено такими основными факторами, как цена, а также неценовые составляющие: издержки, совершенствование технологии, налоговая политика, ожидания, уровень конкуренции и др. С другой стороны, инвестиционное предложение выступает как специфическое товарное предложение, поскольку инвестиционные товары отличает способность приносить доход. Это определяет качественную особенность такого фактора, как цена на инвестиционные товары, которая складывается в зависимости от нормы доходности.

Норма доходности лежит в основе цены финансовых инструментов, опосредствующих движение реального капитала. Рыночная цена финансовых активов свидетельствует о степени привлекательности вложений в инвестиционные товары. Однако данное утверждение строится на гипотезе эффективного рынка, которая в современных условиях не всегда находит подтверждение. Цены финансовых активов и доходность реального капитала, движение которого опосредуют данные финансовые активы, могут лежать в достаточно широких границах и иметь разнонаправленные тенденции по динамике, что затрудняет как анализ текущей ситуации, так и принятие инвестиционных решений.

Поскольку при определенном составе инвестиционного предложения инвестиционный спрос ориентирован на более доходные активы, объем и структура инвестиционного предложения воздействуют на объем и структуру инвестиционного спроса. Инвестиционное предложение является основным фактором, определяющим масштабы функционирования инвестиционного рынка, поскольку оно вызывает изменение спроса на инвестиционные товары. Механизм обратной связи не столь выражен; он проявляется лишь в условиях свободного конкурентного рынка.

Таким образом, проведенный анализ указывает на противоречивые тенденции как развития самого финансового рынка, так и на влияние этих процессов на инвестиционное взаимодействие участников финансового рынка. Дальнейшее развитие инвестиционных отношений будет во многом зависеть от изменений институциональной среды и нормативно-правового регулирования указанных отношений и состояния макроэкономического окружения. Разрешение выявленных противоречий должно обеспечить повышение доверия инвесторов к инфраструктуре финансовых рынков, обеспечить приемлемый уро-

вень риска, сформировать устойчивые и адекватные инвестиционные ожидания и, тем самым, повысить эффективность инвестиционного процесса в целом.

Список литературы:

1. Базовый курс по рынку ценных бумаг: учебное пособие / О.В. Ломтадзе, М.И. Львова, А.В. Болотин и др. – М.: КНОРУС, 2010.
2. Болотин А.В., Ломтадзе О.В. Проблемы государственного регулирования инвестиционной активности // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. – 2013. – № 7-2. – С. 50-60.
3. Болотин А.В. О взаимосвязи реципиента, объекта и инструментов инвестирования // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. – 2013. – № 4-2. – С. 99-107.

БАНКРОТСТВО В РОССИИ: ОТ ИСТОКОВ ДО НАШИХ ДНЕЙ

© Герасименко О.А.*, Коровайная Е.М.♦

Кубанский государственный аграрный университет, г. Краснодар

Статья посвящается проблеме банкротства на современном этапе. На сегодняшний момент в условиях рыночной экономики многие организации терпят убытки и становятся неспособными удовлетворять требования кредиторов. В статье рассмотрен исторический аспект проблемы. На основе проанализированных данных предложены пути совершенствования данного института.

Ключевые слова: банкротство, кредиторы, несостоятельность, неплатежеспособность.

Институт банкротства является механизмом регулирования выживания сильнейших организаций в условиях рыночной экономики. История возникновения банкротства на Руси уходит своими корнями в XI век.

Впервые нормы, регулирующие несостоятельность должников, появились во времена Русской Правды. Этим документом были заложены основы института очередностей удовлетворения требований. О правилах персональной ответственности должника, продаже его в долговое рабство, реструктуризации задолженности в случаях безвинного банкротства упоминается в Карамзинском списке.

С развитием торговых отношений появилась необходимость создать и закрепить правила работы с должниками. Эти нормы встречаются в Соборном уложении 1699 г. и Судебниках 1497 и 1550 гг. [2].

Для командно-административного типа экономики СССР производство во всех сферах было уравнено, конкуренция – сведена на ноль. Случаев бан-

* Доцент кафедры Финансов, кандидат экономических наук, доцент.

♦ Студент 4 курса факультета «Финансы и кредит».

кротства не было, так как государство поддерживало на плаву все организации. С переходом на рыночную экономику принципы изменились. На смену «равенства» пришло понятие «конкуренции», которое предполагает устранение слабых субъектов экономики, позволяя выжившим бороться за свое место в экономике и своих покупателей.

В связи с этим процедура банкротства в Российской Федерации можно назвать молодой. А это означает, что данная тема является актуальной, требующей изучения и разработок.

В настоящее время процедура банкротства регулируется федеральным законом от 26 октября 2002 г. № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» в редакции от 29.06.2015 года и Арбитражным процессуальным кодексом.

В соответствии с данным законом банкротство – неспособность должника, признанная арбитражным судом, в полном объеме удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам и исполнить обязанность по уплате обязательных платежей.

Банкротство является единственной законной процедурой по ликвидации юридических лиц и ИП, имеющих долги. Дела о несостоятельности (банкротстве) в Российской Федерации рассматриваются только Арбитражным судом. В Гражданском кодексе прописано, что банкротом может быть юридическое лицо, за исключением казенных предприятий, учреждений, политических партий и религиозных организаций.

Чтобы юридическое лицо могли признать банкротом, необходимо наличие задолженности в размере 300 тыс. руб., которая не погашается в течение трех месяцев [1]. Необходимо отметить, что ранее сумма долга составляла 100 тыс. руб. и данное нововведение минимально, а возможно и вовсе никак, не повлияет на практику и рынок. Связано это с тем фактом, что сама процедура банкротства является всегда дорогим мероприятием, начинать которое даже из-за долга 1 млн. руб. – сомнительная перспектива, так как расходы на ведение дела в отсутствие средств у должника возлагаются на заявителя по данному делу.

Необходимо различать понятия «неплатежеспособность» и «несостоятельность (банкротство)». Неплатежеспособная организация не имеет возможности отвечать по своим краткосрочным обязательствам.

Рассмотрим платежеспособность организаций в целом по Российской Федерации, что позволит сделать вывод об их финансовой устойчивости (табл. 1) [4].

Наблюдается снижение коэффициента текущей ликвидности с 2011 года по 2014 год, что говорит об ухудшении общего финансового состояния организаций. Данное снижение повлияло на инвестирование, оно стало меньше, так как инвестору не выгодно вкладывать средства в организацию, которая их маловероятно вернет. С 2008 по 2014 год мы наблюдаем падение коэффициента обеспеченности собственными оборотными средствами, что говорит об уменьшении собственного капитала, о возрастании риска воз-

никования просроченной задолженности и потери финансовой устойчивости. Стабильное снижение данного показателя в конечном итоге может привести организацию к банкротству.

Таблица 1

Динамика коэффициентов платежеспособности в среднем по организациям Российской Федерации за 2008-2014 гг.

Год	Коэффициент текущей ликвидности, %	Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами, %	Коэффициент автономии, %
2008	129,2	-14,1	50,5
2009	129,4	-18,8	51,6
2010	134,3	-14,1	52,4
2011	136,2	-17,8	50,8
2012	128,1	-25,5	48,2
2013	125,3	-30,7	45,3
2014	121,1	-41,2	40,1

С 2008 по 2011 год коэффициент автономии превышает 50 %. Это говорит о том, что доля собственных средств в общей сумме активов больше, чем заемных. Данная ситуация является благоприятной для организации и делает её независимой от сторонних кредиторов. В последующем с 2012 по 2014 год доля заемных средств возросла. В связи с этим увеличился риск потери инвестиций, вложенных в предприятие и предоставленных ему кредитов.

Далее рассмотрим динамику просроченной кредиторской задолженности за 2008-2014 гг. (табл. 2).

Таблица 2

Динамика кредиторской задолженности организаций Российской Федерации за 2008-2014 гг.

Год	Кредиторская задолженность, млрд. руб.	из нее: просроченная
2008	13353	994
2009	14882	958
2010	17683	1006
2011	20954	1208
2012	23632	1188
2013	27532	1470
2014	33174	1881

Просроченная кредиторская задолженность – это денежные средства, которые не возвратились кредиторам в установленный срок. Систематическое не погашение кредиторской задолженности, с постоянными санкциями, пенями, штрафами, приводит предприятие к неплатежеспособности, а в дальнейшем – к банкротству.

Из данных таблицы видно, что за 8 лет общая сумма кредиторской задолженности возросла в 2,6 раза. Отрицательное влияние данной динамики мы рассмотрели выше. Несмотря на это, просроченная задолженность по отношению к общей кредиторской задолженности уменьшилась. Если в 2008 году она составляла 7,4 %, то в 2014 году эта цифра стала равной 5,7 %.

Это говорит о том, что занимать организации стали больше, но при всём этом задолженность по займам уменьшилась. Как уже говорилось, просроченная задолженность по кредиту позволяет начать процедуру банкротства в отношении такой организации.

Проанализируем сведения, предоставленные Арбитражными судами о рассмотрении дел о несостоятельности (банкротстве) за 2011-2013 годы [5].

Наибольшее количество заявлений о признании должников банкротами наблюдалось в 2012 году (40864). Необходимо отметить, что из данного количества только 81,30 % было принято к производству Арбитражными судами. Важным фактом является то, что в 2013 году всего по 0,2 % делам о банкротстве проводились процедуры финансового оздоровления. Из этого количества задолженность была погашена в 5,97 % случаях. Всё это свидетельствует о том, что данные процедуры эффективны только в теории, а на практике малодейственные. Если проанализировать количество дел, по которым проводилась процедура внешнего управления, то здесь процент погашенных задолженностей ещё меньше: в 2013 году из 803 дел 1,87 % прекратили процедуру банкротства. В 2013 году 1,98 % (633 дела) дел, по которым было отказано в признании должника банкротом. В 2012 году – 3,67 %, в 2011 году – 3,65 %. Это говорит о том, что в 2013 году отказов в признании должника банкротом стало почти в 2 раза меньше.

На финансовое состояние организации влияют как внешние, так и внутренние факторы. Внутренние причины возникают в результате деятельности самой организации. Внешние факторы не зависят от предприятия, и на которые оно не в состоянии повлиять. Основным внешним фактором является состояние экономики в России. Негативная ситуация в экономике, начавшаяся в 2014 году и продолжающаяся в настоящее время, усилила проблемы предприятий и организаций. В 2014 году обанкротилось много организаций, относящихся к различным отраслям экономики производственного и непроизводственного сектора [3].

Если в качестве примера рассмотреть туристическую сферу, то в начале 2015 года банкротами стали следующие турфирмы: АНтаэр, Ветер Странствий, Нордик Стар, Идеал Тур. Перечень является неполным, но даже это количество показывает, какое сильное воздействие на финансовую устойчивость предприятия оказывает кризис и экономическая нестабильность.

Большое количество банкротств наблюдается и в банковской сфере. С приходом нынешнего руководителя Центрального банка РФ Эльвиры Набиуллиной надзор за деятельностью коммерческих банков значительно возрос, что привело к большому количеству отзывать лицензии. Только в 2015 году были отозваны лицензии у 86 банков, среди которых КБ «Адмиралтейский», АКБ «Региональный банк развития», АО «Банк ИТБ», ПАО «Геленджик Банк».

В соответствии с вышеизложенным можно сделать следующие выводы.

Во-первых, в настоящее время мы наблюдаем большое количество обанкротившихся организаций, что негативно сказывается на экономике в целом.

Во-вторых, банкротство одной организации влечет за собой возникновение финансовых проблем у её партнеров.

В связи с этим мы считаем необходимым в законодательном порядке обязать руководство организаций проводить оценку финансового состояния, как на краткосрочный период, так и в долгосрочной перспективе.

Считаем целесообразным введение должности финансового аналитика в организациях различного размера (не только в крупных, но и на малых) и во всех отраслях экономики. Особое внимание при этом необходимо уделить сельскому хозяйству и промышленности, так как эти отрасли являются ведущими для обеспечения продовольственной и экономической безопасности государства.

Эти меры приведут к способности организаций успешно функционировать и развиваться, сохранять равновесие активов и пассивов в изменяющейся внутренней и внешней среде, постоянно поддерживать свою платежеспособность и инвестиционную привлекательность, свидетельствующую об их устойчивом финансовом состоянии.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 26.10.2002 г. №127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» по состоянию на 01.10.2015 г.
2. Баталова Т.Н. Учет и анализ банкротств: учебное пособие / Т.Н. Баталова. – Пермь: Пермский государственный университет, 2012.
3. Яковлева А.А., Герасименко О.В. Мероприятия, способствующие увеличению финансовой устойчивости предприятия // Экономика. Теория и практика. Перспективы XXI века: материалы международной научно-практической конференции. – Саратов, 2014. – С. 126-133.
4. Коэффициенты платежеспособности и финансовой устойчивости организаций (без субъектов малого предпринимательства) Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>.
5. Рассмотрение дел о несостоятельности (банкротстве) в 2010-2013 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.arbitr.ru>.

СОВРЕМЕННАЯ СИСТЕМА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ДОХОДОВ ПРЕДПРИЯТИЙ В КАЗАХСТАНЕ

© Курмангалиева А.К.* , Асаубаева З.Н.♦

Костанайский государственный университет имени А. Байтурсынова,
Республика Казахстан, г. Костанай

Данная статья рассматривает корпоративный подоходный налог как один из основных налогов налоговой системы Казахстана. Корпора-

* Старший преподаватель, кандидат экономических наук.

♦ Студент.

тивный подоходный налог является прямым налогом, т.е. этим налогом облагается доход юридического лица – предприятия. Базой налогообложения является доход, получение которого представляет собой цель для любого коммерческого предприятия.

Ключевые слова: налогооблагаемый доход, чистый доход, корпоративный налог.

Корпоративный подоходный налог – один из основных налогов налоговой системы Казахстана. Корпоративный подоходный налог является прямым налогом, т.е. этим налогом облагается доход юридического лица – предприятия. В отличие от косвенных налогов (НДС, акцизы), корпоративный подоходный налог не перекладывается на потребителя продукции (услуг, работ) и плательщиком его является получатель совокупного годового дохода. Базой налогообложения является доход, получение которого представляет собой цель любого коммерческого предприятия.

Объектами обложения корпоративным подоходным налогом являются:

- 1) налогооблагаемый доход;
- 2) доход, облагаемый у источника выплаты;
- 3) чистый доход юридического лица-нерезидента, осуществляющего деятельность в Республике Казахстан через постоянное учреждение.

Налогооблагаемый доход определяется как разница между совокупным годовым доходом с учетом корректировок, предусмотренных Налоговым кодексом, и вычетами.

Предприятие признает доходы от реализации товаров (работ, услуг) по методу начисления, согласно которому независимо от времени оплаты доходы и расходы учитываются с момента выполнения работ, предоставления услуг, отгрузки товаров с целью их реализации и оприходования имущества.

Совокупный доход предприятия за налоговый период состоит из доходов, подлежащих получению (полученных) предприятием в Республике Казахстан и за ее пределами в течение налогового периода.

В совокупный доход предприятия за налоговый период включаются следующие виды доходов предприятия (см. рис. 1).

Целью предпринимательской деятельности является обеспечение общественных потребностей и извлечение дохода.

Доход как экономическая категория выражает финансовые результаты деятельности предприятия.

В соответствии с Законом Республики Казахстан «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности», доходы – это увеличение экономических выгод в течение отчетного периода в форме увеличения активов или их стоимости либо уменьшения обязательств, приводящее к увеличению собственного капитала, не связанного со вкладами собственников.

В международном стандарте финансовой отчетности 18 «Выручка» дается следующее определение дохода: «Доход – любые поступления, увели-

чивающие собственный капитал (кроме вкладов акционеров), как в ходе обычной деятельности (выручка), так и прочие поступления».



Рис. 1. Доходы организации, подлежащие налогообложению

Для определения источников получения доходов вся деятельность предприятия разделяется на:

- основную или операционную деятельность (производство и реализация продукции, работ и услуг предприятия);
- финансовую деятельность (получение кредитов и выдача их другим предприятиям; участие предприятия в деятельности других компаний; операции предприятия на финансовых рынках, курсовые разницы и др.);
- чрезвычайные статьи (операции, не являющиеся характерными для деятельности предприятия).

Такое деление весьма важно, поскольку оно позволяет определить, какой удельный вес доходов, полученных как от основной деятельности предприятия, так и из других источников, в особенности из таких, которые вообще не являются характерными для деятельности данного предприятия и не могут рассматриваться как постоянный источник получения его доходов.

В бухгалтерском учете существует деление доходов на следующие виды:

- доход от основной деятельности, который может быть получен от реализации готовой продукции (работ, услуг), от реализации приобретенных товаров, реализации строительно-монтажных, научно – изыскательских и т.п. работ, а также в виде вознаграждений, процентов, дивидендов, гонораров, роялти и т.п.;
- доход от неосновной деятельности, который может быть получен от реализации материальных активов и основных средств, ценных бумаг и т.д.

Доходы, полученные от основной и неосновной деятельности предприятия, составляют ее совокупный доход. Совокупный годовой доход юридического лица-резидента состоит из доходов, подлежащих получению (полученных) им в Республике Казахстан и за ее пределами в течение налогового периода.

В соответствии с Налоговым Кодексом Республики Казахстан, доходом от реализации товаров (работ, услуг) является стоимость реализованных товаров, выполненных работ, предоставленных услуг, за исключением налога на добавленную стоимость и акциза, если иное не предусмотрено законодательством Республики Казахстан по вопросам государственного контроля при применении трансфертных цен.

Для финансового управления предприятием необходимо иметь следующие показатели доходов:

- чистый доход от реализации продукции (работ, услуг) – это валовый доход от реализации за вычетом налога на добавленную стоимость, акцизов, возвращенных товаров и ценовых скидок. Чистый доход (убыток) определяется как разность между доходом (убытком) до налогообложения и корпоративным подоходным налогом, рассчитанным от суммы налогооблагаемого дохода по действующей в текущей в текущем периоде налоговой ставке.
- валовый доход от реализации – чистая выручка от реализации за вычетом производственных расходов на реализованную продукцию. Этот показатель позволяет анализировать эффективность производственной деятельности предприятия;
- доход (убыток) от основной деятельности (операционная прибыль или операционный убыток) – валовый доход от реализации за вычетом расходов по управлению и расходов по сбыту. Этот показатель отражает влияние расходов по управлению и сбыту на финансовый результат от реализации;
- доход от финансовой деятельности – сальдо доходов и расходов по финансовой деятельности. Этот показатель необходим, для того чтобы отделить доход от производственно-хозяйственной деятельности предприятия от таких источников получения доходов, как получение процентов и дивидендов предприятием, операции с иностранной валютой и др.

- доход (убыток) до уплаты налога. Этот показатель является точкой перехода от бухгалтерского дохода к налогооблагаемому доходу. Бухгалтерский доход – это доход, рассчитанный в соответствии с требованиями бухгалтерского учета. Основная цель определения бухгалтерского дохода – показать эффективность деятельности предприятия за отчетный период. Налогооблагаемый доход – это бухгалтерский доход, пересчитанный согласно налоговым требованиям;
- прибыль (убыток) отчетного года – доход после уплаты налога. В условиях рыночной экономики это важнейший показатель деятельности предприятия. Именно он находится в центре внимания управляющих предприятия и финансовых рынков. От его динамики зависит само существование предприятия, рабочие места для его работников, выплата дивидендов в акционерной компании.

Показателем, наиболее полно отражающим эффективность производства, объем и качество произведенной продукции, состоянии производительности труда, уровень себестоимости, является чистый доход предприятия. Многие экономисты, прежде всего Й. Шумпетер, считали, что чистый доход (прибыль) представляет доход предпринимателей, получаемый в результате применения новых технологий.

Основными функциями, которые выполняет чистый доход предприятия, являются:

- оценочная, которая дает возможность дать оценку эффективности работы предприятия;
- распределительная (чистый доход предприятия является инструментом распределения доходов);
- стимулирующая. Ее сущность заключается в том, что прибыль используется как в интересах предприятия, так и в интересах его работников.

Таким образом, доходы предприятия – это увеличение активов, либо уменьшение обязательств в отчетном периоде.

Производственно-хозяйственная деятельность предприятия требует расходов на материальные, трудовые, финансовые ресурсы, на простое и расширенное воспроизводство основных фондов и оборотных средств, производство и реализацию продукции, социальное развитие своего коллектива и др. Следовательно, зарабатывая доходы, предприятие несет определенные расходы. Расходы – это уменьшение активов, либо возникновение обязательств (или то или другое одновременно) в результате производства и реализации продукции (работ, услуг) и иной деятельности.

Специального стандарта по расходам среди МСФО нет, как, например, для учета доходов (МСФО 18 «Выручка»). Определение расходов и условия их признания в финансовой отчетности содержит документ «Принципы подготовки и составления финансовой отчетности». Этот документ не явля-

ется стандартом. Он представляет собой концептуальную основу, фундамент для разработки и оценки МСФО.

Корпоративный подоходный налог – один из основных налогов налоговой системы Казахстана. Корпоративный подоходный налог является прямым налогом, т.е. этим налогом облагается доход юридического лица – предприятия. Базой налогообложения является доход, получение которого представляет собой цель для любого коммерческого предприятия.

Существует отличие порядка определения дохода в бухгалтерском учете от налогового учета. В первом случае доход от реализации определяется как разница между выручкой без налога на добавленную стоимость и акцизов и расходами на производство продукции и его реализацию, определяемыми нормативными документами по бухгалтерскому учету. В налоговом учете доход исчисляется как разница между совокупным годовым доходом (без косвенных налогов) и вычетами, определяемыми налоговым законодательством.

Корпоративный подоходный налог – один из основных налогов налоговой системы Казахстана. Корпоративный подоходный налог является прямым налогом, т.е. этим налогом облагается доход юридического лица – предприятия. В отличие от косвенных налогов (НДС, акцизы), корпоративный подоходный налог не перекладывается на потребителя продукции (услуг, работ) и плательщиком его является получатель совокупного годового дохода. Базой налогообложения является доход, получение которого представляет собой цель любого коммерческого предприятия.

Основным объектом налогообложения корпоративным подоходным налогом является налогооблагаемый доход, величина которого определяется как разница между совокупным годовым доходом и вычетами.

Доходы, полученные от основной и не основной деятельности субъекта, составляют его совокупный годовой доход, который признается и учитывается в соответствии с СБУ 5 и МСФО 18.

Доход может быть получен от реализации товарно-материальных запасов, оказания услуг, передачи в пользование активов, принадлежащих предприятию и приносящих процент, роялти и дивиденды.

Чтобы правильно и точно определить сумму КПП, подлежащую оплате в бюджет, необходимо конкретно знать какие виды доходов налогоплательщика относятся к совокупному годовому доходу.

В состав расходов периода входят:

- общие и административные затраты (оплата труда руководителей, специалистов и служащих заводоуправления с относящимися к ней отчислениями, затраты материальных ресурсов, израсходованных на общехозяйственные нужды, и др.);
- расходы на продажу, связанные со сбытом продукции (затраты на упаковку продукции, оплату погрузочно-разгрузочных работ, транспортировку продукции, рекламу);

- расходы по процентам – к ним относят оплату процентов по кредитам банков, по кредитам поставщиков, по аренде имущества и другие.

Список литературы:

1. Закон РК «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» от 28.02.2007 года № 234-111.
2. О налогах и других обязательных платежах в бюджет (Налоговый кодекс). Кодекс Республики Казахстан от 12 июня 2001 г. № 209-11 (с изменениями и дополнениями от 01.01.2007 г.). – Алматы: Каржы-Каражат, 2006.
3. Инструкция (основа) по разработке Рабочего плана счетов для организаций, составляющих финансовую отчетность в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности (приказ МФ РК от 22.12.2005 г. № 426).
4. Гражданский Кодекс Республики Казахстан (Общая часть). Комментарий (постатейный). В двух книгах. Книга 2. – 2-е изд., испр. и доп., с использованием судебной практики / Под ред. М.К. Сулейменова, Ю.Г. Басина. – Алматы: Жеті жарғы, 2003. – 528 с.
5. Абдрасимова Ж.К. Бухгалтерский учет: учебно-практическое пособие. – Караганда, 2001.
6. Глушков И.В. Бухгалтерский учет на современном предприятии. Москва. – Новосибирск: «ЭКОР», «КНОРУС», 2001. – 225 с.
7. Жакупова О.М. Финансовый учет: учебно-практическое пособие I, II, III. – Караганда, 1999.

АНАЛИЗ РЕГИОНАЛЬНЫХ НАЛОГОВЫХ ЛЬГОТ НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ САХА (ЯКУТИЯ)

© Павлова А.Р.*

Финансово-экономический институт

Северо-Восточного федерального университета им. М.К. Аммосова,
г. Якутск

В данной статье проанализирован объем недополученных (выпадающих) доходов бюджета РС(Я) в связи с предоставлением налоговых льгот по региональным налогам. И рассмотрены региональные налоговые льготы.

Ключевые слова: налоговые льготы, налогообложение, региональные налоги.

Налоговые льготы в теории налогообложения признаются одними из ведущих инструментов налоговой политики, эффективность действия кото-

* Студент 4 курса.

рых оказывает непосредственное влияние на успешность реализации всей налоговой доктрины.

Согласно п. 1 ст. 56 НК РФ, льготами по налогам и сборам признаются предоставляемые отдельным категориям налогоплательщиков и плательщиков сборов предусмотренные законодательством о налогах и сборах преимущества по сравнению с другими налогоплательщиками или плательщиками сборов, включая возможность не уплачивать налог или сбор либо уплачивать их в меньшем размере [1].

С момента создания российской налоговой системы вопросы применения налоговых льгот постоянно находятся в центре внимания, что связано с большим объемом выпадающих доходов бюджетов бюджетной системы Российской Федерации от предоставления различных льгот по налогам и сборам.

Оценка эффективности налоговой льготы представляется важным и необходимым моментом при введении новой льготы или проведении инвентаризации действующих льгот. Необходимо четко представлять цели, которые требуется достичь при применении той или иной льготы, а также последствия для бюджета и экономики на федеральном, региональном и местном уровнях. Одновременно следует учитывать, что любые исключения из общего режима налогообложения требуют дополнительных мер контроля со стороны налоговых органов, так как существуют риски их неправомерного использования.

Рассмотрим более подробно предоставление региональных налоговых льгот на примере Республики Саха (Якутия).

Региональные налоги – обязательные и безвозмездные платежи в бюджет соответствующих субъектов РФ, устанавливаемые законами субъектов РФ в соответствии с НК РФ и обязательные к уплате на территории соответствующих субъектов РФ. К региональным налогам относятся: налог на имущество организаций, транспортный налог и налог на игорный бизнес.

Ниже представлены данные о потерях доходов бюджета в связи с предоставлением налоговых льгот по региональным налогам (на основании форм № 5-НИО и № 5-ТН).

Таблица 1

Объем недополученных (выпадающих) доходов бюджета РС(Я) в связи с предоставлением налоговых льгот по региональным налогам [3]

Наименование налога	Значение показателя (тыс. руб.)		
	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Налог на имущество организаций	93 737	73 020	65 375
Транспортный налог	39 426	32 994	31 663

В результате анализа, можно сделать вывод, что сумма потерь доходов бюджета по налогу на имущество организаций по итогам трех лет уменьшалась, в 2013 г. сумма потерь составила 20 717 тыс. руб., в 2014 г. про-

изошло уменьшение на 7 645 тыс. руб. Это уменьшение связано с тем, что на федеральном уровне льготы отменялись и сейчас отменяются, но оставалась возможность установления таких льгот на региональном уровне. Поэтому бюджет недополучает только собственные доходы. По транспортному налогу наблюдалась аналогичная тенденция.

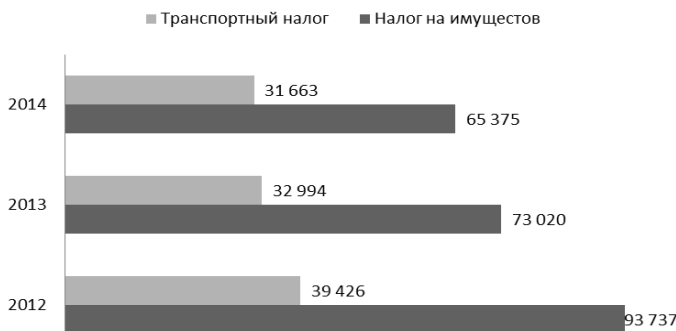


Рис. 1. Объем недополученных (выпадающих) доходов бюджета РС(Я) в связи с предоставлением налоговых льгот по региональным налогам

На рисунке видно, что в основном организации пользуются льготами по налогу на имущество организаций, в связи с ненужностью в обслуживании транспортного средства и не высокой суммой по нему.

Согласно закону Республики Саха от 7 ноября 2013 года № 1231 № 17-V, налоговые льготы предоставляются по транспортному налогу и налогу на имущество организаций (посредством освобождения от уплаты):

- 1) организациям независимо от их организационно-правовых форм, осуществляющим следующие виды деятельности:
 - сельское хозяйство, охота и предоставление услуг в этих областях;
 - рыболовство, рыбоводство и предоставление услуг в этих областях;
 - производство продуктов мукомольно-крупяной промышленности;
 - производство готовых кормов для животных;
- 2) организациям, зарегистрированным в сельской местности, городах улусного (районного) значения, поселках городского типа, городах Нюрбе и Покровске, осуществляющим следующие виды деятельности:
 - ветеринарная деятельность, кроме ветеринарных услуг, переведенных на систему налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности;
 - выделка и крашение меха, кроме услуг по выделке и крашению меха, переведенных на систему налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности;
 - переработка и консервирование рыбо- и морепродуктов;

- производство растительных и животных масел и жиров;
- производство молочных продуктов [2].

Таким образом, с увеличением предоставления налоговых льгот как инвестиций в развивающиеся предприятия, бюджет много не потеряет, он вырастет за счет других налогов: с увеличением мощности и выпуска продукции бюджет пополнится суммами за счет НДС, налога на прибыль организаций, а увеличение рабочих мест, повлечет рост НДФЛ.

Основным направлением деятельности законодательных и исполнительных органов власти в настоящих условиях наряду с разработкой различных критериев оценок эффективности налоговых льгот, должно быть сокращение размеров обезличенных льгот и ограничение перечня льготных категорий налогоплательщиков.

Инструмент налоговых льгот может и должен использоваться в качестве магнита для привлечения притока инвестиций. И только в краткосрочном режиме, не более двух, трех лет. Краткосрочность налоговых льгот создает возможность хоть какой-то оценки их эффективности.

Налоги, в первую очередь, должны исполнять свою основную задачу – фискальную, т.е. обеспечивать необходимый уровень наполнения бюджета для финансирования государственных и муниципальных полномочий. Но в тоже время, только создание комфортного налогового климата может заинтересовать отечественных и иностранных производителей служить основой для формирования доходной части бюджета регионов.

Список литературы:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая): от 05.08.2000 N 117-ФЗ (принят ГД ФС РФ 19.07.2000) (ред. от 28.11.2015).
2. Закон Республики Саха от 7 ноября 2013 года №1231 № 17-V.
3. Официальный сайт Федеральной налоговой службы России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nalog.ru/>.

РЕФОРМИРОВАНИЕ ЧАСТНЫХ НАКОПИТЕЛЬНЫХ ПЕНСИОННЫХ ФОНДОВ В ЕДИНЫЙ НАКОПИТЕЛЬНЫЙ ПЕНСИОННЫЙ ФОНД: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

© Салькина А.С.*, Утебаев Р.А.

Костанайский государственный университет имени Ахмета Байтурсынова,
Республика Казахстан, г. Костанай

В статье рассмотрены основные теоретические вопросы перехода частных накопительных пенсионных фондов Республики Казахстан в

* Преподаватель кафедры «Финансы и банковское дело».

Единый накопительный пенсионный фонд, а так же приведен SWOT анализ накопительной пенсионной системы Республики Казахстан.

Ключевые слова: частный накопительный пенсионный фонд, единый накопительный пенсионный фонд.

Инновационная пенсионная система Казахстана считается одним из принципиальных компонентов общественного снабжения и инвентарем инвестирования в экономику Республики. Президент Республики Казахстан Н.А. Назарбаев в собственном Письме народу Казахстана от 14 декабря 2012 года «Стратегия «Казахстан – 2050»: новый политический курс состоявшегося государства» отметил, что для форсированного становления всех разделов экономики, в особенности инфраструктуры, а еще помощи глобального становления предпринимательства необходимы «длинные» и дешевые денежные ресурсы [1].

Одним из основных этапов реформирования пенсионной системы стало создание Единого накопительного пенсионного фонда (ЕНПФ) и передача ему пенсионных активов и обязательств по договорам о пенсионном обеспечении частных накопительных пенсионных фондов (ЧНПФ).

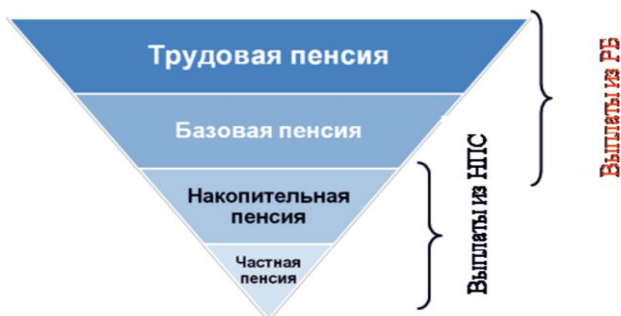
Целью работы считается изучение теоретических и юридических основ преобразования личных накопительных пенсионных фондов путем объединения в единый накопительный пенсионный фонд, а так же его состояния, проблем при создании ЕНПФ и перспектив развития.

21 июня 2013 года был принят Закон Республики Казахстан «О пенсионном обеспечении Республики Казахстан» в новой редакции (далее – Закон). В соответствии с пенсионным законодательством, единственным акционером ЕНПФ является Правительство Республики Казахстан. Хранение и учет пенсионных активов Фонда осуществляется Национальным Банком Республики Казахстан. Инвестиционное управление пенсионными активами ЕНПФ также возложено на Национальный Банк Республики Казахстан.

22 августа 2013 г, после перерегистрации в органах юстиции к работе приступило АО «ЕНПФ».

Приказом председателя НБК №356 от 15 сентября 2013 года был утвержден график приема и передачи пенсионных активов из частных пенсионных фондов в ЕНПФ. На начало реформирования пенсионной системы (01.01.2013) на рынке функционировали 11 НПФ, затем 2 пенсионных фонда объединились с другими НПФ и на момент создания ЕНПФ на рынке осталось 9 НПФ (01.09.2013). Таким образом, полный переход на ЕНПФ состоится 26 июня 2014 года[2].

С 3 июля 2013 года вступил в силу Закон Республики Казахстан от 21.06.13 г. № 105-V «О пенсионном обеспечении в Республике Казахстан» (далее – Закон) [2]. На ниже приведенном рисунке можно проследить сложившуюся и предполагаемую многоуровневая модель пенсионной системы Республики Казахстан (рис. 1).



Предполагаемая пенсионная система



Рис. 1. Сложившаяся пенсионная система

Закон ориентирован на создание целостной государственной политики в области пенсионного обеспечения граждан, обеспечивающей реализацию конституционных прав граждан на пенсионное обеспечение, создание единого накопительного пенсионного фонда для снабжения денежной стойкости пенсионной системы, прозрачности управления пенсионными счетами и пенсионными активами, обеспечение государственной гарантии сохранности пенсионных накоплений.

ЕНПФ разрабатывает пенсионные правила, которые являются договором о пенсионном обеспечении за счет обязательных пенсионных взносов, обязательных профессиональных пенсионных взносов (договором присоединения) и устанавливают права, обязанности и ответственность ЕНПФ и вкладчиков (получателей) пенсионных накоплений, а также иные особенности правоотношений между ЕНПФ и вкладчиками (получателями). Изобретение личного пенсионного счета в ЕНПФ исполняется на основании заявления вкладчика, составленного сообразно форме, предусмотренной пенсионными правилами ЕНПФ.

Вкладчик считается присоединившимся к договору о пенсионном обеспечении со дня получения ЕНПФ электронного уведомления ГЦВП о вне-

сении сведений о договоре о пенсионном обеспечении в единый список физических лиц, заключивших договор о пенсионном обеспечении [3].

ЕНПФ считается правопреемником по всем договорам о пенсионном обеспечении, заключенным до введения в действие настоящего Закона с вкладчиками, пенсионные накопления по которым были переданы в ЕНПФ.

С даты вступления в действие Закона и по окончании передачи в ЕНПФ пенсионных активов и обязательств по договорам о пенсионном обеспечении прекращаются:

- 1) переводы пенсионных накоплений вкладчиков (получателей) из накопительных пенсионных фондов в страховые организации;
- 2) переводы пенсионных накоплений вкладчиков (получателей) из одного накопительного пенсионного фонда в другой, за исключением перевода в единый накопительный пенсионный фонд, в сроки, определенные графиком.

Таким образом, вкладчики, имеющие договор о пенсионном обеспечении в накопительных пенсионных фондах за счет обязательных пенсионных взносов не имеют права перезаключения договора.

Физические лица, не имеющие до 02.07.2013 года договора о пенсионном обеспечении за счет обязательных пенсионных взносов до образования ЕНПФ имеют право заключения договора с накопительным пенсионным фондом [4].

На основании представленных в табл. 1 итогов SWOT-анализа накопительной пенсионной системы (НПС) Республики Казахстан, можно сделать вывод о том, что сильные стороны и возможности превышают слабые стороны и угрозы.

Преимущества ЕНПФ над ЧНПФ:

1. Ограничение административных затрат и, как следствие, понижение комиссионного вознаграждения (в 2 раза) АО «ЕНПФ», взимаемого с пенсионных накоплений вкладчиков (получателей). Для сопоставления: максимальная размер комиссионного вознаграждения АО «ЕНПФ» установлена в пределах не выше 7,5 % от инвестиционного дохода, тогда как, в частных фондах было – не выше 15 %. Ставка от пенсионных активов теперь в ЕНПФ составит 0,025 % в месяц, при том, что в частных фондах эта ставка была равна 0,05 % в месяц от пенсионных активов.
2. Осуществление доверительного управления пенсионными активами АО «ЕНПФ» Национальным Банком Республики Казахстан, обладающим опытом управления активами национального фонда Республики Казахстан.
3. Государственная гарантия сохранности обязательных пенсионных взносов вкладчиков, внесенных в НПФ и ЕНПФ с учетом уровня инфляции на момент получения права на пенсионные выплаты.

Таблица 1

SWOT-анализ НПС Республики Казахстан

Сильные стороны	Слабые стороны
Снабжение точности учета пенсионных накоплений в соответствие принятыми международными стандартами.	Недостаточность пенсионных накоплений для обеспечения достойного уровня пенсионных выплат при наступлении старости.
Постоянный государственный контроль финансового состояния эмитентов, находящихся в портфеле пенсионных активов для оценки корпоративных рисков и предстоящего потенциала роста.	Маленький степень добровольных пенсионных накоплений.
Регулярный мониторинг и анализ макроэкономической ситуации для выявления перспективных секторов экономики и эмитентов, обладающих потенциалом роста.	Отсутствие прозрачности.
Возможности	Угрозы
Повышение инвестиционного дохода путем инвестирования в многообещающие секторы экономики из средств пенсионных активов.	Проблема дефицита пенсионной системы.
Программа «Народное IPO»	Отсутствие доверия.

На основании выше сказанного, можно сделать вывод о том, что переход из ЧНПФ на ЕНПФ было целесообразным действием, так как, по нашим расчетам через 25-30 лет ЧНПФ вполне израсходовал бы собственные способности, и пенсионная система пришла бы в тупик, влекущая за собой финансовый кризис, и не оправдала бы ожидания [5].

Казахстанская модель пенсионного обеспечения с момента перехода на накопительную систему, доля государственных выплат равномерно убавлялся и выплаты из Республиканского бюджета начал заменятся собственными сбережениями и накоплениями вкладчиков, что показывает снижение государственного влияния над пенсионным обеспечением вкладчиков при старости. С помощью ЕНПФ, государство вновь начала сто процентное влияние и владение, пенсионными активами вкладчиков, инвестируя их многообещающие планы сообразно воззрению управления фонда, которые станут приводить инвестиционную прибыль вкладчикам превышающую стагнацию экономики. Однако остается надеяться, что за столь короткий период решение Правительства было хорошо обдуманым шагом, так как, правительство приняла решение, о переходе на единый накопительный пенсионный фонд в начале 2013 года и полный переход уже завершился в июне 2014 года, где понадобилось всего полтора года. В принципе, у ЕНПФ имеется разряд превосходств над ЧНПФ, но необходимо учитывать, что в условиях рыночной экономики должна быть здоровая конкуренция экономических агентов. Что не смогли показать ЧНПФ Казахстана за свою 15 летнюю историю, так как их деятельность регулировало государство и можно с уверенностью сказать, что инвестиционная политика у всех была одинаковой, и в этой связи было не целесообразно иметь десятки пенсионных фондов для выгоды единиц.

В возможности нужно постоянно улучшать пенсионную систему и необходимо изучать зарубежный опыт и адаптируя сильные стороны в нашу систему.

Список литературы:

1. Қаржы жүйесі бөлімдерінің дамуы және өзара әрекеттестігі сферасындағы мәселелері [монография] / ред. Ж.Б. Рахметулина (авт.: Апышева А.А., Бағырканов О.Н., Домалатов Е.Б. және т.б.) – Өскемен: С.Аманжолов атындағы ШҚМУ, 2014. – 109-111 б.

2. Домалатов Е.Б. Бірыңғай жинақтаушы зейнетақы қорын құру: мәселелері мен болашағы / Е.Б. Домалатов, Т.А. Абылайханова // «Ғылым мен бизнестің кооперациясы: мәселелері мен болашағы» атты III Республикалық жас ғалымдар мен студенттердің ғылыми-тәжірибелік конференциясы, Өскемен, С. Аманжолов атындағы ШҚМУ, 2013 ж., I-бөлім, 352-357 б.

3. Приказ председателя Национального банка РК от 24 сентября 2013 года № 356 о графике приема-передачи пенсионных активов и обязательств НПФ по договорам о пенсионном обеспечении в ЕНПФ.

4. Закон Республики Казахстан «О пенсионном обеспечении в Республике Казахстан» от 21.06.13 г. № 105-V.

5. Послание Президента Республики Казахстан лидера нации Н.А. Назарбаева народу Казахстана «Стратегия «Казахстан – 2050»: новый политический курс состоявшегося государства». – Астана: Акорда, 14.12.2012.

СУММА ПОД РИСКОМ ПО ПОРТФЕЛЮ (ПОКАЗАТЕЛЬ VAR) И ЕГО СВОЙСТВА

© **Танана Д.Б.***

Уральский институт фондового рынка, г. Екатеринбург

Исследование посвящено рассмотрению показателя VaR – достаточно популярной метрике риска по портфелю и изучению некоторых его полезных свойств.

Ключевые слова: портфель ценных бумаг, риск портфеля ценных бумаг, показатель Value-at-Risk.

Не секрет, что важнейшую роль в повседневной работе портфельного управляющего играет грамотное управление рисками. В риск – менеджменте известно несколько хорошо зарекомендовавших себя методов управления капиталом: от стратегии «фиксированного риска на сделку» до моделирования показателя VaR (Value-at-Risk), величина которого количественно оце-

* Старший преподаватель кафедры Информатики и информационных методов в экономике.

нивает капитал, находящийся под риском. Именно модель VaR, благодаря свойству адаптивности, находит активное применение в практике биржевых портфельных инвестиций. Исследованию ряда прикладных свойств данной модели посвящена настоящая работа.

Рассмотрим показатель **Value-at-Risk (VaR)**, являющийся стоимостной мерой риска. Это выраженная в денежных единицах (или в процентах от капитала) оценка величины, которую не превысят ожидаемые в течение данного инвестиционного горизонта потери с заданной вероятностью. Также называется показателем «16:15», именно в это время значение данного показателя должно быть на столе у главы правления банка J.P. Morgan (имеется в виду «однодневный VaR», инвестиционный горизонт принят в один день).

Показатель VaR характеризуется тремя параметрами:

Временной горизонт, который зависит от рассматриваемой ситуации на финансовом рынке. По документам Базель-2 – 10 дней, по методике Risk Metrics банка J.P. Morgan – 1 день. На практике также распространены расчеты с временным горизонтом в 1 месяц и более.

Доверительный интервал (confidence level) – уровень допустимого риска. По базельским документам используется величина 99 %, в системе Risk Metrics – 95 %.

Базовая валюта (или процент от капитала), в которой измеряется показатель.

VaR – это величина убытков, которая с вероятностью, равной уровню доверия (например, 95 %), не будет превышена. Следовательно, в 5 % случаев убыток составит величину превышающую значение VaR.

Иначе говоря, вычисление величины VaR проводится с целью заключения утверждения подобного типа: «Мы уверены на X % (с вероятностью X/100), что наши потери не превысят Y рублей (процентов) в течение следующих N дней». В данном предложении неизвестная величина Y и есть VaR.

Методика расчета показателя различается в зависимости от типа исходной финансовой информации и бывает:

- 1) исторической, когда распределение доходностей берется из уже реализовавшегося временного ряда, то есть неявно предполагается, что доходности в будущем будут вести себя аналогично тому, что наблюдалось ранее.
- 2) параметрической, когда расчеты проводятся в предположении, что известен вид распределения доходностей (чаще всего оно предполагается нормальным).

Второй подход является наиболее распространенным на практике.

Теперь дадим определение меры риска VaR.

Для данного уровня значимости $\gamma \in (0, 1)$ и инвестиционного горизонта Δt мера риска VaR определяется как

$$VaR_\gamma = \{u / P[R \leq u] = \gamma\},$$

где R – рост курсовой стоимости (доходность) портфеля ценных бумаг, подчиняющийся непрерывному закону распределения.

Если случайная величина R подчинена нормальному закону распределения, то показатель VaR представляет собой не что иное, как γ -квантиль функции распределения F : $VaR_\gamma = F_R^{-1}(p)$, $p = 1 - \gamma$ – уровень достоверности.

Используя в расчетах числовые характеристики нормально распределенной случайной величины, приходим к следующей наглядной формуле:

$$VaR_\gamma = M[R] - \alpha_{1-\gamma} \cdot \sigma_R,$$

где $M[R]$ – ожидаемый доход (доходность) по портфелю, σ_R – среднее квадратическое отклонение дохода по портфелю (количественная мера риска), $\alpha_{1-\gamma}$ – коэффициент, зависящий от уровня доверия $1 - \gamma$.

Наиболее распространены в исследованиях уровни доверия в 90 %, 95 %, 97,5 % и 99 %, и соответствующие им коэффициенты:

$$\alpha_{0,9} = 1,282; \alpha_{0,95} = 1,645; \alpha_{0,975} = 1,96; \alpha_{0,99} = 2,326.$$

Рассмотрим пример, иллюстрирующий ранее рассмотренные понятия.

Пример 1. Стоимость портфеля инвестора составляла 5 млн. руб. Волатильность за месяц 2,5 %, ожидаемая доходность за месяц 1,5 %. Определить одномесячные ожидаемые потери (VaR) портфеля (в руб.) с уровнем доверия 95 %. Распределение стоимости портфеля считать нормальным.

Пусть R – доход портфеля ценных бумаг. Предварительные расчеты проведем в абсолютных величинах. Найдем ожидаемый доход по портфелю за месяц $M[R] = 5000000 \cdot 0,015 = 75000$ руб. Вычислим среднее квадратическое отклонение $\sigma_R = 5000000 \cdot 0,025 = 125000$ руб. Тогда показатель VaR с уровнем доверия 95 % составит:

$$VaR_\gamma = M[R] - \alpha_{0,95} \cdot \sigma_R = 75000 - 1,645 \cdot 125000 = -130625 \text{ руб.}$$

Найденный результат можно интерпретировать следующим образом: на инвестиционном горизонте в один месяц убыток по портфелю будет меньше, чем 130625 руб. с вероятностью 95 %.

Допустим, данный уровень убытков представляется для инвестора чрезвычайно значительным. В этом случае возможно снижение показателя VaR за счет вывода части капитала в безрисковый актив (государственную облигацию без дефолт-риска).

Пример 2. В условиях Примера 1. из портфеля ценных бумаг вывели в безрисковый актив сумму в 2 млн. руб. Доходность безрискового актива за месяц 0,5 %. Рассчитать показатель VaR нового портфеля.

Рассчитаем инвестиционные характеристики нового портфеля:

$$M[R] = 3000000 \cdot 0,015 + 2000000 \cdot 0,005 = 55000 \text{ руб.}$$

$$\sigma_R = 3000000 \cdot 0,025 = 75000 \text{ руб.}$$

Тогда показатель VaR с уровнем доверия 95 % составит

$$VaR_\gamma = M[R] - \alpha_{0,95} \cdot \sigma_R = 55000 - 1,645 \cdot 75000 = -68375 \text{ руб.}$$

Таким образом прогнозный убыток в случае катастрофического (с вероятностью 5 %) сценария удалось существенно сократить.

Актуальной является следующая проблема.

Допустим, показатель VaR текущего портфеля ценных бумаг не является допустимым для данного инвестора. Каким должен быть объем капитала выводимого в безрисковый актив для приведения показателя к заданной величине, при сохранении прежней структуры портфеля рискованных ценных бумаг?

Для решения поставленной задачи необходимо перейти к рассмотрению введенных ранее понятий в терминах доходности портфеля ценных бумаг и единичного начального капитала инвестора.

Пусть R – доходность портфеля ценных бумаг (% за период, как правило, год). В условиях Примера 1 процентные расчеты показателя VaR приводят к следующим значениям:

$$VaR = M[R] - \alpha_{0,95} \cdot \sigma_R = 1,5\% - 1,645 \cdot 2,5\% = -2,61\%.$$

Принимая во внимание текущую стоимость портфеля в 5 млн. руб., получаем искомый прогнозный убыток в 130625 руб.

Допустим, совокупный капитал инвестора соответствует единице. Наряду с инвестициями в портфель ценных бумаг (акций) определенной структуры, рассмотрим потенциальные вложения в безрисковый актив (с доходностью R_F). Пусть X – часть капитала, инвестированная в государственную облигацию без дефолт-риска. Тогда доходность R_p нового «синтетического» портфеля, состоящего как из акций, так и государственных облигаций можно оценить следующим образом:

$$R_p = R \cdot (1 - X) + R_F \cdot X.$$

Соответственно, найдем показатель VaR_p нового портфеля:

$$VaR_p = M[R_p] - \alpha_{1-\gamma} \cdot \sigma_{R_p} = M[R \cdot (1 - X) + R_F \cdot X] - \alpha_{1-\gamma} \cdot \sigma[R \cdot (1 - X) + R_F \cdot X]$$

Используя классические свойства математического ожидания и дисперсии случайной величины, и, сгруппировав подобные слагаемые, получим

$$VaR_p = (M[R] - \alpha_{1-\gamma} \cdot \sigma_R) - X \cdot (M[R] - \alpha_{1-\gamma} \sigma_R) + X \cdot R_F.$$

Таким образом, найдено выражение показателя VaR нового портфеля через величину VaR исходного портфеля ценных бумаг:

$$VaR_p = (1 - X) \cdot VaR + X \cdot R_f = VaR - X(VaR - R_f).$$

Задача о выводе части капитала в безрисковый актив для приведения показателя VaR к нормированной величине, на основе приведенной выше формулы, решается следующим образом:

$$X = \frac{VaR - VaR_p}{VaR - R_f}.$$

Очевидно, формула носит универсальный характер, и может быть применена и при расчетах с абсолютными величинами.

Рассмотрим применение формулы в условиях примера 2.

Стоимость портфеля инвестора составляет 5 млн. руб. Волатильность за месяц 2,5 %, ожидаемая доходность за месяц 1,5 %. Одномесячные ожидаемые потери (VaR) портфеля (в млн. руб.) с уровнем доверия 95 % составляют $VaR = -130625$ руб. Доходность безрискового актива за месяц 0,5 %. Какую часть единичного капитала инвестору необходимо вывести в безрисковый актив, чтобы показатель VaR_p составил величину в -68375 руб.

Применим формулу, приведенную выше.

$$X = \frac{VaR - VaR_p}{VaR - R_f} = \frac{-68375 - (-130625)}{5000000 \cdot 0,005 - (-130625)} = 0,4.$$

Итак, выводить в безрисковый актив необходимо 40 % начального капитала, то есть 2 млн. рублей.

Тем самым продемонстрирован простой и наглядный алгоритм решения актуальной задачи риск-менеджмента инвестиционного портфеля, приводящий показатель VaR к заданной величине.

Список литературы:

1. Шоломицкий А.Г. Теория риска. Выбор при неопределенности и моделирование риска. – М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2005. – 400 с.
2. Меньшиков И.С., Шелагин Д.А. Рыночные риски: модели и методы: научное издание. – М.: Вычислительный центр РАН, 2000. – 55 с.

Секция 13

***БАНКОВСКОЕ
И СТРАХОВОЕ ДЕЛО***

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ЛИКВИДНОСТЬ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

© Завьялова Е.Н.*

Костанайский государственный университет им. А. Байтурсынова,
Республика Казахстан, г. Костанай

На ликвидность и платежеспособность коммерческого банка, как и на его деятельность в целом, воздействует огромное количество факторов, таким образом, с целью выявления складывающихся отрицательных тенденций в области ликвидности финансовым аналитикам банка необходимо выявить основные факторы, вызвавшие эти тенденции. В дальнейшем проанализировать их воздействие и выработать рекомендации по изменению политики банка с целью предупреждения негативных последствий.

Ключевые слова: коммерческий банк, ликвидность коммерческого банка, финансовая устойчивость, рентабельность, менеджмент банка.

Банки являются важными финансовыми институтами на всех этапах развития экономики страны. Они позволяют расширить возможности производства, консолидируя у себя для этого временно свободные денежные средства и перераспределяя их в тех направлениях, где они в данный момент необходимы. Соответственно, нестабильное состояние банковской системы и возникновение кризисных явлений весьма негативно отражаются на состоянии экономики в целом. Поддержание ликвидности коммерческих банков на достаточном уровне является одной из главных задач для преодоления экономики страны кризиса.

Ликвидность коммерческого банка представляет собой способность банка обеспечить своевременное финансирование своих нужд с минимальными издержками. Ликвидность банка определяется сбалансированностью активов и пассивов, степенью соответствия сроков размещенных активов и привлеченных банком пассивов, а также предполагает возможность продавать ликвидные активы и приобретать денежные средства посредством различных финансовых инструментов в кратчайшие сроки и с наименьшими потерями [1].

Одной из важнейших и жизненно необходимых задач любого коммерческого банка является обеспечения соответствия сумм и сроков привлеченных финансовых ресурсов соответствующим условиям при их размещении. Только при постоянном мониторинге и поддержании данного соотношения можно говорить о достаточной ликвидности банка. При этом необходимо иметь в виду, что менеджментом банка должна рассматриваться не только текущая ликвидность банковского баланса, но и ее состояние в краткосрочной и среднесрочной перспективе, отражая способностью банка осуществ-

* Старший преподаватель кафедры «Финансов и банковского дела», магистр финансов.

лять активное управление ликвидностью и обеспечивать соответствие размещаемых ресурсов привлеченным средствам при поддержании достаточного уровня рентабельности.

Ликвидность коммерческого банка – комплексный показатель. В современной литературе для наиболее полной характеристики ликвидности выделяют три вспомогательных показателя: стационарная ликвидность («запас»), текущая ликвидность («поток», или «оборот») и перспективная ликвидность («прогноз»).

- Ликвидность как «запас» предполагает оценку способности коммерческого банка исполнять свои обязательства перед контрагентами в определенный конкретный момент времени путем изменения структуры активов в пользу их высоколиквидных статей за счет имеющихся неиспользованных резервов.
- Ликвидность как «поток» рассматривается с точки зрения динамики, что предполагает поиск возможностей коммерческого банка в течение определенного периода времени изменить сложившийся неблагоприятный уровень ликвидности или предотвратить его снижение за счет управления соответствующими статьями активов и пассивов, привлечения дополнительных финансовых ресурсов. Следствием таких манипуляций должно стать повышение финансовой устойчивости банка и его рентабельности [2].
- Ликвидность как «прогноз» отражает состояние ликвидности в будущем, т.е. позволяет спрогнозировать ее значения и динамические изменения при воздействии входящих и исходящих денежных потоков, образующихся при возникновении у банка новых обязательств и требований, а также способность банка изменить структуру пассивов и активов.

Перспективная ликвидность принципиально отличается от текущей ликвидности тем, что связана с оценкой не текущего, а будущего риска активных и пассивных операций банка.

Следует отметить, что наиболее эффективным для целей поддержания и управления ликвидностью является определение текущей ликвидности, потому что этот подход позволяет дать более полную оценку способности банка реально определять свое финансовое состояние, своевременно изменять неблагоприятный уровень ликвидности и, в последствии, предотвращать падение уровня ликвидности в течение определенного периода времени.

На ликвидность банка, как и на его деятельность в целом, действует огромное количество факторов разнонаправленного действия, которые действуют как на уровне самого банка, так и вне банка на макроэкономическом уровне.

Определение факторов, влияющих на ликвидность, является крайне важным, так как определить эти факторы – значит предвидеть и предотвратить возможные негативные последствия.

Существует 4 группы факторов, влияющих на ликвидность коммерческого банка:

- по отношению к деятельности коммерческого банка: внешние, внутренние;
- по направлению влияния: отрицательные, положительные;
- по содержанию: политические, социальные, экономические;
- по длительности воздействия: постоянные, форс-мажорные;
- по возможности управления: нерегулируемые, регулируемые [3].

Чаще всего факторы, влияющие на ликвидность коммерческого банка, подразделяют на две основные группы: внешние и внутренние (см. рис. 1).



Рис. 1. Факторы, влияющие на ликвидность коммерческого банка

Внутренние факторы напрямую связаны с проведением банковских операций. Для ограничения воздействия данных факторов банку необходимо периодически пересматривать внутреннюю и внешнюю политику деятельности, что позволит ограничить их воздействие.

К внутренним факторам относятся: качество активов банка; качество привлеченных средств; сопряженность активов и пассивов по срокам; менеджмент и имидж банка.

Качество активов банка определяется на основе их ликвидности, рискованности, доходности и диверсификации. Степень ликвидности активов за-

висит от их назначения и определяется, главным образом, сроком их обращения. Данный фактор измеряется минимальным сроком, который должен пройти, чтобы активы преобразовались во входящие денежные потоки. Это возможно в случае их погашения или продажи. При расчете сроков погашения активов очень важно иметь в виду два фактора: качество актива, определяющееся рейтингом контрагента, и сроком погашения, определенным договорными отношениями.

Качество привлеченных средств, как правило, связывается со структурой депозитов по суммам и срокам возможности их изъятия. Критерием качества депозитов является их стабильность. Чем больше доля стабильных депозитов, тем выше ликвидность банка. При этом наибольшей стабильностью обладает условно постоянная часть депозитов до востребования, а также срочные депозиты с фиксированным сроком размещения при наличии условий, ограничивающих их досрочное погашения.

Серьезное влияние на ликвидность банка оказывает сопряженность активов и пассивов по суммам и срокам. Учитывая, что 80-90 % всех источников финансовых средств любого коммерческого банка представляют собой привлеченные средства, игнорирование этого правила неизбежно приведет к невозможности своевременного и полного выполнения банком обязательств перед кредиторами [4].

Менеджмент банка т.е. система управления деятельностью банка в целом и ликвидностью в частности оказывает огромное влияние на состояние ликвидности.

Положительный имидж банка позволяет ему иметь преимущества перед другими банками в привлечении ресурсов и таким образом быстрее устранить недостаток в ликвидных средствах. Банку с хорошей репутацией легче обеспечивать стабильность своей депозитной базы. Он имеет больше возможностей устанавливать контакт с финансово устойчивыми клиентами, а значит обладать более высоким качеством активов [5].

Внешние факторы носят объективный характер, банк должен максимально приспособлять к ним свою кредитную политику. К внешним факторам относятся:

- Экономическая и политическая обстановка в стране создает предпосылки развития банковских операций и успешности функционирования банковской системы, укрепляет доверие населения, отечественных и иностранных инвесторов к банкам. Данный фактор напрямую воздействует на стратегию развития коммерческого банка. В настоящее время, при развитии очередного витка финансового кризиса данный фактор имеет огромное значение для банковской сферы. В первую очередь он связан со значительным ограничением финансирования коммерческих банков из внешних источников. Это связано как с сокращением финансирования как такового со стороны финансовых институтов, так и со снижением рейтинга казах-

станских финансовых институтов, что снижает доступность на зарубежные рынки капитала.

- Состояние денежного рынка и рынка ценных бумаг. Этот фактор показывает характер перераспределения временно свободных денежных средств между участниками финансового рынка и, в частности, между банками. При высоком уровне развития финансового рынка банки имеют возможность быстро привлечь средства в целях поддержания ликвидности, а развитие рынка ценных бумаг позволяет обеспечить оптимальную структуру ликвидных активов без увеличения уровня риска и снижения рентабельности, поскольку самый быстрый путь превращения активов в денежные средства в большинстве зарубежных стран связан с функционированием фондового рынка. В связи с сокращением финансирования из-за рубежа, как отмечалось ранее, Правительству Республики Казахстан необходимо пристальное внимание уделить развитию внутреннего фондового рынка, который в настоящий момент хоть и представлен значительным числом эмитентов ценных бумаг, в реальности практически не работает. Его деятельность в основном связана лишь с первичным размещением ценных бумаг, последующая торговля ими практически не ведется.
- Эффективность государственного регулирования и контроля определяет степень взаимодействия органа государственного надзора с коммерческими банками в части управления ликвидностью. Центральный банк государства устанавливает обязательные к исполнению нормативы ликвидности, ориентируя банки на их соблюдение. Чем выше установленные показатели отражают реальное состояние ликвидности банка, тем больше возможности у самого банка и надзорного органа своевременно выявить проблемы с ликвидностью и устранить их.
- Возможность поддержки со стороны государства. Этот фактор проявляется через проводимую денежно-кредитную политику правительства и центрального банка и возможность коммерческих банков рассчитывать на поддержку со стороны государственных финансовых институтов. В условиях сокращения ресурсной базы, постоянного увеличения объемов проблемных активов и чрезмерной долларизации экономики Казахстана, разработка эффективных программ по поддержке финансового сектора жизненно необходимы. Здесь можно использовать как целевое финансирование конечных заемщиков коммерческих банков по приоритетным направлениям, так и поддержка в избавлении от проблемных активов, а также проведение комплекса мероприятий по повышению доверия экономики к национальной валюте и снижению зависимости от доллара США.

- Надежность клиентов и партнеров банка. Уменьшение счетов до востребования в пользу срочных депозитов приводит к повышению ликвидности, так как у банка появляется большая уверенность, что в определенный период времени выплат по обязательствам не будет. С другой стороны, надежность банков-партнеров приводит к тому, что они в любой момент могут помочь в привлечении финансовых ресурсов при помощи предоставления межбанковского кредита.

Таким образом, ликвидность банка есть качественная характеристика деятельности банка, которая обусловлена множеством факторов, находящихся в постоянном изменении и взаимосвязи. Ликвидность банка складывается постепенно и представляет собой динамическое состояние, сформированное под влиянием разнообразных факторов и тенденций.

Список литературы:

1. Иода Е.В., Унанян И.Р. Банковский менеджмент: учебное пособие. – Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та. 2001. – 192 с.
2. Колесников В.И., Кроливецкая Л.П. Банковское дело / Под. ред. В.И. Колесникова, Л.П. Кроливецкой. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 460 с.
3. Трошин В.А. Ликвидность коммерческого банка // Молодой ученый. – 2014. – № 7. – С. 416-419.
4. Лаврушин О.И., Валенцева Н.И. Банковское дело / Под ред. О.И. Лаврушина. – 10-е изд., перераб. и доп. – М.: КНОРУС, 2013. – 800 с.
5. Маренков Н.Л., Косаренко Н.Н. Банковский маркетинг: учебное пособие. – М.: ФЛИНТА. 2006. – 266 с.

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ

© Немеш А.И.*

Вологодский государственный университет, г. Вологда

Инвестиционная деятельность коммерческих банков имеет стратегическое значение не только для конкретно взятого элемента банковского сектора, но и для страны в целом. С решением проблемы повышения эффективности осуществления инвестиционной деятельности коммерческими банками связаны экономический рост, повышение жизненного уровня населения, обеспечение социально-экономической стабильности и экономической безопасности. Также обеспечит и эффективное развитие самого коммерческого банка.

* Магистрант.

Ключевые слова: коммерческий банк, инвестиции, инвестиционная деятельность, лизинг, инвестиционные ресурсы, механизм налогообложения инвестиционной деятельности, ценные бумаги, система налогообложения, налоговая политика.

Современные отечественные экономисты определяют инвестиции как долгосрочные вложения капитала в собственной стране или за рубежом в предприятия разных отраслей, предпринимательские проекты, социально-экономические программы, инновационные проекты. При этом подчеркивается, что инвестиции дают отдачу через значительный срок после вложения.

Но важно отметить, что под инвестициями понимаются как все направления размещения ресурсов коммерческого банка, и как операции по размещению денежных средств на определенный срок с целью получения дохода. В первом случае к инвестициям относят весь комплекс активных операций коммерческого банка, во втором – его срочную составляющую.

Банковские инвестиции имеют собственное экономическое содержание. Инвестиционную активность в микроэкономическом аспекте – с точки зрения банка как экономического субъекта – можно рассматривать как деятельность, в процессе которой он выступает в качестве инвестора, вкладывая свои ресурсы на срок в создание или приобретение и покупку финансовых активов для извлечения прямых и косвенных доходов.

Вместе с тем инвестиционная деятельность банков имеет и иной аспект, связанный с осуществлением их макроэкономической роли как финансовых посредников. В этом качестве банки помогают удовлетворить потребность хозяйствующих субъектов в инвестициях. Спрос на них в условиях рыночной экономики возникает в денежно-кредитной форме. Кроме того, банки дают возможность превратить сбережения и накопления в инвестиции [2].

Цели инвестиционной деятельности банков

Каждый коммерческий банк при осуществлении инвестиционной деятельности ставит перед собой целый набор основных и второстепенных целей, которые регламентированы его инвестиционной стратегией.

Основные цели инвестиционной деятельности банков:

- обеспечение безопасности собственных инвестиций;
- обеспечение приемлемого или запланированного уровня доходности собственных вложений;
- поддержание роста объемов собственных инвестиций;
- поддержание достаточного уровня ликвидности собственных вложений.

Существенную роль в повышении эффективности действующей системы направления кредитных ресурсов в производство играет процентная политика коммерческих банков, которая должна быть построена таким образом, чтобы предоставление инвестиционных кредитов было выгодным и банку, и заемщику. Важными и перспективными направлениями кредито-

ния, нуждающимися в развитии, являются синдицированные и ипотечные кредиты в производственной сфере.

Весьма ограниченным остается использование банками такого кредитного инструмента финансирования инвестиций, как лизинг. Между тем лизинг мог бы стать одним из важнейших инструментов мобилизации инвестиционных ресурсов и активизации инвестиционной деятельности, выступить в качестве средства укрепления связей банковского капитала с производством в условиях, когда ограниченность ликвидных средств у предприятий препятствует масштабному развитию производства, а банки сталкиваются с необходимостью диверсификации рисков и сфер вложений для повышения своей надежности [1]. Для банков лизинговые операции могли бы явиться привлекательной формой размещения активов. При этом банк может выступать в роли, как непосредственного лизингодателя, так и стороны, финансирующей лизинговую сделку.

В настоящее время лизинговые операции совершаются лишь некоторыми, в основном крупными, банками. При крупных банках функционирует значительная часть существующих сегодня специализированных лизинговых компаний. Несмотря на определенный рост лизинговых операций, доля лизинга в совокупных инвестициях банков составляет менее 1 % [4].

Незначительны масштабы и такой формы инвестиционной деятельности коммерческих банков, как вложения в ценные бумаги и паи предприятий. Доля вложений банков в ценные бумаги предприятий в общем объеме активов не превышает 5 %.

В структуре вложений банков в акции нефинансовых предприятий и организаций (прочие акции) высокую долю составляют спекулятивные вложения. Вместе с тем в последние годы наблюдается снижение доли спекулятивных вложений и соответствующее повышение доли акций, приобретенных для инвестирования.

Следует отметить, что в отечественной практике, по существу, отсутствуют механизмы, стимулирующие развитие производственных инвестиций коммерческих банков.

Увеличение объемов негосударственных инвестиций в экономику России было и остается одним из приоритетов национальной экономической политики. Во время финансового кризиса доверие к долгосрочному инвестированию с помощью банковских кредитов со стороны частных инвесторов низко как всегда, крупные компании стараются осторожно вкладывать свои накопленные деньги в «проверенные» проекты. Потенциальные инвесторы называют крупные банки «черными ящиками», которые по-прежнему могут таить огромные риски, тормозящие инвестиционную активность в стране. Однако, обладая значительным запасом денежных средств сами банки не спешат участвовать в инвестиционных проектах. Это связано не только с неудовлетворительным бизнес-климатом в стране, но и с несовершенством системы налогообложения инвестиционной деятельности.

Важнейшим звеном модели изменения системы налогообложения коммерческих банков в соответствии с программой «Основные направления налоговой политики РФ на 2015 год и на плановый период 2016 и 2017 годов», а также главного документа «Стратегия развития банковского сектора Российской Федерации на период до 2015 года», основной целью которой являлось создание совершенно новой национальной инновационно-ориентированной экономики и усиление инвестиционной направленности коммерческих банков, где система налогообложения должна была стимулировать банки вкладывать деньги в приоритетные национальные проекты, это частично выполнилось ИСТ. Так инвестиции ПАО «Сбербанк России» в высокие технологии в 2012-2014 годах составили около 4 млрд долларов США. Инвестиции Россельхозбанка в АПК только Пермского края в 2012 году превысили 1 миллиард рублей, при финансовой поддержке банка выполнен ряд крупных инвестиционных проектов.

Рассматривая налоговую политику государства последних лет в области стимулирования инвестиционной деятельности банков можно говорить о том, что исходя из обозначенных долгосрочных целей государства и общемировой тенденции экономики данное воздействие осуществляется косвенно, используется смешанная модель налоговой системы. Такая модель в условиях сравнительной нестабильности экономики России и специфичностью ее развития, наиболее эффективна, так как позволяет быстро корректировать элементы в зависимости от внешних условий. Так изменяя структуру налоговых баз, процентные ставки и предоставляя льготы государство стимулирует отдельные виды деятельности коммерческих банков или отдельные операции (например, при общем изменении ставки налога на прибыль воздействие осуществляется на все виды банков, при изменении порядка налогообложения операций с ценными бумагами – только операции банка-участников рынка ценных бумаг). Однако для стимулирования инвестиционной деятельности в целом (не только покупки-продажи ценных бумаг, но и инвестиций в реальный сектор экономики и инвестиций в инновационные проекты) не предусмотрено никаких специальных регуляторов [2].

Сейчас механизм налогообложения инвестиционной деятельности коммерческих банков не предполагает специального режима и базируется на общих нормах налогового законодательства, не смотря на всю свою специфичность. На начальном этапе формирования устойчивых инвестиционных потоков со стороны коммерческих банков, целесообразно было бы ввести пониженную ставку налога на прибыль в том случае, если банк регулярно направляет прибыль не на выплату процентов и увеличение собственного капитала, а на инвестиционную деятельность, кредитование реального сектора экономики, поддержку инновационных проектов. Так как налоги от основной деятельности уплачиваемые коммерческими банками, снижают чистую прибыль неравномерно, необходимо внести ряд поправок в законодательство, которые способствовали бы накоплению определенных банков-

ских доходов. Например, если государству нужно получить от банков инвестиции в реальный сектор экономики, этими доходами могут стать доходы банка от обслуживания (прежде всего вложение средств на средне- и долгосрочной основе) приоритетных отраслей реального сектора. Что позволит максимально снизить налоговый риск от данного вида деятельности.

Дальнейшее совершенствование системы налогообложения инвестиционной деятельности коммерческих банков должно происходить в рамках «Стратегии развития банковского сектора РФ на период до 2015 года», а именно применение дифференцированных налоговых ставок по налогу на прибыль организаций, изменение состава налоговых баз и механизма формирования резервов (расширение налогооблагаемой базы по налогу на прибыль). А именно:

- ввести пониженные ставки налога на прибыль в части доходов от инвестиционной деятельности для банков;
- к расходам необходимо отнести затраты инвестиционного характера, а также расходы, связанные с организацией инвестиционной деятельности;
- расширить перечень льгот предоставляемым коммерческим банкам, участвующим в инвестиционных операциях;
- освободить от налогообложения проценты, полученные от выданных кредитов приоритетным отраслям экономики или на финансирование конкретных инвестиционных проектов;
- резервы на возможные потери по ссудам необходимо принимать в расчет затрат при определении налоговой базы по налогу на прибыль в полном объеме, что позволит повысить устойчивость банков и, таким образом, даст дополнительный стимул заниматься инвестиционными вложениями [1].

Таким образом, при реализации указанных преобразований система налогообложения инвестиционной деятельности коммерческих банков будет сочетать в себе максимальные ставки и значительные объемы предоставляемых льгот, при этом будет выполнена фискальная функция налогов и обеспечены приоритетные направления развития России на долгосрочную перспективу. Выдвинутые предложения предусматривают изменение механизма налогообложения прибыли, через изменение формирования финансовых результатов, применение дифференцированных налоговых ставок при налогообложении доходов банков-участников инвестиционной деятельности, и направлены на совершенствование механизма налогообложения инвестиционной деятельности коммерческих банков.

Список литературы:

1. Ермошина Т.В. Стимулирование инвестиционной деятельности коммерческих банков через систему налогообложения.
2. Игонина Л.Л. Инвестиции / Л.Л. Игонина. – М.: Феникс, 2009.

3. Мазурина Т.Ю. Банковское инвестиционное кредитование: современное состояние, проблемы и перспективы развития / Т.Ю. Мазурина // Деньги и кредит. – 2013. – № 4.

4. <http://investicii-v.ru/>.

5. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.consultant.ru/.

6. Беликов А.В. Необходимость активизации участия банков в инвестиционном процессе вытекает из взаимозависимости успешного развития банковской системы и экономики в целом // Методический журнал «Инвестиционный банкинг». – 2010. – № 3 (3).

ПРОБЛЕМЫ И СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ СТРАХОВОГО СЕКТОРА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

© Уакпаева М.М.*, Митаева М.А.♦

Костанайский государственный университет имени А. Байтурсынова,
Республика Казахстан, г. Костанай

В статье рассматривается структура и современное состояние страхового рынка Республики Казахстан, проблемы функционирования и перспективы его развития.

Ключевые слова: страховой рынок, страховые премии, страховые выплаты, структура страхового сектора.

Обеспечение безопасности общества в условиях рыночных отношений является необходимым условием нормального развития государства. Необходимость изучения страхового сектора экономики обоснована рядом факторов, в том числе глобализацией мировой экономики, присоединением Республики Казахстан к ВТО, кризисной ситуацией в мире и нестабильностью экономики в стране. Данные факторы определяют приоритетность изучения финансового рынка РК, в частности, его сегмента – страхового рынка.

По состоянию на 01.09.2015 года на страховом рынке Республики Казахстан осуществляют лицензированную деятельность 33 страховые организации (в том числе по страхованию жизни – 7), 15 страховых брокеров, 62 актуариев. 30 страховых организаций являются участниками АО «Фонд гарантирования страховых выплат» (табл. 1) [1].

Несмотря на сравнительно небольшое число страховых компаний, страховой рынок Казахстана занимает достойное место среди страховых рынков стран СНГ по качественным показателям функционирования. Данный фак-

* Старший преподаватель.

♦ Студент 4 курса специальности «Финансы».

тор подтверждается анализом макроэкономических показателей страхового рынка. Так, объем страховых премий к ВВП Республики Казахстан составляет 0,81 % в 2013 году, 0,69 % в конце 2014 года и 0,49 % к 01.09.2015 году.

Таблица 1

Структура страхового рынка РК

Институциональная структура страхового рынка	01.09.2014	01.09.2015
Количество страховых организаций	34	33
в том числе по страхованию жизни	7	7
Количество страховых брокеров	14	15
Количество актуариев	71	62
Количество страховых (перестраховочных) организаций, являющихся участниками АО «Фонд гарантирования страховых выплат»	30	30
Количество представительств страховых организаций – нерезидентов РК	3	3

Согласно итогам работы за 8 месяцев 2015 года страховые организации Казахстана собрали страховых премий на общую сумму 200,4 млрд. тенге, что на 12,5 млрд. или на 6,6 % больше аналогичного периода 2014. В том числе объем страховых премий по обязательному страхованию составил 49,9 млрд. тенге (увеличение на 3,3 млрд. тенге или 7 %, по сравнению с аналогичной датой прошлого года), по добровольному личному страхованию – 54,8 млрд. тенге (прирост на 1,9 %), по добровольному имущественному страхованию – 95,8 млрд. тенге (прирост на 9,3 %).

Позитивный тренд роста премий сохранился в 2015 по таким видам страхования, как страхование грузов, объем страховых премий которого составил 4,1 млрд. тенге (прирост 45,1 %), добровольное страхование гражданско-правовой ответственности – 16,6 млрд. тенге (прирост – 22,6 %), по аннуитетному страхованию – 15,9 млрд. тенге (прирост – 28,4 %), по страхованию ГПО автовладельцев – 26,3 млрд. тенге (прирост – 16,8 %), страхование имущества – 47,3 млрд. тенге (прирост – 15,5 %).

По сравнению с прошлым годом объем страховых премий по некоторым видам снизился. Например, по страхованию от несчастных случаев объем в 2015 году составил 4,5 млрд. тенге (падение на 48,5 %), по страхованию от прочих финансовых убытков – 9,3 млрд. тенге (падение на 26,1 %), по АвтоКАСКО – 10,7 млрд. тенге (падение – на 3,2 %).

По состоянию на 1 сентября 2015 года объем страховых премий, собранных по отрасли «страхование жизни», составил 32,1 млрд. тенге, что на 14,5 % больше, чем на аналогичную дату прошлого года. Объем страховых премий, собранных за 8 месяцев 2015 года по отрасли «общее страхование», составил 168,3 млрд. тенге, что на 5,3 % больше, чем за аналогичную дату 2014 года.

По итогам восьми месяцев 2015 года объем всех страховых выплат страховых компаний составил 42,9 млрд. тенге, прирост – 10,1 %. Из общей суммы страховых выплат наибольшую долю занимают страховые выплаты по

добровольному личному страхованию – 44,3 %, по обязательному страхованию – 38,7 % и по добровольному имущественному страхованию – 17,0 % [1].

Согласно итогам работы до 01.09.2015 года, страховые компании по отрасли общее страхование собрали почти 151 млрд. тенге, увеличившись с аналогичным показателем 2014 года на 4,8 %. Страховщики жизни собрали 49,4 млрд. тенге, как сообщается в отчете Национального банка Казахстана.

На долю пятерки лидеров приходится 57,1 % от совокупного объема собранных казахстанскими страховщиками премий по общему страхованию. За прошедший месяц состав пятерки лидеров не претерпел изменений: первенство удерживает СК «Евразия», собрав свыше 28,1 млрд. тенге, занимая 18,6 % рынка; СК «Халык-Казахинстрах» занимает вторую строку с 16,5 % (24,9 млрд. тенге); на третьей позиции СК «Казахмыс» с долей 8,8 % (13,3 млрд. тенге); четвертое место за СК «НОМАД Иншуранс» с 6,9 % (10,5 млрд. тенге); «Kaspi Страхование» завершает пятерку лидеров с 6,2 % от совокупного объема премий (9,4 млрд. тенге) (табл. 2) [1].

Таблица 2

Основные показатели лидирующих страховых компаний

№	Страховая компания	Сумма премий по общему страхованию, млрд. тенге	Прибыль, млрд. тенге
1	СК Евразия	свыше 28,1	24,5
2	СК Халык-Казахинстрах	24,9	2,7
3	СК Казахмыс	13,3	Более 1,6
4	СК НОМАД Иншуранс	10,5	3,6
5	Kaspi Страхование	9,4	18

Гораздо более впечатляющими выглядят показатели этих компаний в разрезе чистой прибыли: прибыль СК «Халык-Казахинстрах» составила 2,7 млрд. тенге, увеличившись на 17,5 %. Более 1,6 млрд. тенге принесла акционерам СК «Казахмыс», что больше показателя прошлого года на 267,1 %.

Абсолютным лидером по приросту прибыли среди первой пятерки страхового рынка страны является «Номад Иншуранс» с 563,8 %, что в абсолютных цифрах составляет 3,6 млрд. тенге. Прирост прибыли СК «Kaspi Страхование» не так велик – всего 9,1 %, но, тем не менее, компания показала почти 18 млрд. тенге чистой прибыли. Однако, лидером ренкинга и в этом представлении также является СК «Евразия» – за 9 месяцев 2015 г. ее прибыль выросла по сравнению с прошлым годом на 216,4 % и достигла рекордных 24,5 млрд. тенге [1].

Страховые компании Казахстана за сентябрь показали аномальную прибыльность, которая объясняется девальвацией тенге. В ожидании изменения курса национальной валюты многие страховые компании изменили структуру своих активов, увеличив долю валютных инструментов. Их положительная переоценка и обеспечила прибыль страховых компаний.

На ситуации в страховом рынке также повлияло вхождение в ВТО, которое открывает перед нашей экономикой новые горизонты, обеспечивая пред-

приятиям доступ к зарубежным рынкам, а потребителям – большой выбор товаров и услуг. Это означает, что отечественные страховые компании вступают в сильнейшую конкуренцию с другими иностранными компаниями.

Тем не менее, состояние дел на отечественном страховом рынке нельзя признать удовлетворительным. Недостаточная развитость рынка страховых услуг обуславливается рядом нерешенных проблем объективного и субъективного характера. К их числу относят низкую заинтересованность в страховании вследствие недостаточной платежеспособности населения, отсутствие необходимого контроля со стороны государства за исполнением обязательных видов страхования, неразвитость долгосрочного страхования жизни и здоровья, пенсионных аннуитетов и других видов накопительного страхования. В числе других причин называется недостаточная капитализация отечественных страховых организаций, высокий объем страховых премий, передаваемых за рубеж по каналам перестрахования по причине ограниченных возможностей внутреннего страхового и перестраховочного рынков.

Также замедляют развитие страхового рынка значительные региональные диспропорции и неразвитость инфраструктуры рынка: страховых брокеров и агентов, оценщиков, экспертов, актуариев, система подготовки страховых кадров. Страховые компании-лидеры сосредоточены в ведущих финансово-промышленных центрах.

Проблемным вопросом отечественного страхового рынка является и скудность предложений. Сегодня страховщики предоставляют клиентам не более 30-40 страховых продуктов, в то время как в развитых странах перечень страховых услуг насчитывает более 300 разнообразных видов. В виду нестабильности экономики страны практически отсутствуют долгосрочные накопительные программы, которые во многих странах являются приоритетными и пользуются популярностью у населения.

Колебания на валютном курсе отражается и на рынке страхования. Снижение покупательской способности населения скажется на потребительском и автокредитовании, которое повлечет уменьшение этого сегмента рынка [2].

Таким образом, к числу внутренних проблем, т.е. корректируемым внутри системы страхования, за счет резервов, можно отнести такие как:

- низкая финансовая устойчивость страховщиков;
- низкий уровень профессионализма и страховой культуры;
- внутрисистемная разобщенность;

Внешними проблемами, носящими общегосударственный характер, можно назвать следующие:

- экономические (инфляция, отсутствие государственной поддержки, низкий финансовый потенциал страхователей и др.);
- юридические (низкий уровень общего законодательного обеспечения страховой деятельности, длительное становление страхового рынка в условиях полного отсутствия законодательной и методической базы, контроля).

Указанные причины наряду с ограниченными возможностями страховщиков и необходимостью совершенствования законодательной и нормативной базы препятствуют более динамичному развитию рынка.

Позитивными моментами последних лет развития казахстанского страхового рынка явились:

- введение законодательного запрета на совмещение операций по страхованию жизни со страхованием иным, чем страхование жизни в одной страховой организации. С позиции платежеспособности страховой организации это существенный момент, так как первое предусматривает долгосрочные инвестиции страховых резервов, второе краткосрочные;
- установление жестких требований к уставному капиталу страховых организаций в Республике Казахстан;
- строгие требования к финансовой устойчивости и добросовестности акционеров учредителей страховых организаций.

Стабильность страхового сектора достигается только за счет комплексного подхода, включающего оценку рисков, внутренний контроль и корпоративное управление. Страховщики подвержены негативному воздействию рисков фактически с двух сторон: с одной стороны, по договорам страхования и перестрахования, с другой – в процессе инвестиционной и иной деятельности.

S&P оценивает перспективы роста страхового рынка как менее благоприятные. После того, как Казахстан перешел на плавающий курс тенге, улучшились показатели страховых компаний. К такому выводу пришла служба кредитных рейтингов Standard & Poog's. В результате обесценивания тенге на 26 % в августе «Это обстоятельство обусловило улучшение итоговых показателей сектора страхования в Казахстане, поскольку на тот момент многие страховые компании имели длинные валютные позиции в долларах. Учитывая влияние этого показателя на результаты казахстанских страховых компаний, отраженные в отчете о прибылях и убытках, мы ожидаем, что прогнозируемый коэффициент ROE (return on equity – ROE) останется на уровне 20-25 % в 2015 году», – прогнозируют зарубежные аналитики.

Расширение и стимулирование системы страхования включают ряд мер:

- для повышения доверия населения к страховым компаниям государству необходимо разрабатывать гарантии, обеспечивающие защиту интересов страхователей по всем видам страхования. Такая система гарантий существует лишь по обязательным видам страхования. Так, с 2003 год в Казахстане функционирует фонд гарантирования страховых выплат, гарантирующий выплату страховых возмещений в случае банкротства страховых компаний;
- для обеспечения развития рынка страховых услуг страховщикам необходимо проводить маркетинговые исследования, внедрять положительный зарубежный опыт, расширять ассортимент предла-

гаемых услуг, активизировать информационную работу по разъяснению прав потребителей страховых предлагаемых услуг и повышению страховой культуры населения, тем самым, повысив качество предоставляемых страховых услуг;

- для подготовки кадрового потенциала необходимо проведение семинаров и конференций по вопросам страхового рынка на постоянной основе; определение квалификационных требований к отдельным категориям специалистов страховых организаций; повышение квалификации и улучшение практических навыков работников надзорного органа; создание центров по подготовке специалистов страхового дела [3].

Позитивные макроэкономические перспективы предопределяют благоприятный долгосрочный прогноз для страховой отрасли Казахстана, что позволяет с достаточной степенью уверенности прогнозировать быстрый рост бизнеса казахстанских страховщиков и перестраховщиков, особенно лучших из них, сочетающих профессиональный опыт с управленческими навыками. По поводу менее эффективных, менее приверженных своему делу организаций из числа ныне действующих страховщиков, то их среднесрочные перспективы куда менее благоприятны, и можно предположить, что многие из них через несколько лет могут быть вытеснены с рынка новыми игроками. Наконец, следует отметить, что казахстанские страховщики вполне в состоянии повысить свои балансовые показатели и способность удерживать принимаемые риски, что позволит им в будущем оставлять себе наиболее качественные и прибыльные части страхового бизнеса, имеющегося в Казахстане. Все указанные меры, как бы они ни были приняты – поодиночке или все вместе, способны обеспечить долгосрочное развитие и прибыльность казахстанского страхового рынка.

Список литературы:

1. Текущее состояние страхового сектора Республики Казахстан по состоянию на 01.09.2015 г. [Электронный ресурс] // Официальный сайт Финансового надзора Национального банка Республики Казахстан. – Режим доступа: www.afn.kz.
2. Официальный сайт финансово-экономического журнала «Forbes» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://forbes.kz/>.
3. Серикова Г.С., Ахметова А.А. К вопросу о развитии страхового рынка Республики Казахстан // Международный научный журнал «Символ науки». – 2015. – № 6. – С. 147-149.

Секция 14

***ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА
ИНВЕСТИЦИЙ***

ОЦЕНКА ОСНОВНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В КАЗАХСТАНЕ

© Кенжебекова Д.С.*

Костанайский государственный университет имени А. Байтурсынова,
Республика Казахстан, г. Костанай

В данной статье рассматриваются основные направления использования инвестиций в Казахстане, а также создание привлекательных условий для инвесторов со стороны Правительства РК предусматривающих реализацию трех пакетов стимулирующих мер.

Ключевые слова: инвестиции, приоритетные отрасли инвестирования, государственная политика, мировой финансовый рынок.

Необходимым условием эффективного и поступательного развития любой экономики является высокая инвестиционная активность, в первую очередь, в стратегических, приоритетных отраслях материального производства и социальной сферы.

Принято говорить, что инвестиции – это «кровь» экономики, ее запускающий механизм, проводники новых технологий, передовой техники, ноу-хау, современных методов маркетинга и менеджмента. Инвестиции предоставляют производственной сфере необходимые финансовые средства, способствуют формированию производственного потенциала на новой научно-технической базе, тем самым, предопределяя конкурентные позиции страны на внешних рынках.

Казахстан с первых дней своей независимости начал активно интегрироваться в мировое экономическое пространство. В силу объективных исторических обстоятельств республика выступила на мировых рынках в роли экспортёра минерального сырья и импортёра многих потребительских товаров, прежде всего, технологичных, с высокой добавленной стоимостью. Богатые природные ресурсы в сочетании с ростом мировых сырьевых цен позволили стране выйти на достаточно стабильную траекторию экономического развития. Накопленные благодаря выгодному экспорту резервы уже не раз «спасали» экономику Казахстана во время глобальных и очень серьёзных мировых кризисов.

Однако у этой «медали» есть и обратная сторона – высокая прибыльность сырьевого сектора перетягивает инвестиционные, кадровые, технологические и прочие ресурсы из других секторов, способствуя образованию определенных перекосов в структуре казахстанской экономики и экспорта. Относительная неразвитость отечественных несырьевых отраслей становится сдерживающим фактором развития страны в условиях новой высоко-технологичной, инновационной реальности.

* Заведующий кафедрой Финансов и банковского дела, кандидат экономических наук, доцент.

В этой связи, одним из приоритетов государственной экономической политики Казахстана на современном этапе является поддержка прямых инвестиций путем формирования благоприятного инвестиционного климата для обеспечения ускоренного развития производства товаров и оказания услуг в приоритетных секторах экономики. Перечень приоритетных секторов утверждается Президентом РК согласно стратегическим целям развития государства.

На сегодняшний день Президентом Казахстана утверждены следующие приоритетные отрасли, развитие которых будет способствовать не только повышению количественных показателей роста национальной экономики, но и ее «качественному» улучшению посредством диверсификации структуры промышленного производства и экспорта, развития несырьевых отраслей, а также создания условий для формирования отечественного инновационного производственного сектора, современной сферы услуг и инфраструктурной базы [1].



Рис. 1. Приоритетные отрасли инвестирования в Республике Казахстан

Проекты, предлагаемые бизнесом для реализации в представленных отраслях, должны, прежде всего, соответствовать критериям экспорториентированности, инновационности, повышения производительности и снижения энергоемкости. Немаловажным является также рост «казахстанского содержания» в принимаемых к исполнению программах посредством размещения государственных заказов у отечественных компаний. Данные требования объясняются тем, что государство в условиях нарастающей гло-

бальной конкуренции не может себе позволить тратить инвестиционные ресурсы на технологически отсталые неэффективные проекты, не соответствующие национальным интересам Казахстана.

Создание условий для активной инвестиционной деятельности в приоритетных секторах призвано способствовать, в первую очередь, развитию национального производства с целью насыщения внутреннего рынка отечественными товарами и услугами, что должно привести к формированию целого ряда конкурентоспособных экспортноориентированных и импортозамещающих производств, комплексному использованию сырьевой базы Казахстана, развитию внутреннего рынка труда, повышению его качества.

В целях установления контроля над инвестиционной деятельностью, направления реализации инвестиционных проектов должны рассматриваться на Координационных советах республиканского и регионального уровней.

Государственная политика стимулирования инвестиционной активности в обозначенных приоритетных секторах экономики РК призвана привлечь внимание отечественных и иностранных инвесторов на то, что Казахстан обладает не только богатейшими ресурсами полезных ископаемых, но и значительными возможностями для развития сельского хозяйства, обрабатывающей промышленности, туризма, транспортно-транзитных коммуникаций и т.д.

Возможности Правительства и отечественных частных инвесторов также на сегодняшний день ограничены посткризисными явлениями и не в состоянии удовлетворить требования растущей национальной экономики. Вследствие этих факторов, Казахстан в значительной степени нуждается в притоке прямых иностранных инвестиций [2].

Характерно, что положительный имидж, сформировавшийся у республики за годы независимости, позволяет ей и в сегодняшней – нелегкой для мирового финансового рынка – ситуации оставаться в числе лидеров по привлечению инвестиционных ресурсов в целях развития своей экономики.

В последнее время интерес к инвестированию в Казахстан появился и со стороны стран Ближнего и Дальнего Востока, которые до начала нынешнего мирового кризиса не входили в число лидеров по вложениям средств в казахстанскую экономику. Не видя оптимистических сигналов с западных рынков и желая диверсифицировать структуру своих инвестиций, на рынке Казахстана стали проявлять активность богатые арабские страны, а также Китай, Япония, Южная Корея и другие государства, ранее предпочитавшие вкладывать деньги в Европу и США.

Как известно, наращивание инвестиций говорит о намерении страны-инвестора укрепить свои позиции в стране-реципиенте и позволяет ей оказывать влияние на динамику и структурные особенности экономического развития принимающей страны. Поэтому Казахстану в целях минимизации потенциального влияния стран-инвесторов на свою экономику необходимо и далее придерживаться многовекторной внешней политики, направленной

на соблюдение определенного баланса между мировыми державами и их политико-экономическими интересами в регионе [3].

Очевидно, что наблюдающаяся положительная динамика привлечения иностранных инвестиций в экономику РК во многом обусловливается государственной политикой, проводимой Президентом и Правительством Казахстана.

Создание привлекательных условий для инвесторов со стороны Правительства РК предусматривает реализацию трех пакетов стимулирующих мер:

- 1) разработку и реализацию программы формирования имиджа Казахстана как страны, привлекательной для ведения бизнеса и инвестиций;
- 2) обеспечение льгот и преференций для инвесторов, включая создание специальных экономических зон, обеспеченных необходимой инфраструктурой;
- 3) создание эксклюзивных условий для транснациональных компаний через фискальные, финансовые и нефинансовые механизмы.

Следует отметить, что наиболее важным фактором, которому придают большее значение иностранные инвесторы, является дальнейшее совершенствование законодательной базы, как прямой способ поддержки бизнеса со стороны государства.

На сегодняшний день в этом направлении сделано уже немало. К примеру, закрепленными являются такие аспекты, как: предоставление государственных гарантий по защите интересов инвесторов, упрощенная процедура регистрации предприятий, свобода предпринимательской деятельности, предоставление льгот и преференций инвесторам для реализации проектов в приоритетных секторах экономики и др. [4].

Основными законодательными актами в формировании общегосударственной системы по поддержке и привлечению иностранных и отечественных прямых инвестиций, помимо Конституции страны, являются Гражданский, Налоговый и Таможенный кодексы, соответствующие законы и указы Президента РК, утверждающие перечень приоритетных секторов экономики Казахстана и регулирующие положения о системе льгот и преференций и порядке их предоставления частным инвесторам и др.

Таким образом, привлечение инвестиций на современном этапе должно стать своего рода национальной экономической идеей. Потенциал инвестиционного поля Казахстана практически безграничен. Уже существующий банк данных приоритетных проектов включает в себя предложения по различным сферам экономики республики, среди которых: глубокая переработка добываемых в стране нефти, газа и других полезных ископаемых, переработка продукции сельского хозяйства, строительство и реконструкция дорог, инфраструктуры, застройка новой столицы, жилье, объекты социальной сферы, туризм, «инновационная» экономика и т.д.

Привлечение и эффективное освоение инвестиций в приоритетных отраслях, безусловно, позволит Казахстану занять подобающее ему достойное

место в современном глобализирующемся, интегрирующемся и конкурирующем мире.

Список литературы:

1. Казахстанская модель социально-экономического развития: научные основы построения и реализации / Под ред. М.Б. Кенжегузина. – Алматы, 2012. – 98 с.
2. Бекишев М.Р. Инвестиции в РК: трудности и перспективы // Казахстанская правда. – 2008. – N 32.
3. Оспанов М.Т., Мухамбетов Т.И. Инвестиционный капитал и инвестиции: вопросы теории, практики привлечения и использования. – Алматы, 2011.
4. Дамодаран А. Инвестиционная оценка: инструменты и методы оценки любых активов. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008.

РАСЧЕТ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В КАЗАХСТАНЕ

© Курмангалиева А.К.*

Костанайский государственный университет имени А. Байтурсынова,
Республика Казахстан, г. Костанай

Данная статья рассматривает методику расчета показателей инвестиционной привлекательности и показателей финансовой эффективности использования инвестиций в Казахстане.

Ключевые слова: ВРП, инвестирования, основной капитал, оценка инвестиции, финансы.

Глобализация рынков, в том числе рынка инвестиционных ресурсов, выявила необходимость сопоставления показателей, характеризующих экономическое положение стран и их инвестиционный климат. Для оценки экономического развития стран и регионов может применяться множество макроэкономических показателей, динамика которых зависит от разных факторов. Несмотря на разнообразие форм инвестиционных источников, первоисточниками любых инвестиций являются сбережения населения, собственный капитал, нераспределенная прибыль предприятий, бюджетные средства, а привлечение инвестиционных ресурсов возможно только по двум направлениям: из внутренних и из внешних источников.

Оценка инвестиционной обеспеченности экономического роста должна осуществляться посредством отбора группы критериев и показателей, яв-

* Старший преподаватель, кандидат экономических наук.

ляющихся инвестиционно значимыми для целевой группы пользователей (региональные власти, отечественные и иностранные инвесторы и т.д.). Предлагаемые методические подходы базируются на статистических показателях социально-экономического развития региона, публикуемых в региональных статистических сборниках. Это делает методы оценки более доступными для конечных пользователей.

Базовый набор инвестиционно значимых критериев и показателей формировался с учетом анализа наиболее распространенных зарубежных и отечественных методик оценки уровня устойчивого развития региона, а также комплексных методик оценки уровня и эффективности использования инвестиционного потенциала. Поскольку в методике используются только удельные показатели, она позволяет не только отслеживать уровень инвестиционного обеспечения данного региона, но и сравнивать его со средне республиканским и использовать для рейтинговой оценки [25].

Таким образом, система показателей должна включать следующие блоки показателей, характеризующих:

- 1) инвестиционную обеспеченность экономического роста региона;
- 2) инвестиционные возможности социального развития.

Прежде всего, необходим анализ группы показателей, характеризующих экономические цели в области экономического развития территории, определяющих возможность экономического роста.

В качестве основного показателя, отражающего связь инвестиций с региональным экономическим ростом, может быть использована инвестиционная емкость ВРП, которая рассчитывается как отношение объема инвестиций, вкладываемых в развитие данного региона, к ВРП, произведенному на данной территории. Определение этого показателя имеет важное значение для оценки уровня устойчивости экономического развития региона, так как он не просто показывает связь между инвестициями и объемом производства, но и характеризует уровень потребления ресурсов, а именно потребления инвестиций.

Весьма важным показателем, характеризующим зависимость экономического развития от инвестиций, является обратный показатель – отдача от одного тенге инвестиций, определяемая путем отношения произведенного ВРП к объему инвестиций, освоенных в данном регионе. Данный показатель отражает прирост ВРП на единицу прироста инвестиций и является критерием эластичности ВРП относительно инвестиций или показывает зависимость экономического роста в регионе от инвестиционных вложений. Существенным фактором экономического роста является инвестиционный спрос, изменение которого может быть охарактеризовано темпами роста региональных инвестиций, долей инвестиций региона в их общем объеме по республике, а также величиной среднегодовых инвестиций на душу населения региона.

Ввиду высокой экономической неоднородности в Республике Казахстан имеются как инвестиционно избыточные, так и инвестиционно дефицитные

регионы, в которых объемы сберегаемых средств меньше объемов инвестиционных вложений. В инвестиционно избыточных регионах республики сбережения превосходят объемы инвестиций, направляемых в их экономику, а значит здесь имеются высокие потенциальные возможности для увеличения инвестиций. Для того, чтобы оценить потенциальные возможности региона в инвестирование устойчивого развития важно использовать показатель сбережений в сравнении с инвестициями. Однако применение этого показателя на уровне региона затруднено, так как необходимые данные для определения валовых региональных сбережений официальной статистикой республики не рассчитываются. Данные по системе национальных счетов приводятся только на макроэкономическом уровне. Поэтому с некоторыми допущениями уровень сбережений на душу населения в регионе может быть рассчитан как разность подушевого ВРП и расходов домохозяйств, использованных на потребление в среднем на душу населения по каждому региону. Сравнение этого показателя с объемом инвестиций на душу населения позволит оценить потенциальные возможности регионов для экономического роста. Методика расчета показателей инвестиционной привлекательности приведены в табл. 1.

Таблица 1

Показатели оценки инвестиционной привлекательности региона

№ п/п	Показатели	Обозначения и символы	Ед. измерения
1	Инвестиционная емкость ВРП	$\frac{I}{ВРП}$	Тенге
2	Отдача от 1 тенге инвестиций	$\frac{ВРП}{I}$	Тенге
3	Инвестиции на душу населения региона	$I_n = \frac{I}{H}$	Тенге
4	Темпы роста региональных инвестиций	i_{II}	%
5	Доля инвестиций региона в их республиканском объеме	D_u	%
6	Сбережения на душу населения региона	$S_n = \frac{ВРП - P_{o/x}}{H}$	Тенге
7	Отраслевая структура региональных инвестиций и другие		%
8	Коэффициент обновления основного капитала	$K_{обн.}$	ед.

Данная система показателей корреспондируется с системами количественных и качественных индикаторов экономического роста, отражающих региональные и национальные приоритеты развития экономики.

Таким образом, первый этап оценки инвестиционной привлекательности регионального экономического роста заключается в определении базового набора инвестиционно значимых статистических показателей.

Второй шаг заключается в определении набора относительных (долевых, душевых) показателей инвестиционной привлекательности, позволяющих сравнивать регионы между собой и со среднереспубликанским уровнем.

Третий шаг состоит из рейтинговой оценки регионов по уровню инвестиционной обеспеченности экономического роста. Осуществляется путем присвоения регионам порядкового номера в зависимости от величины и полярности отклонения показателей от среднереспубликанской величины. При этом максимальному отклонению со знаком плюс присваивается рейтинг «1», а максимальному отклонению со знаком минус – рейтинг «16» (по числу регионов в Казахстане, включая города Алматы и Астана).

Четвертый шаг – определение усредненного рейтинга для каждого региона по всем показателям и осуществление типологии регионов по уровню инвестиционной обеспеченности их развития.

Пятый шаг – выявление инвестиционно дефицитных регионов и их проблем в обеспечении экономического роста страны.

На основании вышеприведенного подхода, предполагающего определение рейтинга регионов по уровню инвестиционной привлекательности, проведем анализ предложенной системы критериев и показателей. В первую очередь оценим инвестиционные возможности обеспечения экономического роста в регионах, то есть проанализируем показатели первого блока системы. Как говорилось выше, к числу наиболее значимых из них относится инвестиционная емкость ВРП, характеризующая уровень потребления инвестиций. Расчет этого и других показателей выполнен на основании данных государственной статистики, по объему инвестиций в основной капитал по всем регионам Казахстана, включая г. Алматы и Астана, за период 2011-2013 годы (см. табл. 2, рис. 1).

Расчеты показали, что наиболее высокая инвестиционная емкость ВРП характерна для Атырауской области (0,84 в 2011 г., 0,59 в 2012 г., 0,62 тенге инвестиций на 1 тенге ВРП в 2013 г.), Актыубинской (0,47 в 2011 г., 0,28 тенге в 2012 г., 0,33 тенге в 2013 г.), г.Астаны (0,47 тенге в 2011 г., 0,31 тенге в 2012 г., 0,37 тенге в 2013 г.). Высокая инвестиционная емкость ВРП в этих регионах закономерна, так как специализацией перечисленных областей является добыча углеводородного сырья, а г.Астана потребляет большой объем инвестиций в связи с его становлением как столицы республики.

Наименьшая инвестиционная емкость ВРП характерна для наименее экономически развитых – Жамбылской (0,11-0,15 тенге), Северо-Казахстанской (0,11-0,23 тенге) областей. Анализ данного показателя выявил, что в период с 2011 по 2013 гг. наблюдается тенденция снижения ВРП на душу населения, что, в свою очередь, связано с периодом до мирового финансового кризиса.

Об уровне и динамике инвестиционного обеспечения свидетельствует такой показатель, как среднегодовой индекс объема инвестиций за анализируемый период. Анализ данных табл. 2 показал, что лидирует по среднегодовому индексу объема инвестиций в основной капитал Павлодарская область (141,2), и Южно-Казахстанская область, рост инвестиций в основной капитал в ЮКО, в первую очередь связан с развитием хлопково-текстильно-

го кластера. В западно-Казахстанской области наблюдается ежегодный рост инвестиций в основной капитал, это объясняется привлекательностью для инвестиций добывающего сектора и сопутствующему этому развитию родственных, поддерживающих отраслей. Сокращение индекса объема инвестиций в основной капитал в Атырауской области (153,5-100,5) связано с предпочтением инвестиций в добывающий сектор.

Таблица 2

Рейтинг регионов по инвестиционной емкости ВРП

Регионы	2011 г.		2012 г.		2013 г.		Усредненный рейтинг за 2010-2012 гг.
	Инвестиционная емкость, тенге	Рейтинг	Инвестиционная емкость, тенге	Рейтинг	Инвестиционная емкость, тенге	Рейтинг	
Республика Казахстан	0,35		0,22		0,26		
Акмолинская	0,21	10	0,11	13-15	0,25	7	10
Актюбинская	0,47	2-3	0,28	4	0,33	3-4	2
Алматинская	0,35	4	0,20	5-6	0,26	6	3
Атырауская	0,84	1	0,59	1	0,62	1	1
Восточно-Казахстанская	0,20	11-13	0,14	9-10	0,16	13	11
Жамбылская	0,15	16	0,10	16	0,11	16	16
Западно-Казахстанская	0,20	11-13	0,17	7	0,30	5	4
Карагандинская	0,27	7	0,12	12	0,13	14	9
Костанайская	0,19	14-15	0,11	13-15	0,17	12	15
Кызылординская	0,26	8	0,13	11	0,21	8-9	7
Мангистауская	0,34	5	0,30	3	0,33	3-4	5
Павлодарская	0,19	14-15	0,14	9-10	0,21	10	12
Северо-Казахстанская	0,23	9	0,11	13-15	0,12	15	14
Южно-Казахстанская	0,20	11-13	0,20	5-6	0,21	8-9	13
г. Астана	0,47	2-3	0,31	2	0,37	2	3
г. Алматы	0,29	6	0,16	8	0,18	11	6

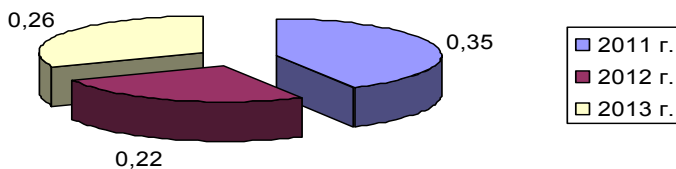


Рис. 1. Инвестиционная емкость ВРП Республики Казахстан

Устойчивый экономический рост, повышение конкурентоспособности экономики Казахстана, развитие человеческого капитала возможны лишь при обеспечении единства экономического пространства страны. Существующие барьеры на пути межрегионального перемещения трудовых ресурсов, капитала, товаров и услуг создают препятствия осуществлению предпринимательской и инвестиционной деятельности в различных регионах, приводят к снижению темпов экономического роста.

Обобщая вышеизложенное, следует отметить, что Казахстану за годы независимости удалось создать в целом достаточно продуктивную модель инвестиционной политики, требующую, с учетом меняющихся условий экономического развития, постоянного обновления.

Таким образом, формирование новой инвестиционной политики является важным этапом в развитии национальной экономики.

Список литературы:

1. Казахстанская модель социально-экономического развития: научные основы построения и реализации / Под ред. М.Б. Кенжегузина. – Алматы, 2012. – 98 с.
2. Послание Президента Республики Казахстан Н.А. Назарбаева народу Казахстана «Стратегия вхождения Казахстана в число пятидесяти наиболее конкурентоспособных стран мира» // Казахстанская правда. – 02.03.2006.
3. Кошанов А.К. Трудное восхождение на пути к рынку. – Астана: Елорда, 2004. – 90 с.
4. Статистический сборник. Национальные счета РК, Астана, 2012 г. / Под редакцией Ю.К. Шокаманова. – 140 с.

Секция 15

***ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ
И УПРАВЛЕНИЕ
ПРЕДПРИЯТИЯМИ,
ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ***

КЛАСТЕРНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА: СУЩНОСТЬ И ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ

© Безруких Д.В.*

Сибирская пожарно-спасательная академия ГПС МЧС России,
г. Железногорск

Настоящая статья рассматривает сущность и принципы формирования кластерной организации промышленного производства. Статья позволяет представить развитие кластерной организации промышленного производства в зависимости от факторов, влияющих на её эффективное развитие. В повышении конкурентоспособности организации всё большее внимание уделяется кластерной организации промышленного производства, которая в отличие от простой организации предусматривает взаимодействие предприятий, входящих в основную технологическую цепочку, где присутствуют общие экономические интересы. В статье раскрыто понятие кластерной организации промышленного производства.

Ключевые слова: кластерная организация, промышленное производство, регион, конкурентоспособность, экономическая эффективность.

В рыночной экономике от эффективности функционирования предприятия зависит её конкурентоспособность и перспективы развития. На уровне основного звена, а именно организационно-правовой структуры, осуществляются производственные и иные процессы, приводящие к созданию всего продукта общественного потребления. Организация представляет собой определенную производственную деятельность, включающую в себя распределение функций, налаживание устойчивых связей, координацию и т.д. [3, с. 10].

Организацию как систему можно рассматривать с двух взаимосвязанных позиций: как производственную систему и как организационную систему. Под производственной системой понимается совокупность средств производства, материальных и трудовых ресурсов, предопределяемых производственной технологией преобразования материалов и комплектующих в конечный продукт хозяйственной организации.

Организационная система выполняет функцию, которая связывает людей, предметы и орудия труда в процессе разработки, производства и реализации продукции. Производственная и организационная системы многомерны, но могут быть формализованы для целей регулирования хозяйственно-экономического развития.

В повышении конкурентоспособности организации всё большее внимание уделяется кластерной организации промышленного производства, кото-

* Преподаватель кафедры Гуманитарных и социально-экономических дисциплин.

рая предусматривает взаимодействие предприятий, входящих в ядро кластера, где присутствуют общие экономические интересы.

В кластерной организации промышленного производства осуществляется особый подход структурирования экономической системы в локальных территориальных границах. Это способствует повышению экономической эффективности за счёт взаимодействия особых факторов, являющихся внешними для поддержки инновационного роста и дальнейшего развития кооперационных связей.

Говоря о целостности организации, как системы, нужно исходить из её относительной независимости от среды и других аналогичных систем. Целостность сохраняется, в то время как сами компоненты непрерывно или периодически распадаются и возникают, создаются и уничтожаются, производятся и потребляются. Данное свойство выражается в способности организаций в определенной степени нейтрализовать последствия внешних и внутренних негативных процессов, что повышает их устойчивость и уровень организованности процессов, протекающих внутри системы.

Структурность предполагает относительно устойчивую фиксацию связей между элементами организации. Отдельные элементы организации выполняют различные функции: технические, экономические, социальные. Но все эти элементы тесно связаны между собой, взаимно влияют друг на друга. Вследствие этого изменение какого-либо элемента в организации неизбежно вызывает изменения во всех остальных ее составляющих. Поэтому в кластерообразовании промышленного производства должны участвовать компании, относящиеся к различным, но дополняющим друг друга отраслям (комплиментарным).

Разновидностью кластерной организации промышленного производства является формирование мини-кластеров внутри крупных промышленных формирований [2]. Это позволяет оптимизировать структуру управления предприятием.

Динамика предприятия, как система, предполагает количественные и качественные изменения. При количественном развитии происходит простое воспроизводство существующих элементов и объектов системы. После определенного накопления количественных изменений в системе возникает потребность в качественном развитии, в переходе на новый уровень.

В кластерообразовании промышленного производства особый акцент делается на формирование эффективных кооперационных связей между ключевыми участниками кластера. В рамках дополняющих друг друга рыночных сегментов кластерной организации промышленного производства может происходить процесс единого продвижения продукции тех компаний, которые входят в данную структуру.

Эффективное развитие кластерной организации промышленного производства зависит от ряда факторов, среди которых можно выделить следующие [1, с. 2]:

- условия спроса (регион должен обладать развитым спросом на продукцию отрасли);
- условия факторов производства (регион должен обладать ресурсами, максимально используемыми в отрасли);
- развитие смежных и поддерживающих отраслей (в регионе должны быть развиты фирмы-поставщики сырья и материалов, производители оборудования, секторов услуг и иная инфраструктура);
- стратегия фирм (в регионе должны быть производители, формирующие структуру рынка, которая способствует созданию конкуренции);
- политика правительства (государство должно быть заинтересовано в активном воздействии на формирование кластерной организации промышленного производства);
- международная бизнес-активность (исходя из реалий сегодняшнего дня необходимы взаимосвязи с иностранными партнерами, что позволит создать в регионе конкурентоспособную кластерную организацию промышленного производства на мировом рынке).

Кластерная организация промышленного производства при сочетании указанных выше факторов будет представлять собой сконцентрированную на некоторой территории группу взаимосвязанных предприятий, система отношений между которыми, с учетом взаимоотношений с внешней средой, позволит проводить согласованную финансово-экономическую политику, координацию производственно-хозяйственной деятельности и достигать более высоких уровней эффективности своих производственных процессов.

Предприятия, резиденты кластера заинтересованы в установлении экономических связей с научными, образовательными, общественными организациями и органами местной власти. Это ведет к повышению конкурентоспособности собственной продукции, работ, услуг [4, с. 14].

В общем виде модель кластерной организации промышленного производства можно представить следующим образом (рис. 1).

Экономические интересы участников кластера промышленного производства должны быть направлены с одной стороны на максимизацию прибыли, а с другой стороны на содействие экономическому развитию региона, что дает следующие преимущества кластерной организации промышленного производства в отличие от других организационно-правовых форм отраслей производства:

- привлечение финансовых ресурсов, исходя из объединения финансовых возможностей участников;
- возможность снижения себестоимости собственной продукции, работ, услуг организаций, входящих в кластерную структуру;
- возможность участникам отстаивать свои экономические интересы на уровне органов местной и региональной власти;
- возможность разработки и участия в крупных программах, которые позволяют внедрить последние достижения науки и техники, что

практически не возможно в условиях рыночной экономики достичь поодиночке;

- выработка нового способа мышления, суть которого состоит в доверии между участниками образованной структуры.

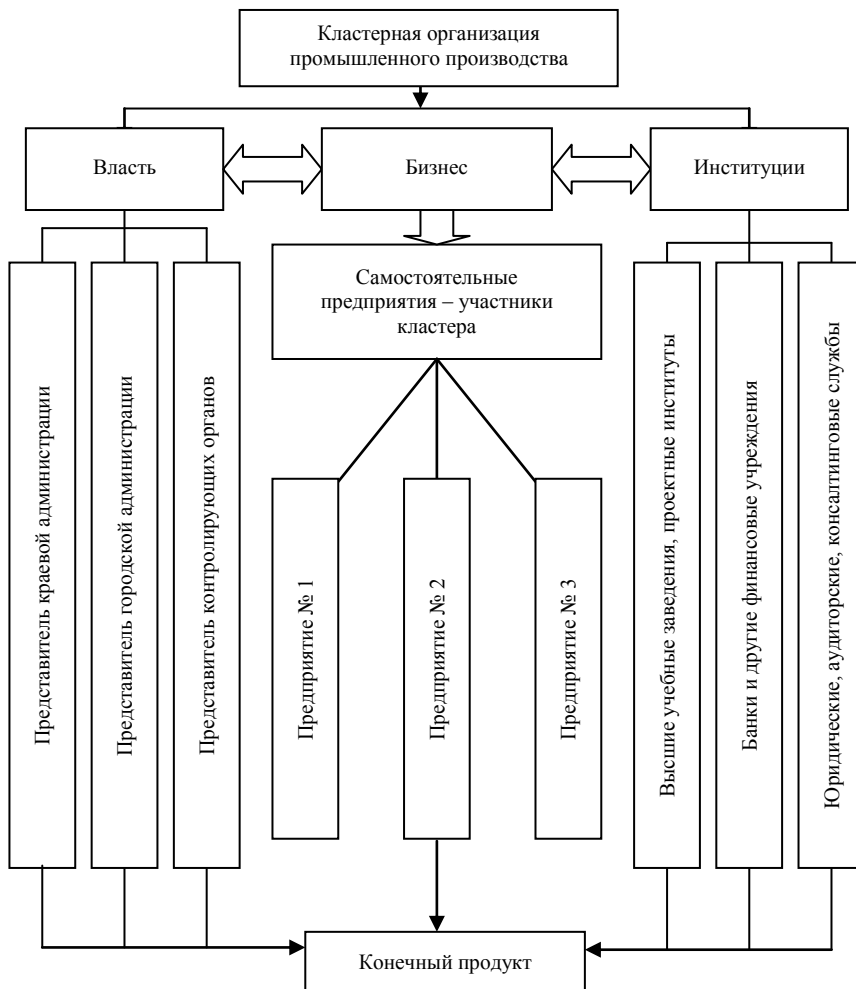


Рис. 1. Модель кластерной организации промышленного производства

Отличительной особенностью кластерной организации промышленного производства, в отличие от других видов экономических систем является преобладание в их структуре малого и среднего бизнеса. По мере развития рыночной экономики значение малого и среднего бизнеса резко возросло.

Кластерная организация промышленного производства позволяет проводить политику кооперирования не только самих участников, но и предпринимательских структур на договорной основе, которые способствуют выполнению определенных задач и служат для развития региона.

Основой для формирования экономической стратегии кластерной организации промышленного производства являются следующие аспекты:

- географический, суть которого состоит в построении пространственных кластеров экономической активности;
- горизонтальный, суть которого состоит в том, что несколько отраслей могут входить в более крупный кластер;
- вертикальный, суть которого заключается в том, что в кластерах могут присутствовать смежные этапы производственного процесса. В вертикальном аспекте весьма актуально кто именно из участников является инициатором и конечным воплощением инновационной деятельности;
- латеральный, специфика которого заключается в том, что разные секторы, которые могут иметь общие возможности и способы обеспечения экономических результатов за счет эффекта масштаба, что приводит к новым комбинациям;
- технологический, особенностью которого является то, что в него включается совокупность отраслей, которые используют одну и ту же технологию;
- фокусный, где вокруг одного центра фирмы сосредоточен кластер фирм;
- качество предпринимательской сети, где существенен вопрос каким образом и как качественно осуществляется процесс сотрудничества.

Комбинация указанных выше аспектов ведет к тесному взаимодействию всех участников кластерной организации промышленного производства, что обеспечивает преимущественное положение её на внутренних и внешних рынках.

Список литературы:

1. Воробьев П.В. Формирование конкурентоспособных промышленных кластеров в регионе: модели организации и инструменты политики // Центр региональных экономических исследований Уральского госуниверситета. – Екатеринбург, 2013. – 13 с.
2. Галкин Д.Г., Пивоварова Е.В. Кластерная организация промышленного производства: значение, виды и методы оценки // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. – 2014. – № 1 (111). – С. 173-178.
3. Кузнецов Ю.В. Теория организации / Ю.В. Кузнецов, Е.В. Мелякова. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – 365 с.
4. Лифиц И.М. Теория и практика конкурентоспособности товаров и услуг. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт-Издат, 2009. – 464 с.

УСТОЙЧИВАЯ КОРМОВАЯ БАЗА – УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ЖИВОТНОВОДСТВА

© Белостоцкий А.А.*

Юго-Западный государственный университет, г. Курск

В статье рассматриваются проблемы устойчивого развития отрасли животноводства во всех категориях хозяйств, в первую очередь, за счет устойчивого развития кормовой базы и кормопроизводства в целом, также отражена взаимосвязь сельского хозяйства, животноводства и растениеводства и предложены направления повышения производства продукции животноводства в новых экономических и геополитических условиях.

Ключевые слова: устойчивость, животноводство, растениеводство, сельское хозяйство, продовольственная безопасность.

В исследовательской практике последних лет словосочетание «устойчивое развитие» – плод многолетних поисков всеобъемлющей и взаимоприемлемой модели, некоего компромиссного, устраивающего всех варианта объяснения того, как функционирует механизм взаимодействия экономики, и социальной сферы различных уровней.

В буквальном переводе на русский язык английское словосочетание «sustainable development» звучит как «самоподдерживающееся (продолжительное, самовоспроизводящееся) развитие». Очевидно, что это выражение слишком тяжеловесно, поэтому в отечественной экономической науке принято считать равнозначным ему термин «устойчивое развитие».

Понятие устойчивости является одной из важнейших характеристик любой системы. В связи с этим устойчивость следует рассматривать с позиций системного подхода. Экономическая система должна иметь свойства динамичности и устойчивости, а при ее изучении речь должна идти об устойчивом развитии как в целом экономических систем так и ее составных частей.

Устойчивость – это характеристика любого производственного процесса, причем не зависящая от уровня анализируемого показателя или скорости его изменения. Так, производство какого – либо продукта может быть устойчивым, но недостаточным для удовлетворения потребностей, и наоборот, производство может быть неустойчивым, с большими перепадами, хотя потребности и будут удовлетворяться за счет запасов, импорта

Устойчивость развития – это не только возможность преодолеть неблагоприятные для сельского хозяйства явления, но и способность использовать их с наибольшим эффектом для хозяйства [3, с. 75-78].

Приоритетным направлением для устойчивого развития животноводства является повышение устойчивости кормовой базы, так как основа устой-

* Доцент кафедры Международных отношений и государственного управления, кандидат экономических наук, доцент.

чивости сельского хозяйства – животноводство, а основа устойчивости животноводства – устойчивая кормовая база.

Под кормовой базой хозяйства понимают размеры и состав источников получения кормов, их объем, ассортимент и качество, организацию их производства и использования. Главная цель организации устойчивой кормовой базы – всемерное увеличение производства дешевой животноводческой продукции, а основной критерий оценки уровня её развития – степень социально-экономического развития региона.

Устойчивое развитие кормовой базы невозможно без специализированной отрасли – отрасли кормопроизводства. Объединяя несколько отраслей, кормопроизводство представляет систему, включающую как технологические, технические, так и организационно-экономические элементы.

Структура стоимости произведенной продукции сельского хозяйства по категориям хозяйств представлена в табл. 1.

Таблица 1

**Структура стоимости произведенной продукции
сельского хозяйства по категориям хозяйств, %**

Показатели	Сельскохозяйственные организации	Хозяйства населения	Крестьянские (фермерские) хозяйства
Сельское хозяйство	46,7	44,8	8,5
Животноводство	50,1	45,5	4,4
Растениеводство	42,8	43,9	13,3

Анализ данной таблицы отражает значительное отставание по производству продукции животноводства в крестьянских (фермерских) хозяйствах всего 4,4 %, по растениеводству данный показатель в 3 раза больше по этой категории хозяйств.

Соблюдение необходимых пропорций в развитии животноводства и кормопроизводстве – решающее условие дальнейшей интенсификации сельскохозяйственного производства. Развитие животноводческих отраслей, повышение продуктивности скота и птицы находится в непосредственной связи с состоянием кормовой базы.

Производство же кормов зависит от уровня интенсификации растениеводческих отраслей. Рост урожайности зерновых, технических, овощных, кормовых и других культур создает возможность для увеличения производства кормов, снижения их себестоимости, не только за счет возделывания кормовых культур, но и на основе использования сопряженной и побочной продукции (соломы, зерновых отходов, ботвы сахарной свеклы и т.д.). Однако при организации кормопроизводства необходимо решать ряд специфических вопросов, которые не могут быть отнесены к системе земледелия: совершенствование технологии заготовки и хранения кормов, производство комбикормов. Представляя комплекс отраслей, кормопроизводство основывается на использовании как элементов системы земледелия, так и других элементов, присущих данной группе отраслей.

Резкое сокращение поголовья скота, снижение продуктивности животных стали причиной уменьшения объемов производимой продукции, насыщения рынка импортной дорогостоящей продукцией зачастую низкого качества [1, с. 81].

Увеличение поголовья, рост продуктивности скота, увеличение объемов производства и реализации продукции животноводства требуют всемерного и неотложного внимания к развитию устойчивой кормовой базы в каждом сельскохозяйственном предприятии.

Кормовая база должна развиваться в соответствии с техническим прогрессом в животноводстве. Животноводческая продукция – это по существу корма, переработанные организмом животных. Рост ее производства, снижение себестоимости возможны только при рациональной организации кормопроизводства, повышении общего уровня полноценного питания животных и обеспечении на этой основе повышенной оплаты кормов продукцией животноводства.

Животноводство – одна из важнейших отраслей сельского хозяйства, значительно влияющая на его экономику. В структуре стоимости валовой продукции сельского хозяйства на долю животноводства, включающего в том числе молочное и мясное скотоводство, приходится более 55 %.

Отрасль производит важнейшие продукты питания, являющиеся основным источником белка животного происхождения, а также сырье для различных отраслей перерабатывающей промышленности (маслосыроработной, молочной, мясной, кожевенной и др.), поставляя им молоко, мясо, кожу, шерсть, овчину и пр.

В своем развитии животноводство неразрывно связано с растениеводством, так как эффективность работы отрасли во многом определяется состоянием кормовой базы. Чем выше урожайность культур и интенсивнее земледелие, тем больше животноводческой продукции может быть произведено в хозяйстве. Примерно 75 % растительных продуктов, полученных на полях и естественных угодьях, не может быть непосредственно использовано для питания человека. Их можно превратить в полноценную продукцию, только используя в качестве корма для животных.

Животноводство в меньшей степени, чем растениеводство, зависит от природно-климатических условий, здесь не так явно выражена сезонность производства, более равномерно в течение года используются основные и оборотные средства производства, рабочая сила, равномернее поступает выручка от реализации продукции. Поэтому те хозяйства, в которых рационально сочетаются отрасли растениеводства и животноводства, более устойчивы в экономическом отношении, эффективнее используют свой ресурсный потенциал.

Животноводство представляет собой обширную и сложную отрасль, где главным средством производства являются животные и птицы, непосредственно не связанные с землей. Животноводческие продукты могут произво-

дится на предприятиях, где земля служит территориальной базой для животноводческого комплекса. Однако животноводство в целом базируется на кормах, полученных в отрасли растениеводства, широко использует его отходы, непригодные для непосредственного потребления человеком. В свою очередь, оно дает ценное удобрение для растениеводства [4].

Структура производства отдельных видов продукции животноводства по категориям хозяйств представлена на рис. 1.

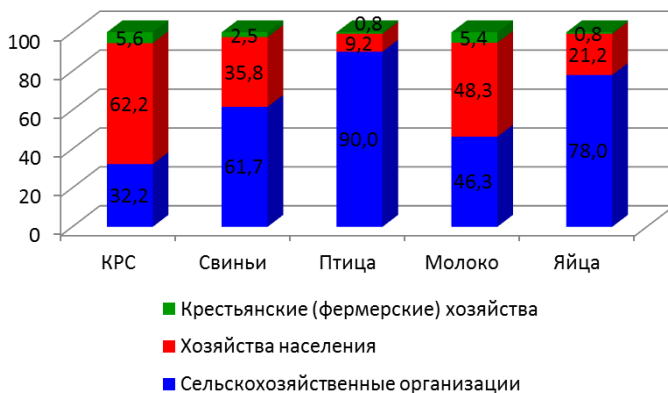


Рис. 1. Структура производства отдельных видов продукции животноводства по категориям хозяйств, %

Анализ данного рисунка показал, что основной объем продукции отрасли животноводства производится в сельскохозяйственных организациях от 32,2 % по КРС до 90,0 % по птице. При этом производство продукции животноводства в крестьянских (фермерских) хозяйствах значительно ниже от 0,8 % по молоку и яйцам до 5,6 % по КРС.

В отрасли животноводства выделяются подотрасли по видам животных: скотоводство, свиноводство, овцеводство, птицеводство и др. Недостаточный уровень производства продукции животноводства в настоящее время связан с относительно малой плотностью поголовья скота и еще низкой продуктивностью.

Основной путь развития животноводства на данном этапе – интенсификация. Главным условием этого является дальнейшая специализация и концентрация производства на базе межхозяйственной кооперации, всемерная и полная механизация и автоматизация трудоемких процессов в животноводстве в сочетании с новой технологией производства, дальнейшая электрификация ферм, улучшение породных и продуктивных качеств скота, а также реконструкция существующих помещений и оборудования.

Применительно к отечественному сельскому хозяйству в сфере продовольственной безопасности необходимо использовать уже наработанный

зарубежный опыт придав ему конкретную отраслевую направленность, способствующий охватывать три важнейших компонента сельскохозяйственного производства таких как прямое и косвенное субсидирование агропромышленного комплекса, обеспечение благоприятных условий жизни на сельских территориях, установление ранее заявленных закупочных цен на сельскохозяйственную продукцию [2, с. 58-59].

В связи с этим нам в условиях рыночных отношений необходимо решить задачу достижения устойчивого роста сельскохозяйственного производства, надежного обеспечения страны продуктами питания и сельскохозяйственным сырьем, объединения усилий всех отраслей АПК для получения высоких конечных результатов и повышения уровня социально – экономического развития региона [5].

Список литературы:

1. Барбашин А.И. Экономика сельского хозяйства. – Курск: КГСХА, 2009. – 278 с.
2. Белостоцкий А.А. Продовольственная безопасность государства и зарубежный опыт развития сельского хозяйства // Дельта науки. – 2015. – № 1. – 103 с.
3. Загайтов И.Б., Половинкин П.Д. Экономические проблемы повышения устойчивости сельскохозяйственного производства. – М., 1984. – 239 с.
4. Правительство Российской Федерации / Паспорт государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 годы: официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.government.ru/> (дата обращения: 25.11.2015).
5. Министерство сельского хозяйства Российской Федерации: официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mcsx.ru/> (дата обращения: 30.11.2015).

ПРОБЛЕМЫ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

© Кисель П.А.*

Костанайский инженерно-экономический университет им. М. Дулатова,
Республика Казахстан, г. Костанай

В статье рассмотрены вопросы состояния туристской отрасли и перспектив ее развития. Особое внимание уделяется повышению качества гостиничного сервиса.

* Научный руководитель: Притула Р.А., профессор, кандидат экономических наук.

Ключевые слова: индустрия туризма, инфраструктура, туристские услуги, туристские возможности, гостиничные услуги, средства размещения.

Современная индустрия туризма является одним из крупнейших высокодоходных и динамично развивающихся сегментов международной торговли услугами. Принимая во внимание быстрый и постоянный рост туризма, его мощное воздействие на окружающую среду, на все сектора экономики и благосостояние общества, Правительство в долгосрочной программе развития Казахстана определило туристскую отрасль приоритетной. Основной целью развития туризма в Казахстане является создание современного высокоэффективного и конкурентоспособного туристского комплекса, на базе которого будут обеспечиваться условия для развития отрасли как сектора экономики, интеграции в систему мирового туристского рынка и развитие дальнейшего международного сотрудничества в области туризма.

Как отмечают международные эксперты в области туризма, состояние развития туристской отрасли в Казахстане за последние годы характеризуется его поступательным и устойчивым развитием. Уже в ближайшие годы Казахстан имеет возможность стать одной из крупнейших экономик путешествий и туризма. За рубежом Казахстан начинают рассматривать как одну из наиболее стабильных стран с уникальными туристскими возможностями. Кроме того, все те же иностранные эксперты полагают, что этому будут способствовать такие плюсы республики на мировом туристском рынке как гостеприимство и доброжелательность казахстанцев, природные достопримечательности страны, ее история и богатство культурного и этнического разнообразия, а также туристская инфраструктура [1].

В Казахстане, имеющем богатый туристский потенциал, его доля составляет всего 0,3 % в ВВП страны год. Казахстан является идеальным направлением для экотуризма, упомянутого в проекте Концепции лишь при перечислении возможностей развития индустрии. Способы стимулирования экотуризма в Концепции не предусмотрены, как и не предусмотрены меры борьбы с загрязнением национальных парков и прочих мест эко-отдыха.

Сегодняшнее состояние отечественной туристской отрасли отчетливо показывает ориентированность ее на внешние рынки даже казахстанского потребителя, не говоря уже о привлечении иностранных туристов в нашу страну. Свыше 60 % в структуре туристской деятельности занимает выездной туризм и лишь около 6 % перепадает на въездной туризм [2]. Значит, в первую очередь, нам надо бороться за отечественных покупателей туристских услуг, чтобы сформировать положительный баланс в этом секторе. Опыт есть.

Ведь, туризм, как самостоятельная отрасль существует со дня обретения независимости государства. Наша конечная цель, это создание конкурентоспособной туристской индустрии для обеспечения занятости населения, стабильного роста доходов государства и населения за счет увеличения объемов въездного и внутреннего туризма.

Один из ключевых недостатков нашего туризма – неразвитость инфраструктуры. Конкуренция на мировом рынке не терпит снисходительности, особенно, в таких чувствительных секторах как транспорт, связь и сервис.

Известно, что гостиничный бизнес – неотъемлемая часть индустрии гостеприимства – напрямую зависит от уровня расходов своих клиентов. Одновременно с ростом общего числа туристов, развитие получила бы и инфраструктура туризма и её основной компонент – гостиничный сектор. Изучение концептуальных положений организации гостиничного сектора должно предусматривать постоянный учет изменений, происходящих в общей и специальной нормативно-правовой базе гостиничного бизнеса.

Важным моментом является повышение качества гостиничного сервиса. Несмотря на то, что наблюдается устойчивая тенденция ее роста в основном, места размещения расположены в городах и крупных населенных пунктах, а материальная база многих объектов размещения, включая гостиницы, пансионаты, дома и базы отдыха, а также санаторно-курортные учреждения, характеризуется высокой степенью морального и физического износа. Так же необходимо отметить недостаточное развитие в республике гостиниц уровня 1, 2 и 3 звезды и туристского класса, что важно для развития внутреннего и въездного туризма. Объем и структура предоставленных услуг различными типами гостиничных предприятий по Республике Казахстан представлен в табл. 1.

Таблица 1

Объем и структура предоставленных услуг различными типами гостиничных предприятий РК, млн. тнг.

Показатели	Годы						Изменения 2014 г., в % к уровню	
	2012		2013		2014		2012 г.	2013 г.
	млн. тенге	в %	млн. тенге	в %	млн. тенге	в %		
Услуги всего	39101,1	100	59367,3	100	63965,7	100	163,6	107,7
в том числе: гостиницы с ресторанами	29200,7	74,7	42826,5	72,1	47705,3	74,6	163,4	111,4
гостиницы без ресторанов	8386,2	21,4	11756,3	19,8	14578,3	22,8	173,8	124,0
жилье краткосрочного проживания	1187	3,0	2207,4	3,7	1288,9	2,0	108,6	58,4
туристические лагеря, парки отдыха и развлечений	229	0,6	82,2	0,1	113,8	0,2	49,7	138,4
прочие места для проживания	98,2	0,3	2494,9	4,2	279,4	0,4	284,5	11,2

По состоянию на январь-март 2015 года в Казахстане количество объектов, занимающихся размещением посетителей, составило 2 103 единицы, в которых насчитывается 51 743 номеров, при этом единовременная вместимость составляет 115 906 койко-мест. Основная часть номеров сконцентрирована в городах Алматы (13 %), Астане (12,9 %), Восточно-Казахстанской (12,8 %), Атырауской (8,9 %), Карагандинской (8,9 %) и Акмолинской (8,8 %) областях. Количество номеров составило 51 743 комнат, что означает рост

на 19,1 % по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Однако, что касается спроса, средний показатель заполняемости мест размещения с января по март текущего года составил лишь 20 % [4].

Казахстанский гостиничный рынок на 1 января 2012 г. классифицируется следующим образом: 14 отелей принадлежат к «5 звездам», пятьдесят три позиционируются в популярной категории «4 звезды» и к «3-звездным» относятся 91 гостиница (рис. 1). Остальной гостиничный фонд находится в дешевом сегменте (низший дивизион). Менеджмент только в «пятизвездочных» представлен иностранными управленцами, в остальных категориях – местным топ-менеджментом.

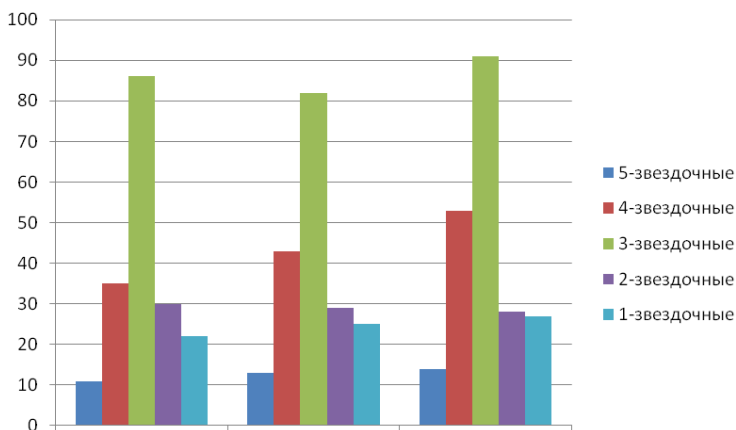


Рис. 1. Распределение гостиничных предприятий по категориям в Республике Казахстан за 2012-2014 гг.

Вместе с тем, увеличение иностранного туристского потока во многом зависит от качества и объемов международных транспортных услуг. Необходимо принять меры по обновлению всех видов транспортного парка, расширению географии пассажирских перевозок, повышению качества предоставляемых услуг на всех видах транспорта, развитию придорожной инфраструктуры, решению вопросов о строительстве или приобретению пассажирского лайнера для организации морских круизов по Каспийскому морю. Одним из основных факторов, влияющих на развитие въездного и внутреннего туризма являются пассажирские авиаперевозки. Для увеличения притока туристов в Казахстан чрезвычайно важным вопросом является развитие и усиление международных авиаперевозок. Популярным средством передвижения у основной части населения республики является железнодорожный транспорт из-за более доступных цен на билеты.

Важным для гостиничной индустрии Республики Казахстан является создание высокого качества обслуживания. Высокое качество обслуживания гос-

тей обеспечивается коллективными усилиями работников всех служб гостиницы, постоянным и эффективным контролем со стороны администрации, проведением работы по совершенствованию форм и методов обслуживания, изучению и внедрению передового опыта, новой техники и технологии, расширению ассортимента и совершенствованию качества предоставляемых услуг.

К тому же проблемой развития туризма в республике, является недостаточное количество специализированных кадров в области туризма, так как планирование людских ресурсов имеет особое значение в туризме – деятельности, связанной с обслуживанием, и успех которой в значительной степени зависит от качества подготовки кадров, работающих в этой отрасли. Несмотря на развитие инфраструктуры туризма, уровень качества обслуживания на многих туристских объектах остается низким. Это связано с тем, что необходима реализация мер по совершенствованию системы подготовки кадров для туристской отрасли. Основная проблема нехватки кадров заключается в том, что институты готовят специалистов по старой программе. Но современные реалии ушли далеко вперед.

Приоритетной целью является – развитие казахстанского туристского продукта. Для продвижения страны на мировой туристский рынок необходимо дальнейшее осуществление мероприятий по формированию привлекательного туристского имиджа страны. Основопологающим фактором формирования конкурентоспособного туристского рынка является эффективная рекламная кампания по продвижению отечественного туристского продукта, позволяющая сделать въездной и внутренний туризм доходной составляющей экономики страны. Из-за неосведомленности о туристских возможностях Казахстана туристско-активного населения во многих странах, республика ежегодно теряет потенциальных туристов и, следовательно, поступления в бюджет от туристской деятельности.

Концепция развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2020 года разработана в целях реализации Послания Президента Республики Казахстан Нурсултана Назарбаева народу Казахстана от 27 января 2012 года «Социально-экономическая модернизация – главный вектор развития Казахстана» и в соответствии с разработанными системными планами развития туризма Республики Казахстан. Она и определяет цели, задачи и этапы реализации государственной политики в этой области. Уже определены долгосрочные тенденции развития туристского рынка, основные туристские кластеры, продукты и объекты с разделением их по видам туризма, уровню готовности к приему туристов и туристской привлекательности. Концепция направлена на устойчивое развитие индустрии туризма путем создания и совершенствования инфраструктуры, формирования имиджа Казахстана для повышения его привлекательности в качестве туристского направления [3].

Список литературы:

1. <http://www.nomad.su>.

2. <http://www.stat.gov.kz>.
3. <http://www.kit.gov.kz/html/proect-koncepcia.html>.
4. <http://kapital.kz/>.

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИКО-ПРАВОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА СФЕРЫ БЫТОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ

© Комарова Е.В.*

Уральский институт фондового рынка, г. Екатеринбург

Экономико-правовая безопасность как одно из условий стабильного функционирования предприятия.

Ключевые слова: система экономической безопасности, сфера бытового обслуживания, коммерческая тайна, внутренние и внешние угрозы предприятию.

Обеспечение благосостояния современного общества зависит от безопасности его деятельности, а также условий, при которых она достигается. Важнейшей составной частью безопасности является экономическая безопасность, она неразрывно связана с экономической эффективностью функционирования хозяйствующих субъектов, с экономической независимостью, стабильностью и безопасностью общества.

Сфера бытового обслуживания населения как вид предпринимательской деятельности – важный сектор современной рыночной экономики. Она является источником поступления текущих денежных средств, влияющих на финансовую стабильность государства.

В свою очередь стабильное функционирование, экономический рост любого предприятия в условиях рыночных отношений во многом зависит от наличия надежной системы экономической безопасности. Сфера бытового обслуживания населения, является наиболее уязвимой от внешней среды отраслью, поскольку имеет непосредственные связи и взаимодействие с производителями-поставщиками товаров, посредниками, потребителями, отраслями и предприятиями, предоставляющими различные услуги для оснащения и надлежущей организации технологических процессов.

Одним из важных условий устойчивого развития хозяйствующих субъектов является:

- во-первых, экономико-правовая безопасность – элемент, от которого зависит состояние и будущее развитие любой экономической сис-

* Заведующий кафедрой Экономики предприятия, кандидат экономических наук.

темы. Она является основным условием стабильного функционирования экономики, её независимости и суверенитета, повышения благосостояния населения и его социальной защищенности;

- во-вторых, в системе обеспечения экономико-правовой безопасности большую роль играет организация безопасности хозяйствующего субъекта, сферы бытового обслуживания населения;
- в-третьих, выявление и исследование факторов, формирующих угрозы для экономико-правового развития хозяйствующего субъекта сферы бытового обслуживания населения, формулирование предложений по обеспечению оперативного реагирования на них и определяют актуальность темы исследования.

Сложность и многоаспектность проблемы экономико-правовой безопасности хозяйствующего субъекта сферы бытового обслуживания населения предопределена несоответствием между сложившейся экономической ситуацией и основными методами управления экономической безопасностью, новым экономическим условиям.

Одной из важной спецификой отношений между организациями сферы бытового обслуживания населения и клиентом является наличие повышенных видов предпринимательского риска. Исходя из технологических этапов осуществления оказываемых услуг, целесообразно рассматривать виды предпринимательского риска, характерные для каждой стадии оказания услуг, а также определить правовые средства, способствующие уменьшению риска и развитию предпринимательства в сфере бытового обслуживания населения.

Основная роль в правовом регулировании отношений в данной сфере, как хозяйственной системы, являющейся частью национальной экономической системы, принадлежит нормам предпринимательского (хозяйственного) права. В связи с этим, целесообразно общую концепцию предпринимательского (хозяйственного) права развивать на основе и с учетом программы правового обеспечения предпринимательских отношений в сфере бытового обслуживания населения.

Важную роль в обеспечении экономической безопасности организации бытового обслуживания населения играет обеспечение охраны коммерческой тайны.

Эффективная защита коммерческой тайны возможна при обязательном выполнении ряда условий:

- единство в решении производственных, коммерческих, финансовых и режимных вопросов;
- координация мер безопасности между всеми заинтересованными службами организации;
- научная оценка информации и объектов, подлежащих классификации (защите). Разработка режимных мер до начала проведения режимных работ;

- персональная ответственность (в том числе и материальная) руководителей всех уровней, исполнителей, участвующих в закрытых работах, за обеспечение сохранности тайны и поддержание на должном уровне режима охраны проводимых работ;
- организация специального делопроизводства, порядка хранения, перевозки носителей коммерческой тайны. Введение соответствующей маркировки документов и других носителей закрытых сведений;
- формирование списка лиц, уполномоченных руководителем организации классифицировать информацию и объекты, содержащие сведения, составляющие коммерческую тайну;
- оптимальное ограничение числа лиц, допускаемых к коммерческой тайне;
- выполнение требований по обеспечению сохранения коммерческой тайны при проектировании и размещении специальных помещений; в процессе НИОКР, испытаний и производства изделий, сбыта, рекламы, подписания контрактов, при проведении особо важных совещаний, в ходе использования технических средств обработки, хранения и передачи информации и т.п.;
- наличие охраны;
- плановость разработки и осуществления мер по защите коммерческой тайны, систематический контроль за эффективностью принимаемых мер;
- создание системы обучения исполнителей правилам обеспечения сохранности коммерческой тайны.

При организации защиты коммерческой тайны, имущественных и финансовых ценностей управляющий банка руководствуется прежде всего экономической целесообразностью. Здесь обязательно надо учитывать два момента:

- а) затраты на обеспечение экономической безопасности должны быть, как правило, меньшими в сравнении с возможным экономическим ущербом;
- б) планируемые меры безопасности содействуют, как правило, повышению экономической эффективности предпринимательства.

Функциями по защите коммерческой тайны являются:

- определение объектов интеллектуальной собственности, подлежащих охране;
- выбор методов защиты (патентование, авторское право, коммерческая тайна);
- разработка для последующего утверждения Перечня (дополнений к перечню) сведений, составляющих коммерческую тайну;
- установление правил допуска и разработка разрешительной системы доступа к сведениям, составляющим коммерческую тайну;
- оформление списков лиц (перечней должностей), имеющих право работать с конкретными составляющими коммерческой тайны;

- организация охраны предприятия, спецпомещений, хранилищ, введение пропускного и внутриобъектового режимов (разграничение доступа в помещения);
- разработка мер по предупреждению несанкционированного уничтожения носителей информации, в том числе в автоматизированных системах хранения, обработки и передачи информации;
- контроль исполнения режимных требований: проведение аналитических исследований по оценке надежности принимаемых мер защиты коммерческой тайны и выработка предложений по повышению эффективности охраны;
- проведение служебных расследований по фактам нарушения режима обращения с коммерческой тайной.

В табл. 1 приведены первоначальные затраты на осуществление мероприятий по внедрению системы экономической безопасности малого предприятия.

Таблица 1

Затраты на внедрение СЭБ салона красоты X

Наименование затрат	Величина затрат, тыс. руб.
Разработка основных документов	50,0
Привлечение внешних консультантов	100,0
Приобретение литературы	100,0
Итого	250,0

Таким образом, совокупные расходы на осуществление данных мероприятий составят 250 тыс. руб.

Структура первоначальных затрат на реализацию проекта приведена на рис. 1.



Рис. 1. Структура затрат салона красоты X на внедрение системы экономической безопасности

По результатам исследования можно сделать следующие выводы:

1. Под экономической безопасностью предприятия понимается рациональное использование корпоративных составляющих производства с целью обеспечения надежного и устойчивого функционирования предприятий.

2. Угрозы экономической безопасности предприятия в зависимости от источника возникновения делят на объективные и субъективные. Внутренние опасности и угрозы экономической безопасности бизнеса возникают непосредственно в сфере хозяйственной деятельности предприятия.

3. В качестве критерия экономической безопасности предлагается использовать совокупный показатель экономической безопасности, который не имеет конкретного количественного выражения (стремится к максимуму). Расчет данного совокупного критерия экономической безопасности основан на определении понесенных и предотвращенных ущербов.

4. В работе определены существующие и потенциальные угрозы для экономической безопасности предприятия малого бизнеса, которые условно можно разделить на две группы: внешние и внутренние.

К внешним угрозам можно отнести: неблагоприятное изменение политической ситуации; макроэкономические потрясения; изменение законодательства, влияющего на условия хозяйственной деятельности; неразвитость инфраструктуры рынка и т.п.

Внутренние опасности и угрозы экономической безопасности бизнеса возникают непосредственно в сфере хозяйственной деятельности предприятия.

Кроме того, угрозами также служат возможные неблагоприятные изменения налогового, таможенного и других законодательств.

5. Основу законодательства об экономической безопасности коммерческой организации составляет Закон Российской Федерации «О безопасности».

Защиту имущественных и иных материальных интересов, деловой репутации коммерческих организаций призваны обеспечить, также, гражданское, гражданско-процессуальное, арбитражное и арбитражно-процессуальное законодательство.

6. Важную роль в обеспечении экономической безопасности играет обеспечение охраны коммерческой тайны. С целью совершенствования механизма защиты коммерческой тайны предприятия малого бизнеса рекомендовано:

- организовать порядок работы с конфиденциальными документами, контроль над прохождением секретных документов, контроль над публикациями, рассекречивание и уничтожение конфиденциальных документов, охрана секретов других фирм;
- создание систем защиты электронной информации от несанкционированного к ней доступа, обеспечение контроля над использованием компьютера;
- установить сейфы или специальные контейнеры для хранения документов;
- пересмотреть договора о неразглашении и трудовые контракты.

Экономическая безопасность организации – это наличие конкурентных преимуществ, обусловленных соответствием материального, финансового, кадрового, технико-технологического потенциалов и организационной структуры предприятия его стратегическим целям и задачам.

Список литературы:

1. Вергилес Э.В. Стратегическое управление организацией / Э.В. Вергилес. – М.: МФПА, 2012. – 178 с.
2. Дворядкина Е.Б. Экономическая безопасность: учебное пособие/ Е.Б. Дворядкина, Н.В. Новикова. – Екатеринбург: Изд-во Уральского государственного экономического университета, 2010. – 177 с.
3. Катасонов В.А. Экономическая безопасность как основа обеспечения национальной безопасности // Вопросы экономики. – 2010. – № 8 – С. 64-66.
4. Качалов Р.М. Управление хозяйственным риском. – М., 2011. – 448 с.
5. Крысин А.В. Безопасность предпринимательской деятельности / А.В. Крысин. – М.: ЮНИТИ, 2010. – С. 26.
6. Черкасов В.Н. Бизнес и безопасность. Комплексный подход / В.Н. Черкасов. – М.: Армада-пресс, 2014. – 384 с.
7. О безопасности [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 05.03.1992 г. № 2446-1 (в ред. от 26 июня 2008 г.). – Доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс». – Режим доступа: www.consultant.ru.
8. О безопасности [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 28.12.2010 N 390-ФЗ. Доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
9. О Концепции национальной безопасности Российской Федерации [Электронный ресурс]: указ Президента РФ от 10 января 2000 г. № 24. Доступ из справочно – правовой системы «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
10. О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2020 г. [Электронный ресурс]: Указ Президента РФ от 12 мая 2009 г. № 537 // Консультант Плюс. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
11. О федеральной службе безопасности Российской Федерации [Электронный ресурс]: Утвержден Указом Президента РФ от 6 июля 1998 г. № 806. Доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

**ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ПРОЕКТА
МЕЛИОРАЦИИ ЗЕМЕЛЬ В СИСТЕМЕ
АГРОПРОМЫШЛЕННОЙ ИНТЕГРАЦИИ**

© Линиченко Д.С.*

Челябинский государственный педагогический университет, г. Челябинск

В статье уделяется внимание проблеме неудовлетворительного качества сельскохозяйственных угодий, что негативно сказывается на уро-

* Старший преподаватель кафедры Экономической теории и менеджмента.

жайности и питательной ценности кормовых культур, качестве кормов и продуктивности животноводства. Автор предлагает вариант реализации проекта по мелиорации земель в земледелии, приводит методику оценки экономических эффектов, возникающих с его внедрением в связанных отраслях АПК и представляет результаты практических расчетов.

Ключевые слова: мелиорация земель, агропромышленная интеграция, АПК, экономическая оценка.

Россия располагает огромным природным потенциалом для наращивания объемов кормопроизводства. На 1 га площади природных кормовых угодий, являющихся важным источником зелёных пастбищных кормов и сена, в мире приходится в 2,5 раза меньше пашни, и вдвое больше голов КРС и овец, чем в России [2, с. 17]. Потенциал природных кормовых угодий полностью не реализуется. Современная продуктивность природных кормовых угодий не отвечает требованиям времени. Большие площади кормовых угодий находятся в неудовлетворительном состоянии. Низкое качество земель, отсутствие рационального использования, ухода и улучшения приводят к снижению урожайности в 2-3 раза и более и ухудшению качества корма [2, с. 47].

Реализация проекта по мелиорации земель в земледелии, направленного на повышение плодородия почв, окажет непосредственное содействие повышению урожайности и питательной ценности сельскохозяйственных и кормовых культур в растениеводстве, что в свою очередь предопределяет повышение объемов и качества кормов в кормопроизводстве и, как следствие, повышение продуктивности скота в животноводстве.

Методика оценки интеграционного проекта по мелиорации земель включает инструментарий расчета следующих показателей.

Экономический эффект от мелиорации земель предприятия растениеводства можно определить по формуле:

$$\mathcal{E}_{\text{раст}}^{\text{м.з.}} = \left(U_1^{\text{культ}} \cdot ПЦ_1^{\text{культ}} \cdot Ц_1^{\text{культ}} \right) - \left(U_0^{\text{культ}} \cdot ПЦ_0^{\text{культ}} \cdot Ц_0^{\text{культ}} \right), \quad (1)$$

где $U_1^{\text{культ}}$ – урожайность кормовых культур после внедрения проекта по мелиорации земель, тн;

$U_0^{\text{культ}}$ – урожайность кормовых культур до внедрения проекта по мелиорации земель, тн;

$ПЦ_1^{\text{культ}}$ – питательная ценность кормовых культур после внедрения проекта по мелиорации земель;

$ПЦ_0^{\text{культ}}$ – питательная ценность кормовых культур до внедрения проекта по мелиорации земель;

$Ц_1^{\text{культ}}$ – цена на кормовые культуры после внедрения проекта по мелиорации земель, руб./тн;

$Ц_0^{\text{культ}}$ – цена на кормовые культуры до внедрения проекта по мелиорации земель, руб./тн.

Экономический эффект от мелиорации земель предприятия кормопроизводства можно определить по формуле:

$$\mathcal{E}_{\text{корм}}^{\text{м.з.}} = (O_1^{\text{корм}} \cdot ПЦ_1^{\text{корм}} \cdot Ц_1^{\text{корм}}) - (O_0^{\text{корм}} \cdot ПЦ_0^{\text{корм}} \cdot Ц_0^{\text{корм}}), \quad (2)$$

где $O_1^{\text{корм}}$ – объем продаж кормов после внедрения проекта по мелиорации земель, тн;

$O_0^{\text{корм}}$ – объем продаж кормов до внедрения проекта по мелиорации земель, тн;

$ПЦ_1^{\text{корм}}$ – питательная ценность кормов после внедрения проекта по мелиорации земель;

$ПЦ_0^{\text{корм}}$ – питательная ценность кормов до внедрения проекта по мелиорации земель;

$Ц_1^{\text{корм}}$ – цена на корма после внедрения проекта по мелиорации земель, руб./тн;

$Ц_0^{\text{корм}}$ – цена на корма до внедрения проекта по мелиорации земель, руб./тн.

Экономический эффект от мелиорации земель предприятия животноводства можно определить по формуле:

$$\mathcal{E}_{\text{животн}}^{\text{м.з.}} = (П_1^{\text{животн}} \cdot Ц_1^{\text{животн}}) - (П_0^{\text{животн}} \cdot Ц_0^{\text{животн}}), \quad (3)$$

где $П_1^{\text{животн}}$ – продуктивность животноводства после внедрения проекта по мелиорации земель, тн;

$П_0^{\text{животн}}$ – продуктивность животноводства до внедрения проекта по мелиорации земель, тн;

$Ц_1^{\text{животн}}$ – средняя цена на продукцию животноводства после внедрения проекта по мелиорации земель, руб./тн;

$Ц_0^{\text{животн}}$ – средняя цена на продукцию животноводства до внедрения проекта по мелиорации земель, руб./тн.

Синергетический эффект агропредприятий по проекту мелиорации земель можно определить по формуле:

$$\begin{aligned} C\mathcal{E}^{\text{М.З.}} = & \mathcal{E}_{\text{раст}}^{\text{м.з.}} + \mathcal{E}_{\text{корм}}^{\text{м.з.}} + \mathcal{E}_{\text{животн}}^{\text{м.з.}} = (Y_1^{\text{культ}} \cdot ПЦ_1^{\text{культ}} \cdot Ц_1^{\text{культ}}) - \\ & - (Y_0^{\text{культ}} \cdot ПЦ_0^{\text{культ}} \cdot Ц_0^{\text{культ}}) + (O_1^{\text{корм}} \cdot ПЦ_1^{\text{корм}} \cdot Ц_1^{\text{корм}}) - (O_0^{\text{корм}} \cdot ПЦ_0^{\text{корм}} \cdot Ц_0^{\text{корм}}) + \\ & + (П_1^{\text{животн}} \cdot Ц_1^{\text{животн}}) - (П_0^{\text{животн}} \cdot Ц_0^{\text{животн}}). \end{aligned} \quad (4)$$

Стоимость проекта по мелиорации земель целесообразно рассматривать как сумму синергетического эффекта по проекту и инвестиций в проект, что предполагает ее расчет по формуле:

$$\begin{aligned} CП^{\text{М.З.}} = C\mathcal{E}^{\text{М.З.}} + И^{\text{М.З.}} = & (\mathcal{E}_{\text{раст}}^{\text{м.з.}} + \mathcal{E}_{\text{корм}}^{\text{м.з.}} + \mathcal{E}_{\text{животн}}^{\text{м.з.}}) + И^{\text{М.З.}} = \\ = & \left((Y_1^{\text{культ}} \cdot ПЦ_1^{\text{культ}} \cdot Ц_1^{\text{культ}}) - (Y_0^{\text{культ}} \cdot ПЦ_0^{\text{культ}} \cdot Ц_0^{\text{культ}}) + \right. \\ & + (O_1^{\text{корм}} \cdot ПЦ_1^{\text{корм}} \cdot Ц_1^{\text{корм}}) - (O_0^{\text{корм}} \cdot ПЦ_0^{\text{корм}} \cdot Ц_0^{\text{корм}}) + \\ & \left. + (П_1^{\text{животн}} \cdot Ц_1^{\text{животн}}) - (П_0^{\text{животн}} \cdot Ц_0^{\text{животн}}) \right) + И^{\text{М.З.}}, \end{aligned} \quad (5)$$

где I^{M3} – инвестиции в проект по мелиорации земель, руб.

Распределение синергетического эффекта агропредприятий по проекту мелиорации земель представлено на рис. 1.

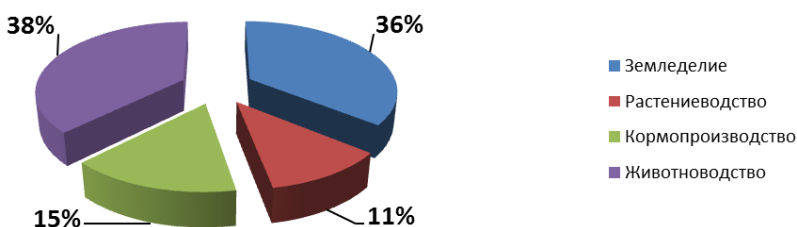


Рис. 1. Распределение синергетического эффекта агропредприятий по проекту мелиорации земель

Предложенная методика позволяет комплексно оценить интеграционный проект по мелиорации земель с позиции всех участвующих сторон. Результаты проведенных расчетов свидетельствуют о возможности получения существенного экономического эффекта в связанных отраслях земледелия, растениеводства, кормопроизводства и животноводства и таким образом при условии его массового внедрения о возможности существенного подъема отечественного АПК, что предопределяет повышение продовольственной безопасности государства.

Список литературы:

1. Концепция федеральной целевой программы «Развитие мелиорации сельскохозяйственных земель России на 2013-2020 годы» [Электронный ресурс]. – М., 2010. – С. 22. – Режим доступа: <http://xn--80aabj9bpfcol3g.xn--p1ai/MELIORACIYA.pdf>.
2. Косолапов В.М., Трофимов И.А., Трофимова Л.С. Кормопроизводство в сельском хозяйстве, экологии и рациональном природопользовании (теория и практика). – М.: 2014. – 135 с.
3. Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов мелиорации сельскохозяйственных земель РД-АПК 300.01.003-03 [Электронный ресурс]. – М., 2002. – Режим доступа: <http://files.stroyinf.ru/Data2/1/4293845/4293845763.htm>.
4. Смирнова Е.А., Болтунова И.И. Анализ и прогнозирование окупаемости затрат в отрасли растениеводства предприятий Ульяновской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: file:///C:/Users/pc/Downloads/2014_aprel_art54402.pdf.
5. Сельхозсайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.odin-ga.ru/korma/2-post2.html.
6. <http://chechnyatoday.com/content/view/275266>.
7. <http://optgrain.pulscen.ru/>.

8. <http://chel.pulscen.ru/price/4103-zerno-korma>.

9. http://specagro.ru/news/vlaaadimir_novostttt1?fo=2&r10_page=2.

К ВОПРОСУ О ПОНЯТИИ САМОРЕГУЛИРОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

© Маркин Д.Н.*

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса,
г. Владивосток

В статье исследуются отдельные теоретические аспекты понятия саморегулирования предпринимательской деятельности. Авторы анализируют понятия самоорганизации, саморегулирования и саморазвития как свойств социально-экономических систем. Саморегулирование предпринимательской деятельности рассматривается с социологической, правовой и экономической точек зрения. Делается вывод о необходимости применения комплексного подхода к развитию системы саморегулирования предпринимательской деятельности, как затрагивающей многие сферы жизни общества.

Ключевые слова: саморегулирование, саморегулируемые организации, СРО, предпринимательская деятельность, социально-экономические системы.

С момента самого начала своей осмысленной жизни человек всегда стремился к объединению. Связано это, прежде всего, с тем, что в форме объединений деятельность человека представляет собой наибольшую ценность, поскольку позволяет получить гораздо больший объем выгод для общества, нежели от его единоличной деятельности. Одной из современных форм таких объединений является саморегулирование.

Саморегулирование является достаточно сложным социально-экономическим феноменом, влияющим как прямо так и опосредованно на различные сферы жизни общества. Истоки указанного влияния проистекают из самой сути саморегулирования и связанных с ним явлений – самоорганизации и саморазвития.

Схожесть указанных понятий выражается в наличии общего для всех слов начала «само-», свидетельствующего о присутствии данных понятий внутреннему миру какого-либо явления и это явление обладает свойством самоорганизации, саморазвития и саморегулирования.

В частности, согласно толковому словарю Д.Н. Ушакова часть слова «само...» обозначает:

- **во-первых**, действие, понятие о котором заключено во второй части, направлено кем-нибудь на самого себя (например, самолюбие, самобичевание, самовлюбленный, самострахование, самокритика и т.п.);

* Ассистент кафедры Экономики и менеджмента, аспирант.

- **во-вторых**, действие совершается само собой, непроизвольно или собственными средствами, без посторонней помощи и т.п. (например, самовозгорание, самозажигание, самодеятельность, самозаряжаться, самоукрепление и т.п.) [1].

Применительно к существующим в нашем мире системам (экономическим, техническим, социальным и иным) наличие таких понятий, начинающихся с частицы «само» говорит о глубокой сущности понятия, влиянии на внутренние характеристики и компоненты внутреннего мира отдельно взятой системы.

Особый интерес в указанном контексте представляют понятия «самоорганизация» и «саморегулирование». Как саморегулирование, так и самоорганизация подразумевают наличие в системе элементов, позволяющих системе быть самодостаточной и существовать без излишнего внешнего влияния. В тоже время самоорганизация направлена на создание системы и её защиту от разрушительных свойств окружающей среды посредством выстраивания устойчивых связей в социально-экономической системе, а саморегулирование направлено, прежде всего, на поддержание созданного самоорганизацией порядка.

Саморазвитие, как и предыдущие понятия «самоорганизация» и «саморегулирование», также является неотъемлемым свойством и качеством динамической социально-экономической системы. Одним из наиболее распространенных подходов к определению саморазвивающейся системы является её характеристика как структурно организованной совокупности элементов, способных устойчиво развиваться без привлечения (или с минимальным привлечением) внешних источников развития [2].

Выделение указанных свойств социально-экономической системы в контексте определения саморегулирования предпринимательской деятельности позволяют рассматривать предпринимательство также в качестве социально-экономической системы, которой присущи все указанные свойства, в том числе, саморегулирование.

Рассмотрение предпринимательства как социально-экономической системы требует более широкого подхода к данному понятию. Безусловно, предпринимательство должно включать в себя определенный состав элементов, к которым по мнению отдельных авторов можно отнести как самих предпринимателей (индивидуальных субъектов, обладающих предпринимательскими способностями), так и прочие атрибуты системы – капитал, инновации, информацию [3]. Дополнительно сюда можно отнести также иных субъектов помимо предпринимателей (потребители, государство), отношения, возникающие в системе (связи между субъектами).

Понятие «саморегулирование» применительно к предпринимательской деятельности является относительно новым для российской коммерческой практики. Во многом это обуславливается поздним, по сравнению с развитыми экономиками мира, принятием основного регулирующего акта в указан-

ной области – в России федеральный закон «О саморегулируемых организациях» был принят только в 2007 году при том, что в западной коммерческой практике механизмы саморегулирования применяются уже очень давно [4].

Саморегулирование, с точки зрения законодательства определяется как самостоятельная и инициативная деятельность, которая осуществляется субъектами предпринимательской или профессиональной деятельности и содержанием которой являются разработка и установление стандартов и правил указанной деятельности, а также контроль за соблюдением требований указанных стандартов и правил [5].

К сожалению, приведенное определение не отражает всей экономической и управленческой сущности саморегулирования. В тоже время следует признать многогранность и многоплановость такого явления как «саморегулирование предпринимательской деятельности». В зависимости от поставленных целей и существующих в обществе проблем толкование указанного понятия может быть дано по-разному, в том числе, с социологической, юридической и, что наиболее важно в контексте проводимого исследования – экономической точки зрения.

В качестве примера социологического понимания института саморегулирования можно привести позицию Ю.И. Бодякина, который указывает, что «саморегулирование является дополнением к государственному регулированию социальной жизни общества и не может претендовать на вытеснение и замещение государства как основного регулятора социальных процессов» [6]. Также социологами отмечается, что саморегулирование, как один из основных элементов гражданского общества призван минимизировать регулятивные риски в системе государственного регулирования путем создания сдерживающего общественного «противовеса» [7].

В своих исследованиях социологи приходят к единому выводу о том, что саморегулирование является существенным дополнением к государственному регулированию социальных и экономических процессов, но не более того. Саморегулирование не может и не должно подменять собой государство, как главного управляющего субъекта.

В тоже время у социологического подхода имеется определенный недостаток – саморегулирование как явление в указанной ситуации может существовать только в рамках саморегулируемых организаций и не может восприниматься отдельно от них. Однако нельзя отрицать возможность саморегулирования экономической и иной профессиональной деятельности не только в рамках саморегулируемых организаций, но и в рамках других общественных объединений (например, адвокатские и нотариальные объединения).

Понимание саморегулирования с правовой точки зрения исходит, прежде всего, из легального определения саморегулирования, указанного в ст. 2 Федерального закона «О саморегулируемых организациях». Буквальное толкование легального понятия саморегулирования и саморегулируемых организаций указывает на возможность существования подобной организации только в преде-

лах конкретных объединений предпринимателей и профессионалов, опуская возможность более широкого понимания саморегулирования.

В тоже время, в юридической науке присутствует и более широкий подход, выявляющий саморегулирование практически во всех сферах жизнедеятельности. Такой подход стал возможен благодаря схожим элементам правового механизма экономического (хозяйственного) саморегулирования. Как указывает Ю.А. Тихомиров, наиболее ярко саморегулирование прослеживается в сфере управления делами экономической организации [8, с. 4]. Саморегулирование в данном случае понимается как инициативная и самостоятельная деятельность частных экономических институтов по разработке и утверждению определенных правил поведения, соблюдению этих правил, а также по контролю за их соблюдением со стороны других членов [9].

Особый интерес представляет собой рассмотрение саморегулирования с экономической точки зрения. Общеизвестно, что саморегулирование в России начало своё развитие относительно недавно по историческим и экономическим меркам, по сравнению с западными странами, где уже выработан свой подход к функционированию саморегулируемых организаций [10]. Тем не менее, определённый подход к указанному понятию сформирован и в отечественных научных кругах.

Крючкова П.В. даёт следующее понятие саморегулирования с экономической точки зрения – коллективное регулирование определенных рынков самими экономическими агентами, без прямого вмешательства государства. При этом в координатах «свободный рынок» – «государственное регулирование» саморегулирование с точки зрения данного автора будет промежуточным звеном, так как подразумевает установление формализованных правил поведения для указанных экономических агентов [11].

Более широкое в экономическом плане понятие саморегулирования даёт С. Анохин. Исследование проблем саморегулирования и возможных выгод от его использования он начинает с понятия «экономического саморегулирования» – явления более широкого по сравнению с саморегулированием в рамках соответствующих организаций. С точки зрения С. Анохина под экономическим саморегулированием следует понимать «способность объектов нижних уровней народнохозяйственной иерархии, например, предпринимательских структур, осуществлять управление своими экономическими функциями самостоятельно, в рамках общих управляющих параметров (инструкций, распоряжений, норм, правил), задаваемых из единого центра на целевой стадии управления» [12, с. 51]. При этом саморегулирование в вышеуказанном контексте является синонимом «самонастройки», т.е. система полностью функционирует и зависит только от своих внутренних параметров. Фактически система экономического саморегулирования подразумевает автономность от иных систем, но в тоже время, эта автономность ограниченного характера.

Границы самостоятельности системы саморегулирования могут определяться различными параметрами. Например, в соответствии с подходом

Ю.А. Тихомирова свобода саморегулирования может определяться границами регулирования, которые само для себя устанавливает государство, и за которые оно уже не может переступить. Также свобода саморегулирования может определяться сферами, в которые не вправе вмешиваться саморегулируемые организации (и прочие организации, подверженные системе саморегулирования).

Пожалуй, главной особенностью процесса саморегулирования в целом является то, что полномочия по регулированию тех или иных вопросов частично передаются от государства в сторону саморегулирующейся системы (в широком смысле) или саморегулируемых организаций (в узком смысле). В связи с этим на деле может возникнуть ситуация, при которой на один объект управления воздействуют два и более субъекта управления.

Например, в рамках осуществления контроля за деятельностью арбитражного управляющего, последний, в случае нарушения правил саморегулируемой организации, а также норм действующего законодательства, может быть привлечен за одно и то же нарушение фактически два раза:

- в первый раз он может быть привлечен к административной ответственности в соответствии с нормами законодательства об административных правонарушениях в России уполномоченным на то государственным органом (арбитражный суд по заявлению надзорного органа);
- второй раз посредством применения в отношении него мер дисциплинарного воздействия, установленных самими саморегулируемыми организациями, вплоть до прекращения его членства в организации.

В указанном контексте стоит отметить, что при построении системы саморегулирования в экономике важным является такое сочетание публичных и частных интересов, чтобы в итоге была возможность сформировать целостную, непротиворечивую управляющую систему. Управляющие субъекты со стороны саморегулирования в указанной системе (при идеальном развитии событий) руководствуются не только своими интересами и коммерческими целями, но и национальными интересами, определяемыми государственной политикой. Это позволит учесть при планировании экономических процессов интересы всех слоев общества, а также главного управляющего субъекта – государства.

Список литературы:

1. Ушаков Д.Н. Большой толковый словарь современного русского языка (онлайн версия) / Д.Н. Ушаков [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.classes.ru/all-russian/russian-dictionary-Ushakov-term-66127.htm>.
2. Суспицын А.С. Исследование территориальных систем / А.С. Суспицын // Регион. Экономика и социология. – 2008. – № 2.
3. Хлыстов Е.А. Институт предпринимательства как социально-экономическая система / Е.А. Хлыстов, И.Л. Тураева // Молодой ученый. – 2014. – № 19. – С. 385-387.

4. Маркин Д.Н., Масюк Н.Н. Институционализация саморегулирования предпринимательской деятельности в России / Д.Н. Маркин, Н.Н. Масюк // Экономика и предпринимательство. – 2014. – № 12-3 (53-3). – С. 905-908.

5. О саморегулируемых организациях: федеральный закон от 01.12.2007 года № 315-ФЗ (в ред. 07.06.2013 года № 113-ФЗ) [Электронный ресурс] // СПС «Консультант плюс»

6. Бодякин Ю.И. Институционализация общественных саморегулируемых организаций как элемента гражданского общества в России: социологический аспект: автореф. дисс. ... канд. соц. наук. – Ростов н/Д.: ЮФУ, 2008. – 20 с.

7. Богомолова Т.П. Неправительственные саморегулируемые организации как институт становления гражданского общества в современной России: социологический анализ: дисс. ... к.с.н. – М., 2006.

8. Тихомиров Ю.А. Право и экономическое саморегулирование / Ю.А. Тихомиров // Законы России: опыт, анализ, практика. – 2009. – № 2. – С. 3-6.

9. Мрясова Ю.Р. Саморегулирование в системе государственного регулирования / Ю.Р. Мрясова // Предпринимательское право. – 2009. – № 1. – С. 47-51.

10. Маркин Д.Н., Масюк Н.Н. Подходы к функционированию саморегулируемых организаций за рубежом / Д.Н. Маркин, Н.Н. Масюк // Научное обозрение. – 2015. – № 13. – С. 237-242.

11. Крючкова П.В. Саморегулирование как дискретная институциональная альтернатива регулирования рынков: дисс. ... докт. экон. наук. – М., 2006. – С. 11.

12. Анохин С. Проблемы экономической саморегуляции системы предпринимательства / С. Анохин // Предпринимательство. – 2012. – № 5. – С. 51-56.

ОБЩЕСИСТЕМНЫЕ И КОНКРЕТНО-ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗРАБОТКИ И РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ В РОССИЙСКОЙ ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИКЕ

© Темирова З.А.*, Позднякова Т.А.♦

Северо-Кавказский горно-металлургический институт
(государственный технологический университет), г. Владикавказ

На основе системного подхода к исследованию результатов функционирования российской электроэнергетики проблемы проведения

* Ассистент кафедры «Математика».

♦ Заведующий кафедрой «Налоги и налогообложение», доктор экономических наук, профессор.

государственной инвестиционной политики в отрасли классифицируются на общесистемные и конкретно-территориальные.

Ключевые слова: электроэнергетика, инвестиционная политика, инвестиции, инвестиционная активность.

Реформирование российской электроэнергетики, проводимое с 2003 года в соответствии с Федеральным законом от 26 марта 2003 г. № 35-ФЗ «Об электроэнергетике» и Федеральным законом от 26 марта 2003 г. № 36-ФЗ «Об особенностях функционирования электроэнергетики в переходный период...», обусловило переход отрасли на рыночные принципы хозяйствования. Итогом реформы должна была стать демонаполизация отрасли и создание конкурентных рынков электроэнергии в тех регионах, где это технически возможно, стимулирование энергосбережения, развитие единой инфраструктуры электроэнергетики, создание эффективного механизма снижения издержек.

Однако частные инвестиции на модернизацию в планируемом объеме привлечены не были. Тарифы на электроэнергию против ожидаемого увеличились в разы, что привело к снижению общей рентабельности промышленного производства в стране. Опасения со стороны потенциальных инвесторов в электроэнергетику вызвало замораживание тарифов естественных электроэнергетических монополий со стороны государства на 2014 год и дальнейшее ограничение их роста уровнем инфляции за предыдущий год. В целом можно констатировать, что либерализация отношений в энергетической отрасли выступила дополнительным фактором нарастания инвестиционных рисков и дефицита инвестиций в ее развитие. Следует отметить, что о нарастании отмеченных негативных тенденций свидетельствует и мировой опыт подобного реформирования, который не был должным образом учтен в процессе реформирования отечественной электроэнергетики.

Решение вопросов о корректировке направлений инвестиционной политики в российской электроэнергетике и решение проблем обеспечения энергобезопасности национально-государственных и административно-территориальных образований Российской Федерации, бесспорно, должно опираться на аналитические данные о достигнутом уровне развития и на прогнозные проектировки о необходимых количественных и качественных характеристиках функционирования электроэнергетического комплекса страны в едином хозяйственном механизме государства. Авторами, в рамках исследования интересующей их проблематики, проведен анализ условий осуществления инвестиционной деятельности и анализ динамики основных ее показателей в электроэнергетическом комплексе как в целом по России, так и в разрезе ее конкретных субъектов. Для этого использовались официальные данные Федеральной службы государственной статистики о деятельности в области производства и распределения электроэнергии, газа и воды [1, 2]. Результаты анализа позволили нам выделить две группы про-

блем разработки и реализации государственной инвестиционной политики в электроэнергетике: общесистемные и конкретно-территориальные.

К общесистемным проблемам разработки и реализации государственной инвестиционной политики в электроэнергетике, с нашей точки зрения, относятся:

- дисбаланс используемых мощностей и растущего спроса на электроэнергию, низкие темпы ввода новых генерирующих мощностей (реальный результат ввода новых мощностей в 2013 г. был почти вдвое ниже планируемого «СО ЕЭС»);
- более высокие, по сравнению с другими отраслями промышленности, инвестиционные риски, приводящие к отрицательному или нулевому результату реализации инвестиционных проектов, в том числе по независящим от инвесторов причинам. Это ведет к снижению индекса физического объема инвестиций в основной капитал (2011 г. – 114,8 %, 2013 г. – 98,8 %) и сдерживает рост инвестиций в машины и оборудование (их доля в общем объеме инвестиций колеблется на уровне 40 %);
- чрезмерно высокая, при наметившейся тенденции к снижению, изношенность основных фондов электроэнергетических и сетевых компаний (общий износ основных фондов на предприятиях электроэнергетики составляет более 47 %);
- неустойчивая динамика роста коэффициента обновления основных фондов (2011 г. – 5,4 %, 2012 г. – 5,9 %, 2013 г. – 5,7 %) на фоне увеличения коэффициента их выбытия (на 0,1 процентный пункт ежегодно за анализируемый период) и сокращения темпов ввода в действие основных фондов (2011 г. – 140 %, 2013 г. – 102 %). Нельзя не отметить, что отмеченная тенденция развивается на фоне ежегодного увеличения объемов инвестиций в обновление основных фондов генерирующих и электросетевых компаний (в 2013 году, например, рост составил 13 %, абсолютные показатели составили в 2012 г. – 851,3 млрд. руб., в 2013 г. – 961,7 млрд. руб.);
- усиление внутривидовой несбалансированности развития электроэнергетического комплекса. Речь идет о несоответствии между объемами генерирующих мощностей с одной стороны, и недостаточной пропускной способностью сетей и имеющимся потенциалом распределительных организаций, с другой. При этом продолжают сохраняться более высокие темпы инвестиционных вложений в генерирующие мощности. Например, в 2013 году объем инвестирования в генерирующие компании почти в 22 раза превысил размер инвестиций в электросетевое хозяйство (в первых из отмеченных организаций он увеличился на 21,8 %, составив в абсолютном выражении 636,8 млрд. руб.; у электросетевых компаний он, напротив, снизился на 1 % – до 324,9 млрд. руб.);

- неэффективное управление производственно-хозяйственными и финансово-экономическими процессами в результате дефицита высококвалифицированных технических специалистов и менеджеров, усугубляющее неудовлетворительное финансовое состояние большинства предприятий электроэнергетики;
- нехватка оборотных средств, ограниченность формирования собственных и привлечения внешних инвестиционных ресурсов – национальных и иностранных, включая кредитные;
- неудовлетворительное состояние межгосударственного saltдо-перетока электроэнергии. Согласно данным Федеральной таможенной службы, экспорт электроэнергии из России в 2013 году по сравнению с 2012 годом сократился на 4 % до 18,3 млрд. кВт ч, что стало одним из самых низких показателей за последние годы. Вместе с тем, импорт увеличился на 76,6 % до 4.7 млрд. кВт ч, и это – максимальное значение с 2007 [3, с. 18-19];
- крайне низкие темпы энергосбережения на предприятиях электроэнергетики и высокая энергоемкость валового внутреннего продукта страны в целом, обуславливающие необходимость систематического производства дополнительных, нерационально расходованных объемов электроэнергии.

Территориальный аспект проведения государственной политики в электроэнергетике сопряжен с наличием следующей группы **конкретно-территориальных проблем**:

- несовершенство законодательства субъектов федерации, регулирующего вопросы электроэнергетики в части неполного учета специфики функционирования предприятий отрасли после ее реформирования;
- неравномерность темпов роста производства электроэнергии в объединенных энергетических системах России (ОЭС) – наибольший рост в 2013 г. наблюдался в ОЭС «Юг» – 104,1 %; в ОЭС «Средняя Волга» он составил 103 %, в ОЭС «Восток» – 101,4 %. В ОЭС «Урал» рост производства электроэнергии был минимальным – 100,3 %;
- территориальная асимметрия производства электроэнергии – из 72 энергопроизводящих регионов, учитываемых АО «Системный оператор ЕЭС», более 50 % общей выработки в стране приходится лишь на 10 регионов, при этом суммарное увеличение производства электроэнергии на этих территориях незначительно. В 2013 г. территории, входящие в так называемый ТОП-10, обеспечили прирост производства лишь на 0,6 %;
- неустойчивость производства электроэнергии в почти половине территориальных энергосистем – в 2013 г., по сравнению с предшествующим годом, три из семи ОЭС снизили производство элек-

- троэнергии (в ОЭС «Северо-Запад» на 3,7 %; ОЭС «Центр» – на 3 %, в ОЭС «Сибирь» – на 2,1 %);
- *рост числа регионов с отрицательной динамикой производства электроэнергии* – в 2013 году таких субъектов РФ зафиксировано 39, тогда как в 2012 году их было 29;
 - *неурегулированность сальдо-перетоков внутри объединенной энергетической системы России*. Так, например, в ОЭС «Центр» на фоне увеличивающегося внутреннего территориального спроса и имеющихся технологических возможностях генерирующих мощностей возросшее сальдо-перетоков в Московский регион из других регионов ведет к снижению производства электроэнергии в Центральном федеральном округе;
 - *крайне низкая самообеспеченность покрытия собственных потребностей в электроэнергии у большинства территорий страны* – две трети территорий относятся к числу энергодефицитных (дефицит электроэнергии собственного производства в 2013 году испытывали 48 энергопроизводящих регионов, правда, это на один меньше, чем в 2012 году. Самым энергодефицитным регионом по итогам 2013, как и в 2012 году стал Московский регион, который уже несколько лет подряд сокращает выработку электроэнергии в пределах своей территории. Предприятия-энергопроизводители Северной Осетии удовлетворяют потребность данного субъекта федерации в электроэнергии менее чем на 20 %, Белгородской и Брянской области – лишь на 5,9 и 1,2 % соответственно. Энергодостаточность четырех территорий вообще находится на нулевой отметке – это Республики Калмыкия и Ингушетия, Еврейская и Чеченской республики [3, с. 15]);
 - *слабые сечения и высокий уровень технологических потерь в электросетях во многих регионах;*
 - *крайне низкая надежность схем внешнего энергоснабжения большинства населенных пунктов и конечных потребителей;*
 - *несовершенство моделей оптового и розничного рынков, резкий перекос уровня тарифов на оптовом рынке по отношению к первой ценовой зоне оптового рынка электрической энергии и мощности;*
 - *неудовлетворительное финансовое состояние большинства предприятий ОЭС* ввиду низкой рентабельности деятельности и роста неплатежей энергопотребителей;
 - *чрезвычайный дефицит инвестиционных ресурсов и их нерациональное использование* – основную часть средств эксплуатирующие организации расходуют на текущий ремонт сооружений и оборудования и устранение аварийных ситуаций; повышенные затраты на восстановительные ремонты вследствие распространенной практики продления ресурса активной части основных производственных фондов;

– *отсутствие единой организации, осуществляющей управление всеми организациями электроэнергетики на территории конкретного субъекта федерации.*

В целом, несмотря на рост капиталовложений в российскую электроэнергетику в последние годы в результате активизации государственной инвестиционной политики, инвестиционная активность в отрасли значительно ниже необходимой для ускоренной модернизации электроэнергетического комплекса России.

Список литературы:

1. Инвестиционная деятельность в России – 2013: условия, факторы, тенденции [Электронный ресурс] / Федеральная служба государственной статистики. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1140095471812 (дата обращения: 08.10.2014).

2. Инвестиционная деятельность в России – 2014: условия, факторы, тенденции [Электронный ресурс] / Федеральная служба государственной статистики. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1140095471812 (дата обращения: 09.10.2014).

3. Электроэнергетика: тенденции и прогнозы: итоги 2013 года // Аналитический бюллетень ФСТС. – Выпуск № 13. – 20 с.

К ВОПРОСУ ФОРМИРОВАНИЯ МЯСНОГО ПТИЦЕВОДСТВА В КАЗАХСТАНЕ

© Шмидт В.А.*, Алиев А.С.♦

Костанайский государственный университет им. А. Байтурсынова,
Республика Казахстан, г. Костанай

Развитие мясного птицеводства в Казахстане имеет стратегическое значение, так как наличие определённых проблем в этой сфере способствует ослаблению экономической, продовольственной безопасности страны.

Ключевые слова: промышленное птицеводство, импортозависимость, демпинг, девальвация, недобросовестная конкуренция.

В 70-е годы XX века в Казахстане была создана мощная отрасль по производству яиц и мяса птицы на промышленной основе, которая требовала меньших затрат человеческого труда и материальных средств на единицу

* Старший преподаватель кафедры Экономики.

♦ Студент Экономического факультета.

продукции, чем в других отраслях животноводства. По объему производству продукции, уровню механизации, автоматизации и рентабельности отрасль занимала одно из первых мест в бывшем СССР, а в некоторых аспектах превосходя многие развитые страны дальнего зарубежья. Промышленное птицеводство, с его четко отработанной технологией и высококвалифицированными кадрами, при постоянной поддержке государства, долгие годы являлось успешной отраслью животноводства Казахстана.

Развитие птицеводства в республике на промышленной основе осуществлялось путем его интенсификации, что нашло свое выражение в организации птицефабрик яичного и мясного направлений, племенных заводов, репродукторных хозяйств и инкубаторных станций.

Благодаря этому в системе «Казптицепрома» в тот период функционировало 77 государственных птицеводческих предприятий, в том числе 29 из них специализировались на производстве пищевых яиц, 22 – на производстве мяса, работали 14 специализированных племенных хозяйств и 12 инкубаторных станций [1].

По состоянию на 1 января 2013 г. мясное птицеводство республики представлено 17 действующими птицефабриками.

Таблица 1

Действующие птицефабрики мясного направления в Казахстане

№	Наименование предприятия	Регион	Плановая мощность производства мяса в год, тонн
1	ТОО «Руби Роз Агрикол»	Алматинская область	20000
2	АО «Бент»	Алматинская область	10000
3	ТОО «Бессат»	Алматинская область	10000
4	АО «Алматы Бройлер»	Алматинская область	25000
5	АО «КазРосс»	Алматинская область	1500
6	ПК «Ижевский»	Акмолинская область	6000
7	ТОО «Алатау-кус»	Акмолинская область	12000
8	АО «Усть-Каменогорская ПФ»	Восточно-Казахстанская область	14000
9	СФ АФК «Ардагер»	Восточно-Казахстанская область	20000
10	ТОО «Жайык Кус»	Западно-Казахстанская область	6350
11	ТОО «Акнар ПФ»,	Карагандинская область	5000
12	ТОО «Здоровые продукты»	Карагандинская область	5000
13	ТОО «Capital Projects LTD»	Карагандинская область	9400
14	АО «Жайнар-Кус»,	Южно-Казахстанская область	2000
15	ТОО «Ай Дан Ак-кус»,	Кызылординская область	1000
16	ТОО «Бройлерная птицефабрика Жас Канат»	Костанайская область	1882
17	ТОО «Комсомольская птицефабрика»	Костанайская область	12000

Мясное птицеводство сосредоточено в 8 областях республики. Суммарная плановая мощность птицефабрик мясного направления в республике составляет 161132 тонн мяса птицы в год. По данным Агентства РК по статистике, в Казахстане объем внутреннего потребления мяса птицы и пищевых

субпродуктов в 2012 году составил 314 тыс. тонн, увеличившись с 2007 года на 50 % [2].

Производство мяса птицы в Республике Казахстан удовлетворяет внутреннюю потребность лишь 40 %, что свидетельствует о высокой импортозависимости страны по данному виду продукта.

Несмотря на то, что за период с 2007 по 2012 год объем производства мяса птицы в республике вырос на 91 % (с 64,5 до 123 тыс. тонн), в последние годы на внутреннем рынке наблюдается тенденция наращивания импорта мяса птицы. Так, по данным КТК МФ РК, в период с 2007 по 2012 год, в Казахстан ежегодно импортировалось от 109 до 193 тыс. тонн мяса птицы (рост 31 %). Доминирующее положение по поставкам мяса птицы занимают США с долей в общем импорте 73 %, за которыми с большим отрывом следует Россия (13 %) и Украина (11 %).

Ввиду высокого уровня импортозависимости Казахстана, объемы экспорта мяса птицы остаются незначительными, составив 1,4 тыс. тонн в 2012 году. Основными направлениями экспорта являются Россия (1,4 тыс. тонн) и Киргизия (10 тонн) [3].

В соответствии с потенциальными возможностями казахстанским производителям необходимо занять сегмент рынка, в котором на данный момент преобладает продукция зарубежных товаропроизводителей. Украинские, белорусские и российские производители птичьего мяса демпингуют цены казахстанских производителей. По данным вице-министра МСХ РК Гульмиры Исаевой, согласно расходам производства, себестоимость мяса птицы сегодня не может быть ниже 360 тенге за килограмм, тогда как украинские фабрики реализуют свою продукцию за 213 тенге.

Результаты ветеринарных проверок показали, что для утяжеления веса продукции в одном окорочке импортного производства может содержаться до 80 инъекций не только воды, но и тяжелых химикатов, таких как трифосфат натрия. Массовая доля влаги, выделившаяся при размораживании птицы производства «Мироновской птицефабрики» (Украина), «Белая птица» (Россия), ООО «Агромарсэксим» (Украина), составила от 10 до 17 %. Более того, в пробах продукции «Мироновской птицефабрики» (Украина), «Алтайский бройлер» и ЗАО «Приосколье» (Россия) выявлено превышение количества мезофильных аэробных и факультативно-анаэробных микроорганизмов, а также группы кишечной палочки. Импортная птица не соответствует требованиям Технического регламента и в части маркировки. «На рынках страны часто торгуют сравнительно дешевой птицей без указания даты изготовления и с несоответствующей информацией на упаковке», – говорят специалисты МСХ РК [4].

Следующая проблема наших производителей местной птицы – отсутствие собственного централизованного племенного центра, который бы обеспечил значительное снижение себестоимости, а также стимулировал улучшение качества продукции. Племенная курица имеет высокий генетический

потенциал и отличные хозяйственные показатели, обладает стойким иммунитетом, высокой оплодотворяемостью и продуктивностью.

Отсутствие собственного централизованного племенного центра негативно влияет на изменение закупочных цен на инкубационное яйцо. Подтверждением тому являются события февраля 2014 года, когда Национальный банк Казахстана принял решение отказаться от поддержания обменного курса тенге на прежнем уровне, снизить объемы валютных интервенций и сократить вмешательство в процесс формирования обменного курса тенге.

Девальвация тенге оказала влияние на все сферы экономики Казахстана, но положительно или отрицательно оно однозначно сказать нельзя. Отмечается, что в результате корректировки обменного курса произойдет улучшение конкурентных условий для отечественных товаров и для предпринимателей, работающих в экспортных и импортозамещающих отраслях экономики Республики Казахстан.

Предлагаем на примере ТОО «Бройлерная птицефабрика Жас канат» проанализировать и оценить влияние девальвации на отечественных товаропроизводителей. В табл. 2 продемонстрирована динамика изменения цен на импортные материалы.

Таблица 2

Динамика изменения цен на ввозимые материалы из Российской Федерации

Материалы	Покупная цена, тг		Отклонение	
	до 11.02.2014	после 11.02.2014	абсолютное	относительное, %
Инкубационное яйцо, 1 шт.	57	68	11	20
Цыплята, 1 шт.	150	180	30	20
Комбикорм ПК5-1/86, кг	144	173	29	20
Лизин, кг	540	648	108	20
Метионин, кг	1020	1224	204	20
Монокальцийфосфат, кг	180	216	36	20
Концентрат БВМК К бр 5 %, кг	288	346	58	20

Анализируя данные табл. 1, можно сделать вывод, что наблюдается рост цен: на инкубационное яйцо за 1 штуку на 11 тенге, цыплят за 1 штуку на 30 тенге, комбикорм ПК5-1/86 за 1 килограмм на 29 тенге, лизин за 1 килограмм на 108 тенге, метионин за 1 килограмм на 204 тенге, монокальцийфосфат за 1 килограмм на 36 тенге, концентрат БВМК К бр 5 % за 1 килограмм на 58 тенге, что в процентном выражении повышение цен на все материалы составило 20 %.

Анализируя структуру импортных материалов, можно сказать, что зависимость от соседей по Таможенному союзу очень ощутима, так как существование и непрерывное производство продукции птицеводства невозможно без главного компонента, такого как инкубационное яйцо. Еще одно отрицательное явление – мощность цехов инкубации на отечественных предприятиях, которые не могут обеспечить в полной мере загрузку, а зачастую не-

соблюдение технологии инкубации, приводит к тому, что производители мяса птицы вынуждены закупать цыплят.

Слабая технологическая оснащенность местных комбикормовых предприятий, а также отсутствие собственного комплекса по производству кормовых добавок (витаминов, ферментов, микроэлементов) серьезно отражается на качестве конечной птицеводческой продукции и опять-таки на себестоимости птицы. Затраты на корма в структуре себестоимости продукта составляют порядка 60-70 %, соответственно цены на корма за последние три года выросли в 2-2,5 раза. Таким образом, казахстанские цены на корма на 50 % превышают цены в Европе. Помимо этого, товаропроизводитель заготавливает корма и кормовые добавки бессистемно, зачастую прибегая к созданию кормовой базы на несколько месяцев вперед и к вынужденному запуску некачественных кормов. Такое поведение производителей объясняется страхом перед неурожайным годом. Однако это приводит к дестабилизации хозяйственной деятельности, поскольку заранее заготовленные корма или пропадают, или частично теряют свои полезные свойства, что в свою очередь приводит к незапланированным убыткам предприятия за счет увеличения мора и расходов на лечение. В Союзе птицеводов Казахстана считают, что высокая себестоимость местной птицы обуславливается еще и тем, что в отличие от зарубежных производителей птицеводы в Казахстане для кормов используют натуральные компоненты – пшеницу, кукурузу, шрот, рыбную муку, масла. В то время как зарубежные производители для выращивания птицы используют большое количество гормональных генетически модифицированных кормов, что в целом удешевляет процесс производства, но отрицательно сказывается на качестве продукта и может составить реальную угрозу для здоровья нации.

Исходя из выше изложенного, можно сделать следующие выводы:

- из-за недобросовестной конкуренции со стороны украинских, белорусских и российских производителей объемы продаж казахстанской птицеводческой продукции упали на 30 %, для решения сложившейся ситуации, необходимы маркетинговые меры отечественных товаропроизводителей по продвижению и позиционированию товара на внутреннем рынке;
- необходимо обеспечение местных товаропроизводителей собственным центром племенного хозяйства, которое постоянно осуществляло изучение современных технологий и механизмов по улучшению генетического материала, имеющихся в республике кроссов птиц;
- промышленный процесс заготовки и обработки кормов связан со значительной изменчивостью влияющих факторов, для минимизации рисков необходимо внедрять на предприятия систему контроля качества кормов, а также соблюдение всех международных стандартов и технологического процесса производства продукции.

Список литературы:

1. Альпейсов Ш.А. Основные направления развития птицеводства Казахстана // Известия НАН РК. Серия аграрных наук. – 2011. – № 2. – С. 26.
2. <http://sharua.kz/ru/pages/show/386>.
3. http://www.kaf.kz/products_company/urozhay_2012/pticefabriki_issled.pdf.
4. http://kazakhzerno.kz/index.php?option=com_content&task=view&id=83239&It.
5. <http://www.kursiv.kz/freshkursiv/details/kompanii1/Piticy-bolshoj-vody/>.

МЕТОДЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО УЩЕРБА ОТ ЗАГРЯЗНЕНИЯ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ

© Щепеткина И.В.*

Уральский государственный лесотехнический университет,
г. Екатеринбург

В статье рассматриваются существующие на сегодняшний день в России методики экономической оценки экологического ущерба. Актуализируется необходимость приведения российских методик определения экологического ущерба в соответствии с международными стандартами и подходами.

Ключевые слова: загрязнение окружающей природной среды, экологический вред, экономическая оценка экологического ущерба; методики определения экологического ущерба.

Воздействие экономической деятельности на окружающую природную среду непосредственно связано с выбросами вредных веществ, необходимостью хранения отходов и т.п. Отсюда следует, что одними из самых сложных проблем в экономике природопользования принято считать проблему экономической оценки природных ресурсов и проблему определения ущерба, который был нанесен окружающей среде (в денежном эквиваленте).

Ущерб от негативного воздействия на окружающую природную среду рассматривается обычно в нескольких аспектах: экономическом (утрата ресурсов, затраты на устранение экологического ущерба и т.д.), экологическом (вред водным, земельным ресурсам, атмосферному воздуху, флоре и фауне), социально-экономическом (ухудшение здоровья экономически активной части населения, и как следствие снижение работоспособности, а отсюда и увеличение количества дней временной нетрудоспособности) и социальном (снижение продолжительности жизни населения, ухудшение качества жизни, рост затрат на медицинское обслуживание населения и др.).

* Доцент кафедры Менеджмента и внешнеэкономической деятельности, кандидат педагогических наук.

Оценивая влияние отечественного производства на окружающую природную среду, принято исходить из представления о том, что превышения уровня загрязнения окружающей природной среды, как правило, влечет за собой негативные последствия как для определенной территории, так и для всей экосистемы в целом. Этот уровень, как правило, закреплён в ПДК (показателях предельно допустимых концентраций).

Изучая существующие на сегодняшний день методики экономической оценки экологического ущерба, мы разделяем точку зрения В.Е. Рюминой о том, что в множестве разработанных методов количественной оценки экологического ущерба отсутствует определение самой сущности такого ущерба, что вызывает сомнение в адекватности предлагаемых методов расчета экологического ущерба. А это следует из того, что, не имея точного представления об объекте исследования, нет возможности количественно его рассчитать [1].

Все имеющиеся методики определения экологического ущерба условно делят на две группы: прямой счет и косвенное воздействие. Их основным отличием является то, что при прямом счете учитывается состояние окружающей природной среды, ее контекст, а при косвенном – только объем и характеристику вредных веществ.

С позиций системного подхода, необходимо больше акцентировать внимание на экосистеме, контексте и социальных условиях, в которых ущерб окружающей природной среде и находится. Поэтому первая группа методов заслуживает более пристального внимания. И это также подтверждается тем, что во многих европейских и западных странах именно эта группа методов получила наибольшее развитие и распространение.

К методам прямого счета относятся: метод аналитических зависимостей, метод контрольных районов и метод социологического исследования (условной оценки).

Метод аналитических зависимостей был основан на статистической обработке фактических данных о влиянии различных факторов на анализируемые показатели состояния реципиента и получении уравнений регрессии, которые характеризуют взаимосвязь изменений исследуемого показателя и значений влияющего фактора. Недостатком данного метода является сбор и обработка огромных массивов исходных данных.

Метод контрольных районов основан на сравнении показателей загрязненного района с «условно чистым». Этот метод применяют тогда, когда отсутствуют или весьма незначительны факторы, которые не относятся к исследуемому виду экологического воздействия. Контрольный район выбирают по принципу схожести условий с загрязненным районом. Это может быть структура и масштабы производства, качество окружающей природной среды, уровень медицинского обслуживания, гендерный состав населения и т.п. Недостатками такого метода являются, во-первых, невозможность найти абсолютно чистый контрольный район; во-вторых, сложность сбора необ-

ходимой информации; в-третьих, очень часто присутствуют и другие факторы, кроме исследуемого загрязняющего фактора, степень влияния которых очень трудно оценить.

Методы социологического исследования (методы условной оценки) включают в себя:

1. Метод готовности платить (Willingness to pay (WTP)) – здесь при помощи опросов выясняют, какую максимальную сумму готовы заплатить люди за получение какого-либо блага или за избежание какого-то нежелательного эффекта.
2. Метод готовности получать компенсацию (willing to accept) (WTA) – этот метод заключается в проведении опросов, с помощью которых выясняется минимальный размер компенсации, которую готовы получать респонденты за потерявшие качество или уничтоженные природные ресурсы.
3. Гедонистический метод (Hedonic pricing) – применяется в оценке стоимости природных благ, формирующих комфортность окружающей природной среды и непосредственно влияющих на рыночные цены, но при этом сами не имеющие установленных цен. В основном этот метод применяется в сфере недвижимости, потому, что местное качество окружающей природной среды является одним из важных факторов, влияющих на цену недвижимости.

Методы косвенной оценки основаны на использовании нормативных показателей и характеристик зависимости экономического ущерба от различных факторов. По мнению многих ученых этот подход наиболее применим к негативным процессам, которые имеют массовый характер.

Отдельно выделяют метод восстановительной стоимости. В нем анализируется стоимость восстановления поврежденного природного компонента (ресурса) до его первоначального состояния (т.е. непосредственно на восстановительные мероприятия или, если это потребуется, на приобретение ресурсов, у которых свойства и функции эквивалентны функциям и свойствам поврежденных).

Но особую сложность для экономической (денежной) оценки представляет накопленный (прошлый) экологический ущерб, так как он является результатом постепенного и длительного поступлению различных вредных веществ из различных источников в окружающую природную среду. Главная трудность здесь заключается в том, что невозможно установить ответственных, так как многие предприятия существуют и функционируют десятилетиями, загрязняя при этом окружающую среду, а их собственники при этом уже неоднократно сменялись.

В нашей стране еще с советских времен закон «загрязнитель платит» выражается в виде системы платежей за загрязнение, которые носят сугубо нормативный характер. На сегодняшний день существуют следующие ставки платежей за загрязнение:

- базовая ставка – применяется, когда объем выбросов или сбросов вредных веществ в окружающую среду не превышает ПДВ (предельно допустимого выброса) или ПДС (предельно допустимого сброса);
- ставка в 5 раз превышающая базовую – применяется при объеме выбросов или сбросов вредных веществ в окружающую среду, превышающих ПДВ или ПДС;
- ставка в 25 раз превышающая базовую – применяется в случаях, когда объемы выбросов или сбросов превышают временно согласованные выбросы или сбросы.

При этом природоохранными органами в выдаваемых ими разрешениях на выбросы в атмосферу, сбросы сточных вод, образование твердых отходов и т.п., определяются ПДВ и ПДС всех регламентируемых загрязняющих веществ для каждого конкретного предприятия. При этом ПДВ и ПДС определяют на основе компьютерных дисперсионных моделей, основанных на стандартах качества окружающей природной среды и предельно допустимых концентраций (ПДК). В свою очередь, ПДК устанавливаются на том уровне, который не должен причинить ущерба (ни долгосрочного, ни немедленного) здоровью людей.

Также, как было отмечено выше, в России предусмотрена плата за размещение отходов производства. Ее в свою очередь подразделяют на плату в пределах установленных лимитов и на плату за сверхлимитное размещение (в данном случае применяется пятикратный коэффициент).

Принцип компенсации наносимого окружающей среде ущерба, принятый в рамках концепции устойчивого развития в российской действительности превращен в простую плату за использование природных ресурсов.

В современной российской системе акцент делается на определении конечного ущерба в целях его денежного возмещения, а не на само устранение ущерба, уменьшения его воздействия и предотвращения нового ущерба. В России ответственность наступает лишь в виде штрафов в казну за нарушение экологических стандартов, в то время как в Европе ответственным за нанесение ущерба субъектом хозяйственной деятельности принимаются все необходимые восстановительные меры или же возмещаются затраты, понесенные государством на эти работы. Отсюда очень часто возникают споры о возмещении экологического ущерба, возникающие из деятельности иностранных компаний в России и выхода российских компаний на международные рынки. Поэтому сейчас как никогда актуальным становится вопрос о приведении российских методик определения экологического ущерба в соответствии с международными стандартами и подходами. При этом необходимо также чтобы результаты оценки экологического ущерба в России были признаны и международными судами. В связи с этим российским чиновникам стоит обратить внимание на опыт зарубежных стран, где довольно длительное время эффективно организована система контроля воздействия предприятий на окружающую среду.

И, пожалуй, в качестве наиболее эффективного и действенного метода определения экологического ущерба следовало бы придерживаться оценки через стоимость восстановительных работ, так как она подразумевает учет рыночной стоимости природных ресурсов и услуг, задействованных в работах по восстановлению экосистем до состояния, предшествующего нанесенному ущербу.

Список литературы:

1. Рюмина Е.В. Экономический анализ ущерба от экологических нарушений [Текст] / Е.В. Рюмина. – М.: Наука, 2009. – 331 с.

Секция 16

***ИНФОРМАЦИОННО-
КОММУНИКАЦИОННЫЕ
ТЕХНОЛОГИИ
В УПРАВЛЕНИИ
ПРЕДПРИЯТИЕМ***

ВНЕДРЕНИЕ BUSINESS INTELLIGENCE

© Багдасарян С.А., Перова М.В.

Южно-Российский институт управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Ростов-на-Дону

Экспоненциальный рост объемов информации в современном обществе способствует распространению Business Intelligence и расширению границ его использования. Нельзя отрицать важность бизнес-анализа для организации, однако внедрение этих технологий в разных странах имеет свою специфику, свои этапы развития, это и будет проанализировано в данной работе.

Ключевые слова: аналитическая обработка информации, Business Intelligence, системы интеллектуальной обработки информации, информационные хранилища (ИХ), BI, аналитические системы.

Процессы информатизации охватывают все сферы нашей жизни. Деятельность людей, коллектива, компаний, во многом определяется уровнем информированности и умением работать с полученными данными. С развитием экономических отношений, появлением новых организаций и улучшением деятельности уже существующих требуется все большая аналитическая работа с информацией. Для принятия оперативных решений экономические субъекты должны провести сбор, обработку и анализ данных, это способствует наиболее эффективной деятельности. Появляется необходимость оперировать большими объемами информации, что бывает трудно осуществить без использования специальных технических программ.

В настоящее время широкое применение находит business intelligence (бизнес-аналитика) – это комплекс технологий, аппаратно-программных средств, помогающих добывать определенную информацию с целью дальнейшего использования этих знаний и достижения поставленных задач бизнеса [1]. Это программное обеспечение позволяет формировать данные в информацию, а затем информацию преобразовывать в знания, которые в дальнейшем используются для принятия решений. Для того чтобы накапливать информацию применяются хранилища данных (ИХ), а для предоставления этих знаний людям – инструменты бизнес-интеллекта.

BI-системы достаточно многофункциональны и могут решать множество задач. Они способствуют совершенствованию деятельности организации, обеспечивают мониторинг, прогнозирование, а также анализ, сбор и обработку информации. Помимо этого данные системы помогают изучать различные модели ситуаций, оценивать эффективность и качество работы и уменьшают однотипную работу служащих, оставляя больше времени на аналитику. Во время управления процессами, во время принятия решений и особенно в сложных экономических ситуациях роль данного программного обеспечения все больше увеличивается. Таким образом, системы бизнес-

аналитики позволяют нам оперативно составить отчет, аналитику, а также способствуют наиболее качественному определению дальнейших действий. Все это обуславливает растущее удовлетворение запросов потребителей и заказчиков. Неуклонно растущая конкуренция во многих отраслях экономики также обуславливает необходимость наличия аналитических систем, для того чтобы фирмы и организации могли успешно работать на рынке. Поэтому внедрение Business Intelligence имеет стратегическое значение для успешной работы компании.

На рис. 1 можно увидеть, какие выгоды при использовании BI компании получают наиболее часто [2].



Рис. 1. Преимущества внедрения BI для компаний

Можно увидеть, что внедрение BI технологий на состояние 2012 г. в наибольшей степени способствовало оптимизации принятия решений, и оказалось наименее эффективным в вопросах уменьшения затрат.

Но распространение BI не проходит безболезненно, Technology Evaluation Centers (TEC) утверждает, что результативными оказываются только около 30 % проектов внедрения BI-систем. Наибольший интерес представляет опыт расширения и применения данных систем в России. Но для начала необходимо понять, насколько широко представлены аналитические системы в целом в мире.

В таблице мы можно посмотреть, какие выгоды за 2008-2010 гг. приобретали различные регионы мира при использовании BI [3].

Таблица 1

Выручка использования BI инструментов в регионах мира 2008-2010

Сегмент	Выручка 2008 год, млн. \$	Выручка 2009 год, млн. \$	Выручка 2010 год, млн. \$	Доля рынка 2008 год, %	Доля рынка на 2009 год, %	Доля рынка на 2010 год
Америка	3736,2	3908,5	4355,7	47,8	49,1	49,1
ЕМЕА	3219,7	3147	3431,5	41,5	39,5	38,7
Азиатско-Тихоокеанский регион	855,1	912,3	1086,7	10,9	11,4	12,2
Всего	7811	7967,8	8873,9	100,2	100	100

Проанализировав данные, представленные в таблице, можно увидеть, что наибольших преимуществ на протяжении 2008-2010 гг. достигает американский регион и соответственно его доля на мировом рынке наиболее значительна.

В 2012-2013 гг. наблюдается мощный толчок в развитии BI систем, разрабатывались все новые и улучшаются старые инструменты работы с информацией. Так отмечается развитие методов обработки неструктурированных данных, усовершенствование инструментов визуальной аналитики, продвижение технологий Big Data и множество других изменений в методах аналитической обработки данных.

Один из главных источников информации в сфере ИТ – International Data Corporation (IDC) – на основе расчетов в 2013 г. утверждает, что произойдет уменьшение темпов роста мирового рынка BI, среднегодовой темп до 2017 г. будет иметь значение 9,7 %. Но в исследованиях другой аналитической компании Gartner этот показатель равен 7 % в период с 2011 по 2016 гг. Эти значения говорят о том, что системы бизнес-анализа останутся одной из лидирующих областей мирового программного рынка. Более того, эксперты группы Gartner сообщают о том, что с каждым годом увеличивается работа пользователей с технологиями Business Intelligence, и к 2020 г. показатель данного взаимодействия будет составлять 75 %, в то время как в 2014 г. эта величина была приблизительно равна 50 %.

На российском рынке попытки внедрения продукции BI были предприняты в конце 90-х гг, но спрос начал расти лишь с 2000 г, когда объемы информации в организациях и компаниях стали постепенно расти. Наиболее высокие темпы распространения систем BI наблюдаются с 2005-2006 гг, этому способствовали процессы глобализации и интеграции, тесное взаимодействие России с мировым сообществом. С 2008 г. вследствие тяжелой экономической ситуации в стране спрос на данное программное обеспечение сократился, но с 2010 г. рынок систем бизнес-анализа начал расширяться.

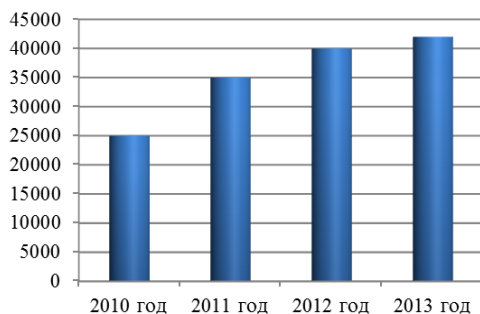


Рис. 2. Динамика рынка BI в России в 2010-2013 гг., млн. рублей

В течение 2010-2013 наблюдался рост российского рынка BI-систем, это отображено на рис. 2. Но в 2013 г. Расширение объема данного рынка про-

изошло только на 5-10 % по сравнению с 2012 г, он составил около 42 миллиардов рублей. Российские предприятия также заинтересованы в анализе данных, но снижение роста вызвано скорее перенасыщением рынка BI.

По данным базы TAdviser 2013 г., представленным на рис. 3, можно проанализировать распределение поставщиков на российском рынке в количественном выражении, т. е. по числу внедрений, которые были реализованы. На первом месте проекты QlikView, далее Prognoz Platform, высокую активность также показывают Deductor и IBM Cognos BI. В 2013 г. количество проектов компании Qlik увеличилось практически на треть, а объем внедрений Prognoz Platform увеличился примерно на 20 %.

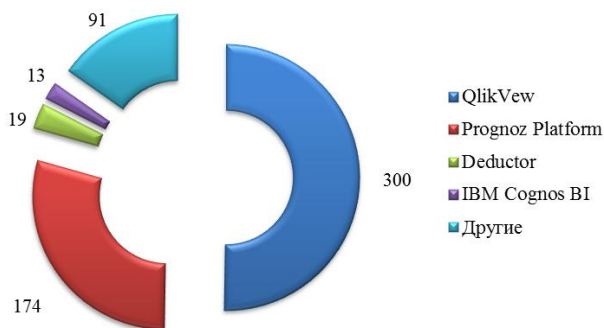


Рис. 3. Доли BI-платформ в общем объеме проектов, 2013 г.

Если же рассматривать в денежном аспекте, то согласно Gartner главными поставщиками BI в России считаются SAP, Oracle, IBM, Microsoft, SAS и российская компания «Прогноз», поскольку она занимает лидирующие места на мировом рынке BI-платформ.

На данный момент российский рынок BI продолжает расширяться, количество проектов увеличивается, компании понимают эффективность использования данных систем и стараются уйти от устаревших аналитических систем к системам бизнес-анализа. Наибольший спрос данные системы имеют у компаний розничной торговли, нефтегазовых предприятий, а также в финансовой сфере, в государственном секторе и в медицинской отрасли. Долю каждой отрасли можно увидеть на рис. 4 [4]. Лидирующими округами по внедрению BI являются Центральный и Северо-Западный федеральные округа, причем наибольшее число проектов внедрений зафиксировано в Москве – 624 [5].

BI получает все большее распространение, применяется во многих областях не только на мировом рынке, но и в России. С каждым годом объем информации увеличивается, появляется необходимость в оперативном анализе данных, усложняются управленческие задачи, руководитель осознают, что для получения наибольших выгод нужна аналитическая работа с информацией. Для современных организаций внедрение BI является одной из первоочередных и перспективных задач.

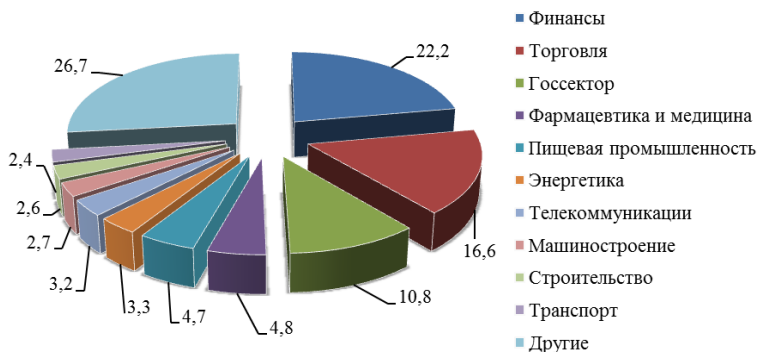


Рис. 4. Распределение проектов по отраслям

Таким образом, Business Intelligence приобретает ключевое значение для обеспечения эффективной деятельности каждой компании, поэтому неоспоримо осуществление дальнейшего развития данных технологий.

Список литературы:

1. Определение Business Intelligence [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tadviser.ru/index.php>.
2. Business Application Research Center (BARC), Анализ преимуществ в рамках внедрения BI, 2012.
3. International Data Corporation (IDC). Анализ выручки мирового рынка BI инструментов, 2011.
4. Российский BI: отраслевая специфика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tadviser.ru/index.php>.
5. География BI-проектов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tadviser.ru/index.php>.

ВНЕДРЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ В ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СЕКТОР. ПРАВОВОЙ АСПЕКТ

© Болдырева А.С. *, Перова М.В.

Южно-Российский институт управления Российской академии
народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации, г. Ростов-на-Дону

В статье рассмотрены проблемы внедрения информационных техно-
логий в государственный сектор и законодательного регулирования

* Студент (бакалавр).

данного процесса, в частности использование систем электронного документооборота, определение соответствующих им единых требований и стандартов. Проанализированы мнения экспертов и аналитиков по поводу рассмотренных проблем. Выявлена необходимость незамедлительного принятия решений по отмеченным проблемам.

Ключевые слова: информационные системы, информационные технологии, стандарт, государственный сектор, коммерческий сектор, система электронного документооборота, законодательство, электронные документы, автоматизация, единые требования.

Из-за стабильно растущего интереса государства к вопросам внедрения информационных технологий проблемы законодательного регулирования данного процесса становятся все более актуальными и важными. И здесь существует большое число проблем, по мнению специалистов, требующих незамедлительного решения.

Понятие информационной системы в российском законодательстве на данный момент времени интерпретируется достаточно широко. Единственной попыткой его формализации, в действительности, сегодня является предложенное Федеральным законом Российской Федерации от 27.07.2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» определение, согласно которому информационная система – совокупность содержащейся в базах, данных информации и обеспечивающих её обработку информационных технологий и технических средств.

Что касается законодательства, регламентирующего более углубленные, прикладные сферы внедрения информационных систем, то оно, по представлениям экспертов, проработано недостаточно.

Однако на сегодняшний день на фоне усилий правительства в модернизационном поле деятельности страны как в государственном, так и в коммерческом секторе осуществляется внедрение крупных дорогостоящих информационных систем всех уровней. Результативность этого внедрения в полном объеме оценить весьма тяжело или даже не представляется возможным вследствие отсутствия в правовом поле вразумительных показателей его эффективности. Однако сегодня делаются нормативные заявления, прописываются показатели успешности, не содержащие количественных показателей, что не дает возможность сравнения эффективности систем в различных областях.

Действующие системы стандартов уже утратили свою значимость и актуальность. По мнению аналитиков, одной из зон, требующих единых стандартов, является информатизация системы государственных закупок. На смену ФЗ-94 приходит новый закон – закон о Федеральной контрактной системе, согласно которому каждый регион будет создавать свою собственную информационную систему государственных закупок. На федеральном уровне Минэкономразвития РФ уже формируется Единая информационная система. И, как считают специалисты, необходимо немедленно вводить систе-

му стандартизации требований к закупаемой продукции в связи с увеличением инвестиций в этой сфере.

Одной из актуальнейших и даже важнейших на сегодня государственных задач, а также задач коммерческих предприятий является автоматизация документооборота. Правовая основа электронного документооборота, хоть и чисто формально, но давно сформирована, ее образуют нормы Гражданского кодекса Российской Федерации, Федерального закона от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», и Федерального закона от 06.04.2011 № 63-ФЗ «Об электронной подписи». Этого должно быть в достаточной степени для того, чтобы осуществлялось его обширное применение.

С практической же стороны, к сожалению, появляется большое количество преград и трудностей со стороны существующего законодательства в части принятия правового режима электронного документа, а также обеспечения его юридической значимости. Примером может служить, деятельность органов судебной власти, нотариата и прокуратуры, а также при предоставлении государственных услуг в электронном виде. Надлежащий законопроект по внесению изменений и усовершенствований в целый ряд законодательных актов был опубликован на сайте Министерства юстиций, но, увы, так и не был передан в Государственную Думу.

Кроме всего прочего, в российском законодательстве нет четких правил и требований к хранению, в том числе и архивному, электронных документов. Действующие законодательные и подзаконные акты (Федеральный закон № 125-ФЗ от 22.10.2004 «Об архивном деле в Российской Федерации» и др.), в первую очередь определяют правила архивного хранения в бумажных документах, и в большинстве случаев реализация указанных требований для документов, созданных в электронном виде, неприменима, считают эксперты [4].

Действующий ГОСТ Р 54989-2012/ISO TR 18492:2005 «Обеспечение долговременной сохранности электронных документов» устанавливает только общие аспекты к данной проблеме, таким образом он не решает вопросов организации хранения документов (в том числе и архивного) в практическом плане, которые создаются в электронном варианте. А целью настоящего стандарта является предложение концепции «... для разработки стратегий и хороших практик, применимых к широкому спектру электронных документов государственного и частного секторов для обеспечения их долговременной доступности и аутентичности» [1].

В конечном счете, во всех вариантах, когда это допустимо, преимущество предоставляется бумажным документам. Электронные документы до сих пор сохраняют статус диковинных или даже экстраординарных, и это после того, как их динамично продвигают профильные ведомства. Так, в частности, Федеральная служба государственной регистрации, кадастра и картографии активно лоббируют электронные выписки из ЕГРП и ЕГРЮЛ, а но-

тариусы от своих клиентов, как и прежде, запрашивают указанные документы в бумажном виде.

Для того, чтобы искоренить данное обстоятельство необходима и даже требуется обширная юридическая работа по проведению целого ряда кодексов и законов, которые включают отжившие себя нормы по эксплуатации бумажных документов согласно требованиям нынешнего дня, с намерением обеспечить действительное паритетное равенство электронных и бумажных документов. А чтобы донести данную новую теорию, в первую очередь, до профессиональных сообществ, нужно провести колоссальную работу, которая потребует не меньших сил.

Стандартные требования к информационным системам электронного документооборота (СЭД) федеральных органов исполнительной власти (ФОИВ), в том числе учитывающие надобность обработки служебной информации узкого доступа, сформулированы приказом Министерства связи и массовых коммуникаций Российской Федерации от 02.09.2011 № 221 [2, 3]. Они указывают правила функционирования и организации системы автоматизации делопроизводства и документооборота, которые создают условия для допустимости внутреннего электронного документооборота, а также устанавливают минимальную подборку функций, выполняющиеся системой электронного документооборота, кроме того еще и условия управления документами, включая, управление служебной информацией ограниченного доступа. Вместе с тем, такая СЭД обязана согласовываться с единой системой межведомственного электронного взаимодействия (СМЭВ), системой межведомственного электронного документооборота (МЭДО), а также и с другими информационными системами.

Например, в отношении к финансовым учреждениям, аналогичные типовые требования на данный момент времени не существуют. Аналитики предполагают, строгое регулирование СЭД нерационально и неоправданно, но что касается создания обособленных требований, которые устанавливаются главные основы функционирования и организации СЭД в финансовых учреждениях и которые определяют минимальный набор целей и функций, которые должна выполнять СЭД, то она вполне допустима. В ряду типовых требований подобного плана возможны, к примеру, требования к электронным документам как таковым, к способам их аутентификации и оформления; требования к составу хранящейся информации, к способам и форматам обмена информацией с внешними субъектами, принимающими участие в электронном документообороте, к эксплуатации средств и способов предоставления и обеспечения информационной безопасности. При этом, проведение сертификации программных продуктов СЭД для финансовых учреждений в настоящее время можно считать нецелесообразным.

Также хочется отметить роль и значение стандартов. Согласно Федеральному закону 184-ФЗ «О техническом регулировании», стандарты в России, обладают необязательным, как бы рекомендательным, характером, од-

нако это вовсе не принижает их роль для построения правового поля. Система применения и эксплуатации стандарта, в том числе и ответственность за его неисполнение в каждом определенном обстоятельстве может быть задан регулятором. Либо деловая практика запрашивает соблюдение стандарта, что является еще более эффективным.

Стандарт ГОСТ ИСО 15489-1-2007 «Управление документами. Общие требования» может послужить методологическим базисом для выстраивания системы документационного обеспечения управления и, по сути, представляется в электронном документообороте системообразующим.

Впрочем, из-за того, что нет определенных требований к системе электронного документооборота, каждый разработчик вправе сказать, вкладывая в это всякий вольный смысл, что его система является СЭД. Соглашаясь с тем, что документооборот в любой организации может иметь свои собственные специфические требования, нужно не забывать и о том, что все системы обязаны отвечать определенному универсальному набору требований, дабы гарантировать интероперабельность, то есть возможность взаимодействия между организациями прежде всего электронного.

Данный тезис может подтвердить, к примеру, международный опыт – в большом числе стран типовые требования к системам управления электронными документами закреплены на уровне национальных стандартов. К наиболее известным стандартам можно отнести стандарт министерства обороны США DoD 5015.2 (DoD 5015.2-STD «Design Criteria Standard for Electronic Records Management Software Applications»), который «де-факто» признается обязательным не только для военных, но и для отраслей, производящих математическое обеспечение для электронного документооборота. И следует упомянуть Европейскую спецификацию MoReq2010 (Modular Requirements for Records Systems) «Типовые требования к управлению электронными официальными документами». Она разработана как обобщение опыта европейских стран.

Данная спецификация MoReq2010 переведена на русский язык и широко распространяется в России общественной организацией «Гильдия управляющих документацией». И как уже неоднократно заявлялось, она вполне могла бы стать основой для разработки национального стандарта требований к системе электронного документооборота.

Тем не менее, задача согласования и разработки требований к системе электронного документооборота, которые смогли бы быть пригодными для применения в любой отрасли может стать чрезвычайно сложной, по причине существования в них особенностей управления документационным обеспечением. Более того, неодинаковая востребованность подобного стандарта в различных отраслях также будет тормозить процесс.

Связи с этим имеется возможность двинуться в направлении разработки отраслевых требований к системам электронного документооборота и утверждения их регулятором. Ранее это уже было сделано Минкомсвязи для

исполнительной власти и федеральных органов. Такое же решение проблемы систем электронного документооборота для остальных сфер в той же степени достойно рассмотрения.

В этом плане позиции многих аналитиков сходятся и заключаются в том, что это весьма необходимо, так как стандарты документооборота определяют прозрачность бизнес-процессов в финансовых учреждениях. Это бесспорно не менее значимо, чем другие требования, предъявляющиеся к этим организациям: по требованиям к капиталу, по безопасности данных и т.п. В подобном плане практика закона 152-ФЗ «О персональных данных» совершенно наглядна и в основном носит положительный системный эффект-безопасность данных заметно увеличилась вследствие введения единых требований к инфраструктуре. Также эксперты считают, что необходимо чтобы, это же произошло и в классе систем электронного документооборота.

Список литературы:

1. ГОСТ Р 54989-2012 /ISO TR 18492:2005 Обеспечение долговременной сохранности электронных документов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pro-spo.ru/glossary/3983-gost-r-54989-2012isotr-184922005-obespechenie-dolgovremennoj-soxwannosti-elektronnyx-dokumentov#1>.
2. Российская газета. Приказ Министерства связи и массовых коммуникаций Российской Федерации (Минкомсвязь России) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rg.ru/2011/11/21/elektr-dokumenty-dok.html>.
3. ДелоПресс. Требования к информационным системам электронного документооборота ФОИВ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://delopress.ru/articles.php?n=10227>.
4. Федеральное архивное агентство [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://archives.ru/>.

РИСКИ ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМ ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА В ГОСУДАРСТВЕННЫХ СТРУКТУРАХ

© Веселицкий О.И.* , Норкина Е.К.

Московский городской университет управления Правительства Москвы,
г. Москва

В статье рассмотрены риски, возникающие при внедрении систем электронного документооборота в организациях, относящимся к госструктурам. Раскрываются проблемы, возникающие при внедрении СЭД. В результате авторы дают свою оценку современным проблемам внедрения и связанными с ними рискам.

* Кафедра Экономики городского хозяйства.

Ключевые слова: электронный документооборот, риски, IT-инфраструктура, внедрение СЭД, выделение проблем.

Российский рынок систем электронного документооборота хоть и позиционируется, как догоняющий основных игроков на международной арене, по количеству ежегодно внедряемых СЭД, отличается очень высокими темпами роста и поэтому является одним из лидеров в мире. Прежде всего, это связано с реализацией масштабных программ информатизации в государственном секторе. Государство на различных уровнях управления, в рамках реализации программ по развитию электронного правительства, осуществляет значительные усилия для развития автоматизации документооборота в стране. Именно поэтому, основным заказчиком на рынке данных систем является именно госсектор.

В современной госструктуре системы электронного документооборота являются ключевым элементом взаимодействия всех структур, эффективно решая задачи внутреннего управления, межведомственного взаимодействия и взаимодействия с населением, как на федеральном, так и на региональном уровне.

Возрастающий интерес к использованию СЭД, сталкивается с определенными трудностями, т.к. внедрение СЭД – процесс очень многоплановый и требует тщательного анализа всевозможных аспектов, охватываемых или затрагиваемых внедряемой СЭД. Исторически сложилось, что как раз анализ – не самая сильная сторона госструктур, зажатых в тиски выполнения общегосударственных программ и временными рамками. Анализ рисков, которые могут возникнуть при внедрении СЭД, намного сократили бы финансовые затраты на внедрение, сроки внедрения, работу по исправлению ошибок при работе СЭД. Причем, в этой ситуации, рискует не только государственный орган, выступающий, как заказчик СЭД, но и поставщик услуг – разработчик и внедренец СЭД т.к. увязывающий свою деловую репутацию с осуществлением данного проекта.

Какие проблемы общего характера могут возникнуть на этапе внедрения и эксплуатации. Существует на данный момент опыт подобных внедрений, который позволит обобщить проблемы в следующие группы:

- организационные;
- технологические;
- административные.

Организационные проблемы возникают, в основном, при слабо формализованных бизнес-процессах внутри организации, где внедряется СЭД. Внедрение подразумевает собой разделение всей документации согласно номенклатуре дел. Распределение ролей в зависимости от функциональных обязанностей при обработке входящей и исходящей документации.

Еще один немаловажный источник организационных проблем – обучение сотрудников работе с СЭД, согласно их ролям при работе с документа-

ми. Здесь следует отметить возможную недооценку в подготовке сотрудников, впоследствии реализующуюся в низком качестве оказания государственных услуг населению и сбоями при межведомственном взаимодействии. Примечательно, что затраты на обучение сотрудников прямо пропорциональны качеству работы СЭД. Обучение сотрудников, равно как и персонала, обслуживающего инфраструктуру системы необходимо объединить в подготовительную часть. Правильное распределение финансовых и временных ресурсов в подготовительной части позволит своевременно выявить и решить организационные проблемы внедрения и эксплуатации СЭД. Исходя из вышеизложенного, можно определить риски, относящиеся к организационным проблемам. Во-первых, риск удорожания проекта внедрения. Как уже говорилось, финансовые затраты неизбежно возрастут из-за организационных просчетов. Во-вторых, затягивание внедрения по времени. Риск увеличения времени внедрения должен минимизироваться с помощью, прежде всего, правильно проведенных организационных мероприятий.

Внедрение новой системы неуклонно повлечет за собой увеличение количества не только сотрудников – пользователей персональных компьютеров, но и увеличение качества и количества используемой вычислительной техники, повышения использования информационных и технических ресурсов. Появляются ряд проблем, относящихся по своему направлению к **технологическим проблемам**. Риски, вызванные технологическими проблемами, в наибольшей степени проявляются на этапе интенсивной эксплуатации системы электронного документооборота:

- расширение локальной сети с выходом в Интернет связано с вызовами информационной безопасности, что повлечет **риски нарушения соблюдения федеральных законов о персональных данных и государственной тайне**;
- повышение надежности ИТ-инфраструктуры, начиная от рабочего места оператора СЭД, до систем хранения данных поможет избежать **риски потери данных**;
- увеличение запаса прочности локальной сети, обеспечивающей уверенную работу при увеличении нагрузки, когда СЭД выйдет на расчетную мощность эксплуатации исключит **риски нарушения доступности данных**;
- внедрение электронных ключей и цифровой подписи исключат **риски потери целостности данных**;
- миграция документов из, возможно, уже имеющейся базы документов в базу новую, поддерживаемую внедряемой СЭД необходима, чтобы избежать **риски утери связи между документами**. Причем, зачастую, вопросы миграции являются самыми болезненными. Ведь речь идет о переработке огромного массива документов, вероятно, хранящихся не в электронном виде и не в должном формате;

- в процессе эксплуатации может выясниться, что успешно внедренная и уверенно работающая в других структурах СЭД не обладает необходимым набором функций, характерных и необходимых для работы в данной конкретной организации, тем самым возникает угроза **риска отказа от внедрения данной версии СЭД**, что является неуспешным завершением всего проекта;
- отсутствие регламентов, неформализованные бизнес-процессы. При отсутствии четких единых правил работы, регламентирующих документооборот внутри организации, эффективная эксплуатация системы невозможна. Введенная в эксплуатацию система, работающая в несогласованных условиях, подвергается **риску стать неэффективным инструментом**. Это в корне дискредитирует цели внедрения.

Административные проблемы внедрения СЭД:

Проблема из пула технологических рисков, когда огромные многолетние массивы документов, необходимо переработать в определенный формат, неизбежно вызовут необходимость административных решений. Зачастую невозможно полностью автоматизировать перевод документов, не привлекая к этому процессу значительного количества сотрудников. При этом необходимо решить сразу две проблемы:

- мотивация сотрудников, принимающих участие в трудоемком процессе. Отсутствие мотивации, отказ от сотрудничества при внедрении СЭД, инициирует возникновение **риска потери управления проектом внедрения**;
- «политическое» решение администрации, обязанное решить, какой конкретно объем и каких документов должен быть переработан. Часто бывает, что руководство организацией приходит к выводу о целесообразности содержания старой базы в исходном состоянии и переводе в новый формат только определенного количества документов, например, только текущего года. Безусловно, при таком решении повышаются **риски связанные с обслуживанием сразу нескольких баз данных** в течение довольно продолжительного промежутка времени, ведь системы хранения внедряемой СЭД не охватывают всего объема информации, а регламент хранения информации и бизнес-процессы организации требуют постоянного ретроспективного обращения к документам за прошедший период.

Еще одна административная проблема, возникающая при переходе на безбумажный документооборот – реорганизация кадров. Считается, что внедрение СЭД позволит оптимизировать количественный и качественный состав сотрудников госструктуры. В зависимости от планов руководства, процент «оптимизированных» таким образом сотрудников может быть весьма велик. При этом возникают **риски потери части важной информации в виде неформализованного опыта** решения целого ряда задач организаций, например, специфику работы с клиентами. Ирония данной ситуации заключается в том, что

именно внедрение СЭД позволит избежать организации попасть в зависимость от лояльности сотрудников, сохраняя информацию взаимодействия на системных электронных носителях. И искусство административных мер должно быть направлено на мотивацию сотрудников предоставлять требуемую информацию в этот узкий по времени переходный период.

Итак, рассмотрев проблемы внедрения СЭД на различные объекты, построим Диаграмму Исикавы учитывающую риски, связанные с внедрением СЭД (рис. 1). Руководители проекта должны учитывать все возможные риски. В зависимости от специфики организации, все риски должны быть ранжированы в зависимости от веса относительно последствий, которые повлекут они, и вероятности их возникновения. Особенность внедрения СЭД в госструктурах, заключается еще и в том, что изначально административный ресурс доминирует над всеми остальными параметрами при внедрении системы электронного документооборота. Как ни странно, но есть положительные эффекты от такого перекоса: исключаются риски удорожания и увеличения времени внедрения. Риск отказа от внедрения данной версии СЭД не рассматривается вовсе. Зато при этом усиливаются все остальные риски, самым важным из которых – потеря эффективности работы СЭД.



Рис. 1. Диаграмма Исикавы. Риски внедрения СЭД

Оценить возможные риски – еще не значит решить все задачи по их избечанию. На каждый выявленный возможный риск необходимо разработать

антирисковые мероприятия. Опять же, при выработке антирисковых мероприятий является то, что:

- стоимость антирисковых мероприятий не должна превышать эффект от них;
- антирисковые мероприятия не должны вызвать новые, ее большие риски, например срыв сроков проекта.

Важно еще учитывать опыт работы исполнительной организации, осуществляющей внедрение. Зачастую проблемы с которыми сталкиваются государственные структуры при осуществлении внедрения, далеко не оригинальны, и в большинстве своем уже успешно решены ранее в других организациях, причем, не обязательно государственного подчинения.

Список литературы:

1. Цыбин А. Работать с электронными документами проще, быстрее, удобнее // Журнал «Инфоград». – Вып. 15.
2. Государственная программа города Москвы «ИНФОРМАЦИОННЫЙ ГОРОД (2012-2016 годы)».
3. Основные риски проекта внедрения автоматизированной и информационно-аналитической системы электронного документооборота проектно-сметной документации в инжиниринговой компании. «ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ». Выпуск Февраль 2015.

МОБИЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ERP-СИСТЕМ

© Зайцева А.М.*, Высочева Я.Н.♦

Южно-Российский институт управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, г. Ростов-на-Дону

В настоящее время все более популярными становятся современные автоматизированные системы планирования и управления ресурсами предприятия класса ERP. В данной статье рассматриваются преимущества использования таких систем, анализируется актуальность управления предприятием на основе мобильных приложений ERP. Большое внимание уделяется практике внедрения данных систем на российских предприятиях.

Ключевые слова: ERP-система, мобильные приложения ERP-систем, мобильный функционал ERP-систем.

В настоящее время мобильный функционал ERP-систем используют многие предприятия, организации, корпорации в целях обеспечения уда-

* Студент.

♦ Студент.

лётного управления ресурсами. Исследование, которое проводилось CDW в 2013 г., по влиянию мобильных устройств на бизнес-процессы компаний, показало: из 100 % опрошенных – 94 % полагают, что мобильные устройства делают их работу эффективной и 69 % считают, что компания будет разорваться без использования мобильных устройств.

На сегодняшний день большая часть менеджеров имеют несколько мобильных устройств с выходом в интернет, и с каждым разом их количество увеличивается. Например, аналитики IDC в своём прогнозе развития мирового рынка смартфонов до 2018 г. оценивали его объём в 2014 г. в 1,2 млрд. устройств. Реально за первые три месяца 2014 г., их было отгружено 281,5 млн. Существенный вклад в развитие рынка внесли Индия, Индонезия и Россия.

ERP-системы – это набор интегрированных приложений, которые комплексно, в едином информационном пространстве поддерживают все основные аспекты управленческой деятельности предприятий.

Анализируя общие тенденции развития ERP-систем, можно сделать вывод о том, что прошло то время, когда доступ к информационной базе был возможен только с одного компьютера – теперь сотрудники используют телефоны и планшеты больше, чем компьютер или ноутбук.

Эксперты выделяют преимущества и недостатки мобильных приложений ERP-систем. К преимуществам можно отнести возможность для владельцев и руководителей различных предприятий использовать мобильные приложения в целях реализации удалённого доступа к отчётам в режиме реального времени и находясь в любой точке земного шара, получать и утверждать заявки.

Также сотрудники, деятельность которых не подразумевает постоянное присутствие в офисе, высоко ценят использование мобильных устройств и особенно те сотрудники, которые всё время проводят в выездных командировках и должны всё время вести отчёт о своих расходах. С помощью мобильных возможностей ERP-систем можно настроить автоматическую отправку по всем своим расходам при помощи планшета или смартфона. Таким образом, использование мобильных устройств позволяет упростить процесс отчётности и сэкономить время.

Мобильные приложения ERP-систем позволяют осуществлять более гибкую систему контроля над расходами тех сотрудников, которые выходят за пределы доступного лимита. Если раньше было необходимо собирать и сохранять бумажные чеки, то в настоящее время достаточно просто привязать к приложению корпоративную кредитную карту, и все данные сразу будут учтены после оплаты.

Несмотря на все преимущества, ERP-системы также имеют и недостатки. Во-первых, основным недостатком мобильных инструментов ERP-систем является плохая защищённость данных. В бизнесе это создает дополнительные риски для данных и финансовой информации, которая обрабаты-

ется в мобильных ERP приложениях, что влечёт необходимость в дополнительных средствах безопасности.

Вторым недостатком мобильных ERP-систем является то, что работа этих систем зависит от стабильности мобильной связи, которая используется для обмена данными с главным офисом. В зависимости от возможностей сети, такое соединение может быть медленным.

Но, не смотря на эти недостатки, мобильные приложения ERP-систем занимают значительное место на Российском рынке и с каждым годом рост их приобретения увеличивается. Так, по данным Aberdeen Group на 2012 г., среди ведущих в своих отраслях компаний 54 % пользовались мобильными ERP-системами, а 46 % планировали начать использовать (рис. 1).

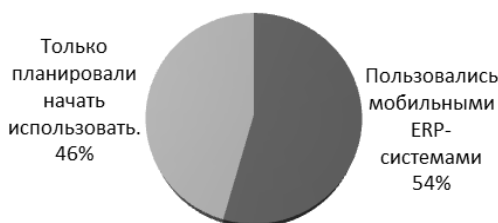


Рис. 1. Востребованность мобильных ERP-систем

По данным IDC, 10 % компаний выделяют средства из ИТ-бюджета на развитие мобильных приложений ERP-систем. Повсеместное распределение планшетов и смартфонов стимулирует крупнейших мировых вендоров ERP – Microsoft, SAP, Oracle создавать приложения для мобильных устройств.

Самым крупным игроком на рынке ERP-систем является компания SAP. Эта компания предлагает приложение для менеджеров торговых сетей SAP Retail Execution. С помощью этого приложения менеджеры получают доступ к корпоративным системам, таким как SAPCRM и SAP ERP, через мобильные устройства.

В апреле 2014 г., Oracle анонсировала мобильную версию платформы Oracle EPM System (Enterprise Performance Management), которая расширяет область применения приложений управления эффективностью.

Oracle Hyperion Planning позволяет выполнять менеджерам обычные операции планирования, бюджетирования и прогнозирования на планшетах iPad и Android. Мобильные возможности обеспечивают выполнение обычных функций Oracle Hyperion Planning, таких как утверждение бюджетов, доступ к списку задач, просмотр отчетов, ввод данных и расчет разных сценариев планирования через веб-браузер.

В 2013 г. Microsoft представила несколько мобильных приложений для работы с ERP-системой Microsoft Dynamics AX 2012. Предлагается функционал, подходящий для многих сотрудников в компании, например, кон-

троль расходов, управление временем, аналитические средства. Также Microsoft предоставляет компаниям возможность для самостоятельной разработки приложений с помощью системы Microsoft Project Siena. Представленный в бета-версии проект Siena является простой в использовании средой для разработки приложений. Он предназначен для бизнес-экспертов, консультантов, бизнес-аналитиков. С его помощью можно создавать приложения для современных мобильных устройств, не имея специальных навыков программирования.

Как и другие виды корпоративных информационных систем, ERP-системы имеют свое место на мировом рынке. Опираясь на данные предоставленные Aberdeen Group на 2012 г. и проанализировав полученные результаты (рис. 2), можно отметить, процентное соотношение среди лидирующих в своих спектрах компаний 43 % уже решили воспользоваться мобильным доступом к ERP-системам, 36 % предполагали приступить к его применению в будущем. В среднем по компаниям (если не выделять лидеров по отраслям) эта пропорция сложилась как 23 % к 40 %.

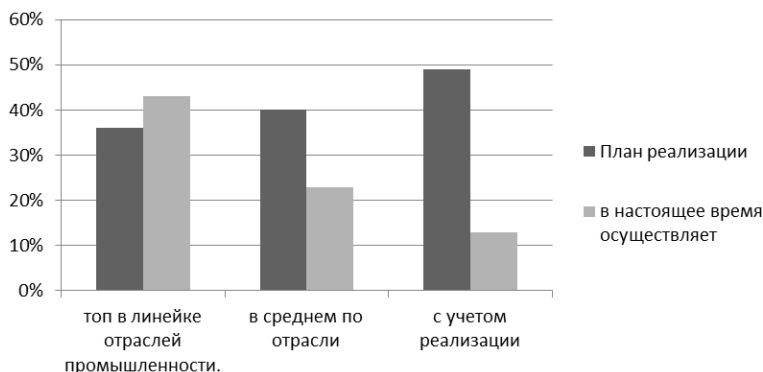


Рис. 2. Процент использования работы ERP с мобильных устройств

Проведя анализ результатов рейтингов, было выявлено, что 10 % компаний акцентируют свое внимание на средствах из ИТ-бюджета при формировании мобильных возможностей ERP-системы, приблизительно половина респондентов зафиксировала, что их компании предполагают применение мобильных инструментов ERP в скором времени. Рост продаж и увеличение производства смартфонов и планшетов стимулирует крупнейших мировых вендоров ERP – SAP, Oracle, Microsoft, на разработку приложений для мобильных устройств.

В настоящее время каждая из этих компаний предоставляет пользователям расширенный доступ к мобильному функционалу своих систем. Oracle Hyperion Planning предоставляет возможность менеджерам реализовывать простые операции бюджетирования, планирования и прогнозирования на

планшетах iPad или Android. Мобильные возможности обеспечивают выполнение обычных функций, таких как доступ к списку задач, утверждение бюджетов, просмотр отчетов, ввод данных и расчет разных сценариев планирования через веб-браузер. А также, пользователи могут составлять и предоставлять планы, бюджеты и прогнозы вне зависимости от месторасположения с помощью простого и удобного интерфейса, оптимизированного для планшетов.

В связи с развитием мобильного функционала ERP-систем возросла его популярность в России (рис. 3). Бизнес-пользователи хотят иметь возможность доступа к необходимой информации не только в офисе. Они намереваются иметь доступ к различным данным и видеть степень роста производительности ключевых показателей не только с помощью корпоративного ноутбука, мобильного телефона или планшета в дороге, а также на переговорах или конференциях.

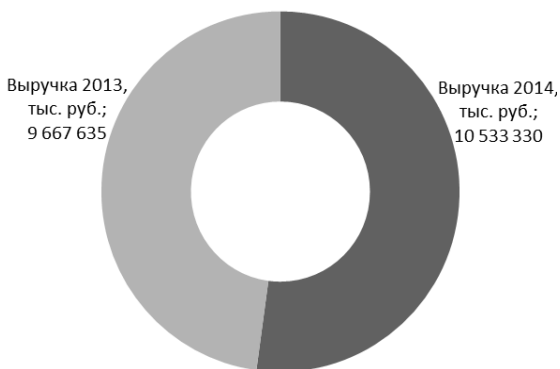


Рис. 3. Выручка компаний на российском рынке ERP 2013-2014 гг.

Однако прогноз на 2015-2016 гг. – негативный. Несмотря на ослабление национальной валюты, TAdviser Report ожидает падения рынка ERP-решений примерно на 20 % в рублях. Воздействие на данный сегмент окажет замедление роста экономики России. Инвестиционные бюджеты во многих компаниях на 2015 г. были существенно сокращены. Ряд заключенных контрактов – расторгнуты. Скачок обменного курса иностранных валют привёл к подорожанию лицензий на зарубежные системы. В итоге масштабные проекты внедрений иностранных ERP для конечных клиентов стали дороже.

Список литературы:

1. Синяя книга SAP. Краткий бизнес-путеводитель по миру SAP / Майкл Доан. – М.: «Эксперт РП», 2013.
2. Хадеева Е.Е., Перова М.В. Преимущества корпоративных информационных систем в автоматизации предприятия // Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития. – 2015. – № 24.

3. Онлайн бухгалтерия и ERP[Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.clouderp.ru/tags/mobil'nye_ERP/.

4. Российский интернет-портал и аналитическое агентство «TAdviser» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.tadviser.ru/Статья:Глав-ные_тенденции_рынка_ERP-систем_\(Россия\)](http://www.tadviser.ru/Статья:Глав-ные_тенденции_рынка_ERP-систем_(Россия).).

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИИ НЕЙРОННЫХ СЕТЕЙ В НЕКОТОРЫХ СФЕРАХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

© Запашная Я.В.^{*}, Рудовский А.С.[♦]

Южно-Российский институт управления Российской академии
народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации, г. Ростов-на-Дону

В статье рассматриваются основные принципы применения нейронных сетей в экономической деятельности и проблемы, связанные с их внедрением. Перечислены примеры применения нейронных сетей в России и в мире. Так же выделены основные задачи и проблемы, которые не позволяют решить поставленные задачи.

Ключевые слова: нейронные сети, нейропакеты, бюджетно-налоговое прогнозирование, прогнозирование временных рядов на основе нейросетевых методов обработки данных.

Применение возможностей технологий нейронных сетей в финансовой деятельности в последние годы является основным направлением использования нейронных систем. На рынке можно найти как узконаправленные экспертные системы, так и большое количество универсальных нейропакетов для решения задач технического анализа. Многие финансовые организации, которые уже используют нейронные сети, убедились на собственном примере, насколько они эффективны при работе с достаточно большим количеством статистической информации. Так же стоит отметить, что ситуация складывается таким образом, что большая часть использования нейронных сетей в экономической деятельности приходится на решение отдельных видов задач, при этом чувствуется недостаток в использовании нейронных сетей при структурном анализе макроэкономических явлений. Так же эффективно использовать нейросети при решении аналитических задач могут только те люди, которые понимают весь их потенциал, остальные же должны выбрать более традиционные методы прогнозирования.

^{*} Студент.

[♦] Студент.

В целом, нейронные сети в экономической деятельности используются для решения следующих задач:

- прогнозирование временных рядов на основе нейросетевых методов обработки данных;
- прогнозирование банкротств;
- прогнозирование экономической эффективности финансирования экономических и инновационных проектов;
- предсказание результатов займов;
- страховая деятельность банков.

В экономике нейронные сети могут применяться для построения временных рядов, с помощью которых можно спрогнозировать следующие явления на фондовом и денежном рынках:

- определение соотношения котировок и спроса;
- выделение краткосрочных и долгосрочных подъемов в стоимости той или иной валюты;
- предсказание изменений стоимости акций компаний.

При прогнозировании того или иного результата роль нейросети сводится к предсказанию будущей реакции системы по результатам ее прошлой деятельности. Имея информацию о прошлых результатах системы, нейронная сеть выбирает, каким будет значение при определенных условиях в данный момент времени. Прогнозирование временных рядов на основе нейронных сетей основано на способности нейросетей аппроксимировать нелинейные функции.

Теперь рассмотрим, как на финансовом рынке используется построение временных рядов на основе нейросетевых методов обработки информации. Главной целью прогнозирования на финансовом рынке является определение наилучшего момента для продажи или покупки компонентов финансового рынка. Нейросетевой подход был опробован на Токийской фондовой бирже и дал весьма хорошие результаты после обучения на 15 обучающих шаблонах «треугольника» и проверке на одном нейросетевом шаблоне. Было проведено 16 экспериментов, при этом 15 из них оказались успешными.

Анализ вероятного банкротства фирмы является весьма важной задачей нейронной сети. Он может помочь владельцам фирмы выявить изъяны в управлении фирмой, инвесторам помочь в определении вложения средств. Так же аудиторы используют данный инструмент, как помощник в оценке деятельности фирмы. Анализ вероятности банкротства можно провести следующими способами:

- анализ вероятного банкротства фирмы с многокритериальной оценкой на основе построения нелинейных моделей на основе нейронной сети;
- анализ вероятного банкротства предприятия с помощью нейронной сети с выдачей результата в дискретном виде.

Прогнозирование экономической эффективности финансирования экономических и инновационных проектов сводится к предсказанию эффективности проектов на ранней стадии его разработки, а так же к анализу на основе сложившейся экономической ситуации.

Оценка риска страхования вложенных средств – основное назначение нейронной сети при решении данной задачи. Данная деятельность особенно эффективна при анализе ранее применяемых результатов по страхованию.

Кроме частной экономической деятельности нейронные сети могут успешно применяться и на государственном уровне в экономической деятельности. Так, например, с помощью нейронных сетей можно посмотреть, как изменится объем роста промышленности или уровень экономического роста при изменении налогов, предсказать дефицит бюджета или объем возможного дохода. Можно так же решить задачу, которая повлияет на результаты в будущем. Например, нужен стабильный экономический рост, невозможный без увеличения объемов производства – с помощью нейронной сети можно отметить нижний уровень и верхний уровень по отпускаемым бюджетным средствам по тем позициям, которые так или иначе влияют на объем производства и темпы экономического роста в целом. В России заинтересованность во внедрении нейронных сетей в органах государственного управления в последние годы непреклонно растет. Данная ситуация позволяет сделать вывод, что в скором времени программа автоматически сможет подготовить план государственного бюджета по основным параметрам, а так же отследить его исполнение на все уровнях.

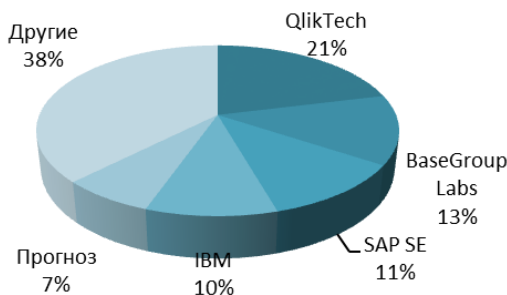


Рис. 1. Распределение компаний по количеству проектов внедрений за 2014 г. на российском рынке

Рынок по предоставлению программного обеспечения в данной области характеризуется непрерывным ростом. В настоящее время, практически ни один крупный банк не обходится без применения нейропакетов в аналитическом отделе. Наибольшую часть рынка предоставления нейросетевого ПО в мире занимают следующие компании: Brain Maker Pro, NeuroShell, Qlik-Tech, IBM, SAP SE, StatSoft. Причем последняя компания является пионером данной отрасли. Она начала свою деятельность по нейросетевому ана-

лизу в 1984 г., а ее программу по нейросетевому анализу «Statistica» можно считать одной из лучших за все историю нейропакетов. «Statistica» служит ПО по нейросетевому анализу экономической деятельности в таких мировых компаниях, как: Adidas, Amazon.com, Bayer, Boehringer Ingelheim, Boeing, Bosch и др. На российском рынке на данный момент отрасль распределилась следующим образом [1]:

Как мы видим (рис. 1), лидирующие место в 2014 г. заняла шведская компания QlikTech, но на втором месте уже российская компания BaseGroup Lads с их продуктом Deductor, а на четвертом месте компания «Прогноз».

Доля российских компаний предоставляющих ПО по нейросетевому анализу на нашем рынке с годами только растет, как и прибыль данных компаний. Например, вот так распределялась прибыль компании «Прогноз» [1]:

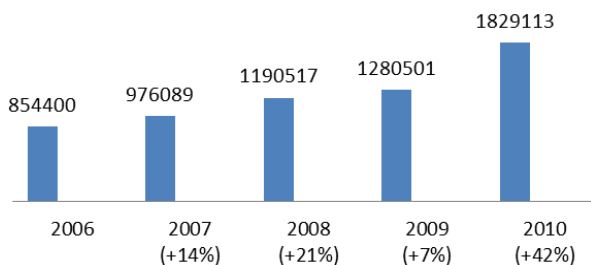


Рис. 2. Совокупная выручка компании Прогноз, тыс. руб.

Так же достаточно быстро прогрессирует и другой лидер российского нейросетевого анализа компания Base Group Lads с их продуктом Deductor. Данная компания внедряет аналитическую платформу на российском рынке, которая позволяет на базе единой архитектуры пройти все этапы построения аналитической системы: от создания хранилища данных до автоматического подбора моделей и визуализации полученных результатов. Услугами данной компании по внедрения нейропакетов воспользовались следующие банки: МТС Банк, СКБ-Банк, Балтийский банк и др. [2]. Применение данных технологий позволило увеличить прибыль. Анализ тенденций и закономерностей, планирование, ранжирование – вот для чего используют платформу Deductor. Также, данная платформа позволяет анализировать принятие решений, исходя из своей базы данных, выбирать оптимальные бизнес-решения для своих компаний.

Нейронные сети привлекательны со стороны понимания принципов их деятельности, так как они основаны на примитивной биологической нервной системе, развитие нейронных сетей в будущем может привести к созданию действительно мыслящего механизма. Сейчас это достаточно мощный инструмент в руках аналитиков и статистиков.

Теперь рассмотрим некоторые примеры внедрения нейронных сетей в социально-экономической деятельности в России и за рубежом.

Как один из самых успешных опытов по внедрению нейронных сетей в России, можно привести пример Ханты-Мансийского автономного округа. Ученые местного технического университета создали искусственную нейронную сеть, связав в ней более 2000 параметров, целью данного действия было решения проблем безработицы, нейросеть определяла какое количество кадров, и какого уровня необходимо округу на следующий год, для снижения уровня безработицы.

Так же есть пример внедрения нейронных сетей в бюджетно-налоговом прогнозировании. Голландское правительство ввело данный метод. Голландский метод строится на расчёте ежемесячного прогноза валового поступления налогов и сборов (RECEIPT) на среднесрочный период. Нетто-показатель должен быть равен брутто-показателю включая сумму платежей на государственное страхование, которые начисляются на пропорциональной основе в расчёте двадцать семь процентов от общей суммы налогов и сборов в рассматриваемом периоде. Внедрение данной нейронной модель показывает лучшие результаты, чем OLS-регрессия и ARIMA и как на обучающих, так и на новых данных. Но при этом из-за небольшого объема базы данных применить полноценное подтверждающее множество невозможно, и поэтому обучающее множество было оптимизировано по отношению к тестовому множеству. В данный момент правительство Голландии пытается улучшить нейросетевую систему в налоговой политике путем разбивания целого значения на части, так как на налог имущество влияют иные факторы, чем налог на наследство и др. Так же можно включить сюда сдвинутые назад значения целевой переменной или разности. Далее, можно включить в число входов оценку, полученную с помощью модели ARIMA.

Интересный пример по внедрению нейронных сетей в экономическую деятельность можно привести с японской фондовой биржей. Крупные компании ввели в своей системе нейронные сети по прогнозированию котировок акций; ввели в нейросеть результаты экономической деятельности основных фирм за последние 40 лет, а система смогла обучиться на основе данной информации и выявить возможный исход точнее и быстрее, чем системы, которые применяют статистический подход, превзойдя их в целом на 12 процентов.

Теперь рассмотрим обучение нейронной сети. Когда заходит речь о нейросети, почти всегда говорится о ее способности к самообучению. Жизненный цикл любого нейропакета состоит из двух фаз: сбор статистики и обучение, работа на базе полученного обучения. Обучение начитается с задания коэффициентов на основе имеющихся данных и последующие тесты системы. Потом нейронная сеть преобразует ранее известные ей данные по нелинейной модели процесса. В целом, обучение сети происходит следующим образом: сначала весовые коэффициенты сети имеют случайные малые значения. Затем на вход сети подается вектор, и сеть начинает вычислять какой-то отклик на заданную информацию. Полученный отклик сети сравнивается с ожидаемым от нее верным результатом, и разность этих резуль-

татов возводится в квадрат и усредняется по каждому из обучающих векторов. Таким образом, формируется функционал оптимизации, который построен на основе критерия среднеквадратической ошибки. Далее изменяются весовые коэффициенты сети таким образом, чтобы значение данного функционала, то есть расхождение между выходным сигналом сети и верным результатом было минимальным [3]. Если выполняется данное условие, то это означает, что в нейросети происходит правильное вычисление-распознавание образа, и при прохождении сетью тестового задания, она выдаст отклик близкий к оптимальному, отличающемуся от него только на величину погрешности.

Подводя итог, можно сказать, что на данный момент использование нейронных сетей в экономической и финансовой деятельности идет по нарастающей. Нельзя отрицать, что появление столь мощного инструмента в более развитой форме потрясет финансовый рынок, но как об инструменте массового пользования о нейронных сетях говорить еще рано. В настоящее время, нейронные сети используют лишь люди, понимающие их, которым применение нейронных сетей необходимо для решения определенных профессиональных задач.

Список литературы:

1. Официальный сайт проекта Tadviser [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tadviser.ru>.
2. Официальный сайт компании Base Group Lads [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://basegroup.ru>.
3. Галушкин А.И. Применение нейрокомпьютеров в финансовой деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www2.icmm.ru>.
4. Николаева И.В. Применение искусственных нейронных сетей для прогнозирования динамики экономических показателей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://journal.kfrgteu.ru>.
5. Ефремова Е.А. Дунаев Е.В. Применение нейронных сетей для прогнозирования финансовых временных рядов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tusur.ru>.
6. Галушкин А.И. Нейронные сети. Основы теории. – М., 2012.

РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В КАЗАХСТАНЕ

© Кужукеева К.М.*

Костанайский государственный университет имени А. Байтурсынова,
Республика Казахстан, г. Костанай

В статье рассматриваются ключевые аспекты развития электронной торговли. Определены перспективы интернет-продаж в Казахстане.

* Старший преподаватель, магистр экономики.

Ключевые слова: электронная коммерция, электронная торговля, интернет-магазин, электронные деньги.

В современных условиях развития экономики использование высоко-технологичной телекоммуникационной среды является необходимой платформой современного ведения бизнеса. Электронная коммерция в настоящее время является ключевым драйвером роста торговли в развитых и во многих развивающихся странах, кардинально меняя привычные бизнес-процессы в секторе ритейла. За последние два года рынок электронной коммерции в США вырос на 25 %, в Евроне – почти на 30 %.

Электронную коммерцию можно отнести к сегменту экономики, включающий в себя интернет-торговлю, а также дистанционную оплату услуг (в том числе при помощи электронных платежных систем) [1]. Интернет-торговля – процесс реализации физических и нефизических товаров посредством специализированных электронных площадок, позволяющих дистанционное оформление заказа.

Консультанты J'son & Partners Consulting на рынке покупки нефизических товаров и услуг выделяют следующие подкатегории:

1. Услуги сотовой связи.
2. Авиа- и железнодорожные билеты, а также билеты на развлекательные мероприятия.
3. Телекоммуникационные услуги (кроме сотовой связи), включая услуги интернет-провайдеров и операторов фиксированной связи, платного телевидения, VOIP.
4. Оплата счетов и штрафов, включая оплату услуг ЖКХ, штрафов, приобретение страховых продуктов.
5. Цифровой мобильный контент, включающий в себя мобильный аудиоконтент, мобильный видеоконтент, мобильные игры и приложения, прочий мобильный контент.
6. Гостиничные услуги.
7. Цифровой контент (за исключением мобильного контента), включающий в себя цифровые книги, видеоконтент, аудиоконтент, программное обеспечение.

В сегменте покупки и оплаты физических товаров выделяются следующие подкатегории: сетевой маркетинг (MLM); каталожная торговля; интернет-магазины.

Оплата приобретенных товаров и услуг на рынке электронной коммерции может происходить с использованием электронных платежных систем, банковских карт и наличными. Банковские карты с использованием интернет-эквайринга (приём к оплате платёжных карт через Интернет с использованием специально разработанного web-интерфейса, позволяют провести расчёты в интернет-магазинах). Под постплатным использованием карт с участием POS-терминалов (под термином «постоплата» понимается процесс оплаты товара

или услуги после доставки потребителю). Наличные используются для расчета при доставке товара и банковским переводом с посещением офиса банка

Рынок электронных платежных систем (ЭПС) включает в себя следующие составляющие: платежные терминалы и дистанционные финансовые сервисы.

При использовании электронной торговли, большинство бизнес-процессов ускоряется за счет проведения электронным образом. По информации аналитиков, сейчас доля онлайн-продаж в общемировом объеме рынка ритейла составляет около 4 %, а в развитых странах намного больше, так например Ecommerce приносит Великобритании 19 % ежегодного национального дохода, передают ecommercenews.eu. Великобритания – одна из самых развитых в отношении электронной коммерции стран в Европе. Оборот интернет-продаж в стране составляет 30 % от общеевропейского. Тем не менее, британские эксперты считают, что это далеко не максимум, и бизнес может лучше использовать потенциал Интернета. По некоторым оценкам, рост рынка интернет-торговли на территории стран Азии и СНГ значительно опережает общемировые показатели.

Благодаря принятой программе Государственная программа «Информационный Казахстан – 2020», в Казахстане имеется вся необходимая интернет-инфраструктура для развития электронной коммерции. Казахстан может стать центром логистики и электронной коммерции для стран Таможенного союза, а также достичь общемирового показателя доли е-коммерции в 4 % от всего объема ритейла (розничной торговли) в стране. Это обосновано и развитием рынка, и готовностью покупателей обращаться к онлайн-магазинам.

Однако, для развития е-коммерции в Казахстане необходимо пересмотреть подходы к логистике, развивать сети доставки товаров и расширять спектр банковских услуг, считают эксперты. Действующие в Казахстане логистические сервисы дорогие, и качество их услуг не совсем удовлетворяет запросы простых покупателей. Например, доставка товара из Китая. Доставка товара осуществляется не напрямую в Казахстан, а идет морем в Европу, и через Голландию в Казахстан. В нашей стране необходимо учесть все выигрышные моменты географического положения. В этом отношении в Казахстане необходимо развивать логистику не только в расчете на е-коммерцию, а в больших масштабах, чтобы республика стала логистическим хабом для стран Европы и Азии.

Поскольку в сектор е-коммерции в мире, активно выходят ритейлеры, для Казахстана это направление также становится перспективным в плане интернет-продаж внутри страны. Здесь может развиваться такой сегмент электронной коммерции, как, например, доставка продуктов, готовых блюд, напитков, канцелярских товаров, посуды, сувениров и любых других товаров, продающихся в сетях супермаркетов. К примеру, следует учесть, что товарооборот первых трех крупнейших ритейлинговых сетей в Казахстане только за первые пять месяцев 2013 года превышал 5 млрд. тенге (см. табл. 1) [2].

Таблица 1

Объем товарооборота ритейл компаний в Казахстане

	Товарооборот (в млн. KZT)	Доля сегмента (в %)
ТОО "Рамстор Казахстан"	2 894,2	36,9
ТОО "Скиф Трейд"	1 235,8	15,8
ТОО "METRO Cash & Carry"	1 019,2	13,0
ТОО "Magnum Cash & Carry"	767,5	9,8
ТОО "Silk Way City"	698,3	8,9
Гипермаркет "А-Store"	481,7	6,1
ТОО "Торговая сеть "GREEN Mart"	302,5	3,9
ТОО "Дастархан"	208,3	2,7
ТОО "Дастархан-Trade"	175,0	2,2
ТОО "Parade retail"	55,0	0,7

Вторым компонентом успешной интернет-торговли, который необходимо развивать параллельно с логистикой, должны стать банковские услуги. Пока в Казахстане, как и в большинстве постсоветских стран, покупатели предпочитают наличный расчет. По данным российских аналитиков, пока есть только слабая тенденция перехода с наличного на безналичные способы оплаты. При этом предпочтение отдается интернет-платежам, популярность оплаты банковскими картами растет, но остается невысокой.

По данным Нацбанка, прирост рынка электронных денег только за первый квартал 2014 года составил 42 %, что подчеркивает бурный рост популярности сектора электронной торговли и широкие перспективы его развития. На сегодняшний день пятая часть страны – активные интернет-пользователи. Они совершают покупки, как в национальных, так и в зарубежных магазинах, которые осуществляют доставку на территорию Казахстана [3].

Пока использование электронных денег в Казахстане еще остается достаточно редкой практикой, ее освоили около 10 % населения Казахстана. Тем не менее, даже такой небольшой, казалось бы, процент (около 2 млн. человек) сравним с населением Словении или Латвии.

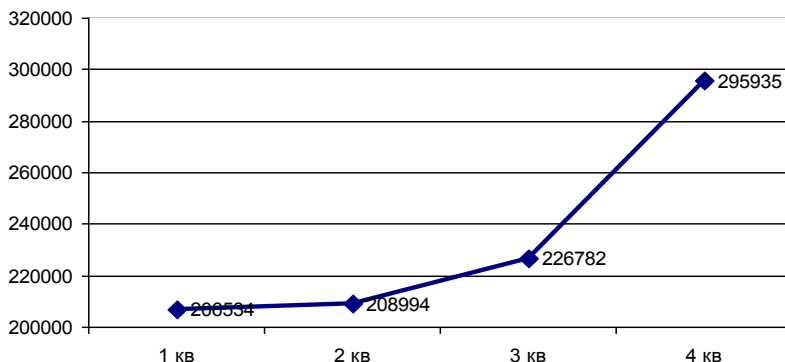


Рис. 1. Динамика изменения количества владельцев электронных денег, совершающих оплату с использованием электронных денег

Как показывает динамика развития электронных денег, аудитория и сервисы данных систем постепенно будут только расширяться. Опыт других стран показывает, что электронные деньги становятся все более популярными для совершения оплаты в сегменте электронной коммерции. Их использование способствует сокращению наличного оборота, развитию рынка онлайн-услуг, ускорению расчетов и повышает платежную культуру граждан. Полагаем, что с учетом общемировых тенденций потребность в данном инструменте или новых инновационных платежных сервисах будет возрастать. Этот процесс в большей степени связан с дальнейшим распространением Интернета и продолжающимся ростом, расширением в различных сферах жизни видов услуг, доступ к которым становится возможным для потребителей через Интернет. Электронные деньги способны постепенно вытеснять традиционные инструменты оплаты в тех сферах и сегментах, где их использование является малоэффективным. Эти тенденции позволяют сделать вывод о том, что электронные деньги «завоевывают» массового пользователя.

Список литературы:

1. Климченя Л.С. Электронная коммерция: учебное пособие. – 2004. – С. 192.
2. Для развития электронной коммерции необходимо делать акцент на логистику и банковские услуги [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.primeminister.kz/article/view/21>.
3. Обзор рынка электронных платежных систем [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nationalbank.kz/?docid=945&switch=russian>.

ДОЛЖНОСТЬ СІО НА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

© Лысенко А.С., Писаренко А.С.

Южно-Российский институт управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Ростов-на-Дону

В статье проведена сравнительная характеристика деятельности ИТ-менеджера и СІО, определены преимущества использования должности СІО в процессе внедрения ERP-систем. В работе приведены статистические показатели динамики ИТ-рынка. Обозначены основные ошибки ИТ-специалистов в организации своей работы. Содержание статьи указывает на необходимость введения должности СІО на российские предприятия.

Ключевые слова: СІО, ИТ-менеджер, ERP-системы, рынок ИТ-услуг, ИТ-системы.

В современных экономических условиях роль движущей силы играют непрерывно развивающиеся информационные технологии. Информационные системы активно внедряются во все сферы предпринимательства. По мере увеличения темпов развития ИТ-услуг и инновационных технологий продолжает возрастать их роль в автоматизации производства предприятий, что дает фирмам определенные преимущества. Основным плюсом данного процесса является создание «чистого» бизнеса, что особенно важно для Российской экономики в целом. Хозяйственная система страны еще с 90-х г. за 25 лет так и не освободилась от своей основной проблемы – теневого сектора. Скрытие активной деятельности компании создает недоверие со стороны инвесторов. Таким образом, при внедрении средств автоматизации осуществляется полноценный контроль за операциями и учет информационных процессов, что кардинально изменит статус России и привлечет иностранные инвестиции в производство. Кроме того, информатизация позволит интегрировать наше государство в единое мировое информационное пространство.

Общеизвестно, что ИТ-рынок России сегментируется по следующим направлениям: техническое оборудование, программное обеспечение и ИТ-услуги. По мнению аналитиков, в 2015 г. продажи оборудования в России должны были упасть на 20 % в валюте, продажи ПО – на 25 % в валюте, а ИТ-услуги показать падение на 10 %. Однако, в итоге, по данным исследования, непредвиденными оказались показатели динамики рынка ИТ-услуг – вместо 10 % к маю 2015 г. российский рынок ИТ-услуг сократил объем в долларовом выражении на 15 % и составил \$ 6,57 млрд. [1].

Это, в первую очередь, говорит о том, что рынок ИТ-услуг и ИТ-аутсорсинг теряют свои позиции. Данные исследования TAdviser Report как раз подтверждают необходимость развития и создания недостающего звена, которое бы в значительной мере повлияло на расширение рынка ИТ-сервиса.

Для решения проблем повышения эффективности управления предприятия на основе ИКТ необходимо наличие единого центра координации. Компании нужны опытные профессионалы, который бы с точностью представлял стратегические направления тех или иных видов производственной деятельности. На Западе данная компетенция относится к квалификационным требованиям должности СЮ.

СЮ (Chief Information Officer) – главный менеджер, который ответствен за управление, внедрение и удобство использования информационных технологий и компьютерных технологий. Наиболее точно данному понятию на русском языке соответствуют «ИТ-менеджер», «Директор информационных технологий», «Заместитель генерального директора по ИТ».

В настоящее время в РФ совершенствование корпоративного управления – основная стратегическая задача развития и функционирования любого предприятия. Одним из основных направлений является принцип «бережливого мышления и производства», который напрямую связан с внедрением

ERP-систем. Такие системы на данный момент достаточно актуальны в своем использовании, так как позволяют оперативно отражать все транзакции в общей базе, следовательно, помогают руководителю оперативно принимать решения.

В свою очередь, ERP (Enterprise Resource Planning) – совокупность интегрированных приложений, которые комплексно – в едином информационном пространстве поддерживают все основные стороны управленческой деятельности предприятия [2]. Внедрение системы планирования ресурсов требует тщательного изучения, исследования и анализа изменений и рисков. Такие меры следует предпринимать во избежание возникновения проблем, связанных с эксплуатацией ERP, иначе в функционировании системы возможны отклонения.

К базовым проблемам по внедрению ERP-систем относятся неверный выбор поставщика или конфигурации системы, недостаток соответствующей инфраструктуры. Решить данные задачи может сотрудник и с посредственным знанием техники.

Однако существует ряд более значительных проблем, которые в состоянии ликвидировать только СЮ. Человек, занимающий данную должность, способен убедить сотрудника в том, что перемены эффективны для ускорения процессов. Так СЮ предотвращает психологическое сопротивление изменениям. Кроме того, этот ценный руководитель обеспечивает мониторинг и принимает быстрые решения, восполняя недостаточную поддержку в управлении. В задачи СЮ входит обязанность по предоставлению точной информации поставщику об особенностях производства и структуры предприятия. Также СЮ организует мероприятия по ознакомлению подчиненных с использованием ERP-систем. И самой главной проблемой, которую может решить только СЮ – это нерациональное планирование. Данный сотрудник – главный IT-стратег предприятия, способный соизмерить все риски и оперативно принять соответствующее решение.

Что касается России, внедрением ERP-систем на предприятии, их адаптацией к условиям деятельности и оперативным адекватным изменением в интересах развития бизнеса и роста его эффективности занимается ИТ-менеджер с базовыми техническими знаниями, а не СЮ, который является более квалифицированным специалистом. Это в большей степени порождает массу проблем и издержек по их разрешению. Можно сделать вывод, что в отечественной практике информатизации заметно недооценивается роль управления персоналом в интересах повышения эффективности ИС, в то время как деградация именно этого ресурса происходит особенно заметно [3].

На нашем рынке давно существует позиция ИТ-менеджера, однако должность СЮ появилась совсем недавно. Поэтому понимание того, что должен делать СЮ, только приходит к работодателю. Несмотря на это, от директора по ИТ часто требуются расширенные обязанности, не соответствующие заработной плате и статусу сотрудника. Таким образом, существует дисбаланс

между реально существующей ролью руководителя ИТ-службы и той идеальной ролью, исполнения которой ждут руководители предприятий [4].

Таким образом, наблюдается интересная тенденция – в России должность СЮ приравнивают к посту ИТ-менеджера. Однако данное мнение ошибочно. Эти две должности имеют абсолютно разнонаправленную деятельность, хотя они и связаны с одной отраслью.

Во-первых, главным отличием является место в иерархической системе предприятия. ИТ менеджер является работником среднего звена, в то время как СЮ занимает руководящую должность в компании.

Во-вторых, в России ИТ-менеджер зависит от структуры организации, которая определяет его значимость. Его необходимость обусловлена количеством людей в подчинении, а СЮ в США имеет вес соответственно размеру проектов, которые он реализует.

В-третьих, ИТ-менеджер решает задачи своими силами, другими словами, трудом своих подчиненных. СЮ, напротив, ориентирован на максимальный результат в кратчайшие сроки и открыт для аутсорсинга. Это в значительной мере позволяет сократить штат кадров и расширить вложения в специализированные организации, значительно ускорив реализацию проекта и увеличив доход организации.

Аналитический центр TAdviser Report оценил объем российского рынка ИТ-услуг и ИТ-аутсорсинга по итогам 2014 г. в 286 млрд. рублей [1]. По сравнению с 2013 г. этот показатель не изменился. Таким образом, в России проблема с аутсорсингом до сих пор не решена, одни не знают о данной службе, другие сопротивляются нововведениям, не желая рисковать.

В-четвертых, для ИТ-менеджера главная задача состоит в выполнении текущих задач, и не в его компетенции заниматься поиском новых проектов – он глава структуры, которую должен поддерживать. СЮ, наоборот, генератор новых идей, источник различных проектов и инициатив.

Кроме того, самое главное различие между этими двумя должностями заключается в самом функционировании рабочего процесса. ИТ-менеджер – исключительно технический специалист, а СЮ помимо этого взаимодействует с людьми, реализует новые проекты, определяет направления развития ИТ-систем на предприятии. ИТ-менеджер стремится к стабильности, СЮ – к оправданным рискам.

Основными задачами ИТ-менеджера являются: внедрение передовых информационных технологий с целью автоматизации управления предприятием; использование минимума ИТ-средств для достижения целей автоматизации; формирование культуры корпоративной работы пользователей.

СЮ – бизнес-лидер, который принимает решения относительно покупки ИТ оборудования от поставщиков или создания новых систем, он ответственен за привлечение и мобилизацию трудовых ресурсов производства. Кроме того, СЮ должен обладать организационными навыками, нести ответственность за привлечение сотрудников в компанию, таким образом, не-

обходимо, чтобы руководитель обладал способностью отбирать лучших сотрудников для реализации задач предприятия в условиях максимальной эффективности.

Кроме того, СЮ необходим для составления планов и направлений деятельности компании, создания ИТ и бизнес стратегии организации. Политика, проводимая компанией должна соответствовать требованиям завтрашнего дня, это прежде всего касается поставок оборудования, внешних и внутренних стандартов. Точно так же СЮ должен составлять отчеты по расходам статей бюджета предприятия, формировать ведомость об источниках издержек. По словам экспертов, роль СЮ именуют как «разъяснение ответственности и роли комитетов».

Исходя из сложившихся в профессиональной среде представлений, можно распределить данные должности следующим образом: в отличие от ИТ-менеджера, который сосредоточен на инфраструктурных вопросах, СЮ занимается в значительной мере вопросами стратегического развития ИТ. Отсюда различия и в статусе, и в полномочиях, и, конечно же, в ответственности.

Если говорить о тенденциях развития данной должности на Западе, то роль СЮ возрастает с каждым годом. Такое вывод можно сделать в соответствии с исследованием The Harvey Nash 2015 [5]. Опрос отражает мнения 3,691 ИТ-лидеров из более, чем 50 стран мира (табл. 1).

Таблица 1

Исследование the Narvey Nash 2015

Исследуемая область	2014 г.	2015 г.
Доля женщин, занимающих данную должность	7 %	8 %
Количество организаций, имеющих должность СЮ	7 %	17 %
Способность СЮ разрешить проблемы с ИТ-системами	6 %	23 %
Убеждение СЮ в том, что увеличивается связь ИТ с маркетингом	30 %	33 %

Данные сравнительной таблицы за 2014-2015 г. показывают, что на 1 % возросла доля женщин, занимающих должность СЮ, на 10 % повысилось количество организаций, имеющих данного специалиста, на 17 % улучшилась грамотность СЮ в решении проблем с ИТ-системами и на 3 % усилилась убежденность в укреплении связи между ИТ и маркетингом.

Кроме того, 28 % СЮ в 2015 г. получили повышенную заработную плату, 72 % – разнообразные поощрения: машину, акции компании и др. В этом году было создано 34 % проектов, которые помогли сохранить бюджет, а 66 % – увеличили доходные поступления компании.

Следовательно, такие данные должны сформировать у российского общества достаточно осознанную мотивацию по внедрению должности СЮ на предприятиях. России нужен такой квалифицированный руководитель как СЮ, это прежде всего отражается в необходимости преодоления теневого сектора путем автоматизации производства и данных, что увеличит инвестиционные поступления иностранного сектора. Кроме того, сократятся

расходы по разрешению проблем с внедрением ERP-систем, в России сформируется единое информационное пространство, возникнет единый центр управления информационными процессами, а самое главное, появится источник новых идей и проектов, которые так необходимы нашей стране особенно в данный момент, в период спада экономической деятельности.

Список литературы:

1. Обзор TAdviser [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.tadviser.ru/index.php.
2. Информационный менеджмент: учебник / Под науч. ред. д.т.н., проф. Н.М. Абдикеева. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 400 с.
3. Основы информационного менеджмента: учеб. пособие / А.В. Костров. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика; ИНФРА-М, 2013. – 528 с.: ил.
4. Баронов В.В., Калянов Г.Н., Попов Ю.Н., Титовский И.Н. Информационные технологии и управление предприятием. – М.: Компания АйТи, 2012. – 328 с.: ил.
5. Harvey Nash CIO Survey 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.harveynash.com>.

РОЛЬ И МЕСТО АВТОМАТИЗИРОВАННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ В УПРАВЛЕНИИ

© Сейткалиева А.К.*

Костанайский инженерно-экономический университет им. М. Дулатова,
Республика Казахстан, г. Костанай

Внедрение бухгалтерских пакетов и аналитических программ позволяет автоматизировать не только бухгалтерский учет, но и навести порядок в складском учете, в снабжении и реализации продукции, товаров, отслеживать договоры, быстрее рассчитывать заработную плату, своевременно сдавать отчетность.

Ключевые слова: автоматизированные информационные системы, процесс управления, функции управления, учетная информация, децентрализованная обработка данных.

Современное общество в условиях перехода к рыночной экономике характеризуется небывалым увеличением информационных потоков как в экономике, так и в социальной сфере. Наибольший рост объема информации наблюдается в промышленности, торговле и финансово-банковской сфере. В промышленности рост объема информации обусловлен увеличением объ-

* И.о. доцента кафедры, кандидат экономических наук.

ема производства, усложнением технологии выпускаемой продукции и используемых материалов, расширением внешних и внутренних связей экономического объекта. Рыночные отношения предъявляют повышенные требования к своевременности, достоверности, полноте и качеству информации, без которой немыслима эффективная маркетинговая, финансово-кредитная и инвестиционная деятельность. Наряду с этим существенно меняется роль информации в общественной жизни. Информация приобретает преобразующий, определяющий характер. Создание индустрии информатики и превращение информационного продукта в товар приводит к глубинным социальным изменениям в обществе, трансформируя его из индустриального в информационное. Информация охватывает все стороны жизни общества – от материального производства до социальной сферы. Экономическая деятельность любого предприятия связана с выполнением определенных функций управления. Процесс управления заключается в изменении состояния управляемого объекта для достижения поставленной цели. Принято выделять функции планирования, учета и контроля, анализа и регулирования. При выполнении этих функций формируется информация о работе организации и вырабатываются предложения по совершенствованию системы управления. Реализация функций управления осуществляется при помощи экономической информации, представляющей собой различные сведения экономического характера, полученные в процессе производственно-хозяйственной деятельности и отражающие социально-экономические процессы. Экономическая информация характеризуется через систему натуральных, стоимостных и относительных показателей и подвергается таким процедурам преобразования, как сбор и регистрация, передача, хранение, поиск, обработка. Экономическую информацию классифицируют по различным признакам. Например, по отношению к функциям управления принято выделять плановую и учетную информацию. Плановая информация характеризует события, которые будут совершены в будущем; учетная возникает в процессе производственно-хозяйственной деятельности и отражает уже произошедшие события. В свою очередь учетную информацию подразделяют на бухгалтерскую и статистическую [1].

Можно отметить следующие характерные черты учетной информации: большой объем первичной документации, возникающей в различных подразделениях; строгая периодичность разработки, точность и полнота информации; относительно простой алгоритм счета и многочисленные группировки; широкое использование нормативно-справочной информации; длительность хранения. Эти особенности и предопределяют применение вычислительной техники для обработки учетной информации.

Технической базой АСУ были универсальные ЭВМ (семейство ЕС ЭВМ), которые эксплуатировались на Вычислительных центрах, где выполнялась централизованная обработка экономических задач. Созданием и проектированием АСУ занимались многие ведущие специализированные научные и

проектные организации. Ими была разработана система комплексных мер и создана теория автоматизированной обработки экономической информации, явившаяся впоследствии базой для дальнейшего развития информационных технологий с использованием персональных компьютеров [2].

Развитие информационного обеспечения велось в направлении создания Общегосударственных классификаторов экономической информации, Унифицированной системы документации, теории автоматизированного банка данных. Появление персональных компьютеров открывает новый этап в развитии автоматизированной обработки экономической информации. Техничко-экономические свойства персональных компьютеров позволили во многом находить принципиально новые решения, не отвергая все то положительное, что было достигнуто ранее. Этот этап начался в Казахстане с 1992-х годов и связан с установлением рыночных отношений, позволивших в короткий срок удовлетворить потребность многих предприятий и организаций в недорогих, но высокоэффективных персональных компьютерах. Системы обработки экономической информации с использованием персональных компьютеров получили определение: «Автоматизированные (компьютерные) информационные системы – совокупность информации, экономико-математических методов и моделей, технических, программных и технологических средств, предназначенных для обработки информации и принятия решений». Вначале персональные компьютеры использовались локально, когда типовое проектирование, предназначенное для бухгалтерских задач, еще не получило широкого распространения. Обработка велась по индивидуальным проектам и, как правило, по отдельным участкам учета. Впоследствии, в ходе накопления практического опыта, появилось большое количество фирм, занятых составлением типовых программных продуктов для бухгалтерского учета. Общее количество таких фирм в настоящее время около пятисот. Программные продукты фирм, как правило, ориентированы на комплексную обработку всех участков учета с использованием как локальных ПК, так и вычислительных сетей. Все большее распространение начинают приобретать корпоративные системы, автоматизирующие все функции управления. Усложнение процессов управления, появление рыночных отношений оказывают непосредственное влияние и на развитие автоматизированных информационных систем. В современных АИС используются персональные компьютеры, установленные на рабочем месте пользователя, где осуществляется децентрализованная обработка экономических задач путем организации автоматизированных рабочих мест (АРМ). Объединение ПК в локальную вычислительную сеть (ЛВС) в пределах организации обеспечивает полную и комплексную автоматизацию функций управления. Автоматизированные рабочие места стали элементом новой информационной технологии, обеспечивающей более эффективную организацию труда специалистов за счет автоматизации многообразных функций, организации доступа пользователя к вычислительной технике. Под АРМ управ-

ленческого персонала понимается соответствующее вычислительное оборудование (локальное или включенное в вычислительную сеть), оснащенное информационными, программными и техническими средствами. АРМ бухгалтера – это рабочее место, оборудованное вычислительной техникой и инструментальными средствами, обеспечивающими автоматизацию большей части операций учетного персонала при выполнении им профессиональных функций. За бухгалтером остается лишь небольшая часть ручных операций и принятие управленческих решений. К инструментальным средствам относятся техническое, информационное, программное и технологическое обеспечения. Каждый бухгалтер имеет комплекс инструментальных средств (программы, база данных), записанных на жестком магнитном диске, магнитных дискетах, CD-ROM. Бухгалтерия, оснащенная АРМ, становится электронной (автоматизированной) бухгалтерией. Применение современных персональных компьютеров позволяет одновременно с организацией децентрализованной системы обработки учетных данных осуществить интеграцию информационной базы данных учета, обеспечивающую взаимосвязанное отражение хозяйственных операций на счетах синтетического и аналитического учета. Важнейшим преимуществом является возможность использования ПК на малых и средних предприятиях. Это обеспечивает доступ небольших организаций к электронной технике, что полностью исключалось ранее при централизованной обработке. В условиях децентрализованной обработки появляется возможность решения отдельных учетных задач на АРМ бухгалтера какого-либо участка учета с последующей передачей полученных результатов на АРМ главного бухгалтера для получения сводных регистров бухгалтерского учета и финансовой отчетности. Организация децентрализованной обработки способствует сокращению сроков обработки, повышает оперативность и достоверность учетных данных АРМ бухгалтера позволяет решать задачи бухгалтерского учета в регламентном и запросном режимах, контролировать результаты, осуществлять поиск информации. Технология обработки рассчитана на учетный персонал, не имеющий опыта работы с вычислительной техникой. Важным преимуществом новой информационной технологии является ее ориентация на существующие формы ведения бухгалтерского учета, журнально-ордерную систему, что не требует коренного изменения в учете. В то же время применение ПВЭМ изменяет методы формирования первичной учетной документации. Осуществляется переход к безбумажной технологии, обеспечивающей решение традиционной проблемы – автоматизации первичного учета. Создана новая диалоговая форма автоматизированной формы учета, позволяющая организовать информационно-справочное обслуживание путем получения информации, хранящейся в базе данных ПВЭМ, что обеспечивает более оперативную оценку состояния хозяйственной деятельности объекта, а также его анализ. Так, бухгалтер может получить на любую дату оборотно-сальдовый баланс, просмотреть состояние проводок в журнале хозяйственных операций по какому-либо

признаку (дате, поставщику и т.д.). Децентрализованная обработка бухгалтерского учета с использованием ПК предусматривает более тесную интеграцию учетных задач. Например, технология обработки таких участков учета, как учет труда и заработной платы, учет поступления материальных ценностей и учет реализации товаров, выполняется в тесной взаимосвязи с финансово-расчетными операциями на одном рабочем месте бухгалтера. Новая информационная технология обработки учетных задач охватывает все уровни преобразования информации, начиная с этапа создания первичного учетного документа и заканчивая составлением бухгалтерской отчетности и ее анализом. Автоматизируются многие бухгалтерские расчеты, которые до этого выполнялись вручную. Например, ведется автоматическое начисление всех видов оплат и удержаний по заработной плате, исчисление сумм НДС, акцизов, налога с продаж и др. Учитывая постоянное внесение изменений в формы бухгалтерской документации, программные продукты составляются с таким расчетом, чтобы бухгалтер по своему желанию смог сформировать различные новые формы документов, сводок, таблиц.

Все это требует от бухгалтера знания ПК, умения пользоваться специальными и функциональными пакетами прикладных программ. Развитие автоматизированных информационных систем идет в направлении более тесного информационного взаимодействия бухгалтерского учета со всеми функциями управления предприятия, организации [3].

Список литературы:

1. Балабайченко Е.Е., Муштоватый И.Ф. Компьютер для бухгалтера. – М., 2001. – 320 с.
2. Брага В.В., Левкин А.А. Компьютерные технологии в бухгалтерском учете на базе автоматизированных систем. Практикум. – М.: ЗАО «Финстанинформ», 2001. – 220 с.
3. Быкова Н.В. Автоматизация бухгалтерского учета. Лабораторный практикум. – М., 2006. – 80 с.

ПРИМЕНЕНИЕ СИСТЕМ ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА НА ПРЕДПРИЯТИИ

© Фалынский Д.А., Гончарова Д.Ю.

Южно-Российский институт управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Ростов-на-Дону

В настоящее время вопрос о внедрении систем электронного документооборота на предприятии становится весьма актуальным. В статье рассмотрены такие аспекты, как эффективность внедрения электронного

документооборота, анализ динамики российского рынка СЭД, основные направления и основополагающие цели внедрения систем электронного документооборота в программы управления предприятиями, а так же перспективы развития СЭД.

Ключевые слова: системы электронного документооборота, маршрутизация документов, единое информационное пространство, архивное делопроизводство, автоматизированные средства.

В современных условиях активно предпринимаются попытки автоматизации управления предприятием. Одним из основных направлений является электронный документооборот. Большинство руководителей стараются внедрять системы электронного документооборота в деятельность управления своими компаниями и возлагают на него огромные надежды.

Решение задач эффективного управления предприятием на основе автоматизированных систем, в условиях жесткой конкуренции, стало не просто средством оптимизации внутренних и внешних процессов учреждения, а насущной необходимостью, которую старается воплотить в жизнь современный руководитель. Именно системы электронного документооборота дают огромные преимущества любому предприятию, связанные с более оперативным принятием стратегических решений, по сравнению с конкурентами; с ускорением работы предприятия в целом за счет более быстрого и надежного способа организации документооборота. Одним из главных преимуществ СЭД является эффективная интеграция с различными информационными системами, позволяющая решить широкий круг производственных и административных задач.

Очень важно, что структура системы электронного документооборота включает в себя модули, которые позволяют осуществлять: эффективный контроль исполнительской дисциплины; способствуют ускорению прохождения документов, за счет чего сокращаются сроки их согласования; позволяют сводить к минимуму коррупционные риски, а главное – дают возможность к созданию единого информационного пространства в рамках компании.

На основе вышесказанного, можно сделать вывод, что основной целью электронного документооборота является решение задач оптимизации управления на основе современных автоматизированных средств.

Системы электронного документооборота эффективно применяются в следующих областях деятельности: общее делопроизводство; кадровое делопроизводство; архивное делопроизводство; коллегиальная работа; управление взаимоотношениями с клиентами – функционал CRM (customer relationship management).

По мнению аналитиков, системы электронного документооборота все чаще внедряются в деятельность предприятий, однако вопрос об эффективности внедрения таких систем остается открытым.

Оценка экономической эффективности внедрения систем автоматизации достаточно сложный процесс, требующий включения значительного

объема факторов и обработки массива информации. Проанализировав положительные аспекты внедрения ЭДО можно сделать вывод о том, что, с одной стороны: уменьшаются затраты; увеличивается качество обслуживания клиентов; увеличивается скорость реагирования на запрос, следствием чего является проведение контроля за всеми бизнес-процессами в режиме реального времени; сокращаются ошибки доставки документов; исключаются потери документов; совершенствуются средства надежного хранения.

Однако, с другой стороны, переход на электронный документооборот влечет за собой ряд проблем, таких как: человеческий фактор; компьютерная грамотность сотрудников; нечеткое понимание целей проекта; сложности в освоении системы; неоперативная техническая поддержка. Проанализировав все плюсы и минусы внедрения электронного документооборота на предприятие, можно отметить, что не во всех случаях переход на автоматизированные системы влечет за собой положительный результат, поэтому внедрение систем электронного документооборота нельзя назвать универсальным решением. Целесообразность внедрения СЭД напрямую зависит от специфики предприятия. В процессе исследования, мы выяснили, что внедрение электронного документооборота будет эффективно лишь для тех предприятий, которые удовлетворяют следующим условиям:

- аппарат управления и документооборот имеет большой объем и сложную структуру;
- лица, управляющие предприятием готовы к трансформации бизнес-процессов, которая нацелена на их оптимизацию и четкую регламентацию, так как без этой процедуры невозможно осуществить внедрение электронного документооборота;
- основная цель внедрения заключается не в упрощении рабочих процессов отдельных подразделений а повышение эффективности управления предприятием.

При внедрении СЭД на малых предприятиях существует риск замедления процессов обращения документов. При принятии управленческих решений любой организации просто необходимо иметь в пользовании удобный и надежный инструмент, предоставляющий возможность эффективного управления бизнесом. С этой функцией легко справляются системы электронного документооборота.

Потребность российских предприятий и организаций в оптимизации своего документооборота является высокой и продолжает расти. На конец 2015 г. российский рынок СЭД продемонстрирует положительную динамику. Убедиться в этом можно проанализировав данные, представленные на графике (рис. 1) [6].

Проанализировав данный график, необходимо сделать вывод о том, что в период с 2012 по 2015 г. российский рынок СЭД вырос с 25,5 млрд. руб. до 37,9 млрд. руб.

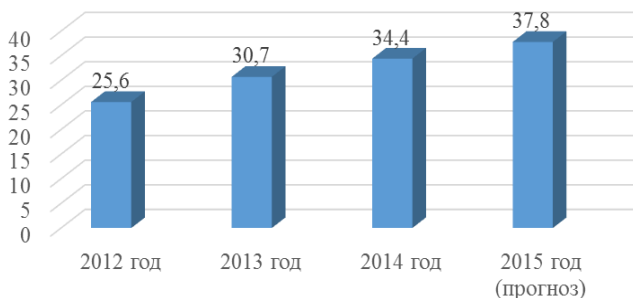


Рис. 1. Динамика российского рынка СЭД, млрд. руб.

По данным TAdviser, на конец 2014 года российский рынок СЭД вырос на 13 % и достиг 34,5 млрд. руб. При этом, примерно четверть этой суммы отводится на продажу лицензий, а остальная часть – на услуги. Произошло замедление роста рынка относительно 2013 г., по итогам которого, рост рынка составлял 20 % [6].

Согласно статистическим данным, рынок СЭД демонстрирует достаточно высокий темп роста в сфере делового программного обеспечения, например рынок CRM-систем по итогам 2014 г. вырос на 11 %, а динамика российского рынка ERP за этот же год составила +5 % [6].

Российский рынок систем СЭД продолжает умеренно развиваться и имеет устойчивую тенденцию к консолидированию. Благодаря проектам по сопровождению а также усовершенствованию и расширению систем, сохраняется положительная динамика. Согласно данным организаций, функционирующих в сфере создания и внедрением систем данного класса, рынок насыщен, причём существуют мнения о перенасыщении рынка.

По прогнозу TAdviser по итогам 2015 г. российский рынок СЭД продемонстрирует устойчивый рост, он достигнет отметки близкой к показателям 2014 г. – на уровне 10-11 %. Таким образом, на конец этого года объем рынка может достигнуть показателя равного 37,9 млрд. руб.

Замедление темпов роста является следствием экономической ситуаций. Несмотря на это значительного спада интереса к решениям СЭД на рынке не было выявлено. А также количество проектов, реализованных с помощью иностранных решений, не только не уменьшается, но даже увеличивается.

Следует отметить, что правительство Ростовской области активно использует межведомственную систему электронного документооборота «Дело». СЭД «ДЕЛО» – это система, ориентированная на автоматизацию документооборота (от создания документа до передачи на архивное хранение), а так же автоматизацию смежных документо-ориентированных процессов (финансовый, договорной документооборот, автоматизация внутренних бизнес процессов, работа с обращениями граждан, оказание государственных услуг и т.д.). Межведомственный электронный документооборот с использованием

системы «Дело» направлен на решение следующих задач: объединение в единый процесс документационного обеспечения управления участников; соблюдение единых правил регистрации, управления, доступа к электронным документам и проектов к ним; осуществление мониторинга, анализа и автоматизированного контроля хода исполнения электронных документов; получение оперативной, аналитической и статистической отчетности; оперативная доставка электронных документов. СЭД «ДЕЛО» позволяет решать задачи по автоматизации работы с документами компаний различных масштабов и сфер деятельности, поддерживает бумажный, смешанный документооборот, что позволяет оптимизировать работу с документами [7].

TAdviser провел опрос, в процессе которого, компаниям предлагалось дать оценку ситуации и перспективам на рынке СЭД в 2016 г. Участники рынка разделились во мнениях. По прогнозам компании ЭОС, в наступающем году возможно снижение рынка в коммерческом сегменте. В корпорации ЭЛАР полагают, что в 2016 г. сохранится положительная динамика роста, поскольку продолжается процесс усложнения контента. В компании «СофтБаланс» считают, что при оптимистичном сценарии рынок может вырасти на 20-30 %.

Таким образом, в результате исследования мы пришли к выводу о том, что системы электронного документооборота нашли широкое применение в деятельности управления предприятием. Объединение разрозненных потоков документов территориально-уделенных организаций в единую систему; обеспечение гибкого управления документов; реализация жесткого разграничения доступа пользователей; ускорение прохождения документов; контроль над потоками документов в организации – все это – неоценимое преимущество, появившаяся у специалистов в результате внедрения новых технологий. Нужно обратить внимание на то, что системы электронного документооборота значительно упростили и систематизировали процесс управления предприятием.

Список литературы:

1. Жеребенкова В. Документооборот на предприятии. – 2014.
2. Сапков В.В. Информационные технологии и компьютеризация делопроизводства. – 2014.
3. Клименко С.В., Крохин И.В., Лагутин Ю.Л. Электронные документы в корпоративных сетях. – 2014.
4. Куняев Н.Н., Фабричных А.Г. Конфиденциальное делопроизводство и защищенный электронный документооборот. – 2013.
5. www.eos.ru (дата обращения: 29.11.2015)
6. Отраслевой портал и экспертный Центр по вопросам автоматизации государства и бизнеса в России – TAdviser [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tadviser.ru> (дата обращения: 30.11.2015).
7. Официальный портал Правительства Ростовской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.donland.ru> (дата обращения: 2.12.2015).

РОССИЙСКИЙ РЫНОК АВТОМАТИЗИРОВАННЫХ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ

© Шкаева А.Д.* , Боровая Е.С.♦

Южно-Российский институт управления Российской академии
народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации, г. Ростов-на-Дону

В статье рассмотрен российский рынок Customer Relationship Management. Проанализированы основные показатели эффективности и выделены существующие недостатки CRM-систем. Выделены и исследованы современные тренды в развитии рынка CRM-систем. Особое внимание уделяется актуальным аспектам в работе CRM-систем при реализации оптимального взаимодействия с клиентами.

Ключевые слова: CRM, CRM-система, CRM-технологии, CRM-проект.

«Согласно определению Gartner Group, CRM (Customer Relationship Management – управление взаимоотношениями с клиентами) – это распространяемая на все предприятия стратегия бизнеса, которая разработана для оптимизации его прибыльности путем организации предприятия в соответствии со структурой целевых сегментов его клиентуры, на основе поощрения поведения, нацеленного на максимальное удовлетворение потребностей клиентов» [2].

Актуальность внедрения CRM-системы в компании обусловлена необходимостью привлечения и удержания клиентов, поскольку компании работают на конкурентном рынке [1]. Затраты на CRM-проект следует рассматривать не только как вложения в оптимизацию издержек, но и как инвестиции в расширение бизнеса.

В процессе исследования можно выделить следующие показатели эффективности CRM-проектов [4]:

Повышение эффективности работы персонала. Исходя из опыта большинства внедрений, временные затраты персонала на выполнение действий, необходимых для работы с клиентом, при внедрении CRM-системы сокращаются, в среднем, на 20-30 %. Это происходит, в основном, за счет ускорения доступа к информации, автоматизации рутинных операций и сокращения времени на внутренние коммуникации и документооборот. Экономический эффект от этого зависит от того собирается ли компания снижать издержки или увеличивать прибыль [5].

Устранение потерь клиентов. Принятый на рынке CRM постулат гласит: «стоимость удержания старого клиента примерно в 5 раз ниже, чем

* Студент.

♦ Студент.

привлечение нового». Как правило, средняя компания на стабильном рынке в стабильное время теряет до 10-15 % клиентов в год (в кризис и на высококонкурентных динамичных рынках до 30-40 %). Причины потерь клиентов можно разделить на три основные группы:

- операционные потери – клиенты, которые ушли из-за плохой организации работы. Про них забыли, поставили не тот или некачественный товар (услугу), затянули сроки, не подготовили документы и т.п.;
- ассортиментные потери – клиентов перестал устраивать ассортимент товаров и услуг. Их потребности и ожидания изменились, а компания вовремя не отреагировала. Сюда же можно отнести клиентов, отказавшихся от сотрудничества из-за отсутствия сопутствующих услуг (доставка, сервис, кредит и пр.);
- маркетинговые потери – клиенты, которых конкуренты переманили при помощи более сильного и целенаправленного маркетингового воздействия.

Двумя последними причинами обусловлено большинство потерь клиентов на высококонкурентных динамичных рынках. Внедрение CRM-технологий может устранить эти потери в той или иной степени, в зависимости от рынка и применения «активной» или «пассивной» стратегии.

Издержки управления. Компании несут затраты на обмен информацией, которую руководитель может получить используя CRM-систему.

Потери при увольнении сотрудника. При помощи CRM-системы можно восстановить данные по работе с клиентом, даже если они были утеряны после увольнения сотрудника, который работал с этим клиентом. Это экономит время, которое придется затратить на поиск информации на бумажных носителях.

Имидж эффективной и технологичной компании. Из всех выше перечисленных преимуществ можно сделать вывод, что CRM-система создает компании благоприятные условия для создания имиджа эффективной и технологичной компании, так как взаимодействие с клиентами при помощи этой системы является продуктивным, и клиент будет доволен оперативностью работы компании, и это будет способствовать привлечению новых клиентов.

Несмотря на эффективность CRM-проекта, также можно выделить недостатки:

Технологический фактор. Когда происходит сбой CRM-системы, может полностью исчезнуть информация о клиентах, иногда восстановить ее невозможно. Также есть трудности с обеспечением безопасности. Так как система даёт доступ к полной информации о компании, клиентах и сделках всем работникам фирмы. Чтобы избежать утечки информации, надо провести беседу с сотрудниками о защите личной информации компании и обезопасить базу данных от взломов.

Функциональный фактор. CRM-систему неудобно использовать для конкретных задач из-за избытка информации. CRM-система имеет множество

функций, некоторые из них могут быть лишними для конкретного сотрудника. Чтобы не столкнуться с данной проблемой, следует настроить интерфейс. Сложность при формировании отчетов тоже является проблемой CRM-системы. Эта проблема возникает при составлении сложных отчетов, которые требуют нестандартного анализа. Обучение сотрудников для решения этой проблемы займет некоторое время.

Организационный фактор. Проблема организационного фактора возникает, когда функциональные возможности CRM-системы значительно превышают потребности компании. Сотрудники не пользуются возможностями CRM-системы, из этого компания может понести убытки. Важным моментом является обучение сотрудников для работы с CRM-системой. Именно поэтому лучше всего начать с интерактивного обучения, позволяющего работать с реальными продажами и обслуживанием клиентов. Это поможет быстрее освоить и привыкнуть к работе с CRM-системой [3].

Можно констатировать, что российский рынок информационных технологий, и в частности, рынок корпоративных решений класса CRM, следует путем, пройденным западными компаниями, с опозданием на несколько лет. При этом российский рынок CRM не копируют западную модель, в силу особенностей развития рынка и бизнеса. Управляющие компаний привыкли к закрытости и нераспространению контактной информации. Они, как правило, не заинтересованы в прозрачности собственно наработанной клиентской базы. Потребуется еще некоторое время, для того чтобы российский бизнес пришел к западному стилю общения с клиентами предполагающему отделение информации от работника с последующей формализацией ее в рамках корпоративных бизнес-процессов [1].

Независимо от этого, количество участников рынка заинтересованных во внедрении CRM-системы не стало меньше. Особую заинтересованность проявляют банковские и финансовые структуры, телекоммуникационные компании и, собственно, сама сфера ИТ [1]. По оценке экспертов, в 2014 году российский рынок CRM вырос на 10 %. Рост мог быть и больше, однако, на динамику рынка повлияла сложная экономическая ситуация в конце 2014 года, а также рост курсов валют. Еще один фактор снижения динамики – сокращение числа крупных проектов. Говоря о статистике внедрений на российском рынке CRM, специалисты отмечают, что по количеству CRM-решений, согласно базе вендором-лидером является компания Tetasoft. За период наблюдений с 2005 по ноябрь 2015 года база проектов пополнилась информацией о 477 внедрении CRM-систем, разработанных данной компанией.

В тройку лидеров также вошли Microsoft и «1С-Рарус». Первая – за счет проектов внедрения Microsoft Dynamics CRM, вторая – главным образом благодаря внедрениям решения 1С:CRM (рис. 1).

На рынке CRM происходит «поляризация»: дешевое «облако» или комплексные проекты. Это выгодно для малого бизнеса, которому не выгодны большие затраты на ПО. Нестабильный курс рубля и неопределенности в

экономике – диктуют необходимость сокращения капитальных затрат, и «облака» – одно из главных воплощений этой тенденции. Компании предпочитают максимально экономичные варианты автоматизации, обращая внимание не только на стоимость внедрения, но и стоимость последующего обслуживания и расширения CRM-системы.

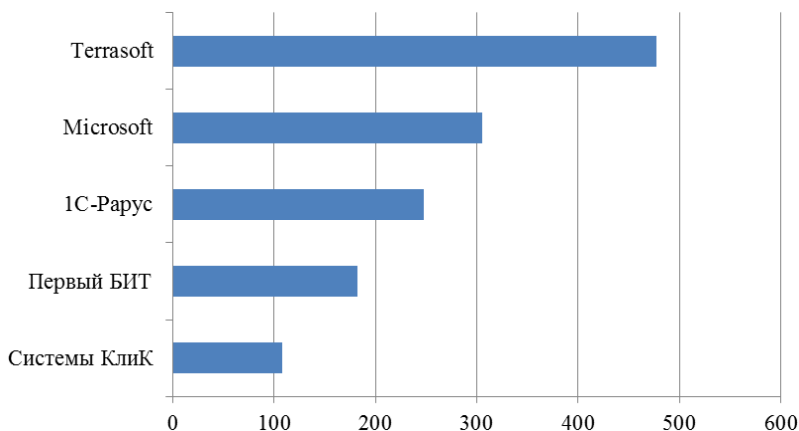


Рис. 1. Вендоры по количеству проектов внедрений CRM (количество проектов)

В кризисный период желание выявить пути оптимизации и повышения продаж особенно велико. Наиболее востребованными инструментами сейчас являются такие как прогнозирование продаж и предсказание отказа клиента от услуг компании. Последний особенно актуален, это важно для того, чтобы успеть предпринять профилактические меры против ухода клиента. Еще один активно развивающийся аналитический инструмент CRM систем – оценка риска неплатёжеспособности клиента.

Наиболее активно CRM-системы внедряются в отрасли финансовых услуг и торговли. Также по количеству реализованных проектов можно выделить отрасли информационных технологий, строительство и машиностроение (рис. 2).

Актуальной тенденцией является объединение CRM с другими информационными системами, такими как системы бизнес-аналитики и управления процессами, либо встраивание в CRM соответствующих модулей, интеграция в CRM коммуникационных, социальных и мобильных технологий, обеспечивающих более эффективное взаимодействие между сотрудниками компании, а также между сотрудниками и клиентами. CRM-системы на этапе проектирования синхронизируются с IP-телефонией для учета звонков, с сайтом компании – для учета трафика и пр. Это позволяет компаниям существенно сократить трудозатраты и оптимизировать бюджеты. На развитие

рынка CRM влияют потребности бизнеса и общие технологические тенденции. Сейчас бизнесу требуются CRM, которые можно интегрировать в корпоративную ИТ-среду, для реализации системного подхода к организации бизнес-процессов и внедрения клиент-ориентированной маркетинговой концепции. Такой подход позволяет контролировать динамику продаж и дает уверенность в стабильной работе бизнес-процессов взаимодействия с клиентами.

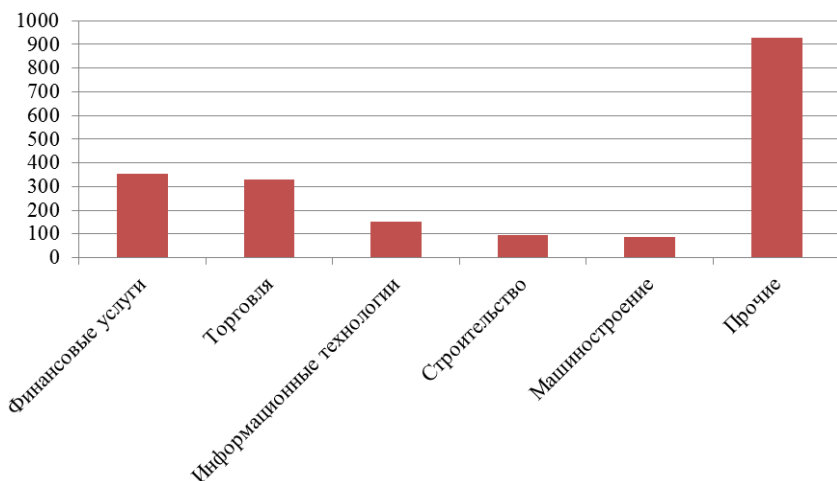


Рис. 2. Распределение CRM-проектов по отраслям (количество проектов)

Российский рынок CRM-систем является достаточно насыщенным. За последние 1,5 года он развивался в качественном направлении, усложнились требования к решениям, трансформировалось само понятие CRM. Перед ним стали такие задачи, как сложные интеграционные решения, которые черпают данные из самых разных систем. Но также остаются традиционные задачи такие, как управление сервисами, продуктами и ресурсами. Сейчас для компаний в сфере связи вводятся разработки из CRM-систем, объединяющие личные кабинеты, биллинговую и смежные подсистемы.

Активным трендом последнего времени является социализация CRM. При этом здесь можно выделить два направления. К первому относится интеграция с соцсетями и оказание услуг посредством платформ взаимодействия, построенных на принципах социальных сетей. Используются новейшие технологии поиска для выявления имеющейся в социальных сетях информации о потенциальном клиенте. Ко второму направлению относятся корпоративные соцсети. Корпоративные социальные сети, могут быть обращены как «внутри» организации – для того, чтобы повысить эффективность взаимодействия в компании, так и развернуты в сторону клиентов, что позволяет повысить информированность клиента о продукте и его поддержке, а также вовлечь клиентов в процессы развития продуктов и услуг компании.

Импортозамещение отразилось и на рынке CRM. Таким образом, можно отметить, что многие российские компании готовы заменить дорогостоящие зарубежные системы более дешевыми отечественными. С падением курса рубля, внедрение и обслуживание ПО резко возросло в цене, поэтому в вопросе выбора поставщика CRM-системы заказчики все чаще в последнее время склоняются в пользу отечественного производителя.

Список литературы:

1. Маркетинговый анализ деятельности предприятия «Квестор плюс» и пути улучшения положения на рынке [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://otherreferats.allbest.ru/marketing/00130511_3.html.
2. Рынок CRM, и кто его представляет | КомпьютерПресс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://compress.ru>.
3. CRM-система как средство эффективного управления фирмой (на примере ЗАО «Сибтехнология») [Электронный ресурс].
4. Методология внедрения CRM-систем на предприятии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://science-education.ru>.
5. Шерстобоева Н.А., Перова М.В. Особенности внедрения автоматизированных систем управления на предприятия // Современные тенденции в экономике и управления: новый взгляд. – 2015. – № 36.

Секция 17

***ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ
МАЛОГО БИЗНЕСА
В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ***

МОДЕЛЬ ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СУБЪЕКТА МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА ОСНОВЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АЛЬТЕРНАТИВНЫХ ФИНАНСОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ

© Савичев А.А.*

Акционерное общество «Тинькофф Банк», г. Москва

Данная статья посвящена формированию модели обеспечения устойчивого развития субъектов малого и среднего предпринимательства. При разработке данной модели было учтено, что современное управление деятельностью фирм не может основываться только лишь на традиционных подходах, гораздо важнее использовать для обеспечения их устойчивости альтернативные финансовые инструменты с тем, чтобы оптимизировать структуру активов и капитала, повысить уровень доходности и прибыльности.

Ключевые слова: модель, алгоритм, устойчивое развитие, сбалансированный рост, малое и среднее предпринимательство.

В рамках настоящей статьи под моделью обеспечения устойчивого развития субъектов малого и среднего предпринимательства предлагается понимать особую последовательность управленческих действий, направленных на диагностику финансово-экономического потенциала данного субъекта, определение перспектив его эволюционирования и рыночных условиях и формирование перечня финансовых инструментов, которые обеспечат решение поставленных задач и достижение стратегической цели. Учитывая вышесказанное, ниже на рис. 1 представлена разработанная автором статьи модель обеспечения устойчивого развития субъектов малого и среднего предпринимательства на основе использования альтернативных финансовых инструментов. Качество развития и экономического роста субъектов малого и среднего предпринимательства определяется внешнесредовыми и внутрисредовыми условиями и факторами соответственно, хозяйствующие субъекты рассматриваемого институционального сегмента могут показывать:

- устойчивое развитие, сбалансированный экономический рост;
- неустойчивое развитие, несбалансированный экономический рост;
- перманентно устойчивое развитие и нестабильный экономический рост.

При этом, стоит понимать, что внешнесредовые условия и факторы, которые формируют возможности и определяют угрозы развитию субъекта малого и среднего предпринимательства, представляют собой рамочные границы, внутри которых хозяйствующий субъект и в целом институцио-

* Специалист.

нальный сегмент, осуществляют свою деятельность и избирают направления своего дальнейшего эволюционирования. Таким образом, субъекты малого и среднего предпринимательства, определяя свои долгосрочные и краткосрочные цели своей деятельности, учитывают состояние внешней среды, а также вероятные его изменения, но основное воздействие при этом оказывается на внутреннюю среду, которая, собственно, и образует способности и потенциал устойчивого развития. На функционально-финансовом уровне (на уровне финансового управления) долгосрочная цель субъекта малого и среднего предпринимательства будет заключаться в планомерной и всесторонней поддержке устойчивого развития и сбалансированного роста. Для достижения поставленной цели устойчивого развития субъекта малого и среднего предпринимательства необходимы следующие управленческие действия, направленные на решение соответствующих задач:

- во-первых, необходимо системное изучение факторов и условий внешней среды, при этом основное внимание должно быть уделено не столько исследованию явных возможностей и угроз, сколько исследованию предстоящих среднесрочных и долгосрочных трансформаций макро-трендов, а также латентных возможностей и скрытых угроз. Это позволяет определить общий стратегический контур и вероятные перспективы дальнейшего развития субъекта малого и среднего предпринимательства;
- во-вторых, необходимо сценарирование стратегии развития, а также необходим выбор оптимального и альтернативного сценария. Сценарирование представляет собой процедуру моделирования устойчивого развития субъекта малого и среднего предпринимательства с учетом изменений внешнесредовых условий. Как правило, формулируется несколько основных сценариев, при этом выбирается наиболее оптимальный сценарий, который характеризуется приемлемым соотношением возможностей и угроз при заданном уровне способностей субъекта осваивать эти возможности и противостоять угрозам. К оптимальному сценарию необходимо разработать альтернативный сценарий, который будет описывать развитие субъекта в условиях кардинальных внешних и внутренних изменений;
- в-третьих, необходима разработка генеральной стратегии и согласованной с ней финансовой стратегии. Согласование функциональных стратегий, и в первую очередь финансовой стратегии с разработанной генеральной стратегией развития – есть важнейшее требование в системе управления устойчивым развитием малого и среднего предпринимательства. В рамках стратегии необходимо определить целевые приоритеты, которые будут обеспечивать потребности развития, а также установить ключевые взаимосвязанные параметры генеральной и финансовой стратегии, изменение которых будет сигнализировать об изменении качества развития субъекта;

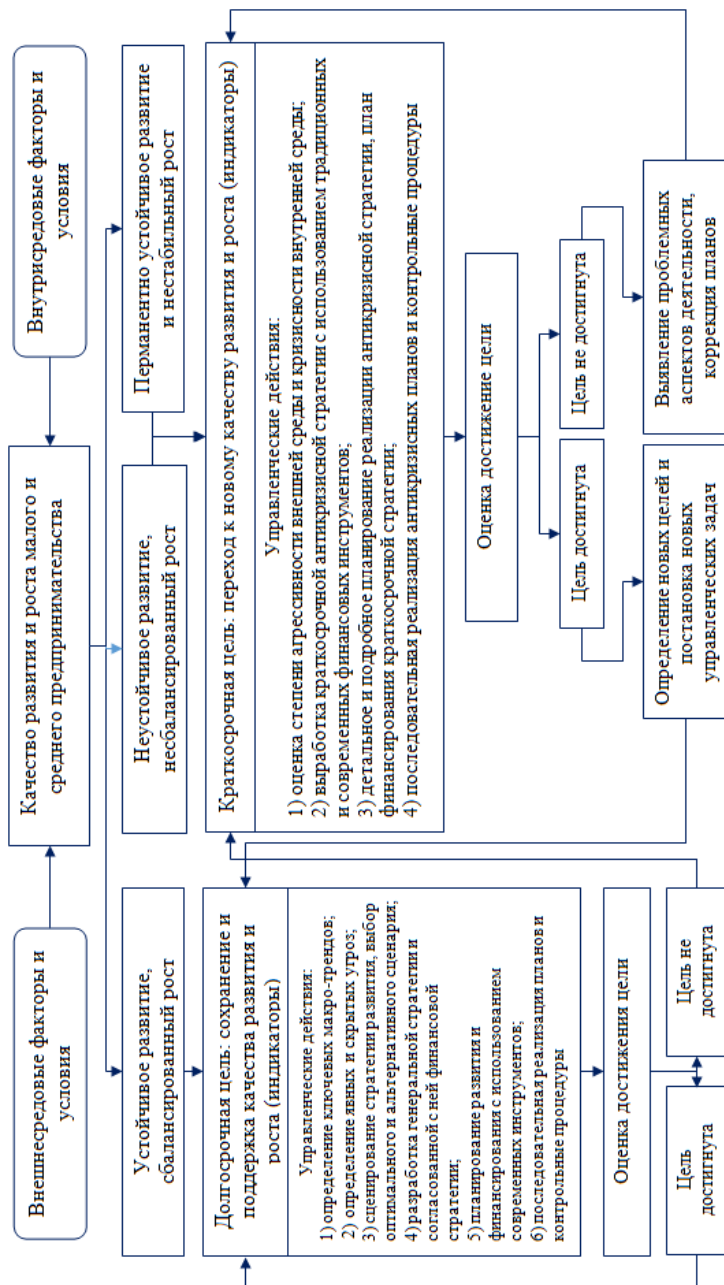


Рис. 1. Модель обеспечения устойчивого развития субъектов малого и среднего предпринимательства на основе использования альтернативных финансовых инструментов

Источник: разработано автором статьи.



Рис. 2. Алгоритм достижения устойчивого развития субъектов малого и среднего предпринимательства

Источник: разработано автором статьи.

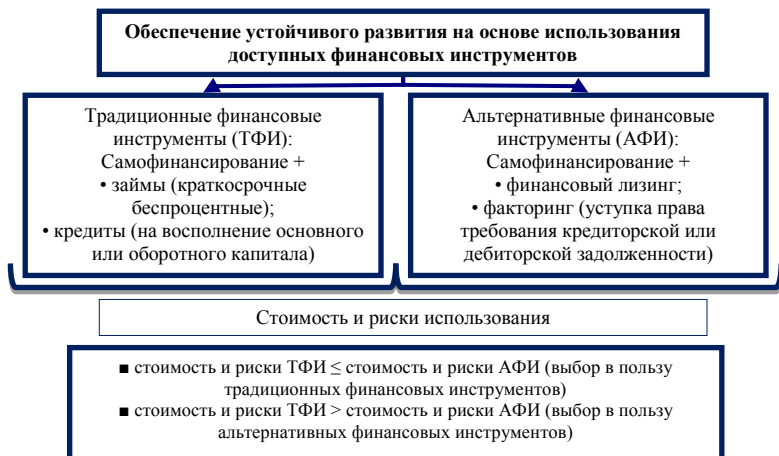


Рис. 3. Схема оценки целесообразности использования доступных финансовых инструментов в обеспечении устойчивого развития субъектов малого и среднего предпринимательства

Источник: разработано автором статьи.

- в-четвертых, в рамках разработки финансовой стратегии необходимо провести планирование финансирования с использованием традиционных или альтернативных инструментов. В данном случае целесообразно разработать алгоритм обеспечения устойчивого развития субъекта малого и среднего предпринимательства. При этом использование финансовых инструментов необходимо оценивать на предмет целесообразности их использования во взаимосвязи с ключевыми индикаторами устойчивого развития, отражающими эффективность реализации финансовой стратегии.

Модель имеет необходимое методическое сопровождение, которое позволяет количественно и качественно оценивать развитие субъектов малого и среднего предпринимательства на основе алгоритма достижения долгосрочных и краткосрочных целей устойчивого развития, который состоит из трех последовательных макро-этапов (шагов). На рисунке 2 представлено графическое отображение алгоритма, направленного на достижение устойчивого развития субъектов малого и среднего предпринимательства.

На первом этапе (шаге) проводится диагностика состояния внешней и внутренней среды субъекта малого и среднего предпринимательства, т.е. дается оценка способностей данного субъекта с учетом достаточности и доступности финансирования потребностей развития.

Второй этап или шаг алгоритма состоит в выборе стратегии финансирования потребностей развития субъекта малого и среднего предприниматель-

ства, также на втором этапе (шаге) определяется целесообразность использования альтернативных финансовых инструментов посредством расчета стоимости и рисков их использования.

Схема оценки целесообразности использования доступных финансовых инструментов в обеспечении устойчивого развития субъектов малого и среднего предпринимательства представлена на рис. 3.

По мнению автора статьи, целесообразность использования финансовых инструментов в обеспечении устойчивого развития субъектов малого и среднего предпринимательства обосновывается через сопоставление эффективности различных финансовых инструментов (традиционных и альтернативных). Данный шаг представленного выше алгоритма можно считать прогнозным.

Альтернативные финансовые инструменты, можно структурировать следующим образом: финансовый лизинг (финансирование объектов материально-технической базы или восполнение основного капитала) и факторинг (уступка требования дебиторской задолженности, т.е. восполнение оборотного капитала), софинансирование франчайзи.

Каждый из указанных традиционных или альтернативных финансовых инструментов имеет свою степень доступности в зависимости от уровня развития субъекта малого и среднего предпринимательства (см. табл. 1).

Таблица 1

Доступность финансовых инструментов в зависимости от уровня развития субъекта малого и среднего предпринимательства

Уровень устойчивого развития предприятия	Доступность финансовых инструментов		
	высокая	средняя	низкая
Высокий	СС, КК, МК, Л, Ф, ПФ, Фр		
Средний	СС, Л, Ф, Фр	КК, МК, ПФ	
Низкий	СС	Л, Ф, Фр	КК, МК, ПФ

Примечание: СС – собственные средства, КК – кредитование, МК – микрокредитование, Л – лизинг, Ф – факторинг, Фр – Франчайзинг, ПФ – проектное финансирование.

Источник: разработано автором статьи.

Кроме того, для каждого указанного выше традиционного или альтернативного финансового инструмента имеется собственная стоимость использования и собственные риски использования. Исключение составляет инструмент самофинансирования, который принято считать условно бесплатным, но как мы уже показали выше, использование самофинансирования может приводить к росту упущенных выгод, что в свою очередь также формирует его стоимость и риски использования.

Третий шаг или этап алгоритма предполагает непосредственную реализацию планов устойчивого развития субъекта малого и среднего предпринимательства с установлением ключевых контролируемых индикаторов. Мониторинг данных индикаторов позволяет оценивать достижение целей

устойчивого развития субъекта малого и среднего предпринимательства, а также выявлять причины отклонений и корректировать планы, что в общем случае способствует повышению эффективности использования альтернативных финансовых инструментов.

Представленная в статье модель характеризуется универсализмом применения и может быть использована для сопровождения и поддержки решений по обеспечению устойчивого развития субъектов малого и среднего предпринимательства как промышленно-производственной, так и сервисно-торговой сферы на любом из этапов жизненного цикла предприятия.

Список литературы:

1. Филобокова Л.Ю. Большие проблемы малого дела. Концептуальные основы формирования и устойчивого развития малого предпринимательства Дальнего Востока // Российское предпринимательство. – 2005. – № 5. – С. 40-45.

2. Орлов В.И. Нравственное возрождение как основа формирования системы устойчивого, социально ориентированного предпринимательства в России // В сборнике: Б.Н. Чичерин и традиции философской и социально-политической мысли в России. – 2013. – С. 484-488.

3. Жикин А.В.А. Эффективность факторинговой сделки для предприятия в современных экономических условиях // Актуальные проблемы социально-экономического развития России. – 2010. – № 3. – С. 79-84.

4. Шешукова Т.Г., Белёв И.В. Финансовый лизинг в коммерческом банке // Известия Уральского государственного экономического университета. – 2010. – № 2 (28). – С. 65-70.

5. Кирсанова Е.А. Методические основы эффективного развития химических предприятий с использованием лизинга: автореф. дисс. ... канд. экон. наук. – М., 2011. – С. 15.

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

© Субботина Е.И.*

Костанайский инженерно-экономический университет имени М. Дулатова,
Республика Казахстан, г. Костанай

В статье рассмотрены вопросы поддержки малого и среднего бизнеса, его стимулирование и развитие на современном этапе.

Ключевые слова: малый и средний бизнес, крестьянские (фермерские) хозяйства, предпринимательство, инновационное развитие.

* Старший преподаватель кафедры Экономики, магистр экономических наук.

Основа экономики любой страны – это развитие малого и среднего бизнеса (МСБ). Без развитого малого и среднего предпринимательства сложно говорить о стабильности макроэкономической ситуации в государстве. Малый и средний бизнес был определен в Казахстане как важнейший сектор экономики, а его всесторонняя поддержка является приоритетом государственной политики.

В условиях кризиса происходит переориентация экономической политики. Поддержку должны получить те отрасли, которые создают наибольший мультипликативный эффект на рост экономики и занятости.

Прогнозы развития мировой экономики на 2016 и следующие два года пересмотрены Международным валютным фондом и Всемирным банком в сторону понижения. Поэтому Казахстану, как заявил Президент Республики Казахстан (РК) Н.А. Назарбаев – необходимо оперативно пересмотреть некоторые позиции, а также внести корректировки в планы на предстоящий период [1].

В связи с этим в послании народу Казахстана «Нұрлы жол – Путь в будущее» определены основные направления развития Казахстана на ближайшую перспективу. Одним, из которых является поддержка малого и среднего бизнеса и деловой активности.

В Казахстане на сегодняшний день вклад МСБ в структуру ВВП составляет 18 %, это ниже, чем в Аргентине – 40 %, Мексике – 52 %, Канаде – 45 % и Австралии – 60 %. Удельный вес индивидуальных предпринимателей (ИП) в общем количестве активных субъектов в три, восемь раз больше, чем удельный вес субъектов малого и среднего предпринимательства. Численность занятых в секторе малого и среднего предпринимательства из года в год растёт, что говорит о росте предпринимательской активности среди населения, однако наблюдается тенденция сокращения количества занятых в крестьянских (фермерских) хозяйствах (КФХ) в связи с процессом урбанизации.

Малое и среднее предпринимательство играет значительную роль в развитии социально ориентированной экономики, в обеспечении баланса между рыночной эффективностью и решением социальных задач.

Деятельность предприятий малого и среднего бизнеса решает такой важный социальный вопрос как создание дополнительных рабочих мест, а, следовательно, решает проблему занятости населения. Так, в странах ЕС малое и среднее предпринимательство обеспечивает рабочие места примерно 72 % трудоспособного населения. Доля МСБ Казахстана в структуре занятости составляет 25 %, для сравнения в Аргентине – 52 %, Мексике – 64 %, Канаде – 64 % и Австралии – 65 % [2].

Вовлечение инициативного и предприимчивого человека в сектор малого и среднего бизнеса даёт ему возможность для самореализации. По данным Агентства РК по статистике удельный вес занятых в сфере малого и среднего бизнеса в 2013 г. составил 53,6 %. Это говорит о положительной тенденции развития предпринимательской деятельности.

Одним из направлений является развитие государственно-частного партнерство, которое позволит привлечь частные средства для реализации инновационных проектов, создать условия для реализации бизнес-проектов, имеющих как общегосударственное, так региональное значение.

Основной приоритет развития государственно-частного партнерства состоит в том, что государственные органы определяют основные формы и направления взаимодействия с частным бизнесом: особые экономические зоны, инвестиционный фонд, аренда (лизинг), соглашение о разделе продукции, государственные контракты и другие формы. Государство оказывает существенное прямое или косвенное воздействие на развитие частного сектора экономики, оно выступает и как экономический партнер и как регулятор. С инициативами в области совершенствования механизмов государственно-частного партнерства выступают как органы законодательной (представительной), так и исполнительной власти. Разработка нормативно-правового регулирования государственно-частного партнерства направлено на детальное правовое обеспечение различных аспектов партнерства [3].

Роль государственно-частного партнерства состоит в снижении предпринимательских и инвестиционных рисков в сферах исследований и разработок, распространения новых технологий, развития транспортной, энергетической и коммунальной инфраструктуры. В Казахстане создана Национальная палата предпринимателей РК, которая станет надежным и компетентным партнером Правительства.

В Казахстане проведен ряд реформ в сфере регулирования предпринимательства, разработаны проекты Законов Республики Казахстан «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам государственного регулирования предпринимательской деятельности», «О разрешениях и уведомлениях», проект Концепции дальнейшего реформирования разрешительной системы Республики Казахстан на 2012–2015 годы, разработаны основные подходы к Комплексной концепции государственного регулирования предпринимательской деятельности до 2020 года и др. [4].

МСБ имеет ряд экономических преимуществ перед крупным, а именно: относительно небольшой стартовый капитал в сфере торговли, услуг и сельском хозяйстве, меньшая стоимость рабочих мест по сравнению с крупным бизнесом, гибкость и маневренность малого бизнеса при малейших изменениях на рынке. В этой связи, особая роль при переходе к инновационной экономике отводится малому и среднему бизнесу. Стимулирование инвестиционной активности МСБ и реализация инновационных проектов будут способствовать росту конкурентоспособности отечественных товаров.

Но без государственной поддержки инновационное развитие малого и среднего предпринимательства, направленное на повышение конкурентоспособности отечественной экономики, невозможно [5].

Изменение структуры предпринимательства в сторону увеличения доли субъектов малого и среднего бизнеса возможно за счет государственной поддержки, а именно: снятие различных нормативно-правовых, организационных, административных препятствий, создание соответствующего предпринимательского климата в стране, расширение доступа к дешевым финансовым ресурсам, создание различных структур в целях предоставления предприятиям консультационной, материальной, информационной, организационной помощи, развитие лизинга технологий и оборудования.

Для этого нужно создать условия для ведения бизнеса. В связи с этим в Казахстане разработана государственная программа индустриально-инновационного развития РК на 2015-2019 гг. Общая концепция развития предпринимательства в РК опирается на программно-целевой подход в организации системы поддержки бизнеса, активизации и стимулировании коммерческого интереса в развитии предпринимательского сектора на государственном и региональном уровнях.

Для этого имеются основные направления в поддержку бизнеса – это государственный заказ, отраслевые программы, развитие инфраструктуры, создание малых и средних предприятий, информационное обеспечение и пропаганда, кадры, ресурсное обеспечение, особенности применения финансового рынка, цены и ценообразование и т.д.

Государственное регулирование предпринимательской деятельности предполагает значительную степень управляемости политической и экономической системы, высокий уровень профессионализма государственных служащих, эффективность проводимой политики в отношении бизнеса, развитую систему негосударственных организаций, принципы открытой отчетности и подконтрольности органов власти, отсутствие коррупционного взаимодействия бизнеса и органов власти [6].

Эффективным мероприятием развития МСБ является финансовое обеспечение и государственная поддержка посредством Национального Фонда РК.

Необходимо эффективно использовать кредитные линии для малого и среднего бизнеса за счет АБР, ЕБРР, Всемирного банка на общую сумму 155 миллиардов тенге в 2015-2017 годах.

Перспективным направлением на ближайшие годы остаются программа «Дорожная карта бизнеса 2020», которая разработана для реализации послания Президента Республики Казахстан Н.А. Назарбаева народу Казахстана «Новое десятилетие – Новый экономический подъем – Новые возможности Казахстана» и Стратегического плана развития Казахстана до 2020 года.

Список литературы:

1. А. Маковский Проблемы и перспективы развития малого и среднего бизнеса в Казахстане [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://astana-zan.kz/>.

2. Информация Агентства по статистике [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.stat.gov.kz.
3. Матыцин И.А. Проблемы совершенствования системы управления государственно-частным предпринимательством в сфере инфраструктуры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.m-economy.ru>.
4. Послание Президента Н.А. Назырбаева от 14 декабря 2012 года Стратегия «Казахстан-2050».
5. Газизуллин Н.Ф. Проблемы современной экономики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.m-economy.ru/>.
6. Программа «Дорожная карта бизнеса 2020» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://business.gov.kz/ru/dkb2020/>.

**ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ В XXI ВЕКЕ:
ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ
СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ**

XXV Международной научно-практической конференции

г. Екатеринбург, 18 декабря 2015 г.

Под общей редакцией
кандидата экономических наук С.С. Чернова

Подписано в печать 21.12.2015. 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!