

ВЕКТОР НАУКИ

Тольяттинского
государственного
университета
Серия: Экономика и управление

Основан в 2010 г.

№ 1 (12)

2013

Ежеквартальный
научный журнал

Учредитель – Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тольяттинский государственный университет»

Главный редактор

Криштал Михаил Михайлович, доктор физико-математических наук, профессор

Заместитель главного редактора по организационным вопросам

Коростелев Александр Алексеевич, доктор педагогических наук

Ответственный редактор

Коростелев Александр Алексеевич, доктор педагогических наук

Редакционная коллегия:

Аюпов Айдар Айратович, доктор экономических наук, профессор

Барвинок Виталий Алексеевич, доктор технических наук, профессор, член-корреспондент РАН, заслуженный деятель науки РФ

Болдарев Игорь Андреевич, доктор экономических наук, профессор

Бородин Александр Иванович, доктор экономических наук, профессор

Гоголина Галина Николаевна, кандидат экономических наук, профессор

Горленко Олег Александрович, доктор технических наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ

Гришова Инна Юрьевна, доктор экономических наук, профессор

Кормина Ольга Ивановна, кандидат экономических наук, доцент

Кудинова Галина Эдуардовна, кандидат экономических наук, доцент

Курилова Анастасия Александровна, доктор экономических наук, профессор

Малютин Константин Геннадьевич, доктор физико-математических наук, профессор

Мельник Маргарита Викторовна, доктор экономических наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ

Моисеева Валентина Юрьевна, кандидат экономических наук

Музыченко Анатолий Степанович, доктор экономических наук, профессор

Прудской Владимир Григорьевич, доктор экономических наук, профессор

Салимова Татьяна Анатольевна, доктор экономических наук, профессор

Сироткин Владислав Борисович, доктор экономических наук, профессор

Титов Борис Александрович, доктор технических наук, профессор

Щипанов Владимир Викторович, доктор технических наук, профессор

Щипанов Владимир Викторович, доктор технических наук, профессор

Щипанов Владимир Викторович, доктор технических наук, профессор

Ответственный секретарь

Анисимова Юлия Алексеевна, кандидат экономических наук

Входит в перечень рецензируемых научных журналов, зарегистрированных в системе «Российский индекс научного цитирования».

Зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-40004 от 27 мая 2010 г.).

Компьютерная верстка:
А.А. Коростелев

Технический редактор:
А.А. Коростелев

Адрес редакции: 445667, Россия, Самарская область, г. Тольятти, ул. Белорусская, 14

Тел.: (8482) 54-63-41

E-mail: kaa140810@yandex.ru

Сайт: <http://www.tltsu.ru>

Подписано в печать 29.04.2013.

Формат 60x84 1/8.

Печать оперативная.

Усл. п. л. 37,8.

Тираж 500 экз. Заказ 2-17-12.

СОДЕРЖАНИЕ

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ, РЫНКА ПО И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В АЗЕРБАЙДЖАНЕ Абасов Фариз Рафик оглу.....	9
ПЕРЕХОДИ НА РОЛЬ: ПРЕДЕЛЬНО ДЕШЕВЫЕ РЕСУРСЫ ИЗУЧЕНИЯ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ Абрамова Оксана Анатольевна.....	12
SWOT-АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АВТОМОБИЛЕСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ Артемьев Андрей Васильевич.....	15
ФОРМАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ КАК ВАЖНАЯ КАТЕГОРИЯ УПРАВЛЕНИЯ ВУЗОМ Богданова Анна Владимировна.....	18
МЕТОДИКА ОТБОРА И ФОРМИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОМЫШЛЕННЫХ КЛАСТЕРОВ Гакашев Марат Миратович.....	20
КОНЦЕПЦИЯ, СИСТЕМЫ КАЧЕСТВА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТА ПИЩЕВЫХ ПРОИЗВОДСТВ Гаврилова Мария Ивановна.....	23
ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ И ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ КЛАСТЕРОВ Гакашев Марат Миратович.....	25
ОСОБЕННОСТИ ПРОЦЕССА ИНФОРМАТИЗАЦИИ В ВУЗЕ Глазова Вера Федоровна.....	28
АНАЛИЗ И ВЫЯВЛЕНИЕ ПРОБЛЕМ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РФ Головач Надежда Андреевна.....	30
УЧЕТ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА В СИСТЕМЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ Голощапова Людмила Вячеславовна.....	32
ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ БАНКОВ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ Горбунов Дмитрий Викторович.....	34
ПОВЫШЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПТИЦЫ Гришова Инна Юрьевна, Бутенко Виктория Васильевна.....	36
СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННАЯ МОДЕЛЬ МУНИЦИПАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ Гукасова Нина Рафаэловна.....	40
УСЛУГИ СОЦИО-КУЛЬТУРНОГО СЕРВИСА КАК ТОВАР В МАРКЕТИНГЕ Густоваров Артем Игоревич.....	42
СОЦИАЛЬНО-ЭТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ Добрякова Елена Александровна.....	45
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ТРУДОВЫМИ РЕСУРСАМИ Ештокин Максим Викторович.....	48
ОЦЕНКИ РИСКА ИНВЕСТИЦИЙ С НЕЧЕТКИМИ ПОКАЗАТЕЛЯМИ ЭФФЕКТИВНОСТИ В НЕФТЕ-ГАЗОДОБЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ Забардаст Али.....	51
МИРОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОГО МАРКЕТИНГА Задорожнюк Наталия Алексеевна.....	54
ПРАВОВЫЕ РИСКИ, СВЯЗАННЫЕ С ПЛАСТИКОВЫМИ КАРТАМИ Коваленко Оксана Григорьевна, Зубова Мария Николаевна.....	56
ОЦЕНКА ИНФОРМАЦИИ В БИБЛИОТЕЧНО-ИНФОРМАЦИОННОМ ДЕЛЕ Исмаилова Нигяр Нуреддин кызы, Курбанов Азад Иса оглу, Кязыми Пярвиз Физули оглу.....	58

ВЛИЯНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ НА ФОРМИРОВАНИЕ И РАСКРЫТИЕ УЧЕТНОЙ ПОЛИТИКИ Каменнова Юлия Олеговна.....	61
ОПТИМИЗАЦИЯ РИСКОВ ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ ПРИ УПРАВЛЕНИИ ФИНАНСОВЫМИ РЕСУРСАМИ Кожин Антон Владимирович, Курилова Анастасия Александровна.....	64
СТРУКТУРА И ЗНАЧЕНИЕ РОССИЙСКОГО РЫНКА ДЕКОРАТИВНЫХ РАСТЕНИЙ В АССОРТИМЕНТНОМ РАЗРЕЗЕ ПИТОМНИКОВ Кетнер Инна Александровна.....	66
БАНКОВСКИЙ ФИНАНСОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ Коваленко Оксана Григорьевна.....	70
НОВЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К УПРАВЛЕНИЮ ФИНАНСОВЫМИ РЕСУРСАМИ И КЛАССИФИКАЦИЯ УГРОЗ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ КОМПАНИЙ НА ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИЧЕСКОМ РЫНКЕ РОССИИ Кожин Антон Владимирович, Курилова Анастасия Александровна.....	72
ВАЛЮТНЫЙ ИНДЕКС ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЦЕНОВОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРОДУКЦИИ ПРОЕКТА Кокин Александр Семёнович, Осколков Илья Михайлович.....	74
КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ КОМПЛЕКСА МЕНЕДЖМЕНТ-МАРКЕТИНГ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕГИОНА Конорев Виктор Васильевич.....	77
КОНЦЕПЦИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЦИКЛОВ Курилов Кирилл Юрьевич, Курилова Анастасия Александровна.....	81
РИСК-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ ФИНАНСОВЫЙ МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ И ТЕОРИЯ АКТИВНЫХ СИСТЕМ Курилова Анастасия Александровна.....	85
ПРОБЛЕМЫ АМОРТИЗАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ УКРАИНЫ Лиса Наталья Владимировна.....	88
ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ АРХАНГЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ В УСЛОВИЯХ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ ГАЗИФИКАЦИИ ВСЕГО РЕГИОНА Максимов Юрий Александрович.....	90
МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ Анисимова Юлия Алексеевна, Мёнккёнен Анастасия.....	92
ИННОВАЦИОННАЯ АКТИВНОСТЬ И ФОРМИРОВАНИЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ Мингалева Жанна Аркадьевна.....	96
ТРАНСПОРТНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА В ВОСПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СИСТЕМЕ ПРОБЛЕМНЫХ РЕГИОНОВ Московец Алексей Владимирович.....	99
МЕХАНИЗМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ Мухаммеди Гиглоу Ислам Нусрет оглу.....	101
ПРОБЛЕМЫ И УГРОЗЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ГОСУДАРСТВА Намитулина Анжела Зафитовна.....	105
ЭКОНОМИКА СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ В ВОСПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СИСТЕМЕ ПРОБЛЕМНЫХ РЕГИОНОВ Орлянская Анна Александровна.....	108
ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ В УСЛОВИЯХ ДЕМОКРАТИЧЕСКОГО ТРАНЗИТА Оруджева Весханум Мейлакулу кызы.....	110
НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ВЛИЯНИЯ ГЛОБАЛЬНОГО ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА НА ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ В РОССИИ Осколков Илья Михайлович.....	113

СПЕЦИФИКА РЕАЛИЗАЦИИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ЦИКЛА В УСЛОВИЯХ РОСТА ВЛИЯНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ ФАКТОРОВ НА СИСТЕМУ УПРАВЛЕНИЯ ОБЩИМ СРЕДНИМ ОБРАЗОВАНИЕМ Пастовенский Александр Викторович.....	116
НАПРАВЛЕНИЯ РЕГУЛИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ УЧАСТНИКОВ ФОНДОВОГО РЫНКА Рамазанов Альберт Вильданович.....	119
КЛАССИФИКАЦИЯ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ ПО СЕГМЕНТАМ РОССИЙСКОГО РОЗНИЧНОГО РЫНКА Романенкова Ольга Николаевна.....	121
КОМПЕТЕНТНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ АЛТАЙСКОГО КРАЯ Савченко Юлия Юрьевна.....	124
КТО КОГО? ЗАРУБЕЖНОЕ И ОТЕЧЕСТВЕННОЕ МАШИНОСТРОЕНИЕ Самсонова Тамара Сергеевна.....	128
ИССЛЕДОВАНИЕ КРИТИЧЕСКИХ ПАРАМЕТРОВ СИСТЕМЫ «ЗАЕМЩИК-КРЕДИТОР» Телиженко Александр Михайлович, Байстрюченко Наталья Олеговна, Мирошниченко Юлия Александровна.....	131
ОЦЕНКА ЛИКВИДНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ ПО НОРМАТИВАМ ЛИКВИДНОСТИ ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКА РОССИИ Учаева Екатерина Анатольевна, Коваленко Оксана Григорьевна.....	135
МЕТОДИКА ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СУБЪЕКТА РФ ЧЕРЕЗ СИЛЬНЫЙ РЕГИОНАЛЬНЫЙ БАНК Цоллер Станислав Владимирович.....	139
ОСОБЕННОСТИ И НЕОБХОДИМОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ Щипцов Алексей Александрович.....	141
Наши авторы.....	145

MODERN TRENDS IN E-COMMERCE AND THE MARKET FOR BUSINESS IN AZERBAIJAN Abasov Fariz Rafik oqlu.....	9
SWITCH TO ZERO: VERY CHEAP STUDYING RESOURCES OF CONSUMER BEHAVIOR Abramova Oksana Anatolevna.....	12
SWOT-ANALYSIS OF AUTO COMPANIES Artemiev Andrey Vasilievich.....	15
INFORMATION MANAGEMENT AS AN IMPORTANT CATEGORY OF UNIVERSITY MANAGEMENT Bogdanova Anna Vladimirovna.....	18
TECHNIQUE OF SELECTION AND FORMATION OF ECONOMIC INDUSTRIAL CLUSTERS Gakashev Marat Miratovich.....	20
CONCEPT OF QUALITY SPECIALIST TRAINING FOOD PRODUCTION Gavrilova Maria Ivanovna.....	23
APPROACHES TO FORMATION AND THE ASSESSMENT OF EFFICIENCY OF ECONOMIC CLUSTERS Gakashev Marat Miratovich.....	25
THE PECULIARITIES OF THE PROCESS OF INFORMATIZATION OF THE UNIVERSITY Glazova Vera Fyodorovna.....	28
ANALYSIS AND TROUBLESHOOTING OF MORTGAGE LENDING IN RUSSIA Golovach Nadezhda Andreevna.....	30
THE ACCOUNTING OF ECONOMIC POTENTIAL IN SYSTEM OF STRATEGIC MANAGEMENT OF THE INDUSTRIAL ENTERPRISE Goloshchapova Lyudmila Vyacheslavovna.....	32
TENDENCIES OF DEVELOPMENT OF INVESTMENT BANKS IN RUSSIA AND ABROAD Gorbunov Dmitry Viktorovich.....	34
RAISING FINANCIAL SECURITY COMPANIES POULTRY Grishova Inna Iurevna, Butenko Victoria Vasiljevna.....	36
SOCIALLY-ORIENTED MODEL OF MUNICIPAL DEVELOPMENT Gukasova Nina Rafaelovna.....	40
SOCIO-CULTURAL SERVICE AS A MARKETING PRODUCT Gustovarov Artem Igorevich.....	42
SOCIAL AND ETHICAL ASPECTS IMAGE OF THE ORGANIZATION Dobryakova Elena Aleksandrovna.....	45
IMPROVEMENT OF THE ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISM OF MANAGEMENT BY THE MANPOWER Eshtokin Maxim Viktorovich.....	48
RISK ASSESSMENT OF INVESTMENTS WITH FUZZY EFFICIENCY INDICATORS FOR OIL & GAS PRODUCTION INDUSTRY Zebardast Ali.....	51
GLOBAL TRENDS IN MARKETING OF CHARITY Zadorozhniuk Natalia Alekseevna.....	54
LEGAL RISKS ASSOCIATED WITH PLASTIC Kovalenko Oksana Grigorievna, Zubova Maria Nicolaevna.....	56
THE ASSESSMENT OF INFORMATION IN THE LIBRARY-INFORMATIN FUNCTION Ismailova Nigar Noureddine kizi, Kurbanov Azad Isa oglu, Kyazymi Parviz Fizuli oglu.....	58
THE INFLUENCE OF PECULIARITIES OF ACTIVITY OF THE AGRICULTURAL ORGANIZATIONS ON THE FORMATION AND DISCLOSURE OF THE ACCOUNTING POLICIES Kamennova Julia Olegovna.....	61

OPTIMIZATION OF THE RISK OF THE POWER COMPANIES IN THE MANAGEMENT OF FINANCIAL RESOURCES	
Kozhin Anton Vladimirovich, Kurilova Anastasia Alexandrovna.....	64
STRUCTURE AND RUSSIAN MARKET VALUE ORNAMENTAL PLANTS ASSORTED NURSERIES	
Ketner Inna Aleksandrovna.....	66
A BANK'S FINANCIAL MANAGEMENT AND THE EFFECTIVE MANAGEMENT	
Kovalenko Oksana Grigorievna.....	70
NEW REQUIREMENTS FOR THE MANAGEMENT OF FINANCIAL RESOURCES AND THE CLASSIFICATION OF THREATS TO THE FUNCTIONING OF COMPANIES IN THE ELECTRIC POWER MARKET OF RUSSIA	
Kozhin Anton Vladimirovich, Kurilova Anastasia Alexandrovna.....	72
CURRENCY INDEX OF THE INVESTMENT PROJECT AS MANAGEMENT TOOL INTERNATIONAL THE PRICE PRODUCT COMPETITIVENESS OF THE PROJECT	
Kokin Alexander Semyonovich, Oskolkov Ilya Mikhaylovich.....	74
CONCEPTUAL MODEL OF THE COMPLEX MANAGEMENT-MARKETING OF THE INDUSTRIAL ENTERPRISES OF THE REGION	
Konorev Victor Vasilyevich.....	77
CONCEPT OF ECONOMIC CYCLES	
Kurilov Kirill Yuryevich, Kurilova Anastasia Alexandrovna.....	81
RISK-BASED FINANCIAL MECHANISM COST MANAGEMENT AND THEORY OF ACTIVE SYSTEMS	
Kurilova Anastasia Alexandrovna.....	85
PROBLEMS DEPRECIATION POLICY OF THE FOOD INDUSTRY OF UKRAINE	
Lysa Natalia Vladimirovna.....	88
FEATURES OF DEVELOPMENT OF THE ARKHANGELSK REGION THE CONDITIONS OF FORMATION OF THE SYSTEM OF GASIFICATION OF THE WHOLE REGION	
Maksimov Yuriy Aleksandrovich.....	90
METHODS OF CONTROL OF RECEIVABLES IN THE INDUSTRIAL ENTERPRISES	
Anisimova Iuliia Alekseevna, Mönkkönen Anastasia.....	92
INNOVATION AND FORMATION OF NATIONAL COMPETITIVENESS	
Mingaleva Zhanna Arkadiyevna.....	96
THE TRANSPORT INFRASTRUCTURE IN THE REPRODUCTION SYSTEM OF PROBLEM REGIONS	
Moskovetz Alexey Vladimirovich.....	99
THE MECHANISM OF STATE REGULATION OF FOREIGN TRADE	
Mohammadi Giglou Islam Nusrat oglu.....	101
PROBLEMS AND THREATS TO ECONOMIC SECURITY OF THE STATE	
Namitulina Angela Zafitovna.....	105
ECONOMY OF RURAL TERRITORIES IN THE REPRODUCTIVE SYSTEM OF PROBLEM REGIONS	
Orlyanskaya Anna Aleksandrovna.....	108
FEATURES OF THE POLITICAL SYSTEM IN A DEMOCRATIC TRANSITION	
Orujova Veskhanum Meylakulu kizi.....	110
SOME ASPECTS OF INFLUENCE WORLD FINANCIAL AND ECONOMIC CRISIS ON ECONOMIC GROWTH IN RUSSIA	
Oskolkov Ilya Mikhaylovich.....	113
THE PECULIARITIES OF REALIZATION OF CONTROL CYCLE IN THE CONDITIONS OF INCREASING THE INFLUENCE OF PUBLIC FACTORS ON THE SYSTEM OF SECONDARY EDUCATION MANAGEMENT	
Pastovensky Alexander Viktorovich.....	116
DIRECTIONS OF REGULATION OF THE INVESTMENT ACTIVITY OF STOCK MARKET PARTICIPANTS	
Ramazanov Albert Vil'danovich.....	119

CLASSIFICATION RETAILERS SEGMENT RUSSIAN RETAIL MARKET Romanenkova Olga Nikolaevna.....	121
COMPETENCE-ORIENTED TECHNOLOGY TO INCREASE COMPETITIVENESS OF EDUCATIONAL INSTITUTIONS IN ALTAI REGION Savchenko Yulia Yurievna.....	124
FOREIGN ENGINEERING VS DOMESTIC ENGINEERING Samsonova Tamara Sergeevna.....	128
INVESTIGATION OF CRITICAL PARAMETERS FOR THE SYSTEM «BORROWER - LENDER» Telizhenko Oleksandr Mykhailovych, Baystryuchenko Natalya Olegovna, Myroshnychenko Iuliia Alexandrovna.....	131
ASSESSMENT OF THE LIQUIDITY OF THE COMMERCIAL BANKS ACCORDING TO THE STANDARDS OF THE LIQUIDITY OF THE CENTRAL BANK OF RUSSIA Uchaeva Ekaterina Anatolievna, Kovalenko Oksana Grigorievna.....	135
METHODS ENSURING ECONOMIC SECURITY OF THE RF SUBJECTS THROUGH A STRONG REGIONAL BANK Zoller Stanislav Vladimirovich.....	139
FEATURES AND NEED INTRODUCTION OF INNOVATION IN ENTERPRISES Schiptsov Aleksey Aleksandrovich.....	141
Our authors.....	145

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ,
РЫНКА ПО И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В АЗЕРБАЙДЖАНЕ**

© 2013

Ф.Р. Абасов, докторант кафедры экономики и управления
Бакинский Государственный Университет, Баку (Азербайджан)

Аннотация: В статье рассматриваются вопросы развития электронной коммерции, рынка и предпринимательства в Азербайджане. Делается сравнительно-сопоставительный анализ с рядом стран мира, в том числе Восточной Европы и США. Делается попытка выявить ресурсы и возможности по совершенствованию данного направления экономического развития страны.

Ключевые слова: Интернет, электронная коммерция, рынок ПО, электронные услуги, предпринимательство, Азербайджан.

1. Интернет - как место для общения.

Азербайджанское Интернет-пространство имеет свою, этнокультурную черту развития. Основой развития является скорее не уровень проникновения Интернета в страну, а общий уровень образования, который снижается с каждым годом [1]. Уровень проникновения Интернета в регионы не является показателем для развития электронной коммерции или повышения интереса к энциклопедическим и научным порталам, т.е. к знаниям. Знания приходят от источника, а источников на азербайджанском языке становится все меньше.

Хотя нефтяная прибыль и придает некий ажур улицам Баку, где мы наблюдаем огромное количество автомобилей иностранного производства, психологический портрет нашей страны с точки зрения науки и техники меняется под давлением внешних сил, которые являются столпами научно-технического прогресса во всем мире. Сложность ситуации налицо. Вклад страны в мировую науку приравнивается к вливанию финансовых средств, полученных от продаж сектора энергетики.

По данным министерства Информационных Технологий Азербайджана, статистика проникновения широкополосного Интернета в Азербайджан составляет 30%. В рейтинге, составленном комиссией Международного союза электросвязи и ЮНЕСКО по широкополосной связи, Беларусь по уровню проникновения широкополосного Интернета в страну заняла 34-е место в мире, а Азербайджан - лишь 58-е место. В Азербайджане на 100 человек приходится около 11 Интернет-абонентов [2].

После этого на арену выходит оценка обрабатываемой и обновляемой информации от пользователей Интернет. Если сравнить топ 10 посещаемых сайтов в Чешской Республике (данные от Алексы (alexa.com) на 11 февраля 2013 года) то 6 из 10 сайтов в «ТОП 10» являются чешскими, принадлежащими домену местного уровня – ЦЗ (CZ).

В Белоруссии данная цифра составляет 2. Основная причина в том, что Белоруссия - русскоязычная нация, и многие посещаемые порталы являются российскими. Но все же белорусский сайт, находящийся в «ТОП 10», занимается электронным бизнесом.

В Азербайджане всего два сайта входят в «ТОП 10» самых посещаемых, и оба являются новостными (trend.az, day.az). Они в некотором смысле повторяют друг друга. К сожалению или нет, социальные сети сегодня заняли место многих, более полезных Интернет-площадок, отведя в некоторых случаях реальному общению скорее второстепенное место. «Фейсбук» и «Одноклассники» доминируют в Азербайджане.

Я специально сравниваю эти две экономики с азербайджанской, т.к. экономические и демографические показатели данных стран в некотором смысле схожи.

Новостные гиганты в Белоруссии (tut.by) и Азербайджане (day.az) зародились примерно в одинаковое время. Но разница в посещаемости на февраль 2013-го года весомая. На tut.by ежедневно заходит около 500.000 уникальных посетителей, в Азербайджане данная цифра (day.az) равна 150.000 уникалов в день.

2. Технопарки и анализ будущего рынка

Мировые процессы создали плацдарм для удачного проникновения сферы ИТ и в Азербайджан. 2013-й год в этом смысле объявлен годом ИТ в нашей стране.

Что же такое ИТ и Интернет-бизнес для нашей страны? Как его развивать? С чего стоит начинать? В статье мы будем рассматривать тенденции развития и расширения азербайджанского сектора ИТ через возможности создания новых площадок электронной торговли и сайтов-аукционов.

По мнению министра связи и информационных технологий Азербайджана А.Аббасова, в ближайшие восемь лет ожидается примерно пятикратное увеличение объема сектора информационно-коммуникационных технологий Азербайджана. Очень важным моментом является создание Парка высоких технологий, работы по обеспечению деятельности которого уже ведутся. Парк высоких технологий будет способствовать поддержке интеллектуального бизнеса, повышению конкурентоспособности и выводу национальной продукции на мировые рынки [3].

Но в нашем случае уместным будет сравнение и анализ схожего проекта в России, под известным названием «Инновационный центр Сколково». 25 марта в газете «Ведомости» вышла статья с комментариями инвесторов, представителей бизнеса и чиновников на тему создания «иннограда» в Сколково.

Джек Барбанел из Strategic Investment Group, выступая на конференции Американской торговой палаты (АТП), заявил, что «инновационный центр в Сколково лишен решающего козыря, необходимого для успеха, — научных умов, которые способны обеспечить прорыв. Именно научный потенциал был фундаментом американских Кремниевой долины и Массачусетского технологического университета (MIT), говорит он; «базовое условие успеха инновационного центра — лаборатория идей, которые потом можно конвертировать в «доходы»; идеи иннограда мирового уровня в Сколково он оценил в 5% [4].

Что и говорить о наших реалиях! В стране существует большое количество свободного капитала, который можно и нужно удачно диверсифицировать в научный и интеллектуальный базис. Сектор ИКТ – это, прежде всего, подбор кадров, обеспечение охраны интеллектуальной собственности, создание имиджа и продвижение инновационного продукта, обучение инновационному менеджменту и т.д.

Последнее заявление министра образования Азербайджана М.Марданова об уровне информатизации системы образования звучит примерно так: «Нынешний уровень информатизации образовательной системы вполне можно считать удовлетворительным и по мере финансирования сферы уровень информатизации будет только повышаться» [5].

В тоже время некоторым парадоксом можно считать заявление председателя Госкомиссии по приему Студенов (ГКПС) М.Аббасзаде, о причинах снижения проходных баллов на экзаменах по I группе специальностей до 150. Ведь на самом деле 1-я группа специальностей

ности является локомотивом и основной возникновению плодородной почвы в сфере ИКТ [6]. Информатизация не есть высококвалифицированные кадры. Кадры есть человеческие ресурсы.

Вместе с тем, согласно «Концепции развития: Азербайджан 2020», наряду с сохранением ежегодного роста ИКТ на уровне 18-20%, в предстоящие 8 лет намечается довести доходы сектора до 8-9 миллиардов долларов, тем самым в Азербайджане доходы от сектора ИКТ сравнятся с доходами от нефтяного сектора [7]. Но реальных цифр и статистики, показывающее сегодняшнее положение дел в сфере информационных технологий, сегодня не существует.

И если учесть, что на сегодня бюджет Азербайджана на 75-80% формируется из поступлений с нефтяного фонда и налогов в нефтяном секторе, а остальные 20% в основном собираются с налогов и таможи, то картина диверсифицированности экономики Азербайджана видится мне крайне туманной.

Для простой аналитики можно рассмотреть бюджет Азербайджана на 2013-й год. Бюджет Азербайджана распределяется в основном в этих направлениях:

1. Промышленность и строительство - 35%
2. Расходы, не связанные с основным разделом - 15%
3. Социальная защита и социальное обеспечение - 9%
4. Образование - 8% [8].

По каким принципам будет строиться работа развития сектора ИКТ, будет ясно в ближайшие годы.

Вебсайты, порталы, тематические страницы

Для того, чтобы понять конъюнктуру рынка азербайджанского сектора ИКТ, стоит обратиться к статистике и к уже существующим сайтам услуг и страницевой тематике. Если взять за основу то, что техника и электроника в основном завозится из-за рубежа, то вопрос розничной реализации очень даже актуален. Экономика любой страны зависит от того, насколько развивается средний и мелко-средний бизнес. В развитых странах обязательным условием развития торгового бизнеса или любой сферы услуг являются широкие возможности внедрения Интернет-технологий. На то есть множество причин. Основная - удобство, быстрота и новый тип расширения на рынках.

Самый большой и популярный аукцион в мире - eBay имеет хорошую репутацию в Азербайджане в силу налаженной системы рейтинга продавцов и покупателей. Но не только.

Огромная база товаров, громадные скидки, хорошая система почтовой доставки, а главное реально конкурентные цены. Рейтинг eBay в Баку и по регионам довольно высокий, страница имеет около 50.000 уникальных посетителей в день. Только портал по автомобильным продажам turbo.az может похвастаться более широкой пользовательской аудиторией - около 60.000 уникальных посетителей в день (данные на 14 февраля 2013 года).

Так почему же Интернет все-таки в Азербайджане развит в сторону информационных порталов? В чем же причина?

В современном мире, где Интернет стал площадкой не только для получения информации, но и для управления массами и народами, а также изменения парадигм целых обществ, информационные технологии сыграли роль главной скрипки. Возможности Интернета не просто расширились, а стали новым витком развития человеческих отношений.

Самый лучший пример Интернет-технологий во имя политики - Беркмановский центр «Интернет и общество», который находится в США (об этом стоит беспокоиться уже местным спецслужбам). Занимаются они двумя вещами: изучают блогосферу и разрабатывают ФГОСы, то есть стандарты образования для разных стран, в том числе и стандарты образования для Азербайджана [9].

Информационные порталы или новостные сайты имеют большую аудиторию по всему миру. И тренд, скорее всего, будет держаться на том же уровне, только с добавлением новых опций, таких, как видео-репортажи (онлайн-ТВ). В Азербайджане тематические ресурсы есть (obyektiv.tv, kanal13), но качество передач и уровень подачи новостей на данный момент довольно низкий. В России рынок Интернет-ТВ развивается намного быстрее. Здесь налицо не только видеоканалы с сотнями тысяч подписчиков на ютуб (youtube.com), но так же Интернет-телевидение нового поколения (tvrain.ru, russia.ru), где существует обратная связь, возможность обсуждения любой программы в живом эфире, участие в дебатах и т.д.

Данный сегмент Интернет-пространства будет развиваться с еще большим размахом. Поэтому монетизация российских Интернет-ресурсов, при хорошем качестве подачи информации - дело не сложное.

Легкость монетизации в России заключается в том, что процессинговые компании (merchants), а также мобильные операторы предоставляют удобные и гибкие тарифные планы на услуги в Интернете. Немного иная картина существует в Азербайджане.

Например, процент процессинговой компании в Азербайджане (процессинг кредитных/дебитных карт) на 1,5% выше, чем тот же процессинг у российского мерчанта. Процессинг смс-оплаты в Азербайджане имеет, мягко говоря, негибкие условия. Операторы мобильной связи взимают 50% от процессинга любого количества услуг (смс).

Гигант контекстной рекламы/объявлений является Google AdSense. AdSense – это бесплатная и простая в использовании программа, которая предлагает издателям веб-сайтов (как крупных, так и небольших) отличную возможность зарабатывать деньги, размещая релевантные объявления Google. Кроме того, благодаря AdSense издатели могут предложить пользователям своего сайта поиск Google, что позволит получать доход от показа объявлений Google на страницах результатов. Конечно, начинающим сайтам, с посещаемостью 300+ пользователей в сутки, стоит начать пользоваться услугами гиганта для монетизации своего ресурса [10].

3. Сфера ИКТ и кадры

Если проблема развития Интернет-проектов в России связана с законодательной базой, то в Азербайджане пока данная тема не до конца актуальна. На то множество причин, но я бы не хотел повторяться и затрагивать многострадальную тему кадров, а также вопросы о возможности расширения местных ИТ-проектов за счет их внешнего пополнения.

Глобализация, как новый виток в истории экономической и политической мысли, провалился, хотя после себя выстроил новый порядок. Единый мир стал эластичнее. Интернет, как глобальный проект, постоянно видоизменяется. Основные характеристики нового мира под давлением Интернет-пространства - это быстрое перемещение и осмысление информации народными массами.

С этой точки зрения для нас важен процесс налаживания любого предприятия или проекта с помощью ИТ. Но в любом случае вопросы кадров и оптимального решения задачи на любом уровне, будь то создание социальной сети или беспилотника, будут ждать нового, особенного подхода в их решении. Налаженная схема в любой открытой или закрытой системе с течением времени требует не просто корректировки, а реформации. Особенным свойством сферы и рынка ИТ является его постоянное расширение и усовершенствование, если можно это так назвать. Сегодня сфера ИТ процветает. Рынок разделен на два больших сектора. Это рынок программного обеспечения (software) и рынок оборудования (hardware).

Чуть дальше мы рассмотрим вопрос инвестиций в

сферу ИКТ и политику китайских компаний и правительства, а также их отношения к кадрам и рабочим процессам в компаниях, которые давно уже стали национальными. Сейчас давайте рассмотрим сферу программного обеспечения в мире.

Массовый рынок программного обеспечения появился 27 лет назад. Произошло это после того, как 1 октября 1980 года в Майами Билл Гейтс заключил самую важную в своей жизни сделку. А компания IBM совершила самую большую ошибку, купив у Гейтса язык программирования Basic и получив бесплатно право устанавливать на своих персональных компьютерах операционную систему DOS. В IBM были готовы предложить за Basic и операционную систему. Современный рынок ПО кардинально отличается от рынка 80-х. На нем работают не полтора десятка, а тысячи компаний с оборотом от сотен тысяч до десятков миллиардов долларов. Но главная особенность этого бизнеса осталась неизменной со времен сделки Microsoft и IBM: на рынке ПО постоянно появляются новые сегменты и ниши, в которых даже небольшие компании могут конкурировать с софтверными гигантами. Как мы уже подчеркивали, мир стал глобальным.

По этой причине в новом мире существуют большие возможности реализации собственной продукции. В 2006 году более 35% мирового рынка ПО контролировали всего шесть компаний: Microsoft, IBM, Oracle, SAP, Symantec и Adobe. Каждая из них лидирует в своем сегменте. У Microsoft — это ОС и офисные программы. У IBM — инфраструктурное ПО. Oracle — базы данных. SAP — системы управления бизнес-процессами. Symantec — обеспечение безопасности и антивирусное ПО. Adobe — издательское ПО, прикладные программы и утилиты.

Темпы роста бизнеса компаний первой шестерки выше среднерыночных, в том числе за счет поглощений. Крупные разработчики ПО постоянно приобретают активы, осваивая новые сегменты рынка или усиливая свой портфель разработок в ключевом сегменте [11].

Самым лучшим примером удачной компании в сфере программного обеспечения может служить R.I.S.K. Компания R.I.S.K. - ведущий системный интегратор в странах Восточной Европы и Центральной Азии, действующий на рынке информационных технологий с 1993 года. Компания, ориентированная на предоставление решений в области: ИТ-консалтинга, системной интеграции, ИТ-Аутсорсинга, разработки программных приложений и геoinформационных систем.

За более чем 19-летний период деятельности компания стала одной из самых успешных в регионе структур, обладающих обширным пакетом инновационных решений для государственного, финансового, телекоммуникационного, нефтегазового и транспортного секторов. Решения компании являются универсальным инструментом для оптимизации процессов деятельности участников вертикальных рынков и повышения ее эффективности.

Деятельность компании сконцентрирована на реализации общественно значимых проектов, предусматривающих внедрение и развитие ИКТ-инфраструктуры, систем информационной безопасности, прикладных платформ, систем на основе собственных технологических разработок, а также решений партнеров лидеров мирового рынка ИТ. К примеру, сегодня научно-производственная компания RISK поставляет компьютеры, серверное оборудование и программное обеспечение для Центрального банка Азербайджана.

Удачный пример, где компания за 19-летний период смогла добиться больших результатов и верховенства не только на местном рынке ПО - контракт с ООО «Служба аэронавигационной информации Восточной Сибири» (г. Иркутск), второй – с Федеральным Государственным унитарным предприятием «Государственный научно-

исследовательский институт аэронавигации» (ФГУП ГосНИИ «Аэронавигация», Москва).

В ООО «Служба аэронавигационной информации Восточной Сибири» компания R.I.S.K. начала внедрение разработанной инженерами компании Системы дизайна процедур полетов PANDA и аэронавигационной системы ACCENT. Россия стала десятой страной в списке государств, использующих разработки компании R.I.S.K. для аэронавигационных служб. Сегодня эти системы успешно применяются аэронавигационными службами Азербайджана, Казахстана, Беларуси, Молдовы, Латвии, Эстонии, Таиланда, Бразилии и Доминиканской Республики [12].

Делом государственной важности является абсолютная поддержка такой компании на всех уровнях ее проникновения на внешние рынки.

4. Заключение и выводы

Рынок информационных технологий не терпит пустоты. Тенденции развития рынка - есть технологический прогресс, который возможен только в очень жестких условиях конкуренции [13; 14].

Случайность или нет, но по прогнозам, самая популярная туристская страна к 2020 г. будет США. Сегодня США лидер, если не монополист ИТ индустрии в мире. Чтобы четко понимать предназначение нашей страны в мире, стоит ежемесячно делать структурные и системные анализы набирающих обороты рынков ИТ индустрии.

По всей видимости, индустрия ИТ в ближайшие годы будет только расширяться. Чтобы стать конкурентоспособной страной, очень важно проанализировать положительный опыт таких стран, как Беларусь (проект tanki.su), Украина и Россия. Нужно иметь достаточно данных о узкоспециализированных рынках. А главное - дать характеристику и оценку собственным средствам, будь то внутренние или внешние кадры.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Председатель ГКПС: «Частные вузы должны поднять уровень образования» // <http://ru.apa.az/news>
2. Первый отчет Комиссии ООН по вопросам цифровых технологий для развития широкополосной связи // <http://www.unesco.org>
3. В Азербайджане ожидается пятикратное увеличение сектора ИКТ // <http://www.trend.az>
4. Сколково не хватает мозгов // <http://www.vedomosti.ru/>
5. Уровень информатизации системы образования в Азербайджане является удовлетворительным – министр // <http://www.trend.az/>
6. Председатель ГКПС: «Частные вузы должны поднять уровень образования» -<http://www.biznesinfo.az/news/society>
7. В Азербайджане доходы от сектора ИКТ сравнятся с доходами от нефтяного сектора – министр -<http://salamnews.org/ru/news>
8. AFU | Qubad İbadoğlu: 2013-cü ilin dövlət büdcəsi - <http://www.youtube.com>
9. Беркмановский центр «Интернет и общество» // <http://ru.neowords.com>
10. Что такое Google AdSense? <https://support.google.com>
11. Обзор рынка программного обеспечения // <http://www.rview.ru/soft.html>
12. Компания RISK внедряет собственные аэронавигационные решения в России // <http://www.ictnews.az>
13. Туфетулов А.М. Информационная экономика и информационное общество // Актуальные проблемы экономики и права. 2007. № 3. С. 39-46.
14. Гудси Ф.Б. Влияние интернета на социально-психическое поведение азербайджанской молодежи // Вектор науки ТГУ. Серия: Педагогика, психология. 2011. № 4. С. 74-76.

MODERN TRENDS IN E-COMMERCE AND THE MARKET FOR BUSINESS IN AZERBAIJAN
© 2013

F.R. Abasov, doctoral student in economics and management
Baku State University, Baku (Azerbaijan)

Annotation: The article examines the development of e-commerce, and business in Azerbaijan. Do comparative analysis with a number of countries, including Eastern Europe and the USA. Tries to identify the resources and opportunities for improving this area of economic development.

Keywords: Internet, e-commerce Azerbaijan, the market for e-services, entrepreneurship, Azerbaijan.

УДК 339.138

**ПЕРЕХОДИ НА НОЛЬ: ПРЕДЕЛЬНО ДЕШЕВЫЕ РЕСУРСЫ ИЗУЧЕНИЯ
ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

© 2013

О.А. Абрамова, аспирант
Финансовый университет при правительстве РФ, Москва (Россия)

Аннотация: В статье представлен перечень инструментов, позволяющих провести маркетинговые исследования с минимальными издержками. Отражены и описаны 6 дешевых способов сбора информации о потребителе: продавцы, сотрудники компании, СМИ, интернет - ресурс, дилеры (партнеры), мобильный контент, даны рекомендации по эффективной работе с каждым из них.

Ключевые слова: маркетинговые исследования, поведение потребителей, инструменты изучения поведения потребителей, сбор информации, мотивация потребителей.

Клиент – наше все: мы любим его, заботимся о нем, превосходящем его ожидания. Мы делаем все, чтобы он доверял нам и оставался с нами. Знание своего потребителя делает нас сильнее, богаче и проворнее, мы превращаемся в тех, кого называют акулы бизнеса, о нас говорят, спрашивают совета! В этой красивой истории есть одно большое НО – материальная сторона вопроса в области изучения потребительского поведения. По разным источникам на маркетинговые исследования в России тратится в среднем 5-7 млрд. долларов в год. Однако итог таких затратных мероприятий зачастую печален – не запущенный дополнительный сервис, неоправданное снижение цены на товар, неэффективно отработанная рекламная компания. Достаточно сказать, 90% из 30 тыс. ежегодно выводимых на мировой рынок изделий проваливается, несмотря на дорогостоящие маркетинговые исследования. Одним из последних неудачных примеров затратного маркетингового исследования на тему потребительского восприятия визуального сопровождения бренда относится к компании Pepsi. На изучение и разработку нового логотипа компания потратила около 1 млн. долларов, а в итоге получила негативные отзывы масс и что еще хуже незначительное падение объемов продаж. А результатах можете судить сами:



Рис. 1. Обновленный логотип компании Pepsi

Причин неудачных разработок может быть масса, но общая тенденция, сложившаяся в России в последнее время одна – компании используют полученную информацию не с целью узнать и адаптироваться под запросы рынка, а с целью изменить или оказать влияние на потребительское поведение, или того хуже ожидают от клиента итоговых готовых решений относительно цены, позиционирования, дизайна нового или существующего продукта.

Таким образом, в период жесткой оптимизации все больше и больше организаций привлекают собственные ресурсы для качественного изучения потребителей, опи-

раясь на свой опыт, бизнес-интуицию и персонал. О некоторых бесплатных или максимально дешевых инструментах изучения потребителя подробнее:

1. **Продавцы.** Без преувеличения можно сказать, что Ваш продавец - это воедино глаза, руки и язык Вашей организации. Именно продавец берет на себя всю ответственность первого контакта и способен за короткий срок получить максимум достоверной информации о потребителе. Надо отметить, что с развитием рынка, его насыщением, обострением конкурентной борьбы требования к торговому персоналу возрастает. Существует множество эпитетов, описывающие качества, действительно хорошего продавца, но директора по продажам различных компаний схожи в одном – уже становится недостаточным выполнять ежемесячные планы по продажам, важно использовать всевозможные способы (время, обаяние, неформальные знакомства, преимущества провидимых акций и др.), дабы лучше понять потребности своего клиента и оценить степень его удовлетворенности.

Каким образом правильно сориентировать персонал на получение адекватной бизнес-информации?

- *Опрос - дело общее.* На всех уровнях руководством компании должна быть озвучена проблема и поставлена цель сбора информации. Зачастую сотрудники не понимают, какие процессы протекают в компании, какие проблемы возникают при реализации операционных мероприятий, а значит, степень их участия сводится к нулю, мотивация и личная заинтересованность в ведении общего дела отсутствует. Всё это не может не повлиять на эффективность ведения бизнеса. Именно четкое понимание задач позволяет каждому ощутить свою необходимость, проявить больший энтузиазм, повысить степень личной ответственности.

Например, телекоммуникационная компания решает запустить новый тариф со сниженной ценой на sms. Цель: определить процент абонентов, для которых важна стоимость sms-сервиса.

Таким образом не только каждый руководитель отдела продаж, начальник отдела маркетинга, но и каждый рядовой продавец должен знать о том, что компания находится на распутье и сбор информации по данной тематике повлияет на выбор того или иного управленческого решения.

- *Не больше двух!* Поскольку проведение опроса в момент сделки не несет для потребителя большой ощутимой выгоды, важно не переборщить с количеством задаваемых вопросов, не более 2-х оптимально. Например, исходя из предыдущего примера, этими вопросами мо-

гут быть: «Вы пользуетесь sms в Вашем телефоне?» и в случае положительного ответа второй вытекающий вопрос «Как часто вы отправляете sms?». Информацию визуального характера (пол, возраст), продавец фиксирует на оговоренном ранее носителе.

- *Лови момент!* Всегда ли удобно задавать дополнительные вопросы клиентам!? Нет и еще раз нет. Здесь существует 2 догмы: опрос осуществляется после завершения основной сделки (например, в случае проведения опроса телекоммуникационной компанией, основной сделкой считается - пополнение счета мобильного телефона в офисе компании, подключение к тарифу и т.д.) и второе правило – первая сделка должна пройти идеально (степень удовлетворенности клиента определяется продавцом самостоятельно).

- *Подойдет не каждый.* Самая важная часть вопроса. Просьба ответить на несколько вопросов должна быть адресована не 100% существующей аудитории. Основное правило – клиент должен быть потенциальным. Степень соответствия продавцу определяет по оговоренным ранее критериям (уровень благосостояния, частота вторичных покупок, пол, претензионная история, пользователь/не пользователь дополнительных сервисов).

- *Карты на стол.* Перед началом опроса, всегда объясняйте клиенту, с какой целью вы будете задавать вопросы, как пример, улучшение качества предоставления сервисных услуг, подготовка к запуску уникального продукта, реализация специальной бонусной программы. Данный аспект поможет повысить степень достоверности получаемой информации. По окончании – выразите слова благодарности, ведь каждый понимает, что даже если клиент с любезностью согласился поучаствовать в опросе, временные потери он все-таки понес.

2. **Интернет-ресурсы.** Интернет уже давно стал не просто дополнительным бизнес-инструментом, а зачастую средой, где этот бизнес работает. Вряд ли сейчас найдется хоть одна компания, которая не имеет собственного сайта или группы в социальных сетях – хранение, получение информации посредством ИТ технологий – это всегда более выгодный, оперативный и эффективный бизнес.

И если в большинстве случаев сайт компании является более статичным и формальным (особенно касается крупных международных компаний), то созданная от лица фирмы группа предполагает больше вариантов для творчества и позволяет сделать прохождение опросов весьма увлекательным для действующих и потенциальных клиентов. Несколько рекомендаций, как привлечь больше внимание к опроснику на вашей странице и сделать исследовательскую работу посредством Интернет более эффективной...

- *Внимание опасность!* Прежде чем развернуть масштабную работу Вашего блога/страницы проконсультируйтесь с юридической службой своей организации на предмет обсуждения провокационных тем, полноты раскрытия информации, определите перечень информации относящейся к разделу конфиденциальной, дабы не допустить ее публикации.

- *Думайте на шаг вперед.* Заранее проработайте план действий в случае возникновения конфликтных ситуаций, обсуждения провокационных тем. Помните принимать эмоциональные решения на месте событий чревато – не только не привлечете к опроснику ваших потенциальных пользователей, но и лишитесь постоянных покупателей. Соблюдайте общие правила этики и норм делового общения.

- *Забудь про «Я».* Вся информация публикуется только от имени компании, переход на личности не допустим.

- *Рисуй красиво!* Делай контент визуально-познавательным. Наполнение страницы может быть различным: подборка фото, видеоролики, легкие статьи из оперы «а знаете ли вы?». Содержание материала может быть как

рекламным, так и релевантным той тематике, в которой представлена ваша кампания. Периодическое обновление подобной информации будет сохранять интерес к Вашему ресурсу и тем самым увеличит количество потенциальных интервьюеров.

- *Удивляй!* При составлении вопросов включайте больше нестандартных вариантов ответов – можно и провокационных, чтобы пользователь не только с интересом проголосовал, но и был заинтересован посмотреть результаты общественного голосования. Яркий пример:

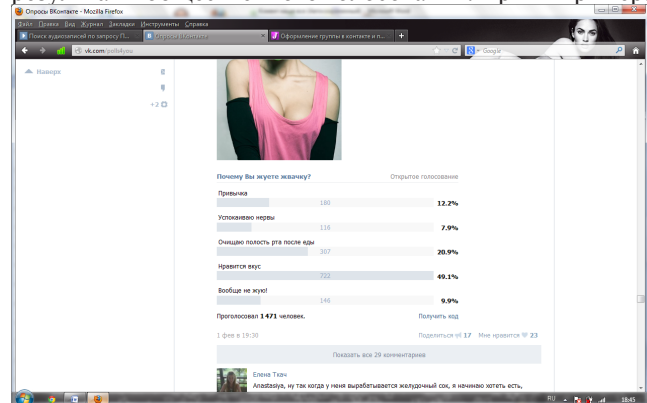


Рис. 2. Пример оформления опроса в одной из социальных сетей.

- **Постоянный мониторинг.** Вы должны анализировать и фиксировать не только результаты ответа потребителей на опубликованные анкеты, но и единичные жалобы и претензии. Помните, негативные отзывы имеют больший резонанс, чем единичные слова благодарности, не забывайте давать обратную связь в оперативном порядке. Следите за общими комментариями участников, это поможет поймать общий информационный тренд.

3. **Сотрудники компании.** Многие руководители, понимая ценность человеческого ресурса, выдвигают тему лояльности персонала на первый план. Лояльность – это не просто корпоративные праздники, система вознаграждений, это целая философия, позволяющая и в некотором смысле обязывающая делать сотрудникам больше, чем это предусмотрено должностной инструкцией. И если вы работаете над лояльностью своих сотрудников, то попросить их помощи, поддержки в сложный для компании момент не составит труда.

Ваши коллеги могут дать ответ на некоторые интересующие вас вопросы, опираясь на мнение и количество претензий от знакомых и родных. Безусловно, не каждое сказанное слово из уст бухгалтера, менеджера по закупкам является истиной, но в совокупности с другими способами исследования вы сможете прийти к нужному умозаключению.

В общем-то, данный источник информации является самым достоверным, т.к. содержит весомый элемент субъективности, напрямую завязанный на лояльности сотрудников (общая степень удовлетворенности рабочим местом, уровнем зарплаты и т.д.). Но если все-таки вы решили к нему прибегнуть, то, как организовать процесс сбора информации по данной схеме? Один из удачных способов – это наличие общекорпоративного доступного ресурса, например, почтового ящика, куда будут поступать жалобы, претензии, предложения по работе компании от сотрудников любого звена.

4. **СМИ.** Самый дешевый источник получения информации о вашем потребителе и один из эффективных способов воздействия на него. Четко продуманная информационная политика – это залог долгосрочного развития в мире бизнеса. Есть два варианта развития событий один из них нацелен на формирование «нужного» представления о вас (пресс-конференции, дни открытых дверей, организация пресс-ланчей, рассылка пресс-релизов), другой позволяет собрать необходимую

информацию о компании, тем самым спрогнозировав потребительские ожидания (постоянный мониторинг информационного поля, общение с журналистами).

5. Партнеры, дилеры – способны предоставить максимум информации относительно удовлетворенности торговыми условиями, системой доставки, уровнем рекламной поддержки, объемов продаж в конечной торговой точке и многое другое. Помимо этого крепкое взаимодействие с дилерами поможет решить вам ряд бизнес задач, таких как экономия на рекламе, поиск сотрудников, расширение клиентской базы. Умение завязывать, поддерживать и эффективно использовать систему деловых контактов с Вашими бизнес-партнерами – важный ресурс не только руководителя, но компании в целом, назовем его нематериальным активом компании. Не пренебрегайте их мнением, пара часов в месяц за чашкой хорошего кофе никому не повредит.

6. Постоянный внутренний анализ – без сомнения, база данных есть у любой компании. Только эффективность использования полученной ранее информации о потребителе различна – у одних она отображается на бумажных носителях и имеет хаотичную форму отображения, а другие тратят баснословные бюджеты на инновационные информационные с технологии. И если вы не продвинутый пользователь CRM системы, то это не освобождает вас от ответственности на постоянной основе систематизировать и анализировать полученный информационный массив. В идеале представленная информация о потребителе должна быть представлена в форме, позволяющей оперативно планировать, прогнозировать и управлять потребительским поведением. И так коснемся содержания и методов анализа.

Итак, перед глазами всегда должна быть информация о:

- объемах продаж, в целом по каналам и сегментам (динамика год к году, месяц к месяцу);
- объем продаж по категориям продуктов ;
- сегменты (наименование, приблизительный объем, прибыльность);
- издержки (выплаты вознаграждения партнерам, аренда зданий помещений), расчетный кост на единицу продукта;
- расчетная маржинальность по продукту и отдельно по ключевым клиентам;
- объем вторичных покупок (исходя из динамики продаж по сегментам);
- информация по конкурентам (продукты, цены, рынки сбыта, освещение деятельности в прессе).

На основе систематизации вышеупомянутых данных вы всегда сможете выявить возможные точки роста – вывод нового продукта, выход с существующим продуктом на новые рынки, доработка услуг и дополнительных сервисов. Как правило, отчетная информация – это мнение потребителей отраженное в цифрах.

7. Мобильный контент. Мобильный телефон уже давно перестал быть просто средством связи, на сегодняшний день его можно назвать многозадачным девайсом, посредством которого человек или организация в целом может реализовать самые смелые мечты – интернет-покупки, элемент продвижения товаров и услуг и как оказалось один из недорогих методов проведения маркетингового исследования. Средняя стоимость размещения и рассылки опросника посредством sms составляет 20 долларов за 1000 контактов, за сравнительно небольшую стоимость данный источник исследования несет в себе ряд больших преимуществ:

- возможность глубокой сегментации. Каждая компания может выделить критерии группы потребителей, на которую впоследствии будет ориентировано исследование (пол, возраст, средний счет на услуги связи, география присутствия, модель телефона и др.);
- широкий охват – рассылку может организовать достаточно широкому кругу лиц в среднем до 300 тыс человек;

- вариативность проведения опроса (текстовое сообщение, графическое баннер с текстом, голосовое меню);
- позитивное отношение клиентов к мобильной рассылке. По результатам исследования компании Brand Mobile в 2012 году посредством телефонного опроса, подтвердила – 71% получателей смс-рассылки относятся к ней позитивно.

Как правило, исследовательская программа посредством sms состоит из четырех частей.

Как пример:

1 sms: – «Уважаемый абонент! В целях улучшения качества обслуживания и продаж. Просим Вас ответить на вопросы!»

2 sms: – «Оцените по шкале 0, 1, 3...5 готовность рекомендовать товары компании своим родным и близким (где 0 – точно не буду, 5 – точно порекомендую). Отправь sms с номером ответа. Просьба ответить в течение пяти часов».

В случае отправки ответа цифрами кроме «5» осуществляется рассылка 3-го sms.

3 sms: – «Что прежде всего нужно улучшить компании, чтобы Ваша стала выше. Выберите ОДИН ответ:»

- 1 – Качество товаров
- 2 – Время обслуживания
- 3 – Количество центров продаж
- 4 – Ассортимент товара
- 5 – Сроки послепродажного обслуживания

4 sms: – «Спасибо за участие в опросе!»

Ярким примером проведения исследования посредством мобильного телефона является компания МТС.

На своем сайте компания разместила информацию следующего содержания:

«Для улучшения качества обслуживания компания МТС проводит автоматизированные опросы, чтобы узнать, насколько Вы удовлетворены нашим сервисом».

Опросы проводятся совершенно бесплатно с номера МТС – 05335.

Как проходит опрос? – В период с 10:30 до 19:00 с номера 05335 Вам поступает звонок с предложением ответить на несколько вопросов. По каждому вопросу Вы можете выставить оценку от 1 до 5. Где 5 — максимальный балл, а 1 — минимальный. Варианты ответов соответствуют цифрам на клавиатуре Вашего мобильного телефона.

Высокое качество обслуживания и удовлетворенность клиентов является приоритетным направлением в деятельности компании МТС. Благодарим за участие в опросе!»

Таким образом, оператор проинформировал часть аудитории о механике проведения исследования и его цели. Дешево и сердито!

Применение того или иного источника получения информации о потребителе неэффективно без разработки и реализации мотивационных мероприятий. Именно мотивация позволит в разы увеличить количество испытуемых и повысить процент достоверности. Вполне оперативно и дешево вы можете использовать:

- *Подарки* – если вы заказываете сувенирную продукцию к гендерным и другим праздникам, отложите некоторый объем мелких сувениров на неотложные нужды и вам будет чем отблагодарить клиентов за участие в опросе. Если сувенирная продукция отсутствует, то ее с легкостью можно заменить сэмпингом (бесплатная раздача образцов продукции, предоставление услуг с бесплатным промо - периодом, притом это может быть как существующий продукт, так и тестовый товар перед стадией коммерческого запуска.)

- *Призы* творят чудеса, мотивируя клиента общаться с вами больше и чаще.

- *Минута славы.* Является один из самых дешевых и действенных методов стимулирования. По окончанию опроса и последующем выводе нового продукта в форме похвалы вы можете выделить имена тех или иных участников фокус - группы, которые в большей мере повлияли

яли на реализацию идеи или проявили большой энтузиазм. Как пример, размещение информации в Интернете, печатных изданиях с упоминанием о потребителе.

Яркий пример использования данного метода продемонстрировала компания производитель канадской обуви Fluevog. Компания предлагала каждому из своих потребителей прославиться весьма интересным способом – назвать новую коллекцию обуви именем одного из своих клиентов. А в замен? Каждый потребитель всего-навсего должен был прислать на сайт компании свой дизайн – разработки новых моделей. Потребитель – победитель (определяется посредством голосования) получал на веб-сайте компании особый статус и мог участвовать в выборе названия своей модели при запуске коллекции. Компания убила не двух, а даже трех зайцев – вовлеченность рядовых покупателей, сокращение затрат на разработку новых товаров, эффективно спрогнозированный спрос на новую продукцию особое положение. Если круг Ваших клиентов небогат, а их вложения в Ваш бизнес внушительны в качестве привилегированного положения вы можете предложить клиентам принять участие в Дне открытых дверей: в программе кофе-брейк, общение с руководителями компании, ответы на интересующие вопросы.

Пожалуй, это самые доступно – дешевые источники

SWITCH TO ZERO: VERY CHEAP STUDYING RESOURCES OF CONSUMER BEHAVIOR

© 2013

O.A. Abramova, post-graduate student

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow (Russia)

Annotation: The article reflects and describes 6 cheapest ways to gather information about the consumer: salesmen, employees, mass media, Internet resource, dealers (partners), content for portable devices, as well as offers effective work recommendations with all of them.

Keywords: marketing research, consumer behavior, tools for consumer behavioral inquiry, information gathering, consumer motivation.

УДК 336

SWOT-АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АВТОМОБИЛЕСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

© 2013

A.B. Artem'ev, дирекция по экономике и планированию

ОАО АВТОВАЗ, Тольятти (Россия)

Аннотация: В статье представлен анализ развития автомобильной промышленности в 2011-2012 гг, а также результаты SWOT-анализа отечественных предприятий автомобильной промышленности, выявлены основные возможности, угрозы, сильные и слабые стороны.

Ключевые слова: предприятия автомобильной промышленности, автомобильный рынок, таможенные пошлины, импорт.

2012 и 2011 годы стали важным этапом развития российского автомобильного рынка. В 2011 году мировой автомобильный рынок демонстрировал умеренные темпы роста в сравнении с показателями предыдущего года. Долговой кризис в еврозоне привел к общей стагнации экономики стран Европейского союза и снижению объемов продаж новых легковых автомобилей более чем на 1%. Землетрясение, произошедшее в марте 2011 года в Тихом океане, привело к снижению объемов продаж новых легковых автомобилей в Японии на 15% по итогам 2011 года. Тем временем период стремительного экономического подъема в Китае сменился умеренными темпами роста в соответствии с планами правительства Китая по стабилизации быстроразвивающейся экономики. Это не могло не отразиться на автомобильном рынке, где наблюдался рост объема продаж новых автомобилей на 5% в 2011 году по сравнению с 33% и 48% в 2010 и 2009 годах соответственно. В 2011 году рынок новых легковых автомобилей США продолжил расти. По мнению экспертов, объем продаж легковых автомобилей в США при сохранении существующих темпов уже в следующем году сможет превысить уровень 2008 года.

Ожидается, что в 2012 году темпы роста мирового автомобильного рынка останутся на невысоком уровне. Автомобильные рынки развивающихся стран будут

получения бизнес- информации и если взять их за основу, объединив с основными принципами получения информации о потребителе, такими как системность, методология, коллективный подход, мотивация, то без сомнения, экономия без того худого бюджета Вам гарантирована. Исследования трудоемкий процесс – комбинируйте несколько видов источников, прибегайте к различным методам, взаимодействуйте со специалистами из разных сфер (производство, снабжение) и успех не за горами.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Прозоровский С.О. Международные маркетинговые исследования // Маркетинг. 2012. № 5. С. 12-18.

2. Зимин В.А. Инновационный маркетинг в оценочном бизнесе: ключевые тренды рынка, сегментирование, ценообразование, рейтинги // Новости маркетинга. 2012. № 7. С. 50-70.

3. Залтман Дж. Как мыслят потребители. То, о чем не скажет потребитель, то, чего не знает ваш конкурент. / Пер. с англ. М.: Прайм-Еврознак, 2006. 384 с.

4. Харрасов И.У. Становление и этапы развития рынка рекламы как элемента коммуникационного комплекса Российской Федерации // Актуальные проблемы экономики и права. 2011. № 3. С. 158-161.

демонстрировать более высокие темпы, в то время как европейские страны будут вынуждены предпринимать дальнейшие действия для решения проблем с государственным долгом. Это накладывает серьезные ограничения на их возможность стимулировать рост автомобильного рынка, используя программы утилизации автомобилей, которые являлись важным инструментом оживления спроса в период с 2008 по 2010 год. В то же время в развивающихся странах наблюдается стабильно высокий спрос на автомобили. Это является следствием более высоких темпов роста экономики и значительно более низкого, чем в развитых странах, показателя количества автомобилей на 1000 человек населения.

Являясь одним из развивающихся рынков, Россия до сих пор находится в стадии ускоренного восстановления спроса на автомобили после падения продаж более чем на 1,5 млн автомобилей в 2009 году. За 2011 год продажи легковых автомобилей в России выросли на 39%, а за 2010 год — на 30%. Высокие темпы восстановления спроса в России во многом объясняются программой утилизации автомобилей, проходившей с марта 2010 года по июнь 2011 года, и отложенным спросом. Россия представляет собой второй по величине автомобильный рынок Европы после Германии и имеет значительный потенциал роста. В России на 1000 жителей приходит-

ся 250 автомобилей, в то время как в Германии аналогичный показатель составляет более 500 автомобилей, а в США — более 640 автомобилей. Однако в 2012 году ожидается уменьшение темпов роста российского автомобильного рынка, связанное с окончанием программы утилизации и нивелированием эффекта низкой базы благодаря высоким показателям роста продаж в 2010 и 2011 годах.

В 2011 году российский автомобильный рынок продемонстрировал высокие темпы роста благодаря повышению индекса потребительской уверенности, снижению уровня безработицы, доступности автокредитования, оживлению спроса, а также принятию мер государственного стимулирования посткризисного восстановления рынка автомобильной техники. Продажи новых легковых автомобилей (пассажирских и малотоннажных грузовых) увеличились на 39%, а новых грузовых автомобилей — на 35% по сравнению с показателями 2010 года. В то же время производство легковых автомобилей, по предварительным оценкам, выросло на 43%, а грузовых — на 30%. При этом следует отметить смещение спроса в направлении бюджетных моделей и постепенное восстановление спроса на автомобили премиум-класса. Кроме того, программа утилизации, проводившаяся с марта 2010 года по июнь 2011 года, оказала сильное положительное влияние на динамику продаж в 2011 году [7].

Высокие темпы роста производства автомобильной техники в России в 2011 году были связаны с посткризисным оздоровлением российской экономики и государственной политикой стимулирования автомобильной отрасли. Данные факторы, воздействуя на увеличение спроса, с одной стороны, и стимулируя производство — с другой, сопутствовали созданию новых и увеличению степени загрузки существующих производственных мощностей. Государство играет важную роль в восстановлении автомобильной отрасли. Стремясь к улучшению инвестиционного климата и привлечению прямых иностранных инвестиций, оно принимает меры в контексте изменения налоговой политики, снижения административных барьеров, развития инфраструктуры, упрощения процедуры уплаты таможенных пошлин, а также предоставления инвестиционных гарантий и софинансирования инвестиционных проектов [3].

Значимым событием 2011 года стало подписание Россией протокола о вступлении в ВТО. Окончательное присоединение России к ВТО состоится в 2012 году после прохождения соответствующих ратификационных процедур.

Важным следствием вступления России в ВТО будет существенное снижение импортных таможенных пошлин на автомобили в 2012–2018 годах, что может способствовать некоторому изменению структуры спроса, выражающемуся в увеличении доли автомобилей иностранного производства в структуре продаж.

2011 год характеризовался существенным ростом всех сегментов российского автомобильного рынка, включая производство комплектующих и дилерские сети. Следует отметить, что для России характерен сравнительно невысокий показатель количества автомобилей на душу населения и относительно солидный возраст парка автомобилей. Данные факторы в совокупности с посткризисным восстановлением экономики, ростом спроса и стимулирующей государственной политикой позволяют сделать вывод о значительном потенциале роста автомобильного рынка и достижении докризисных показателей в среднесрочной перспективе.

Основными факторами роста производства легковых автомобилей в последующие годы будут:

- Создание новых мощностей
- Изменения в режиме промышленной сборки
- Торговая политика, стимулирующая внутреннее производство

- Оздоровление российской экономики
- Нацеленность стратегии развития России до 2020 года на замещение импорта внутренним производством.

То есть, текущий уровень технологий и производства практически не играет значимой роли в создании современной конкурентоспособной отрасли. Заимствование лучших образцов деятельности не является ошибочным. Наоборот, только вовлечение современных технологий и процессов в отрасль делает ее адекватной складывающимся условиям мировой экономики.

В соответствии с изложенными выше аргументами автор считает, что разработка инструментария стратегического планирования деятельности отраслей национальной экономики в настоящее время является крупной научной проблемой, имеющей важное теоретическое и практическое значение.

Базой для разработки стратегии автомобилестроительной отрасли являются приоритеты ее развития. Одним из наиболее распространенных инструментов определения приоритетов развития отрасли является анализ возможностей и угроз внешней среды, а также сильных и слабых сторон объекта анализа, т.е. SWOT-анализ [3].

На первом этапе проводится анализ тех факторов внешней среды объекта анализа, которые могут представлять возможности и угрозы для его развития. Для этого с учетом знаний о внешней среде формируется перечень факторов, влияющих на конкурентные позиции. Далее используются методики согласования экспертных оценок. Это позволяет получить обобщенное мнение высококомпетентных экспертов, отраслевых специалистов относительно степени влияния внешних факторов на развитие объекта анализа в рассматриваемой внешней среде.

Для автомобилестроения выявлены следующие возможности:

1. Повышение пошлин на ввозимые автомобили.
2. Прямое субсидирование процентных ставок при автомобильном кредитовании на производимые в России автомобили.
3. Понижение налогов.
4. Разработка и принятие программы поддержки автомобилестроения с выделением приоритетных производственных ниш.
5. Повышение уровня государственной инвестиционной поддержки отечественного автомобилестроения.
6. Импорт новейших технологий в области автомобилестроения.
7. Продажа отечественных производителей крупным западным игрокам.
8. Снижение экспортных пошлин на отечественные автомобили.
9. Понижение транспортных тарифов на доставку транспортных средств по территории РФ.
10. Строительство новых заводов (создание благоприятных условий для инвестирования в создание новых рабочих мест в отрасли).
11. Расширение рынка сбыта отечественных автомобилей в странах ближнего зарубежья [1].

На втором этапе SWOT-анализа проводится исследование внутренней среды объекта анализа, которое позволяет идентифицировать ее сильные и слабые стороны. В перечень факторов для проведения анализа могут быть включены результаты бизнес-диагностики, а также результаты построения конкурентной карты. Далее оценивается степень влияния каждого из факторов на изменение конкурентных позиций объекта анализа. Таким образом, были выявлены следующие возможные угрозы:

1. Снижение покупательской способности населения (понижение спроса на автомобили).
2. Повышение зависимости отечественного автопрома от иностранных комплектующих (российские и ино-

странные марки).

3. Увеличение диспропорций региональных экономик в регионах, преимущественно зависящих от импорта автомобилей (разрушение ремонтной, дилерской сети и т.п.).

4. Импорт устаревших технологий в области автомобилестроения / нарастание технологического разрыва

5. Переокупающее удешевление импорта.

6. Отсутствие доверия к отечественному автомобилестроению (низкий имидж отечественного автопрома).

7. Повышение цен на бензин.

8. Повышение транспортных тарифов на доставку транспортных средств по территории РФ.

9. Понижение инвестиционного рейтинга России

10. Переориентация населения на экологически чистый вид транспорта [2].

Результатом второго этапа анализа является матрица сильных и матрица слабых сторон. Сильные/слабые стороны размещаются в столбцах матрицы сильных и слабых сторон в зависимости от степени их влияния на изменения конкурентоспособности объекта анализа. Для автомобилестроительной отрасли РФ нами выявлены следующие сильные стороны.

1. Высокая ремонтпригодность автомобилей, произведенных в России.

2. Относительно низкая рыночная стоимость автомобилей, произведенных в России

3. Высокая доступность запчастей на рынке для отечественных автомобилей.

4. Диверсификация модельного ряда за счет «производственной сборки» зарубежных марок

5. Взаимная заменяемость узлов в разных моделях автомобилей отечественного производства (высокая унификация) [2].

В соответствии с выявленными сильными сторонами заполнена матрица слабых сторон автомобилестроительной отрасли РФ:

1. Снижение доли рынка основных производителей отечественных автотранспортных средств по сравнению с импортом.

2. Высокое влияние финансовых и валютных рисков.

3. Высокая ресурсоемкость производства отечественных автомобилей.

4. Снижение рыночной стоимости компаний.

5. Устаревшее производственное оборудование на заводах автопроизводителей (коэффициент обновления оборудования около 3%).

6. Низкий уровень внедрения новых технологий, в том числе новых материалов.

7. Низкий уровень автоматизации производства.

8. Отсутствие собственной базы двигателестроения.

9. Низкое качество комплектующих и запчастей (высокий брак).

10. Нехватка персонала необходимой квалификации

11. Низкий уровень выпуска на одного занятого в от-

расли (низкая производительность).

12. Узкий модельный ряд и слабое обновление модельного ряда (низкий уровень современных дизайнерских идей).

13. Большие накладные расходы в цене одного отечественного автомобиля (необходимость включения непроизводительных затрат)

14. Низкий уровень безопасности отечественных автомобилей.

15. Высокая социальная зависимость от производителей отечественных авто (градообразующие заводы, пример АВТОВАЗ – Тольяти, КАМАЗ – Набережные Челны)

16. Высокий уровень монополизации производства отечественных марок ВАЗ, КАМАЗ, ГАЗ.

17. Территориальная локализация автопроизводителей [2].

Наиболее важным элементом государственной стратегии развития автомобилестроения является именно поддержка наиболее проблемных аспектов отрасли. Этими проблемными аспектами являются: кадровое обеспечение, нормативно-правовое обеспечение, а также информационное обеспечение, таким образом, подтверждается актуальность формирования финансового механизма управления затратами на предприятиях автомобилестроения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Курилова А.А. Анализ влияния факторов на продажи и производство транспортных средств // Международный технико-экономический журнал. - 2011. - № 2. - С.30-35. - 0,5 п.л.

2. Курилова А.А. Определение стратегических целевых ориентиров предприятиями автомобильной промышленности // Финансовая аналитика. - 2011. - № 20 (62). - С. 52-63. - 1,0 п.л.

3. Курилова А.А. Тенденции и прогнозы развития отечественных и зарубежных предприятий автомобильной промышленности // Экономический анализ: теория и практика. - 2011. - № 24 (231). - С. 21-29. - 1 п.л.

4. Мировая автомобильная промышленность. Основные показатели // Международная организация производителей автомобилей: [сайт]. URL: <http://oica.net/category/economic-contributions/facts-and-figures/>

5. Производство транспортных средств во всем мире по регионам, 1951-2009гг // Автомобильная группа Вардз [сайт]. URL: WardsAuto.com/Reference Center (дата обращения: 23.08.2010).

6. Производственная статистика за 1998-2008гг // Международная организация производителей автомобилей: [сайт]. URL: <http://oica.net/category/production-statistics> (дата обращения: 23.08.2010).

7. Сайт компании “Эрнст энд Янг” // Автомобильная отрасль в России и СНГ, 2012 [Сайт]. URL: <http://www.ey.com/>

SWOT-ANALYSIS OF AUTO COMPANIES

© 2013

*A.V. Artemyev, Directorate of Economics and planning
JSC AVTOVAZ, Togliatti (Russia)*

Annotation: This paper presents an analysis of the automotive industry in 2011 to 2012 and the results of the SWOT-analysis of domestic Automotive companies, identified key opportunities, threats, strengths and weaknesses.

Keywords: automotive industry, automotive market, customs duties, import.

ИНФОРМАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ КАК ВАЖНАЯ КАТЕГОРИЯ УПРАВЛЕНИЯ ВУЗОМ

© 2013

А.В. Богданова, кандидат педагогических наук, начальник отдела менеджмента качества
и оптимизации бизнес-процессов

Тольяттинский государственный университет, Тольятти (Россия)

Аннотация: Управление информацией в современном вузе становится не прихотью, а требованием времени. Внутреннее информационно-коммуникативное пространство вуза представляет собой сложнейшую систему, оказывающую влияние на все его внутренние процессы. В связи с этим такая категория, как информационный менеджмент, является определяющей во всем управлении вузом. Эффективный информационный менеджмент позволяет не только оптимизировать движение информации в учреждении, но и повысить качество функционирования всех процессов и вуза в целом.

Ключевые слова: информационный менеджмент, информационная логистика, информация, информационная интеграция, информационно-коммуникативное пространство, управление вузом.

Информационная логистика – наука, появившаяся на стыке двух областей знаний: менеджмента – науки об управлении, и информатики – науки, изучающей информационные технологии. Особенности информационной логистики обусловлены именно синтезом этих двух различных предметных областей, их понятий, определений, концепций, научных методов, методик, инструментов и т.д.

Под информацией (в содержательном и смысловом аспектах) понимается наличие каких-либо знаний, сведений или осведомленности о состоянии объекта и окружающей его среды. Предметом информационной логистики, или как ее чаще называют – информационного менеджмента, $\frac{3}{4}$ являются в первую очередь процессы движения информации (а точнее – информационных потоков) между звеньями некоторой системы или процесса. Основная задача информационного менеджмента – выявление и изучение закономерностей движения и изменения состава информации с целью получения возможности управления данными процессами [1]. Кроме того, занимаясь вопросами информационного менеджмента, крайне важно иметь представление о его управленческой роли и влиянии на эффективное использование информации, об эволюции информационных систем, их современном состоянии и перспективах развития, о возможностях реструктуризации организационных структур, об инфраструктуре рынка информационных продуктов и услуг и т.д.

Современный вуз представляет собой сложнейшую систему, включающую множество взаимодействующих процессов и подсистем, которые обеспечивают достижение его основной цели – воспроизводства кадрового и научного ресурса для экономики страны, а также реализуют выполнение его задач, диктуемых миссией, политикой и стратегией [2; 3]. Движение информации в вузе одновременно и подчинено этим взаимосвязям, и обеспечивает само функционирование всех процессов. Сплетаясь воедино, все это формирует информационно-коммуникативное пространство (ИКП) вуза с уникальной инфраструктурой, нуждающейся в контроле и управлении.

Информационный менеджмент в вузе можно определить как совокупность средств, методов, технологий и концепций управления его информационными ресурсами и их целенаправленное использование для оптимизации функционирования и повышения конкурентоспособности вуза на рынке образовательных услуг. При этом сама информация рассматривается как внутренний ресурс ИКП вуза, самостоятельный фактор его внутренней среды [4; 5]. Возможности использования этого ресурса довольно обширны, поскольку, чем сложнее система, тем больше вариантов ее поведения может соответствовать одной и той же информации.

Наиболее распространено использование различной информации в качестве инструмента быстрого решения проблем вуза, выработки эффективных стратегических

и тактических решений, координации совместных действий и адаптации к условиям внешней среды, конкурентной борьбы и социального заказа [6; 7]. Вторым важным аспектом использования информации в бизнес-процессах вуза – это усовершенствование самих бизнес-процессов, а так же, оптимизация внутренней структуры.

Здесь основная идея заключается в том, что по мере накопления информации постепенно сокращаются производственные издержки, появляется возможность наиболее полного видения структурной организации и возможность разработки и внедрения действенного плана ее реинжиниринга в соответствии с внешними факторами воздействия. Кроме двух упомянутых возможностей применений информации внутри ИКП вуза, ее можно использовать для проведения инновационных проектов, повышения уровня компетентности сотрудников, поскольку любая деятельность основывается на информации [8; 9; 10].

Практическую работу по построению современных систем управления в ИКП вуза необходимо проводить с использованием концепций информационного менеджмента. При этом следует учитывать то, что было отмечено выше: информационный менеджмент как научная дисциплина включает в себя достижения нескольких смежных областей по отношению к управлению информацией в современных организационных структурах, что позволяет на практике перейти к информационно-ориентированному типу организации, характерному для информационного общества. Информационный менеджмент как новая основа построения системы управления информацией имеет особенно фундаментальное значение для вузов, поскольку в качестве концепции обладает значительным интегрирующим потенциалом, позволяющим объединить и упорядочить в рамках ИКП интересы учебного процесса, а также внешние интересы вуза и его внутреннюю структуры управления и администрирования.

С позиций системного подхода информационный менеджмент охватывает планирование [11], организацию, координацию и контроль информационной деятельности и процессов [12], а также коммуникации внутри ИКП вуза с целью улучшения качества и эффективности ее работы, развития учреждения в целом [13]. Использование концепции информационного менеджмента позволяет решить многие вопросы теории и практики управления документацией в вузе, которые пока разделены барьерами между профессиональными областями, техникой и технологиями, обусловленными традициями и зачастую недостаточно качественным менеджментом. Единая концепция позволит интегрировать документацию в информационный ресурс ИКП вуза и построить эффективно действующую информационную инфраструктуру вуза на базе массивов документов и информации (информационных ресурсов), информационных технологий, средств коммуникации и

квалифицированных кадров с целью обеспечения с наименьшими затратами эффективного документационного (информационного) обеспечения процессов управления.

Процесс функционирования любой системы управления можно представить в виде четырех последовательных этапов преобразования информации (рис. 1).

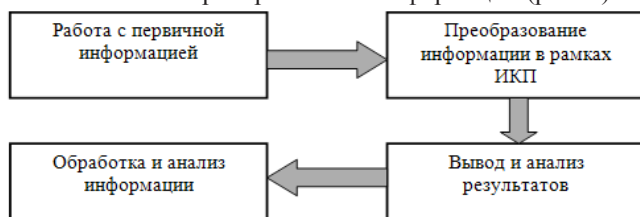


Рис. 1. Преобразование информации в системе управления

На первом этапе осуществляются сбор, подготовка и регистрация первичной информации, а также преобразование ее в форму, пригодную для ввода и использования в компьютерной сети; на втором — передача и ввод информации в ИКП, включающее технические средства работы с информацией; на третьем — обработка и на четвертом — вывод и отображение полученных результатов, необходимых для выработки соответствующих регулирующих или управляющих воздействий [14; 15]. Информационный менеджмент, как наука, призван обеспечить оптимизацию прохождения этих этапов для эффективной работы ИКП учреждения и облегчения доступа к любой необходимой информации в кратчайшие сроки.

Особой категорией, с которой оперирует информационный менеджмент в вузе, является экономическая информация. Она определяется как совокупность сведений, данных, отражающих состояние или определяющих направление изменения и развития вуза, как экономической системы, и его отдельных частей [16-19]. Ей свойственны некоторые особенности, вытекающие из ее сущности. Вот наиболее значимые из них:

- преобладание алфавитно-цифровых знаков как формы представления данных с преимущественным изображением числовых величин в дискретном виде;
- ведущая значимость операций автоматизированной обработки данных (арифметических и логических) при обеспечении высокой точности результатов вычислений;
- необходимость оформления таких результатов в форме, удобной для восприятия человеком;
- широкое распространение документов как носителей исходных данных и результатов обработки данных;
- значительные объемы обрабатываемой информации при использовании в процессах обработки наряду с переменными и постоянными данными; необходимость получения большого числа итогов при обработке одних и тех же данных по разным критериям.

Перечисленные особенности определяют не только сущность экономической информации в ИКП вуза, но и необходимость применения в целях работы с ней современных информационных технологий, в частности, компьютерной техники и программного обеспечения надлежащего качества. Экономическая информация насчитывает множество разновидностей (типов), которые выделяются на основании соответствующих классификационных схем по различным критериям. Так, она, к примеру, классифицируется по стадиям воспроизводства и элементам административных процессов, рассматриваемых в качестве объекта управления. Можно выделить информацию снабжения и распределения, по материальным и трудовым ресурсам и т.д. Кроме того, экономическая информация различается по стадиям управления с позиций временных функций управления. Здесь выделяются разновидности прогнозной, плановой, учетной информации и информации для анализа

хозяйственной деятельности, оперативного управления. К этой же классификации относится и нормативная информация, хотя эти данные и причисляются к технико-экономической информации, а не к экономическому управлению. Структурой экономической информации определяется ее строение, выделение тех или иных элементов. Такие элементы принято называть информационными единицами. Из простых информационных единиц образуются сложные, составные, возникают как бы иерархические уровни структурного строения информации. В связи с этим основная задача информационного менеджмента в части управления экономической информации — формирование и поддержание актуальности технологической среды для обеспечения своевременной обработки, воспроизводства и аналитики данных в ИКП вуза. Для манипуляций с экономической информацией разработан специальный математический аппарат прикладного содержания, получивший широкое развитие в последние годы. Прежде всего, к ним отнесены математические методы, пригодные и наиболее рациональные для решения экономических задач с использованием компьютерных технологий, и экономико-математические модели, ориентированные также на решение экономических задач, требующие адаптации для внутривузовской среды и его ИКП. В настоящее время для этих целей широко применяются различные методы управления, планирования, координации и контроля (теория графов, имитационные модели, научное прогнозирование, SADT-моделирование и т.д.), которые направлены на снижение издержек при производстве информации, ее движении и сбыте.

К сожалению, информационному менеджменту в российских вузах сегодня уделяется недостаточно внимания, поскольку на первом месте всегда выступает обеспечение качества образовательных результатов. Часто возникают ситуации, когда у руководства нет возможности получить достоверную информацию о состоянии современного потенциала и реальных возможностей вуза и его отдельных подразделений, действующих процессов. Наиболее развитыми в области информационного менеджмента в России являются, как и во всем мире, финансовые структуры (биржевые, банковские и т.д.). Системный подход к управлению информацией в российских вузах практически отсутствует.

Вместе с тем информационный менеджмент является важной категорией управления вузом. Создание реальных условий для развития образовательной системы напрямую зависят от формирования и успешной деятельности информационного менеджмента, как основы эффективного использования имеющегося потенциала. Четкая информационная интеграция и верная организация системы управления являются сегодня одним из наиболее значимых факторов, способных обеспечить конкурентоспособность, рентабельность и независимость вуза в конкурентной среде и на мировом рынке образовательных услуг. Применение концепции информационного менеджмента призвано скоординировать и упорядочить движение информационных потоков в ИКП вуза за счет его интегрирующей функции и возможностей оптимизации управления ресурсами.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Экономическая информатика: Учебник / Под ред. В.П. Косарева. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Финансы и статистика, 2004. — 592 с.
2. Ярыгина Н.А. Особенности экономического анализа деятельности вузов // Вектор науки ТГУ. Серия: Экономика и управление. 2012. № 1. С. 112-117.
3. Богданова А.В., Ярыгин А.Н. Эффективность диагностики и системы управления качеством образования в вузе с использованием информационных технологий // Вестник Самарского государственного технического университета. Серия: Психолого-педагогические науки. 2012. № 2. С. 24-31.
4. Денисова О.П. Оценка деятельности образова-

тельной организации на основе аналитического подхода // Вестник Бурятского государственного университета. 2012. № 1.1. С. 78-83.

5. Информационные технологии в образовании и науке: Материалы Международной научно-практической конференции «Информационные технологии в образовании и науке «ИТО-Самара – 2011». – Самара. М.: Самарский филиал МГПУ, МГПУ, 2011. - 494 с.

6. Денисова О.П. Компетентностный подход как механизм обеспечения качества подготовки к аккредитации учреждений высшего профессионального образования // Вектор науки ТГУ. Серия: Педагогика, психология. 2012. № 3. С. 66-70.

7. Богданова А.В. Причины появления и характерные особенности управления качеством в вузе // Вектор науки ТГУ. Серия: Педагогика, психология. 2012. № 4. С. 27-29.

8. Ярыгин А.Н. Особенности применения информационных технологий в аналитической деятельности внутришкольного управления // Вестник Бурятского государственного университета. 2012. № 1.1. С. 128-132.

9. Коростелев А.А. Технология обучения педагогических кадров аналитической деятельности: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата педагогических наук / Тольятти, 2003.

10. Коростелев А.А. Результативность разработки и применения программного обеспечения и информационных технологий в аналитической деятельности управления школой // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. 2007. № 3. С. 155-160.

11. Коростелев А.А. Аналитическая деятельность : планово-организационное содержание на основе ТАРРОС «Landrail» // Вестник Гуманитарного института ТГУ. 2012. № 2. С. 54-59.

12. Коростелев А.А. Аналитическая деятельность : выявление противоречий на основе ТАРРОС «Landrail» // Вектор науки ТГУ. Серия: Педагогика, психология. 2012. № 3. С. 123-127

13. Коростелев А.А. Аналитическая деятельность : целевое содержание на основе ТАРРОС «Landrail» // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. 2012. № 4. С. 388-395.

14. Богданова А.В., Ярыгин А.Н. Управление вузом как экономической системой в условиях внедрения информационных технологий // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2012. № 4. С. 173-175.

15. Дмитриев Д.А. Использование информационных технологий в управлении образовательным учреждением // Вектор науки ТГУ. Серия: Педагогика, психология. 2011. № 4. С. 87-90.

16. Богданова А.В. Экономические аспекты диагностики и управления качеством в информационно-коммуникативном пространстве вуза // Вектор науки ТГУ. Серия: Экономика и управление. 2012. № 3. С. 13-16.

17. Коростелев А.А., Ярыгин А.Н. Экономическая эффективность аналитической деятельности и управления образовательным учреждением. Москва, 2007.

18. Богданова А.В., Ярыгин А.Н. Анализ использования информационных и коммуникационных технологий студентами гуманитарных направлений подготовки // Вектор науки ТГУ. 2012. № 4. С. 351-356.

19. Коростелев А.А. Модели осуществления анализа результатов работы школы и уровни результативности аналитической деятельности управления // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. 2006. № 2. С. 56-59.

INFORMATION MANAGEMENT AS AN IMPORTANT CATEGORY OF UNIVERSITY MANAGEMENT

© 2013

A.V. Bogdanova, candidate of pedagogical sciences, the chief of department of quality management and optimisation of business processes
Togliatti State University, Togliatti (Russia)

Annotation: Information management in the modern University becomes not a whim, but a requirement of time. The internal information and communicative space of the University is a complicated system, influencing all of its internal processes. Information management is an essential throughout the University administration. Effective information management allows not only to optimize the flow of information in the institution, but also improve the quality of the functioning of all processes and the institution as a whole.

Keywords: information management, information logistics, information, information integration, information and communicative space, the management of the University.

УДК 372.881.1

МЕТОДИКА ОТБОРА И ФОРМИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ КЛАСТЕРОВ

© 2013

М.М. Гакашев, ассистент, аспирант

Пермский национальный исследовательский политехнический университет, Пермь (Россия)

Аннотация: В статье проводится анализ комплекса методов, которые используются при формировании промышленных кластеров: аналитический метод, метод индикативного планирования конкурентоспособности, метод моделирования и др. Выявляются недостатки и преимущества каждого из методов, дается оценка экономической эффективности формирования промышленных кластеров.

Ключевые слова: промышленные кластеры, технология формирования кластеров, аналитический метод, метод моделирования, планирование конкурентоспособности.

На сегодняшний день, основной задачей развития нашей страны является обеспечение высоких темпов роста валового внутреннего продукта, дальнейший рост эффективности производства на основе внедрения инновационных технологий и достижение высокого уровня и качества жизни населения страны [4-5]. Поэтому для России, как и для других стран мира, возникает необходимость активизации действующих и поиска новых источников и факторов положительной динамики экономического развития.

Бурное развитие технологий производства, техники и оборудования привело к тому, что передача информации, движение финансовых потоков стали практически мгновенными, а транспортировка людей и грузов – де-

шевой и быстрой. В связи с этими важнейшими факторами достижения и удержания конкурентного превосходства становятся не только инновации, высокое образование сотрудников, но и качественные взаимосвязи между предприятиями, что обеспечивает условия для создания сетевых структур – кластеров [9].

Промышленный кластер - термин уже распространенный [1]. Понятие «кластер» было введено в экономическую теорию Майклом Портером: «кластер – это сконцентрированные по географическому принципу группы взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков, поставщиков услуг, фирм в соответствующих отраслях, а также связанных с их деятельностью организаций в определенных областях, кон-

курующих, но вместе с тем и ведущих совместную работу» [11]. Эти предприятия образуют производственные цепи, ориентированные на конкретный продукт. Объединение происходит, как правило, вокруг крупного базового предприятия. Другими словами, в сферу промышленного производства вовлекаются именно предприятия малого и среднего бизнеса. Крупные компании, имеющие опыт работы в той или иной отрасли, должны пустить их в свой бизнес, разумеется, на конкурсной основе. Основные характерные черты промышленных кластеров представлены на рис.1.

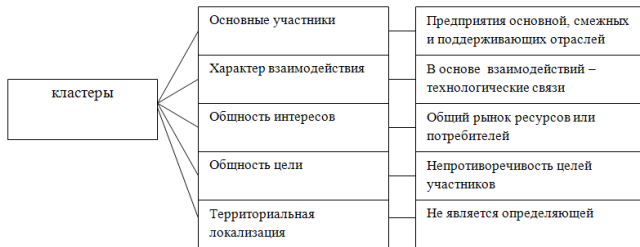


Рис.1. Характерные черты промышленных кластеров

Таким образом, промышленный кластер - это интегрированная структура, которая состоит из взаимосвязанных, юридически независимых предприятий и поддерживающих институтов основной и смежных отраслей, имеющих технологические или иные взаимосвязи и ориентированных на общий рынок ресурсов или потребителей, объединенных инновационной программой, у которых отсутствует контроль над собственностью других участников кластера, но сохраняется контроль над их управлением [13].

Существуют различные подходы к классификации кластеров, при этом используется достаточно широкий ряд признаков, по которым предприятия объединяются в однородные группы (кластеры). Наиболее часто кластеры предприятий классифицируют по таким параметрам, как: географическое положение, наличие капитала, близость поставщиков, состояние конкурентоспособности, доступ к специализированным услугам, развитие трудового потенциала, наличие специализированных учебных заведений и исследовательских организаций, отраслевая принадлежность и т.д. [9]. Влияние различных параметров на формирование кластера и его структуру показано на рис.2.



Рис. 2. Структура кластера

В научной литературе существуют различные подходы к принципам формирования кластеров. В настоящее время описаны 7 основных подходов, встречающихся на практике и представляющих собой комбинацию различных факторов, на которых, в свою очередь, базируется выбор той или иной кластерной стратегии. Кратко перечислим эти модели.

1. Географическая модель – предполагает построение различных по масштабам пространственных кластеров экономической активности от сугубо местных (например, садоводство в Нидерландах), до подлинно глобальных (аэрокосмический кластер).

2. Горизонтальная модель – применяется для описания тех случаев, когда несколько отраслей входят в более крупный кластер.

3. Вертикальная модель – в кластерах могут присутствовать предприятия смежных этапов производственного процесса. При этом важное значение имеет, кто именно из участников сети является инициатором и конечным исполнителем инноваций в рамках кластера.

4. Литеральная модель – в кластер объединяются разные секторы, которые могут обеспечить экономию за счет эффекта масштаба, что приводит к новым комбинациям (например, мультимедийный кластер).

5. Технологическая модель – описывает совокупность предприятий различных отраслей, пользующихся одной и той же технологией (например, биотехнологический кластер).

6. Фокусная модель – кластер фирм, сосредоточенных вокруг одного центра – предприятия, НИИ или учебного центра и являющихся потребителями знаний и инноваций [2; 14].

7. Качественная модель – характеризует в качественных категориях наличие и способы взаимодействия фирм в рамках кластера. Для нее существенным является не только то, действительно ли фирмы сотрудничают, но и то каким образом они это делают [1].

Кластеры могут варьироваться по своим размерам, широте охвата, уровню развития, в зависимости от отраслей. Природа отраслей позволяет изменять границы кластеров вследствие появления новых отраслей или фирм, а также в результате развития, либо изменения условий осуществления бизнеса. Следует отметить, что кластеры встречаются в рамках, как развитых стран, так и развивающихся. Отличием будет являться наличие в более развитых промышленных кластерах специализированных баз поставщиков, наиболее разветвленный массив связанных отраслей, более глубокие связи с потребителями [13].

В настоящее время при формировании промышленных кластеров следует опираться на комплекс методов. Основные из них:

1. Аналитический метод: исследование данных о территории, ее природных, трудовых и финансовых ресурсах производительных сил;

2. Метод индикативного планирования конкурентоспособности: количественный и качественный анализы, существующей и определение перспективной конкурентоспособности;

3. Метод моделирования: исследование объектов кластера с помощью построения и изучения моделей реально существующих организаций, процессов или явлений;

4. Метод «затраты-выпуск»: исследование циркуляции товаров и услуг между отраслями промышленности и другими секторами экономики [13].

На практике формирования промышленных кластеров данные методы используются в совокупности, так как взятые по отдельности они не отображают объективной экономической ситуации. Аналитический метод отображает ситуацию на рынке в конкретный момент времени (данные о предприятиях, их производительности, численности занятых и др.). Метод индикативного планирования заключается в определении экономических приоритетов. Индикативный план имеет рекомендательный характер. Главные достоинства индикативного планирования – снижение неопределенности при принятии решений. Метод моделирования – это метод, позволяющий строить модели, описывающие процессы так, как они проходили бы в действительности. Данный метод позволяет избежать каких-либо ошибок в будущем. Метод «затраты-выпуск» исследует данные о циркуляции товаров на основе комплекса экономических показателей (производственная мощность, рост производительности труда, объем выпуска продукции и др.).

Также практикой выделяется несколько этапов создания и управления кластерами [12; 15].

1 этап: идентификация кластеров (методика их отбора). Можно выделить множество парных категорий

для характеристики процесса и техник идентификации кластеров, однако большинство из них исходят из двух основных подходов. В первом, который можно назвать «снизу», кластеры идентифицируются на конкретно выбранной территории, исходя из присутствия заранее известных предприятий и отраслей-лидеров. Второй подход использует методику, условно называемую «сверху», где ищутся пространственные локализации производства, ориентированные на специфические виды экономической деятельности. Подходы к идентификации кластеров «сверху», учитывая две неизменные характеристики кластеров – функциональную связанность и географическую близость, – традиционно подразделяются на 2 типа [13]:

1) функциональные, ориентированные на выявление промышленных кластеров;

2) пространственные, ориентированные на выявление географических кластеров.

2 этап: Управление существующими кластерами.

3 этап: Оценка экономического эффекта от создания кластера.

Говоря о втором этапе, следует отметить, что центром кластера чаще всего бывают одна или несколько независимых мощных компаний (сейчас идет тенденция в сторону создания независимой компании, которая координировала бы деятельность всех остальных компаний) между которыми сохраняются конкурентные отношения. Это существенно отличает кластер от картеля или финансово-промышленной группы. Кластер предоставляет исключительно благоприятные условия для развития специализированных производств, в том числе вспомогательного, обслуживающего и поддерживающего характера. Лидирующие на мировом рынке крупные компании и фирмы нуждаются в большом количестве приспособленного к их технологиям смежных производств, оборудования, материалов и т.п., что создает емкий рынок для небольших фирм, в том числе с инновационной направленностью, которые в будущем и становятся генераторами конкурентных преимуществ [3; 6]. Кластер дает работу множеству мелких фирм - поставщиков простых комплектующих, соединяя в себе только лучшие предприятия, обладающие международной конкурентоспособностью. В основе процесса образования кластера лежит обмен информацией о потребностях в технике, технологиях и услугах между производителями, поставщиками, покупателями и родственными отраслями [1].

Достоинствами такой системы управления является эффект масштаба производства, основой которого служит наличие в лице одной из фирм кластера ядра инновационной активности. Вторым положительным эффектом, характерным для кластеров, выступает эффект охвата. В общем случае он возникает при существовании фактора производства, который может быть использован одновременно для получения нескольких видов продукции. В последнее время таким фактором все чаще становятся знания, информация и их носители – люди, кадры [10]. При группировке фирм в кластер эффект охвата значительно усиливается, поскольку возникает возможность использовать такой многофункциональный фактор на самых разнообразных предприятиях при минимальных трансакционных издержках, связанных с его передачей.

Однако, исследователи и практики выделяют ряд недостатков кластерной формы организации производства и бизнеса.

1. В результате усиления конкуренции с зарубежными производителями возрастает эластичность спроса на рабочую силу в кластерах, что может привести к стагнации зарплат или к повышению в них уровня безработицы.

2. Необходимо учитывать такие побочные явления, как возможность эффекта блокировки компаний, т.е. не исключено, что одиночные компании будут более кон-

курентоспособными по сравнению с кластерными.

3. Уязвимость. Специализация может вызвать уязвимость региона. Технологическая прерывистость может подорвать определенные преимущества кластера.

4. Эффект замкнутости. Чрезмерная уверенность относительно локальных контактов и «молчаливого» знания, в комбинации с пренебрежением внешними связями и недостатком предвидения, может объяснить эффект замкнутости, обусловленный преобладанием устоявшихся практик. Поэтому в настоящее время все больше фирм используют практику открытых инноваций [8].

5. Уменьшение конкурентных давлений. Кооперация может вызвать сокращение конкурентных давлений и, следовательно, движущих сил инновации.

6. Синдром самодостаточности. Привыкая к прошлым успехам, кластер может быть не в состоянии распознать изменяющиеся тенденции.

Синдром самодостаточности, на мой взгляд, является острой проблемой кластеризации. Кластеры, будучи формой повышения конкурентоспособности, подразумевают в большинстве случаев крупную научную деятельность, создание новых технологий, инновационность в целом. Синдром самодостаточности, может затормозить, если совсем не остановить, научную и исследовательскую деятельность в кластере, а это, в свою очередь, есть торможение технического прогресса. Уменьшение конкурентных давлений как недостаток кластера, по моему мнению, тесно связан с синдромом самодостаточности кластера.

Что касается третьего этапа, то экономическая эффективность от функционирования кластера на территории региона проявляется, прежде всего, в следующем:

- увеличивается количество налогоплательщиков и налогооблагаемая база;

- появляются предпосылки для экономического роста региона.

Для самих предприятий, входящих в кластер, экономическая эффективность проявляется в том, что:

- появляется потенциал инновационного роста, развивается инфраструктура для исследований и разработок;

- появляются возможности для более успешного выхода на международные рынки;

- повышается производительность предприятий.

Что касается состояния российской экономики и перспектив ее развития, то создание кластеров исключительно важно для преодоления структурной стагнации и перевода экономики на инновационный путь развития как в масштабах страны в целом, так и на уровне отдельных регионов и отраслей экономики [7]. Это требует постоянных контактов участников инновационного процесса, позволяющих корректировать научные исследования, опытно-конструкторские разработки и производственный процесс, а также учета региональных возможностей для создания кластеров на определенных территориях [4].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ефимычев Ю.И., Захаров И.В. Промышленные кластеры и экономический рост // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Экономика и финансы, 2008, № 1.

2. Кузнецова Т.А., Ташкинов А.А., Черкасов В.Д. Исследовательский университет как центр инновационной деятельности. // Регионология. 2011. Т. 75. № 2. С. 122-134.

3. Мингалева Ж.А. Организационные аспекты активизации инвестиционной деятельности промышленных предприятий в условиях структурных преобразований. // Организатор производства. 2003. Т.19. № 4. С.36-40.

4. Мингалева Ж.А., Гершанок Г.А. Устойчивое развитие региона: инновации, экономическая безопасность, конкурентоспособность. // Экономика региона. 2012. № 3. С. 68-77.

5. Мингалева Ж.А. Политика структурной модернизации экономики. // Журнал экономической теории. 2012. № 2. С.109.
6. Мингалева Ж.А. Современные стратегии фирм. // Экономика и производство. 2002. № 4. С.13.
7. Мингалева Ж.А. Теоретико-методологические подходы к анализу динамики отраслевой структуры экономики. // Журнал экономической теории. 2011. № 4. С.126-136.
8. Мингалева Ж.А. Формирование эффективных бизнес-моделей открытых инноваций на примере Apple, Nintendo и Nokia. // Инновации. 2010. № 7. С.18-20.
9. Мингалева Ж., Ткачева С. Кластеры и формирование структуры региона // Мировая экономика и международные отношения. 2000. № 5.
10. Петров В.Ю., Матушкин Н.Н., Ташкинов А.А., Кузнецова Т.А., Черкасов В.Д., Пахомов С.И. Эффективность интеграции образования и науки как основа повышения качества подготовки кадров высшей квалификации. // Регионология. 2006. № 3. С. 152-161.
11. Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран. Пер. с англ. М., 1993. 896 с.
12. Пяткин С.Ф., Быкова Т.П. Развитие кластеров: сущность, актуальные подходы, зарубежный опыт. – М.: «Тесей», 2008. 72 с.
13. Рыбак М, Михайлова О. Промышленный кластер: новое слово в экономике создает другую структуру малого бизнеса // Журнал «Капиталист», 2005, № 8.
14. Ташкинов А.А., Шевелев Н.А., Данилов А.Н., Столбов В.Ю. Стратегическое партнерство вузов и бизнес-сообщества. // Университетское управление: практика и анализ. 2011. № 6. С.44-52.
15. Хикматов Р.И., Гараев А.А. Международный опыт развития кластеров // Актуальные проблемы экономики и права. 2009. № 1. С. 125-136.

Работа выполнена при финансовой поддержке гранта РГНФ № 11-32-00207a1

TECHNIQUE OF SELECTION AND FORMATION OF ECONOMIC INDUSTRIAL CLUSTERS

© 2013

*M.M. Gakashev, assistant, post-graduate student
Perm National Research Polytechnic University, Perm (Russia)*

Annotation: In article the analysis of a complex of methods which are used when forming industrial clusters is carried out: analytical method, method of indicative planning of competitiveness, modeling method, etc. Shortcomings and advantages of each of methods come to light, the assessment of economic efficiency of formation of industrial clusters is given.

Keywords: industrial cluster, technology of formation of a cluster, analytical method, modeling method, competitiveness planning.

УДК 378

КОНЦЕПЦИЯ, СИСТЕМЫ КАЧЕСТВА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТА ПИЩЕВЫХ ПРОИЗВОДСТВ

© 2013

*М.И. Гаврилова, старший преподаватель
Тольяттинский филиал Московского государственного университета пищевых производств,
Тольятти (Россия)*

Аннотация: Статья посвящена качеству высшего образования в России, становления важнейших факторов не только экономического и социального развития, но и факторов экономическо - политической самостоятельности страны.

Ключевые слова: качество, концепция, образовательный процесс.

Получение хорошего высшего образования имеет определяющее значение для успешного развития практически любой страны. Меняющиеся технологии на рубеже веков, опираются на высочайший уровень интеллектуальных ресурсов и связываются с геополитической конкуренцией ведущих стран мира за такие ресурсы, которые становятся важнейшими факторами, определяющими не только экономику, но и политику нового века.

Так, дефицит специалистов в области пищевых производств в экономике России в настоящее время составляет более миллиона человек, и по прогнозам, будет возрастать. Такой уровень интеллектуального потенциала страны, определяется качеством высшего образования в стране, становясь важным фактором не только экономического и социального развития, но и фактором экономической и политической самостоятельности страны, фактором ее выживания. По мнению специалистов, такая глобальная проблема не может решаться на уровне отдельного высшего учебного заведения, она будет требовать целенаправленного и скоординированного усилия государства, общества, Высшей школы. Данную ситуацию, нельзя назвать благополучной, но множество шагов предпринимается как на уровне Министерства образования России, так и на уровне вузов.

Достаточно успешно развиваются такие отраслевые программы, как “Индустрия образования”, “Качество и безопасность технологий, продукции, образовательных услуг и объектов”. При разработке концепции качества образования по нашему мнению необходимо дать ответы на следующие

вопросы: Что понимать под качеством подготовки специалиста пищевых производств?

Определенную роль играет система качества вуза в решении общей задачи повышения качества подготовки специалиста пищевых производств.

Под пониманием качества образования специалисты за основу берут современную концепцию качества продукции: “Качество - совокупность свойств и характеристик продукции или услуги, которые придают им способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности”. Структура потребления является более сложной особенностью образования.

Качественными потребителями результата образовательного процесса выступают, как сами студенты, так и их семьи, а также предприятия, на которых они работают, общество и государство в целом, которые эффективно (или неэффективно) используют их потенциал.

По мнению специалистов качество образования можно сформулировать следующим образом; совокупностью свойств и характеристик образовательных процессов, которые придают им способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности в знаниях и навыках отдельных граждан, а также организаций, предприятий, общества и государства”.

Основные свойства и характеристики образовательного процесса, мы представляем в виде диаграммы. Такой вид диаграмм качества предложен одним из ведущих в мире специалистов в области качества К. Ишикавой (К. Ishikawa) и в настоящее время является общепотребительным.



Рис. 1. Свойства образовательного процесса, определяющие его качество.

По нашему мнению для повышения качества образования, его необходимо в каждом ВУЗе планировать, обеспечивать и подтверждать. Планирование, обеспечение и подтверждение качества – это традиционные задачи построения систем качества, оговариваемые нормами международных стандартов. В соответствии с этими стандартами, под системой качества Университета понимается часть его системы управления, охватывающая наиболее важные функции.

Концепция построения системы качества ТФ МГУПП. Основой концепции ТФ МГУПП в области системы качества являются следующие положения: Система качества может решить только те задачи, которые может решить эффективная система управления, но и одно из средств решения такой задачи, это повысить качество образования; систему качества, как корпоративную систему, успех внедрения которой напрямую зависит от вовлеченности всего коллектива сотрудников Университета в ее создание и внедрение; основная цель создания системы – повысить эффективность процесса Университета, как важнейшая задача является выбора критериев эффективности, их измерение и доведение.

Основным документом создаваемой системы качества ТФ МГУПП является документ стратегического планирования деятельности Вуза – концепция развития университета. Эта концепция системы качества ТФ МГУПП является многоуровневой и включает: верхний уровень – концепция развития университета в целом и концепция развития основного направления деятельности университета – образовательного, научного и производственного; средний уровень – концепция развития кафедры университета, создаваемая на основе документов верхнего уровня и конкретных целей и задач развития на уровне факультетов; нижний уровень – концепция развития подразделения университета – служб, отделов, конкретных целей и задач для дальнейшего развития кафедр. Важнейшим моментом подхода ТФ МГУПП является трансформация технологий, методов и разработок ТФ МГУПП в области обеспечения качества для пищевых предприятий в образовательную сферу. Таких как: методы стратегического планирования пищевого производства, технологий, анализа рынка;

методы проектирования пищевых производств; методы проектирования и анализа производственных процессов пищевых предприятий; методы информационных технологий современных пищевых производств.

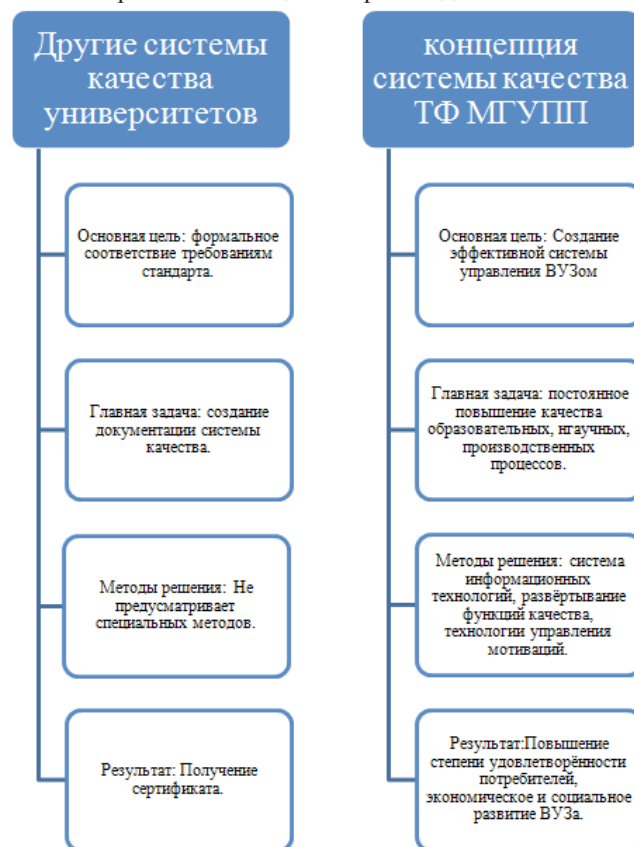


Рис. 2. Концепция создания системы качества ТФ МГУПП

Анализ полученных данных, позволяет сделать следующие выводы о том, что в качестве полноправных партнеров в сфере высшего образования студенты должны участвовать во всех аспектах деятельности по обеспечению качества обучения, интересоваться всеми ее уровнями. А определение компетенций как результатов обучения формирует во многом их дальнейшее профессиональное развитие, траектории карьерного роста.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Коростелев А.А., Пчельников А.А., Ярыгин А.Н. Моделирование системы профессиональной подготовки студентов к инновационной деятельности // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. 2007. № S3. С. 161-166.
2. Денисова О.П. Компетентностный подход как механизм обеспечения качества подготовки к аккредитации учреждений высшего профессионального образования // Вектор науки ТГУ. Серия: Педагогика, психология. 2012. № 3. С. 66-70..
3. Третьякова Е.М. Двухуровневое инженерное образование: требования к компетенциям и содержанию образования // Вектор науки ТГУ. 2012. № 1. С. 309-313.
4. Коростелев А.А., Пчельников А.А., Ярыгин А.Н. Моделирование инновационно-ориентированной учебно-исследовательской среды, обеспечивающей качество сформированности инновационной готовности будущих специалистов // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. 2006. № S2. С. 44-47.
5. Денисова О.П. Основные цели и задачи аккредитации образовательного учреждения // Вектор науки ТГУ. Серия: Педагогика, психология. 2012. № 1. С. 118-121.
6. Коростелев А.А. Повышение результативности целеполагания в управленческой деятельности ру-

ководителей школ на основе стратиграфии образовательных целей // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. 2006. № S2. С. 26-30.

7. Коростелев А.А. Аналитическая деятельность : целевое содержание на основе ТАРРОС «Landrail» // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. 2012. № 4. С. 388-395.

8. Ярыгин А.Н. Управление качеством подготовки будущих специалистов // Вектор науки ТГУ. 2011. № 4. С. 504-510.

9. Коростелев А.А., Обдирщиков Н.Н. Уровни и качество аналитической деятельности управления на

основе технологии анализа результатов работы образовательной системы (ТАРРОС) // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. 2006. № S2. С. 22-25.

10. Ярыгина Н.А. Обеспечение непрерывного профессионального образования с сокращением срока обучения // Вектор науки ТГУ. Серия: Педагогика, психология. 2012. № 3. С. 268-270.

11. Богданова А.В. Причины появления и характерные особенности управления качеством в вузе // Вектор науки ТГУ. Серия: Педагогика, психология. 2012. № 4. С. 27-29.

CONCEPT OF QUALITY SPECIALIST TRAINING FOOD PRODUCTION

© 2012

M.I. Gavrilova, senior lecturer
Togliatti branch of Moscow State University Food Production, Togliatti (Russia)

Annotation: The article is devoted to the quality of higher education in Russia, becoming an important factor not only for economic and social development, but also a factor of economic and political independence of the country.

Keywords: quality, concept, the learning process.

УДК 372.881.1

ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ И ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ КЛАСТЕРОВ

© 2013

М.М. Гакашев, ассистент, аспирант
Пермский национальный исследовательский политехнический университет, Пермь (Россия)

Аннотация: В статье рассматриваются проблемы создания промышленных кластеров и оценки их функционирования, какие именно эффекты будут измеряться для данного кластера в системе оценки. Выявляются критерии оценки функционирования кластера, которые делают его не только конкурентоспособным, но и устойчивым во времени.

Ключевые слова: кластерная модель, конкурентоспособность, кластерная политика.

Развитие территориальных производственных кластеров является одним из факторов повышения конкурентоспособности национальной экономики. Интерес к кластерной теории во многих странах мира объясняется способностью кластеров повысить производительность труда и тем самым обеспечить конкурентоспособность страны на мировом уровне.

Для России в условиях усиления международной конкуренции наиболее острой становится проблема перехода на инновационный тип развития экономики. Экономический рост, поддерживаемый за счет экспорта сырьевых ресурсов, не создает стратегический фундамент развития экономики, что может при вести к её полному разрушению. Необходимость перехода на новую модель экономики отражена в Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 г., в которой одним из направлений преобразований является создание сети территориально-производственных кластеров, способствующих повышению конкурентного потенциала территории.

Целью данной статьи являются исследование и оценка на основе системы показателей эффективности функционирования промышленных кластеров региона. Необходимость такой оценки вызвана наличием непосредственной связи между эффективностью реализации региональной политики и эффективностью деятельности самих кластеров [1; 2, с. 65-71; 3, с.68-77; 6].

М.Портер является основоположником теории кластерного развития, работы которого посвящены проблемам взаимосвязи конкуренции и кластерной модели в экономике. Он обратил внимание на то, что наиболее конкурентоспособные в международных масштабах фирмы одной отрасли обычно не просто разбросаны по разным развитым государствам, а имеют свойство концентрироваться в одной и той же стране. И это не случайно. Достигая конкурентоспособности на мировом рынке, одна или несколько фирм распространяют свое влияние на ближайшее окружение: поставщиков, потребителей и конкурентов. Успехи окружения оказывают компании.

В результате формируется кластер — сообщество фирм, тесно связанных отраслей, взаимно способствующих росту конкурентоспособности друг друга [7].

В общем, для экономики государства кластеры выполняют роль точек роста внутреннего рынка и формирования базы международной экспансии [4]. Когда формируется кластер, все производства начинают в нем оказывать друг другу поддержку. По всем направлениям связей распространяется выгода. Происходит свободный обмен информацией и быстрое распространение новшеств по каналам поставщиков или потребителей, имеющих контакты с многочисленными конкурентами.

Передачей по технологическим цепочкам товаров с высокой потребительной ценностью, а также иных преимуществ высокой конкурентоспособности от фирмы — родоначальницы кластера к предприятиям-смежникам объясняется возникновение кластеров.

Методика определения кластера, согласно М. Портеру [8], состоит из трех стадий:

1) устанавливается состав кластера: сначала определяется его ядро — крупная фирма или группа сходных фирм, от которых по вертикали строятся технологические цепочки взаимосвязанных с ними ниже- и выше-стоящих предприятий; затем по горизонтали по отношению к ядру определяются производства, проходящие через общие каналы или создающие побочные продукты и услуги; дополнительные горизонтальные цепочки устанавливаются на базе использования общих факторов производства, технологий и общих поставок; опыт показывает, что определение границ кластера является одной из наиболее сложных задач и всегда отражает цели и концептуальный подход данного исследователя;

2) выделяются групповые образования внутри кластера, в особенности организации, обеспечивающие для него специализированные навыки, технологии, инфраструктуру, капитал и инфраструктуру — все то, что является основой получения конкурентных преимуществ;

3) определяются правительственные и иные законодательные структуры, влияющие на поведение участни-

ков кластера (формирующие правила, нормы, стимулы, от которых зависит характер и интенсивность местной конкуренции).

Принципиальное отличие кластеров от других гибридных форм координации: в результате того, что люди живут и работают в одной местности, возникают постоянно повторяющиеся неофициальные контакты (взаимо-

стера.

Основные проблемы, связанные с оценкой результативности экономической политики, основанной на изменениях в коллективном и системном поведении, представляют собой последовательность (см. табл. 1), которая соответствует этапам проведения оценки и «продуктам», возникающим на каждом из этапов.

Таблица 1

Проблемы оценки кластерной политики

Этапы политики	Проблемы этапа	
Цели политики	Определение кластеров	
Продукты политики	Измерение деятельности кластеров по образованию сети	
Результаты политики (микро)	Влияние сетевых образований на деятельность отдельной фирмы	
Результаты политики (макро)	Влияние работы кластера на экономическое развитие региона	Сопоставление результатов работы различных кластеров

действия), которые стимулируют установление доверия, эффективных коммуникаций, снижают транзакционные издержки. Кластер — это одна из форм промышленных сетей, обеспечивающая повышение частоты и силы взаимодействия предприятий, в результате возникает дополнительный «общественный капитал», облегчающий доступ к ресурсам. Иначе говоря, сущность кластера — это развитие эффективных коммуникаций.

Формирования кластерных структур показало, что в результате развития этих структур обозначились особенности, являющиеся преимущественно, чертами сетевых производственных структур: присутствие самоорганизующегося начала, установление прочных и гибких взаимосвязей, специализация производственной деятельности, осуществление производственных процессов на основе аутсорсингового взаимодействия, присутствие общего экономического интереса и цели, формирование корпоративной культуры.

Рассматривая промышленный кластер как современную форму интеграции хозяйствующих субъектов, важно подчеркнуть, что именно сетевое управление хозяйственной деятельностью предприятий внутри кластера, являясь его эндогенным свойством как экономической системы, обеспечивает синергетический эффект и устойчивость во внешней среде. Сетевая форма управления хозяйственной деятельностью заключается в выстраивании прямых связей между всеми участниками совместной деятельности, а создание подобных связей в свою очередь требует либо компактного географического расположения участников, либо больших затрат ресурсов и времени на организацию информационных каналов и обеспечение взаимопонимания участников.

В этой связи кластер является моделью осуществления и координации совместной хозяйственной деятельности, основанной на прямых равноправных связях, сконцентрированных на компактной территории промышленных предприятий и организаций. Такой вариант сетевой координации получил название «networks of place», т.е. проекция производственных сетей на территорию.

Критерии оценки эффективности региональной промышленной политики по развитию кластеров. Наиболее общий критерий — это динамика инвестиций (темпы роста).

Региональную промышленную политику также следует считать успешной, если в регионе:

- появляются специализированные поставщики;
- накапливается информация;
- налаживается специальная (под нужды кластера) подготовка кадров и разворачиваются соответствующие научные исследования;
- развивается инфраструктура;
- разрабатываются новые законодательные нормы, появляются новые предприятия, а деятельность существующих предприятий все чаще выходит за рамки кла-

Важно разрабатывать особые методы оценки для каждого вида конкурентных преимуществ, будь то особый уровень квалификации, технологическая инфраструктура, необходимая для инновационной способности кластера, или система бизнес-поддержки, позволяющая новым фирмам присоединиться к кластеру. Примеры вариантов оценки этих преимуществ приведены в табл. 2.

Таблица 2

Примеры оценки конкурентных преимуществ в рамках кластера

Конкурентное преимущество	Способ измерения
Уровень квалификации	Исследования уровня квалификации в рамках кластера Учёт потребности в навыках и умениях Исследования возможностей местных структур по удовлетворению потребностей в навыках и умениях
Технологическое развитие	Международная репутация специализированных исследований в рамках кластера Степень, в которой предприятия, входящие в кластер, могут проводить научные исследования Коммерциализация научных исследований в университетах
Система поддержки создания новых фирм	Исследования по измерению доступности венчурного капитала для образования новых фирм Исследование по оценке доступности (стоимости) производственных фондов Обзор институциональной поддержки (или поддержки в рамках экономической политики) кластерного развития и отношения к бизнесу

Следует также дать решение проблемы определения того, какие именно эффекты будут измеряться для данного кластера в системе оценки. Успешные кластеры являются не только конкурентоспособными (главным образом, хотя это и не обязательно, на международном уровне), но и устойчивыми. Устойчивость достаточно сложна для оценки в краткосрочном периоде, в течение которого и производится оценка экономической политики. Изменения в конкурентоспособности — по крайней мере, для кластеров — в большей степени поддаются измерению. Такие конкурентоспособные кластеры обладают следующими признаками [6]:

- устойчивая (лидирующая) позиция на рынке, так как конкурентоспособность кластера безусловно зависит как от его доли на внешних рынках, так и от роста этой доли;
- технологическое превосходство в отрасли и способность к инновациям, так как способность к проведению научно-технических разработок и умение обратить технологическое превосходство в успешно реализуемую

Варианты оценки различных аспектов конкурентоспособности кластеров

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

продукцию характерно для всех успешных кластеров (даже для отраслей, находящихся в фазе зрелости или спада, где темпы технологических изменений ограничены);

- *способность к самообновлению*, так как кластеры должны осуществлять деятельность по самоподдержке и самоуправлению.

Процесс оценки конкурентоспособности кластера упрощает разбиение на эти элементы. Варианты оценки выделенных трёх элементов показаны в табл. 3. Например, позиция на рынке может быть оценена с помощью развития экспорта, технологическое лидерство — посредством признания опыта, накопленного в рамках кластера, а способность кластера к самообновлению — через изменение состава кластера и его значимости для экономики региона.

Исследователям будут доступны далеко не все данные, необходимые для всеобъемлющего изучения того, каким образом изменения в кластерообразующей деятельности привели к изменениям в важнейших компонентах кластера, как и при оценке деятельности отдельных фирм. С точки зрения разработчиков политики, важнее всего то, что появляется возможность установить, что рост кластера определённо связан с изменениями в образовании кластеров, вызванных экономической политикой. И в этом случае такие выводы можно получить лишь на протяжении длительного периода времени. Например, такой период времени потребуется, чтобы увидеть, приводит ли тот или иной аспект образования кластера, сформировавшийся под воздействием политики к изменениям в конкурентоспособности кластеров.

Следует выделить, что важность оценки состоит не только в измерении прямого результата кластерной политики, но и в её роли как катализатора глубинных экономических изменений.

APPROACHES TO FORMATION AND THE ASSESSMENT OF EFFICIENCY OF ECONOMIC CLUSTERS

© 2013

M.M. Gakashev, assistant, post-graduate student
Perm National Research Polytechnic University, Perm (Russia)

Annotation: In article problems of creation of industrial clusters and an assessment of their functioning are considered, which effects will be measured for this cluster in assessment system. Criteria of an assessment of functioning of a cluster which do it not only competitive, but also steady in time come to light.

Keywords: cluster model, competitiveness, cluster policy.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Маркушина Е.В. Кластеры и кластерные стратегии в развитии экономики региона. // Проблемы современной экономики. 2010. № 2 (34).
2. Мингалева Ж.А. Особенности региональных моделей развития в условиях структурной трансформации экономики. // Вестник Оренбургского государственного университета. 2004. № 4. С. 65-71.
3. Мингалева Ж.А., Гершанок Г.А. Устойчивое развитие региона: инновации, экономическая безопасность, конкурентоспособность. // Экономика региона. 2012. № 3. С. 68-77.
4. Мингалева Ж., Ткачева С. Кластеры и формирование структуры региона // Мировая экономика и международные отношения. 2000. № 5.
5. Мингалева Ж.А., Ткачева С.В. Экономический рост в регионах: пригоден ли мировой опыт для России? // ЭКО. 2000. № 3. С. 131.
6. Михеев А.А. Развитие кластеров в региональных экономических системах: преимущества, проблемы, пути поддержки. // Проблемы современной экономики. 2008. № 3 (27).
7. Мокрецова Е.С., Инновационный кластер как инструмент антикризисного управления. // Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Инновационные технологии и управление бизнес-кризисами». – М., 2011.
8. Портер М., Кетелс К. и др. Конкурентоспособность на распутье: направления развития российской экономики. Научный отчёт, выполненный по заказу московского ЦСР. – М., 2009.

Работа выполнена при финансовой поддержке гранта РГНФ № 11-32-00207a1

Аннотация: В статье рассмотрены актуальные вопросы информатизации высших учебных заведений. Перечислены и обоснованы проблемы, цели, принципы и особенности информатизации в области высшего образования.

Ключевые слова: информатизация, информационно-коммуникативное пространство, информационные технологии.

Постоянное развитие и совершенствование информационных технологий накладывает серьезные обязательства на все области жизни современного общества, в том числе и на институт высшего образования. Информатизация, как обучения, так и вспомогательных процессов в вузе, становится не просто данью моде, но необходимою. Основными мероприятиями в этой области являются построение эффективной внутренней инфраструктуры, в основе которой лежит единое информационно-коммуникативное пространство (ИКП) вуза, унификация механизмов работы с данным и документацией, оптимизация управления информационными потоками, обязательное подчинение всех нововведений миссии, политике и стратегии развития вуза.

Сегодня ИКП вуза становится не просто средой обеспечения доступа к той или иной информации, а основополагающим компонентом всей системы управления и администрирования. Оно представляет собой совокупность систем, процессов и сервисов, без которых невозможно обеспечить корректную организацию как управления, так и обучения.

При информатизации вуза важно учитывать, что все его процессы носят двойственный характер: с одной стороны – организационный, с другой стороны – образовательный. Внедрение систем автоматизации деятельности вуза должно обеспечивать решение расширенного спектра задач по сравнению с автоматизацией, например, процессов производственного предприятия или торговой организации: от процедур управления информацией на административном уровне информации и поддержки изменений в организационной структуре до отслеживания успеваемости студентов и подготовки учебных материалов. В этом случае достигается действительно видимый результат от информатизации, а не простое упрощение отдельных операций. При этом основной опасностью является то, что от успешности внедрения проекта автоматизации напрямую зависит эффективность работы всего вуза [1]. В связи с этим в процессе информатизации в вузе должны взвешенно планироваться финансовые, технические, кадровые ресурсы.

Сегодня состояние проектов информатизации во многих вузах таково, что при наличии нескольких отдельных действующих информационных систем и общей видимости автоматизации большинства процессов персонал страдает от недостатка информации, ее некорректного представления, невозможности использования отдельных сервисов по указанному назначению. Часто работники вообще не знают, какие информационные системы им доступны, какие действия они позволяют выполнять, как воспользоваться предоставленными инструментами информационных и коммуникационных технологий. Это говорит о несогласованности ИКП вуза, отсутствии эффективной поддержки пользователей, устаревшей информационно-технической инфраструктуре.

Если у преподавателей отсутствует возможность публикации учебных или организационных материалов, это может сделать их труднодоступными целевой аудитории. Пока что имеет место явный дефицит качественных электронных учебных материалов, поэтому

так важно иметь возможность предоставить студентам те, что есть в наличии.

Столь же важна информационно-аналитическая поддержка основных задач, решаемых административно-управленческим персоналом. Многие данные вводятся параллельно и дублируются, при этом получить какие-либо сводные отчеты по нескольким процессам разных служб оказывается практически невозможно [2-6]. Это говорит о необходимости сделать следующий шаг в информатизации – создать действительно единую корпоративную базу данных с возможностью дифференцированного доступа на основе ИКП вуза.

Под информатизацией в вузе обычно понимается комплекс мер информационно-технологического характера, направленных на улучшение его деятельности как системы [7]. При этом на систему необходимо воздействовать в целом. Нельзя производить изменения исключительно в организационной структуре, не предполагая, что они затронут учебный процесс, не прогнозируя результаты данного воздействия. Эффект от грамотно проводимой информатизации, информационной политики в вузе – заметное улучшение управляемости внутренними процессами. Такой результат может быть достигнут, если пользователи своевременно получают доступ к необходимой, актуальной, полной, корректной и непротиворечивой информации согласно своим правам, при этом информационные технологии так вплетены в ИКП и бизнес-процессы вуза, что без них невозможно осуществлять деятельность внутри него. Это приводит к тому, что работа всех служб активизируется и улучшается ее качество, как и качество обучения студентов, оправдывая и окупая инвестиции в формирование ИКП с использованием современных дорогостоящих технологий. Вступление нашей страны в ВТО связано с интеграцией российской образовательной системы в мировое сообщество, необходимостью выполнения ряда требований к образовательным учреждениям и ресурсам. Одно из них – готовность вуза и его работников к изменениям на рынке образовательных услуг. Основные внешние факторы, которые оказывают влияние на стратегию вуза в области информатизации – это: демографические тенденции; глобализация системы образования; молодежная политика региона и страны в целом; проводимые и планируемые государственные реформы образования; эволюция средств информационных и коммуникационных технологий. Вузское ИКП и организация применения современных технологий в вузе должны отталкиваться от этих факторов или адаптироваться к внешней среде, учитывая их. Отмечено, что важнейшим вопросом последних лет является вопрос «как и чему учить студентов, чтобы обеспечить им максимальную адаптацию к современному информационному обществу?» Вместе с тем отсутствуют четкие единообразные понятия, описывающие это общество, а законодатели и участники рынка труда не всегда могут комплексно описать требования в части компетенций, которые возможно будут необходимы сегодняшним студентам в будущем. При этом в центре образования находится студент, что обуславливает необходимость формирования ИКП вуза вокруг его потребностей, организации учебного процесса в котором педагог хоть и остается ключевой фигурой,

но не замыкает на себе все элементы. Актуальной становится способность преподавателя научить учиться, думать, решать проблемы, готовить студентов к будущей профессиональной деятельности. Особенности процесса информатизации в высшем учебном заведении диктуются рядом внешних факторов (рис. 1).



Рис. 1. Факторы, оказывающие влияние на информатизацию в вузе

В большинстве вузов сегодня утверждаются стратегии развития, включающие обязательный раздел об информатизации основных и вспомогательных процессов. Кроме того, стратегия развития в большой степени определяет изменения в ИКП и инфраструктуре вуза, используемых информационных технологиях. Несмотря на различные акценты в обобщенных целях вуза и стратегии его информатизации, последняя напрямую подчинена и следует из целей, приоритетов, методов и организации деятельности вуза, причем на их основании определяется эффективность всех процессов. По сути, стратегия информатизации вуза отличается от стратегии его развития только областью методического применения и является прямым ее продолжением. Внедрение в вузе современных информационных технологий и проектов не ограничивается только технологическими изменениями, а влечет за собой обязательную перестройку всех сопутствующих бизнес-процессов. За счет грамотной информатизации вуза многие задачи могут быть выполнены гораздо оперативнее. Ярким примером является предоставление отчетности о деятельности вуза – в современных решениях на базе информационных технологий любой стандартный вид отчета может быть собран «одним нажатием кнопки».

Основные стратегические цели информатизации в вузе:

- повысить экономическую эффективность применения информационных и коммуникационных технологий в вузе, а также конкурентоспособность вуза за счет их применения;
- улучшить качество предоставляемых образовательных услуг и образовательные результаты;
- оптимизировать технологическую базу в административном управлении вуза и образовательном процессе;
- улучшить качество и повысить доступность информационных сервисов и ресурсов вуза;
- обеспечить безопасность применения информационных и коммуникационных технологий в вузе, в том числе в части защиты персональных данных в ИКП.

Достижение поставленных целей может быть обеспечено принципами информатизации в вузе:

- построение ИКП на основе интеграции ресурсов, технических решений и оптимизации бизнес-процессов;
- оптимизация инфраструктуры подразделений и схем их взаимодействия в рамках ИКП вуза;
- периодическая оценка и анализ эффективности применения используемых информационно-технологических решений;
- постоянное развитие информационно-технологической инфраструктуры;

- утверждение и исполнение регламента взаимодействия между подразделениями вуза и его информационно-технической службой в рамках ИКП и бизнес-процессов;

- определение финансирования проектов информатизации стратегией развития вуза;

- принятие и соблюдение политики безопасности и защиты в ИКП вуза.

Основные направления информатизации в вузе представлены на рис. 2.

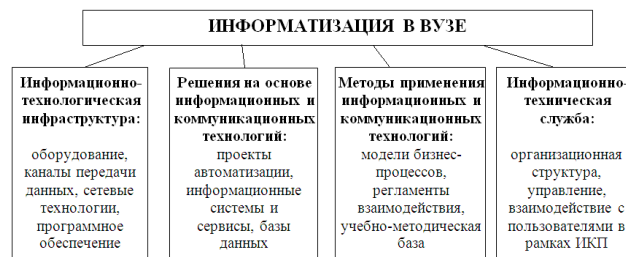


Рис. 2. Направления информатизации в вузе

Перечисленные направления вытекают из наиболее значимых типовых задач вуза, решение которых основано на применении информационных и коммуникационных технологий. Через решение задач информатизации, оптимальное построение ИКП можно достичь повышения эффективности деятельности вуза в целом. Все мероприятия, направленные на информатизацию, должны быть интегрированы в единый проект в рамках построения и поддержания ИКП вуза. Основой такого проекта является комплекс мероприятий по внедрению во все бизнес-процессы информационных и коммуникационных технологий, как совокупности решений на их основе, приемов, способов и методов их применения в механизмах работы с информацией [8].

Все проводимые в сфере информатизации мероприятия должны быть в первую очередь направлены на своевременное и эффективное внедрение проектов для успешного и эффективного развития вуза. Необходимо также принять тезис о том, что зачастую вуз не в состоянии своими силами решать задачи информатизации и обеспечивать эффективное внедрение проектов. Обычно этим занимаются специалисты, готовые и способные решать эти задачи. Такие консультанты или интеграторы помогают выявить и решить еще не возникшие проблемы, тем самым предотвращая срыв внедрения. Самое сложное в процессе информатизации – преодолеть человеческий фактор. Сотрудники вузов, отличаясь консервативностью, часто боятся перемен, вне зависимости от того, будут они хорошими или плохими.

Описанные нами особенности информатизации наглядно демонстрируют, что с одной стороны вуз, как система, нуждается в построении единого ИКП, основанного на применении современных технологий, а с другой – имеется ряд серьезных препятствий для проведения необходимого комплекса мероприятий. Необходимо учитывать, что информатизация в вузе – процесс долгосрочный и трудозатратный. Поэтому обязательным является проведение анализа результативности всех мероприятий, сопоставления плюсов и минусов, оценки ожидаемого эффекта и принятия взвешенного решения, поддерживаемого не только руководством, но и большинством сотрудников вуза.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Атанасян С.Л. Информационная образовательная среда педагогического вуза. // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия «Информатизация образования». / М.: РУДН, – 2007, №2-3. С.83-89.
2. Богданова А.В., Ярыгин А.Н. Управление вузом как экономической системой в условиях внедрения информационных технологий // Вектор науки

Тольяттинского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2012. № 4. С. 173-175.

3. Богданова А.В. Экономические аспекты диагностики и управления качеством в информационно-коммуникативном пространстве вуза // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2012. № 3. С. 13-16.

4. Богданова А.В., Ярыгин А.Н. Анализ использования информационными и коммуникационными технологиями студентами гуманитарных направлений подготовки // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. 2012. № 4. С. 351-356.

5. Богданова А.В., Ярыгин А.Н. Эффективность диагностики и системы управления качеством образования в вузе с использованием информационных технологий // Вестник Самарского государственного технического университета. Серия: Психолого-педагогические науки.

2012. № 2. С. 24-31

6. Богданова А.В. Информатизация образовательного учреждения с применением принципов ITIL // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2012. № 4. С. 18-20

7. Глазова А.В. Использование новых информационных технологий. // Инженер. Технолог. Рабочий./ М.:ООО НТП «Вираз-Центр»,–2003, №7. С.2-3.

8. Коростелев А.А. Методологические подходы к использованию информационных технологий в аналитической деятельности руководителей школы // Информатика и образование. 2008. № 9. С. 108-112.

9. Дмитриев Д.А. Современные информационно-аналитические системы в управлении образовательным учреждением. // Вектор науки тольяттинского государственного университета. Серия «Экономика и управление». / Тольятти: ТГУ. – 2012, №3. С.24-29.

THE PECULIARITIES OF THE PROCESS OF INFORMATIZATION OF THE UNIVERSITY

© 2013

V.F. Glazova, associate Professor of Department of Informatics and computer engineering
Togliatti State University, Togliatti (Russia)

Annotation: In article topical issues of information of higher educational institutions are considered. Problems, the purposes, principles and features of information in the field of the higher education are listed and proved.

Keywords: information, information and communicative space, information technologies

УДК 332.82

АНАЛИЗ И ВЫЯВЛЕНИЕ ПРОБЛЕМ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РФ

© 2013

Н.А. Головач, студентка кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»
Тольяттинский Государственный Университет, Тольятти (Россия)

Аннотация: В статье представлена текущая экономическая ситуация на рынке ипотечного кредитования. Автором было рассмотрено нормативно-законодательная база регулирования ипотечного кредитования, основные проблемы ипотеки, анализ их возникновения и перспективы развития.

Ключевые слова: ипотека, кредитование, рынок ипотечного кредитования.

Термин «ипотека» впервые появился в Греции в начале VI в. до н.э. и был связан с обеспечением ответственности должника перед кредитом определенными земельными владениями. [13]

Ипотечное жилищное кредитование – это предоставление частным лицам долгосрочных кредитов на покупку жилья под залог самого приобретаемого жилья.

В настоящее время ипотека в России регулируется частью первой Гражданского кодекса Российской Федерации, а также:

- Жилищный кодекс Российской Федерации от 29 декабря 2004 г. № 188-ФЗ;

- Федеральным законом от 16 июля 1998 г. № 102-ФЗ «Об ипотеке (залоге недвижимости)»;

- Федеральным законом от 11 ноября 2003 г. № 152-ФЗ «Об ипотечных ценных бумагах»;

- Федеральным законом от 21 июля 1997 г. № 122-ФЗ «О государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним»;

- а также рядом других постановлений и положений Правительства РФ

Система жилищного финансирования в советский период соответствовала проводимой жилищной политике и заключалась в централизованном распределении бюджетных ресурсов для строительства государственного жилья и его бесплатном распределении гражданам, стоящим в очереди на улучшение жилищных условий. В 1987 году доля государственных капиталовложений в жилищное строительство превышала 80%, а средства населения – лишь 14%.

К началу экономических реформ в России отсутствовал рыночный механизм, предполагающий самостоятельное участие населения в решении жилищной проблемы. Практически отсутствовал свободный рынок жилья, досрочные кредиты населению составляли незначительную долю в общем объеме финансирования

жилья и предоставлялись в основном индивидуальным застройщикам и участникам жилищных и жилищно-строительных кооперативов на строительство нового, а не на покупку готового жилья.

За первое десятилетие реформ (1990-1998 гг.) в сфере жилищного финансирования произошли кардинальные изменения. Государство перестало быть основным участником на рынке жилья. Была проведена массовая бесплатная приватизация жилья с переводом расходов по его эксплуатации на население. А доля государственных и муниципальных организаций в общем объеме вводимого в эксплуатацию жилья сократилась с 80 до 20%. Непосредственно за счет средств федерального бюджета в 1998 г. было построено всего 1,3 млн. м кв. общей площади жилых домов, что составило 4,2 % от общего объема ввода жилья. [12]

В результате массированного ухода государства из сферы финансирования жилищного строительства и обвального снижения реальных доходов населения объемы ввода его в эксплуатацию на рубеже 2000-х гг. сократились почти в 2,5 раза, а дореформенные объемы не достигнуты даже в 2010 году, о чем свидетельствуют данные таблицы 1 [12].

Отсюда видно, что одной из основных проблем ипотечного жилищного кредитования является привлечение ресурсов. Эти ресурсы должны быть мобилизованы кредитором в необходимых объемах, по относительно низкой цене и на сроки, сопоставимые со сроками выдаваемых кредитов.

Для того чтобы долгосрочное кредитование стало массовым продуктом кредитной организации и в то же время соблности все требования ликвидности, банкам необходимо привлечь денежные средства на такой же длительный срок. На сегодняшний день осуществить это крайне сложно. Единственным выходом является привлечение целевого финансирования от иностран-

ных фондов (например, Американский инвестиционный фонд или средства местных бюджетов). Федерации до 2030 года.

Стратегия предусматривает три этапа реализации:
Таблица 1

Объем жилищного строительства в Российской Федерации в 1987-2010 гг.

Годы	Построено жилья		Годы	Построено жилья	
	млн м ²	% к 1987 г.		млн м ²	% к 1987 г.
1987	72,8	100	2001	31,37	43,5
1991	49,4	67,9	2002	33,8	46,4
1992	41,5	57,0	2003	36,4	49,5
1993	41,8	57,4	2004	41,0	56,3
1994	39,2	53,8	2005	43,5	59,8
1995	41,0	56,3	2006	50,2	69,0
1996	34,3	47,1	2007	60,4	83,0
1997	32,7	44,9	2008	63,8	87,6
1998	30,6	42,2	2009	59,8	82,1
1999	32,0	43,6	2010	28,5 (данные за 8 м.)	
2000	30,3	41,6			

Как следствие из выше указанной проблемы является низкий уровень доступности жилья.

По данным официального сайта «Сбербанк России»

2010-2012 гг.; 2013-2020гг.; 2021-2030. И содержит следующие основные параметры, представленные в таблице 2.

Таблица 2

Целевые показатели развития рынка

Целевые показатели	2009г.	2012г.	2015г.	2020г.	2030г.
1	2	3	4	5	6
Доля семей, имеющих возможность приобрести жилье, соответствующее стандартам обеспечения жилыми помещениями с помощью собственных и заемных средств (%)	17	23	30	50	60
Количество выдаваемых в год ипотечных жилищных кредитов (тыс. шт.)	130	490	741	868	873
Доля сделок с ипотекой на рынке жилья (%)	12	20	26	40	50
Отношение задолженности по ипотечным жилищным кредитам к ВВП (%)	2,6	3,8	7,2	10,7	15,5
Превышение среднего уровня процентной ставки по ипотечному жилищному кредиту над индексом потребительских цен +/- (процентных пунктов)	+5,6	+3,3	+2,5	+2,0	+1,0
Средний срок ипотечного жилищного кредита (лет)	16,5	17,6	21,5	30	32
Минимальный первоначальный взнос по ипотечному жилищному кредиту (с учетом ипотечного страхования) (5%)	30	30 (10)	30 (10)	30 (10)	30 (10)
Доля ипотечных жилищных кредитов с ипотечным страхованием в общем объеме ипотечных жилищных кредитов (%)	-	10	20	20	20
Доля ипотеки, финансируемой за счет выпуска ипотечных ценных бумаг в общем объеме ипотеки (%)	21	45	50	55	66

процентная ставка по ипотечному кредитованию по разным программам составляет от 9,5 до 12,5 процентов в зависимости от первоначального взноса и срока погашения, не считая сумм взимаемых при обслуживании и страховании.

Для наглядности стоит рассмотреть пример: выдан ипотечный кредит на сумму 1 млн. рублей на срок до 10 лет по способу дифференцируемого платежа.

По данным Федеральной службы государственной статистики средняя зарплата по России составляет (на январь 2013 г.) -17 233 рублей.

Ежемесячная сумма платежа по ипотечному кредитованию превышает данное значение, и первые месяцы будет составлять - 19166 рублей.

Постепенно по мере погашения кредита ситуация в соотношении заработной платы и выплат по ипотеке меняется, но не кардинальным образом.

Важную роль в формировании системы жилищной ипотеки, обеспечении реальной доступности жилищной ипотеки, обеспечении реальной доступности жилья для населения должна сыграть реализация Стратегия развития ипотечного жилищного кредитования в Российской Федерации

По мнению А. Г. Куликова данная Стратегия не внушает должного оптимизма и не отвечает на важнейшие вопросы обеспечения населения России жильем, суть Стратегии сводится к абстрактным рассуждениям и позитивным предположениям.

Так, доктор экономических наук, профессор Российской академии государственной службы при Президенте Российской Федерации, А. Г. Куликов предлагает следующие первоочередные задачи по решению жилищной проблемы в Российской Федерации:

- Радикальное повышение реальных доходов основной массы населения.

- Кардинальная модернизация и демонополизация сферы жилищного строительства. Не только обновление техники, технологий строительства, но и архитектуры, повышение экологичности, экономичности и комфортности жилья, возрождение проектного дела, подготовки специалистов, прежде всего в области архитектуры. Кратное увеличение объемов сдаваемого в эксплуатацию жилья. Участие государства в формировании инфраструктуры жилищного строительства.

- Государственный контроль за ценообразованием

на жилищном рынке, устранение монополизма по всему строительно-сбытовому циклу и развитие конкуренции вплоть до создания государственных домостроительных комбинатов и снижения цен на жилье.

- Ликвидация коррупции государственных чиновников, регулирующих выдачу разрешений на отвод земли под строительство жилья, регистрацию прав собственности на жилье и др.

- Снижение транзакционных издержек, связанных с оценкой, нотариатом, страхованием, госрегистрацией жилья и др.

- Совершенствование денежно-кредитной и финансовой политики государства с целью стимулирования жилищного строительства, включая кредитование строительных организаций, ипотечное кредитование покупки жилья, развитие альтернативных форм жилищного кредитования, снижение инфляции и процентных ставок по кредитам.

- Повышение роли государства в жилищном строительстве и превращение последнего в один из полигонов модернизации и локомотивов развития национальной экономики [12].

Как утверждают аналитики крупнейших российских банков и ипотечных брокеров, перспективы развития ипотечного кредитования в России напрямую связаны с тем, как будет развиваться ситуация на мировом рынке.

Мировой экономический кризис 2008 года ощутил притормозил развитие ипотечного кредитования, по сути, отбросив его на исходные позиции. По мнению зарубежных ученых, к концу 2013 года ожидается следующая волна кризиса.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гражданский кодекс РФ. Часть первая. // СЗ РФ. 1994. №32. Ст. 3301; Гражданский кодекс РФ. Часть вторая. // Собрание законодательства РФ. 1996. №5. Ст. 410.
2. Жилищный кодекс РФ от 29 декабря 2004 года №188-ФЗ // СЗ РФ. 03.01.2005. №1 (часть 1), ст. 14.

ANALYSIS AND IDENTIFICATION OF THE PROBLEMS OF MORTGAGE LENDING IN RUSSIA

© 2013

N.A. Golovach, student of department is "Accounting and Audit"
Togliatti State University, Togliatti (Russia)

Annotation: This paper presents the current economic situation in the mortgage market. The author has examined the regulatory and legislative framework regulating mortgage lending, mortgage major problems, the analysis of their origin and development prospects.

Keywords: mortgage, crediting, market of the mortgage crediting.

УДК 330

УЧЕТ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА В СИСТЕМЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ

© 2013

Л.В. Голощанова, кандидат экономических наук, доцент кафедры «финансов, кредита и налогообложения»
Курский государственный университет, Курск (Россия)

Аннотация: В статье рассмотрены принципы и методы стратегического управления предприятием, которые базируются на объединении основных задач управления экономическим потенциалом предприятия: анализ стратегических альтернатив, выбор комплексной стратегии развития, реализация выбранных стратегий, прогнозирование уровня экономического потенциала предприятия.

Ключевые слова: экономический потенциал, стратегическое управление, промышленное предприятие, эффект.

При формировании стратегических установок предприятия прежде всего необходимо выяснить, обладает ли предприятие внутренними резервами, чтобы воспользоваться внешними возможностями, и существуют ли у него слабые стороны, которые могут усложнить проблемы, связанные с внешними опасностями, т.е. провести управленческий анализ ситуации. Он представляет собой общую оценку потенциальных возможностей предприятия и методическую оценку его функциональных зон для выявления его стратегически сильных и сла-

3. Федеральный закон от 16 июля 1998 года №102-ФЗ «Об ипотеке (залоге недвижимости)» // Собрание законодательства Российской Федерации, 1998, №29, ст. 3400; 2002, №7, ст. 629; «Российская газета», №24, 10.02.2004.

4. Федеральный закон «О внесении изменений и дополнений в Федеральный закон «Об ипотеке (залоге недвижимости)» от 11.02.02 г. №18-ФЗ // Российская газета от 14.02.02 г. №29.

5. Федеральный закон от 21 июля 1997 г. №122-ФЗ «О государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним» // СЗ РФ от 28 июля 1997 г., №30, ст. 3594.

6. Федеральный закон от 17 ноября 2003 г. «Об ипотечных ценных бумагах» // Собрание законодательства РФ. №46 (ч. 2). Ст. 4448.

7. Астахов П. А. Жилье. Юридическая помощь с вершины адвокатского профессионализма / П. А. Астахов. – М.: Эксмо, 2011. – 320 с.

8. Зак В. В. Статистический анализ ипотечных ценных бумаг / В. В. Зак // Деньги и кредит. – 2010. - № 5. – С. 49-58.

9. Коваленко О.Г. Организация политики управления привлеченными ресурсами как резерв роста ликвидности коммерческого банка / Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – 2012. - №4. – С. 89-92.

10. Кованев А. Ипотечный кризис в России: сценарий и прогнозы / А. Кованев // Человек и закон. – 2012. - № 1. – С. 37-43.

11. Крутских Д. Договорное регулирование ипотечного жилищного кредитования в Российской Федерации / Д. Крутских // Право и экономика. – 2012. – №1.

12. Куликов А. Г. Ипотека и жилищный вопрос в России (точка зрения) / А. Г. Куликов // Деньги и кредит. – 2012. - № 11. – С. 3-13.

13. Симионов Ю. Ф. Ипотека: 100 вопросов и ответов / Ю. Ф. Симионов. – Ростов н/Д : Феникс, 2008. – 251 с.

продуктивности имеющихся в наличии экономических ресурсов. Словосочетание “максимально возможный” понимается в контексте следующего: при достигнутом уровне техники, технологии, при оптимальном использовании оборудования, при современных формах организации производства и стимулирования труда. В отличие от производственной мощности, производственный потенциал характеризуется оптимальным в данных условиях научно-технического прогресса использованием всех производственных ресурсов предприятия. В силу такой трактовки проблема формирования и реализации производственного потенциала является весьма сложной. Еще более сложно оценить результат от реализации производственного потенциала [1].

Из рассмотренных выше элементов теории стратегического управления организацией (предприятием) следует, что в основе процесса формирования стратегии (стратегического выбора) предприятия лежит информация о состоянии внешней среды предприятия и его потенциале, а процесс реализации стратегии напрямую связан с эффективным использованием и наращиванием ЭПП. На наш взгляд, учет экономического потенциала в системе стратегического управления предприятием представляет собой большую, комплексную и достаточно сложную задачу. Решение этой задачи требует, с одной стороны, глубокого изучения всех вопросов, касающихся непосредственно теории управления экономическим потенциалом предприятия, а с другой – связано с пересмотром и корректировкой некоторых элементов системы стратегического управления предприятием.

Под управлением экономическим потенциалом предприятия мы понимаем процесс принятия и осуществления управленческих решений, направленных на рациональное использование, оптимизацию и наращивание экономического потенциала предприятия с целью достижения поставленных целей и обеспечения устойчивого функционирования и развития предприятия.

Как основные можно выделить следующие задачи управления ЭПП (рис. 1): формирование ЭПП; использование ЭПП; воспроизводство ЭПП. Рассмотрим кратко сущность перечисленных задач.

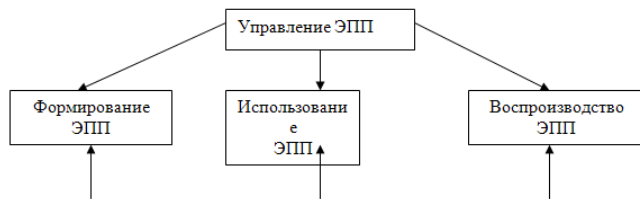


Рис. 1. Основные задачи управления экономическим потенциалом предприятия

Формирование ЭПП – это процесс идентификации и создания спектра предпринимательских возможностей, его структуризации и построения определенных организационных форм для стабильного развития и эффективного воспроизводства (воссоздания) [2].

Формирование экономического потенциала предприятия происходит при создании предприятия или при переходе системы предприятия в качественно новое состояние (например, реорганизация, реструктуризация и т.п.). На формирование ЭПП оказывают влияние различные факторы, в числе которых можно выделить: сферу деятельности предприятия, его размер, номенклатуру и особенности выпускаемой продукции, регион и место расположения предприятия, цели и стратегии развития и т.д. Кроме того, к формированию экономического потенциала предприятия можно отнести и процесс оптимизации его структуры.

Использование ЭПП – это процесс реализации совокупных возможностей предприятия. Любое работающее предприятие в той или иной степени использует свой

экономический потенциал. Одной из основных задач управления ЭПП является повышение уровня его использования до оптимального значения, которое определяется исходя из выбранных целей и стратегий развития предприятия.

Воспроизводство экономического потенциала предприятия связано с процессом непрерывного обновления всех его составляющих. При этом различают:

- простое воспроизводство ЭПП – осуществляется в неизменных объемах для обновления потребленных факторов производства и обеспечения непрерывности функционирования предприятия;

- расширенное воспроизводство (развитие, наращивание) ЭПП – предусматривает количественное и качественное развитие производственных факторов и других составляющих ЭПП (наращивание ЭПП), которое обеспечивает более высокую результативность деятельности предприятия.

На основании анализа кратко изложенных выше задач управления экономическим потенциалом предприятия можно сделать вывод, что управление ЭПП носит стратегический характер (поскольку тактические задачи управления ЭПП являются логическим продолжением стратегических и направлены на решение последних). В связи с этим управление ЭПП является составляющей частью процесса стратегического управления предприятием. При этом основные этапы процесса управления ЭПП будут органически включаться в этапы стратегического управления предприятием.

Важнейшей особенностью планирования и реализации экономического потенциала предприятия является планирование себестоимости продукции в условиях рынка и необходимость ее оптимизации в отличие от стремления к минимуму затрат, которое прослеживалось в директивно-плановой системе. Критерием оптимизации выступает максимум прибыли на единицу затрат в долговременной перспективе.

Из этого следует, что себестоимость продукции обязательно должна постоянно снижаться. В условиях устойчивого либо повышающегося спроса на продукцию предприятия, сопровождающихся резким увеличением объемов ее производства, оправдано пойти на рост затрат, если это ведет к наращиванию массы прибыли [- по степени соответствия достигаемых результатов установленным целям производственно-хозяйственной деятельности (начиная с уровня выполнения плановых заданий);

- по степени соответствия процесса функционирования системы объективным требованиям к его содержанию, организации и результатам.

Критерием эффективности при сравнении различных вариантов организационной структуры служит возможность наиболее полного и устойчивого достижения конечных целей системы управления при относительно меньших затратах на ее функционирование. Критерием же эффективности мероприятий по совершенствованию организационной структуры служит возможность более полного и стабильного достижения установленных целей или сокращения затрат на управление, эффект от реализации которых должен за нормативный срок превысить производственные затраты.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бородин А. И. Технологии разработки стратегии развития производственного потенциала // Вестник Самарского государственного университета. Серия Экономика и управление. — 2012. — № 7 (98). — С. 20—26
2. Лавлинский С.М. Модели индикативного планирования социально-экономического развития ресурсного региона. - Новосибирск: Изд-во СО РАН, 2008. - 272с.
3. Лапин Е.В. Экономический потенциал предприятия: Монография. - С: ИТД “Университетская книга”,

THE ACCOUNTING OF ECONOMIC POTENTIAL IN SYSTEM OF STRATEGIC MANAGEMENT OF THE INDUSTRIAL ENTERPRISE

© 2013

L.V. Goloshchapova, candidate of economic sciences, associate professor “Finance, credit and taxation”
Kursk State University, Kursk (Russia)

Annotation: In article the principles and methods of strategic business management which are based on association of the main objectives of management by the economic capacity of the enterprise are considered: the analysis of strategic alternatives, choice of complex strategy of development, realization of the chosen strategy, forecasting of level of economic capacity of the enterprise.

Keywords: economic potential, strategic management, industrial enterprise, effect.

УДК 336.714

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ БАНКОВ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

© 2013

Д.В. Горбунов, кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой «Финансы и кредит»
Тольяттинский государственный университет, Тольятти (Россия)

Аннотация: В статье рассматривается сущность и функции инвестиционных банков. Изучен вопрос о развитии инвестиционных банков в России. Проводится обзор зарубежных тенденций инвестиционного банкинга. Автором обозначены основные проблемы развития инвестиционных банков в России и пути их преодоления.

Ключевые слова: инвестиционные банки, инвестиционная деятельность, коммерческий банкинг.

Банки, являясь финансовыми посредниками, служат важнейшей составляющей экономики любой страны мира. Традиционные коммерческие банки, аккумулируя временно свободные средства путем привлечения депозитов юридических и физических лиц, а также других финансовых институтов, предоставляют их во временное пользование корпорациям и частным лицам в виде кредитов для обеспечения непрерывности производства или удовлетворения потребностей частных лиц.

Взаимодействие банков со своими клиентами происходит постоянно в различных формах. Так, например, наступает такой этап в развитии компании, когда ей необходимо перейти на новый качественный уровень, привлечь большой объем средств на рынке капиталов для расширения бизнеса, модернизации производства, создания новых направлений производства и новых продуктов, выхода на новые рынки. В этом случае требуются финансовый посредник, обеспечивающий выход компании на рынок капиталов, профессиональный консультант и организатор сделок. Таким финансовым посредником становится инвестиционный банк.

Инвестиционный банк (англ. Investmentbank) - финансовый институт, который организует для крупных компаний и правительств привлечение капитала на мировых финансовых рынках, а также оказывает консультационные услуги при покупке и продаже бизнеса, брокерские услуги, являясь ведущим посредником при торговле акциями и облигациями, производными финансовыми инструментами, валютами и сырьевыми товарами, а также выпускает аналитические отчеты по всем рынкам, на которых он оперирует [1].

Обычной деятельностью для инвестиционных банков считается приобретение у корпорации акций или облигаций. Затем группа таких банков формирует синдикат для продажи ценных бумаг частным лицам и организациям. Инвестиционные банки также оказывают услуги консалтинга при сделках слияний и поглощений, прочих финансовых транзакциях, выступают в качестве гарантов при распространении ценных бумаг.

Для инвестиционного банка характерны следующие функции:

1. Андеррайтинг и торговля ценными бумагами;
2. Предложение брокерских услуг частным и институциональным инвесторам;
3. Услуги по слияниям и поглощениям;
4. Финансовая аналитика и исследования;
5. Маркетмейкеры для отдельных видов ценных бумаг [3].

В настоящее время существуют два типа инвестиционных банков: банки, которые занимаются исключительно торговлей и размещением ценных бумаг банки, осуществляющие долгосрочное кредитование (такой тип характерен для Западной Европы и развивающихся стран).

Банки первого типа образовались как товарищества с ограниченной ответственностью в первой четверти XIX в. В XX в. частные банкиры, мелкие и средние банкирские дома постепенно уступают сферу эмиссии и размещения ценных бумаг крупным банкирским домам и инвестиционным банкам, которые действуют на основе акционерного капитала. Деление американских банков на коммерческие и инвестиционные произошло в соответствии с банковским законом 1933 г. (акт Гласа-Стиголла). Возникновение банков в XVIII в. связано с размещением государственных ценных бумаг. В дальнейшем в связи с распространением акционерной формы организации они мобилизуют денежные средства для крупных компаний и корпораций путем размещения их акций и облигаций, активно участвуют в создании новых компаний, реорганизациях, слияниях, размещают ценные бумаги всех уровней власти.

Банки второго типа базируются на акционерной основе, смешанной форме собственности с участием государства, чисто государственной. Главная функция — средне- и долгосрочное кредитование отраслей хозяйства, специальных целевых программ. Они проводят также различные операции на рынке ссудного капитала, мобилизуют средства предприятий и населения, кредитуют, осуществляют вложения в местные и государственные ценные бумаги, развивают различные финансовые услуги. В странах, где они существуют, занимают 2-е место после коммерческих банков. Особенностью их деятельности является проведение наиболее рискованных операций по средне- и долгосрочному кредитованию, поэтому они часто прибегают к кредитам коммерческих банков и других институтов [6].

В США, Канаде и Англии их нет, в Германии их функции выполняют крупные коммерческие банки, в Японии их три (учреждены специальным законом от 1952 г.), во Франции — это деловые банки и банки средне- и долгосрочного кредита, в Италии — полугосударственные и государственные банки, в Швейцарии их функции выполняют коммерческие банки, в развивающихся странах действуют активно, как и смешанные банки первого и второго типов.

Инвестиционные банки в России — явление отно-

сительно новое, до 1999 г. потребность в привлечении кредитных ресурсов, помимо банковских, не была столь значительной.

До последнего времени в России инвестиционной банковской деятельностью занимались лишь западные компании. Понятие «инвестиционный банк» в российском законодательстве пока не закреплено, но потребность в нем, как считают эксперты, уже есть. Российские инвестиционные банки отличаются тем, что далеко не все из них оказывают весь комплекс инвестиционных услуг, подчас ограничиваясь только отдельными направлениями, например, андеррайтингом, корпоративным финансированием или консультированием. Полный набор инвестиционных услуг оказывают только несколько российских финансовых институтов.

Основной проблемой российских инвестиционных банков, помимо их аффилированности к крупнейшим финансово-промышленным группам, является небольшой объем сделок, вследствие чего они все еще не могут оказывать реального влияния на инвестиционный климат [2].

Для того чтобы российские инвестиционные банки в действительности стали посредниками и обеспечивали существенный приток инвестиций, необходимо создать в стране условия для развития инвестиционного бизнеса. Инвестиционным банкам необходимо смягчение в нормах резервирования, которые устанавливает Центральный банк.

Так же существенно тормозит развитие инвестиционных банков в России проблема финансового законодательства. По мнению многих представителей инвестиционного банкинга, существующее финансовое законодательство уже неадекватно уровню развития этой финансовой отрасли в России. Инвестиционные банки не могут реализовать в рамках российского права тот набор инструментов и услуг, который сейчас востребован рынком [4].

Резюмирую все вышесказанное, необходимо отметить. Что касается развития инвестиционных банков в России, необходимо выделить следующие основные проблемы:

1. Незрелость финансового законодательства в данной сфере;
2. Отсутствие стабильного положения инвестиционных банков (недостаток собственных средств по сравнению с западными банками);
3. Значительные риски для инвестиционных банков присутствуют не только в законодательстве, но и в кредитоспособности клиентов. На текущий момент финансовое положение предприятий, если они не находятся в сырьевом секторе, ухудшается, норма прибыли в промышленности падает. Если у западных банков бизнес диверсифицирован, то российские банки пока не могут избежать этого риска за счет диверсификации.

Что касается ситуации за рубежом, необходимо отметить следующие тенденции развития инвестиционных банков.

До финансового кризиса на мировом рынке проследивалась тенденция, при которой возрастающее число клиентов предпочитали одну организацию для удовлетворения всех своих потребностей как в общей банковской, так и в инвестиционной деятельности.

Это послужило возникновению огромных финансовых холдингов, например, таких как Citibank, которые предлагали как коммерческий, розничный, так и инвестиционный банкинг.

Считалось, что универсальные банки более устойчивы. Взаимосуществование инвестиционного, коммерческого и розничного банкинга могло облегчить выживание в критических ситуациях.

В настоящее время, после финансового кризиса 2007—2009 годов многие страны, в том числе Великобритания и США, обсуждают вопросы отделения инвестиционно-банковской деятельности от коммерче-

ского банкинга.

В настоящее время ведущие мировые финансовые компании стали перед выбором: отделять инвестиционно-банковскую деятельность от коммерческого банкинга или же нет. Допустим, в США считают, что банкам, занимающимся традиционным банкингом, следует задуматься о выделении наиболее рискованных подразделений в самостоятельные структуры, а в Европе банкиры начинают задумываться об ограничении своей инвестиционной деятельности.

После Великой депрессии в США был принят закон, который запретил банкам заниматься одновременно и розничными услугами, и инвестиционным бизнесом. Цель законодателя была понятна: у банкиров не должно возникать соблазна перекачивать ресурсы с клиентских депозитов на фондовый рынок. Однако после войны была изобретена секьюритизация, то есть выпуск ценных бумаг на массу выданных кредитов, в первую очередь ипотечных.

Кроме того, стал быстро развиваться рынок деривативов, вторичных ценных бумаг, выпущенных на реальный актив. В результате у банков оказались инструменты, не менее увлекательные, чем акции фондового рынка. Новые инструменты позволяли банкам переложить кредитные риски на держателей ценных бумаг. Что касается последних, то они получали ценную бумагу неясного содержания, так как невозможно было достоверно узнать, насколько платежеспособны должники, взявшие упакованные в эти бумаги кредиты. Впоследствии именно эти облигации и стали причиной ипотечного кризиса, столкнувшего всю мировую экономику в пучину финансового кризиса.

На сегодняшний день в США считают, что пришло время внимательно оценить банки с точки зрения их структуры. По мнению специалистов, банки по-прежнему являются слишком «громоздкими», у них нет полного понимания рисков, которые таятся в портфелях с деривативами. Многим банкам будет трудно доказать, что в случае кризиса они могут быть закрыты без всяких проблем [5].

В первую очередь это касается крупных коммерческих банков, которые активно работают на рынке деривативов, и их акционерам и членам совета директоров следует задуматься об их разделении. Поэтому следует отделить традиционный банкинг от подразделений, занимающихся более рискованным бизнесом.

Кроме того, необходимо наращивать резервы. Резервный капитал — это главное условие для того, чтобы банк был в состоянии пережить крупные потери.

Исходя из вышеизложенного абсолютно очевидно, что в России и за рубежом в настоящее время стоят разные задачи, касающиеся развития инвестиционных банков. В России решаются вопросы и проблемы, которые зарубежные банки пережили и решили достаточно давно. И в первую очередь это обусловлено неразвитостью финансового законодательства России. Так же мы согласны с тем, что необходимо отделять инвестиционно-банковскую деятельность от коммерческого банкинга, так как будет более разумно выделить наиболее рискованные подразделения в самостоятельные структуры.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Балабанов И.Т. Банки и банковское дело. — СПб: Питер, 2007. — 304 с.
2. Коваленко О.Г. Экономическое содержание активных операций и их значение в банковской деятельности // Проблемы современной экономики (II) / Международная научная конференция / Челябинск, 2012. — с. 87-93
3. Управление инвестициями: Справ. Пособие / Под ред. В.В. Шеремета. — М.: Высшая школа, 1998 — 258 с.
4. <http://www.tpp-inform.ru>
5. <http://www.worldbiz.ru>
6. <http://www.grandars.ru>

D.V. Gorbunov, candidate of economical sciences, assistant professor,
head of the department of «Finance and credit»
Togliatti State University, Togliatti (Russia)

Annotation: The article considers the essence and functions of investment banks. Examine the development of the investment banks in Russia. There is a review of international trends of investment banking. The author of the main problems of development of investment banks in Russia and the ways of their overcoming.

Keywords: investment banks, investment activity, commercial banking.

УДК 336.67: 338.43

ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПТИЦЕВОДСТВА

© 2013

И.Ю. Гришова, доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры учета, анализа и аудита
Одесский национальный политехнический университет, Одесса (Украина)

В.В. Бутенко, ассистент кафедры экономической теории и истории экономических учений
Одесский национальный университет имени И.И. Мечникова, Одесса (Украина)

Аннотация: В статье результаты исследования влияния факторов повышения уровня финансовой безопасности предприятий птицеводства в современных условиях. В работе для выявления наиболее существенных факторов, обуславливающих колебания и с которыми должен быть связан поиск резервов повышения уровня финансовой безопасности, проведен многофакторный корреляционно-регрессионный анализ. Исходными данными для построения регрессионной модели являются финансовая отчетность птицеводческих хозяйств Одесской области. Обосновано преимущество множественной корреляционно-регрессивной модели. В представленной модели результативным показателем принят коэффициент финансовой безопасности, а в качестве факторных признаков выбраны коэффициент производительности финансовых потоков, коэффициент структуры источников формирования финансовых потоков, коэффициент текущей ликвидности финансовых потоков; доля финансовых потоков, расположенных в оборотных активах, в общей их величине, коэффициент оборачиваемости финансовых потоков, расположенных в оборотных активах, коэффициент автономии источников формирования финансовых потоков. На основании проведенных расчетов и полученных результатов предложены пути повышения уровня финансовой безопасности птицеводческих хозяйств.

Ключевые слова: финансовая безопасность, предприятия птицеводства.

Неефективне формування та використання фінансових потоків негативно відбилосся на фінансовій стійкості підприємств птахівництва, їх операційній діяльності, кредитній політиці, ліквідності активів, ступеню покриття зобов'язань, конкурентоспроможності продукції та вартості бізнесу, в результаті чого підприємства втрачають здатність реалізувати свої фінансові інтереси, а також попереджати та нейтралізувати фінансові загрози. [1]

Сучасне бачення концепцій, моделей, механізмів та особливостей фінансово-кредитного забезпечення та економічної безпеки підприємств аграрного виробництва, зокрема птахівничих підприємств, знаходимо у багатьох працях наукових дослідників. З-поміж них слід виділити вагомі наукові доробки таких українських вчених, Андрійчук В.Г. [2], Барановський О.І. [3], Бланк І.А. [4], Горячева К.С. [5], Дем'яненко М.Я. [6], Чупіс А.В. [7], та інші, в яких широко висвітлено питання сутності й специфіки фінансових відносин в аграрному сегменті економіки та існуючих фінансових механізмів системи економічної безпеки підприємств аграрної сфери в Україні. Не зменшуючи значимості й вагомості напрацьованих та досягнутих наукового загалу, слід все ж констатувати, що залишається недостатнім рівень осмислення економічною наукою теоретичних і практичних аспектів ролі та місця механізмів фінансової безпеки в системі фінансово-кредитного забезпечення агроформувань, її особливостей, перспективних напрямів модернізації та розбудови.

Виділені блоки проблем в умовах посткризової економіки зумовлюють необхідність у пошуку можливих резервів підвищення рівня фінансової безпеки та удосконалення системи забезпечення фінансової безпеки підприємств птахівництва.

Аналіз наукових публікацій свідчить про різноманітність наукових підходів, концепцій та певних теорій стосовно визначення сутності поняття «фінансова безпека», механізму її забезпечення та функціонування. Таке різ-

номаття трактувань фінансової безпеки підприємства виступає свідченням: по-перше, вагомості та складності проблеми; по-друге, незавершеності теоретико-методологічного підходу опрацювання даного питання.

Відомий дослідник цієї проблеми О.І. Барановський [3, с. 338], автор наукової праці «Фінансова безпека», вважає, що «фінансова безпека – це ступінь захищеності фінансових інтересів на всіх рівнях фінансових відносин або рівень забезпеченості підприємства фінансовими ресурсами, достатніми для задоволення його потреб і виконання існуючих зобов'язань»

Бланк І.О. [4] зазначає, що фінансова безпека підприємства – це кількісно та якісно детермінований рівень його фінансового стану, що забезпечує стабільну захищеність його пріоритетних збалансованих фінансових інтересів від ідентифікованих реальних і потенційних загроз зовнішнього й внутрішнього характеру, параметри якого визначаються на основі його фінансової філософії і створюють необхідні передумови фінансової підтримки його стійкого зростання в поточному й перспективному періодах.

Кризові трансформаційні процеси, що останнім часом зворушили аграрну економіку України та безпосередньо викликали ряд фінансових інновацій, зумовлюють необхідність пошуку нового фінансового інструментарію підвищення ринкової вартості підприємств та нових підходів і методів реалізації його фінансових інтересів. Реалізація механізму фінансової безпеки підприємств, що висуває ряд актуальних завдань: зниження витрат, збільшення доходів, мінімізації фінансових ризиків підприємств, підтримки конкурентоспроможності продукції та ринкових позицій, нарощення масштабів виробництва тощо, природно залежить від фінансового забезпечення життєвого циклу підприємства, потенціалу використання його можливостей та конкурентних переваг, які формують саме фінансові інновації. До останніх, на наш погляд, можна віднести потокові підходи фінансового забезпечення розвитку аграрного

виробництва, які отримують все більшого розповсюдження в сучасній аграрній науці та набувають широкої практичної реалізації в процесі управління фінансовими потоками підприємств та становлення фінансової архітектури АПК. Враховуючи інноваційні засади поточкових підходів щодо обґрунтування фінансового забезпечення розвитку підприємств аграрного виробництва, вважаємо, що:

по-перше, поняття фінансової безпеки набуває нових сутнісних економічних характеристик в контексті управління фінансовими потоками аграрної сфери;

по-друге, встановлює сприятливий фінансовий клімат, як систему нормативних та економічних умов здійснення фінансової діяльності автономними суб'єктами господарської діяльності, що істотно впливають на рівень доходності та ризику та створюють контури функціонування фінансових потоків;

по-третє, забезпечує впорядкований рух фінансових ресурсів, що відповідає меті та критеріям їх формування в умовах економічної невизначеності та специфічних особливостей функціонування галузі.

Отже, на нашу думку, фінансова безпека підприємств це система методів і принципів управління фінансовими потоками підприємств, які спрямовані на попередження та подолання фінансових загроз підприємства та забезпечення реалізації фінансових інтересів його власників.

Вихідною інформацією для цього дослідження стали дані статистичних звітів птахівничих підприємств господарств Одеської області. При побудові моделей залежності результативної ознаки від факторних параметрів було використано статистичний матеріал щодо рівня фінансової безпеки у 3 господарствах та факторів, що обумовлюють її коливання. Для побудови множинної кореляційно – регресійної моделі залежності рівня фінансової безпеки від основних факторів, що обумовлюють його коливання, в якості результативної ознаки (у) обрано коефіцієнт фінансової безпеки, а в якості факторних ознак були обрані:

- x_1 – коефіцієнт продуктивності фінансових потоків;
- x_2 – коефіцієнт структури джерел формування фінансових потоків;
- x_3 – коефіцієнт поточної ліквідності фінансових потоків;
- x_4 – частка фінансових потоків, розміщених в оборотних активах, в загальній їх величині;
- x_5 – коефіцієнт оборотності фінансових потоків, розміщених в оборотних активах;
- x_6 – коефіцієнт автономії джерел формування фінансових потоків.

Для цього здійснення даної задачі було застосовано функцію “Регрессия” програми Excel. Регресійна модель описує об'єктивно існуючі між явищами кореляційні зв'язки. За своїм характером кореляційні зв'язки надзвичайно складні та різноманітні. В одних випадках результат у зі зміною фактора x_i зростає чи зменшується рівномірно, в інших – нерівномірно. Іноді зростання може змінитися зменшенням, і навпаки. Простежити всі ці взаємозв'язки і встановити точний функціональний вид практично неможливо. А тому при виборі типу функції йдеться лише про апроксимацію відносно простими функціями незрівнянно більш складних за своєю природою взаємозв'язків. На практиці перевагу віддають лінійним моделям. Такий підхід, безперечно, містить у собі певну умовність, оскільки передбачає однаковий характер зв'язку з усіма факторами.

В процесі підготовки інформаційної бази для кореляційно–регресійного аналізу було здійснено тестування на наявність мультиколінеарності з метою усунення таких факторів, що перебувають у тісному зв'язку з іншими факторними ознаками. Побудована матриця коефіцієнтів парної кореляції дозволила констатувати відсутність щільного зв'язку в кожній парі факторних ознак.[8]

Результати розрахунку коефіцієнтів цієї множинної

регресійної моделі, виконаного у MS Excel, відображено в таблиці 1.

Таблиця 1
Результати розрахунку коефіцієнтів множинної регресійної моделі

Показники	Коефіцієнти	Реньовоюе відхилення
У-перетин	0,183596816	0,385867939
Коефіцієнт продуктивності фінансових потоків (x_1)	0,269493309	0,193939948
Коефіцієнт структури джерел формування фінансових потоків (x_2)	-0,040588834	0,04565081
Коефіцієнт поточної ліквідності фінансових потоків (x_3)	0,045198167	0,037015798
Частка фінансових потоків, розміщених в оборотних активах, в загальній їх величині (x_4)	-0,445295967	0,297871431
Коефіцієнт оборотності фінансових потоків, розміщених в оборотних активах (x_5)	0,170830035	0,082365862
Коефіцієнт автономії джерел формування фінансових потоків (x_6)	0,282593175	0,2570832

Параметри рівняння a_1, a_3, a_5, a_6 , свідчать про те, що між факторними ознаками, а рень: продуктивністю, поточною ліквідністю, структурою оборотності та автономією фінансових потоків і результативною ознакою коефіцієнту фінансової безпеки існує прямий зв'язок, про що свідчать додатні значення параметрів. Щодо параметрів рівнянь a_2, a_4 , що характеризуються від'ємними значеннями, то вони вказують на обернений зв'язок між причинними ознаками коефіцієнту структури джерел формування та часткою оборотних фінансових потоків в загальній структурі активів і результативною ознакою.

Таким чином, отримана в результаті розрахунку множинна регресійна модель, що характеризує взаємозв'язок між коефіцієнтом фінансової безпеки підприємств птахівництва та факторними ознаками має наступний вигляд:

$$Y = 0,18 + 0,26x_1 - 0,04x_2 + 0,05x_3 - 0,04x_4 + 0,17x_5 + 0,28x_6$$

Отже, значення розрахованих коефіцієнтів цієї моделі свідчать про наступне: збільшення на одну одиницю коефіцієнту продуктивності фінансових потоків супроводжується зростанням коефіцієнту фінансової безпеки на 0,26 одиниць; збільшення на одиницю коефіцієнту поточної ліквідності фінансових потоків супроводжується зростанням результативної ознаки на 0,05 одиниць; збільшення на одну одиницю коефіцієнту оборотності фінансових потоків, зосереджених в оборотних активах сприяє зростанню коефіцієнту фінансової безпеки на 0,17 одиниць; при збільшенні на одну одиницю коефіцієнту автономії джерел формування фінансових потоків відбудеться зростання коефіцієнту фінансової безпеки на 0,28 одиниць.

Негативним чином впливає коефіцієнту структури джерел формування фінансових потоків, збільшення якого свідчить про зростання частки залучених фінансових потоків в їх загальній структурі, і як наслідок, відбувається зростання ризику нерациональності структури джерел формування фінансових потоків, а також частки оборотних фінансових потоків в загальній структурі активів на фінансову безпеку підприємств птахівництва, що можна пояснити поступовою трансформацією необоротних активів в оборотні, а особливо у дебіторську заборгованість за товари та по-

слуги, що зумовлене скороченням масштабів виробництва та збільшенням неплатежів за надані товари та послуги. В результаті підвищується ризик несплати дебіторської заборгованості, зменшується мобільність майна підприємства та знижується його ліквідність.

Коефіцієнт парної кореляції $r = 0,880591849$

свідчить про тісний зв'язок між факторними чинниками і фінансовою безпекою. Коефіцієнт детермінації $r^2 = 0,775442005$ вказує, що 78% коливання коефіцієнту

фінансової безпеки залежить від варіації причинних ознак і пояснюється цією регресійною моделлю.

Таким чином, можна стверджувати, що в моделі враховано основні реньово, які впливають на зміну коефіцієнту фінансової безпеки підприємств птахівництва Одеської області. Показник у 100% може бути досягнутий лише за умови врахування у моделі всіх без винятку факторів, що впливають на результативну ознаку. Підвищення точності визначення параметрів моделі, яка характеризується їх стандартним відхиленням, можливе за умови збільшення кількості статистичних даних, що використовуються при їх розрахунку, реньо використання надто складних функцій неминуче призводить до збільшення кількості параметрів, а отже, зменшує точність вимірювання та ускладнює інтерпретацію результатів.

Припускаючи, що умови, в яких формувалась тенденція рівня фінансової безпеки підприємств птахівництва Одеської області, найближчим часом не зміняться, визначимо прогноз реньов показнику по кожному підприємству на 2014 рік.

При прогнозуванні економічних процесів перевага віддається статистичним методам, прогнозним результатом яких є очікувані у майбутньому значення характеристик реньово. Вони дають позитивні результати на найближчу перспективу прогнозування – 1-3 роки. Результатом застосування цих методів є побудова трендової моделі.

Трендова модель — економіко-математична динамічна модель, в якій розвиток модельованої економічної системи відображається через тренд (тенденцію) її основних показників.

Отже, за допомогою реньовою моделі спрогнозуємо рівень фінансової безпеки підприємств птахівництва Одеської області в аналізованих підприємствах. При цьому для Y_t побудуємо декілька трендових моделей, а рень: лінійну та множину поліноміальних ліній трендів. (рисунок 1).

Нами встановлено, що найкращою реньовою моделлю для прогнозування коефіцієнту фінансової безпеки є поліноміальна лінія тренду шостої ступені, тобто коефіцієнт детермінації цієї моделі є найбільшим серед усіх побудованих моделей.

Отже, за незмінними умови функціонування прогнозний рівень фінансової безпеки ВАТ «Отрадівська птахофабрика» в 2014 році складе (-56,0%), ТОВ «Ліга-50» - 12,8 %, а СГП «Новопетрівське» - (-7,8 %).

Таким чином, прогнозні значення показнику рівня фінансової безпеки по кожному аналізованому підприємству мають негативну тенденцію. Тому, враховуючи наслідки посткризової економіки, підприємству необхідно постійно удосконалювати механізм управління фінансовою безпекою, основні заходи якого будуть спрямовані на попередження та подолання фінансових загроз підприємства та забезпечення реалізації фінансових інтересів його власників.

Підсумовуючи, можна зробити наступні висновки. По-перше, за допомогою трендового аналізу нами був спрогнозований рівень фінансової безпеки підприємств птахівництва Одеської області на 2014 рік. В результаті чого було встановлено, що за незмінних умов функціонування значення показнику рівня їх фінансової безпеки в 2014 році має зростаючу тенденцію до зниження, що

може призвести підприємства до фінансового банкрутства. Тому виникає нагальна проблема у пошуку можливих резервів підвищення рівня фінансової безпеки підприємств птахівництва.

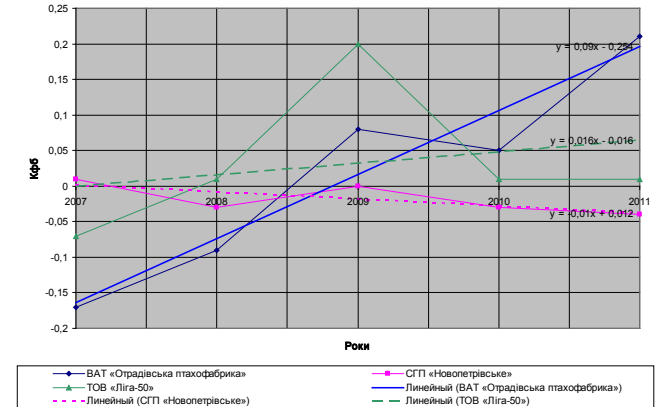


Рис. 1. Прогноз рівня фінансової безпеки підприємств птахівництва Одеської області.

По-друге, з метою виявлення найбільш суттєвих факторів, які обумовлюють коливання фінансової безпеки підприємства та з якими має бути пов'язаний пошук можливих резервів підвищення її рівня, нами здійснений багатфакторний кореляційно-регресійний аналіз. На основі проведеного кореляційно-регресійного аналізу нами встановлено, що між факторними ознаками, а саме: продуктивністю, поточною ліквідністю, структурою оборотності, автономією фінансових потоків, і результативною ознакою коефіцієнту фінансової безпеки існує прямиий зв'язок; а між структурою джерел формування фінансових потоків, часткою оборотних фінансових потоків в загальній структурі активів і результативною ознакою-обернений.

По-третє, виходячи з цього, можливими резервами підвищення рівня фінансової безпеки підприємств птахівництва виступають:

- зростання обсягу власних джерел фінансових потоків, що забезпечить стабільність фінансової архітектури підприємства, міцність його ринкових позицій та надасть можливості перспективного розвитку за рахунок нарощення ринкової вартості бізнесу.
- зростання продуктивності фінансових потоків, що виступає індикатором платоспроможності та ліквідності підприємства і залежить від раціонального надходження з власних джерел позитивного фінансового потоку.
- зростання оборотності фінансових потоків, розміщених в оборотних активах та коефіцієнту поточної ліквідності фінансових потоків, зростання яких підвищує здатність підприємства швидко перетворювати свої фінансові активи в грошові засоби, які необхідні для погашення короткострокових зобов'язань та свідчить про підвищення ефективності використання оборотного капіталу.
- оптимізація структури активів та структури капіталу за критеріями мінімізації ризику і вартості джерел.
- ефективне розміщення фінансових потоків за сферами виробництва та обігу, а також ефективне формування фінансових потоків у розрізі власних та залучених джерел, що в свою чергу характеризує фінансовий потенціал підприємства.
- синхронізація фінансових потоків за обсягами та часом, що характеризує платоспроможність та фінансову стійкість підприємства.

По-четверте, реалізація визначених резервів підвищення рівня фінансової безпеки підприємств птахівництва можлива шляхом вирішення блоку питань, які стосуються визначення джерел формування фінансових потоків, безперервності їх руху, видозміни та ліквідності, ефективності формування та розміщення

в активах, а також синхронізації за часом та за обсягами.

По п'яте, все це спонукає до розробки і впровадження механізму реалізації фінансової безпеки, який буде спроможним вирішити коло актуальних завдань щодо зниження витрат, збільшення доходів, мінімізації фінансових ризиків, підтримки конкурентоспроможності продукції та ринкових позицій, нарощення масштабів виробництва шляхом поєднання ресурсної та вартісної концепцій, визнанням яких є те, що головним фінансовим інтересом підприємства є зростання його цінності (вартості) через призму ефективного управління фінансовими потоками.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Аграрний сектор економіки України (стан, минуле і майбутнє) / За ред. Саблука П.Т., Месель-Веселяка В.Я., Федорова М.М. – К.: ННЦ "ІАЕ" УААН, 2009. – 800 с.
2. Андрійчук В.Г. Капіталізація сільського господарства: стан та економічне регулювання розвитку: [монографія] / Андрійчук В.Г. – Ніжин : ТОВ В-во «Аспект-Поліграф», 2007. – 216с.
3. Барановський О.І. Фінансова безпека / Барановський О.І.; Ін-т екон. Прогнозування. – К.: Вид-

во «Фенікс», 1999. – 338с.

4. Бланк И.А. Управление финансовой безопасностью / Бланк И.А.. – К. : Изд-во «Никацентр», Эльга, 2004. – 784 с.
5. Горячова К.С. Механізм управління фінансовою безпекою підприємства: автореф. дис. канд. екон. наук : 08.06.01 / Горячова К. С. – К.: НАУ, 2006. – 17 с.
6. Дем'яненко М.Я. Фінансова підтримка агропромислових виробництва через механізм здешевлення кредитів // Бюджетна політика у контексті стратегії соціально-економічного розвитку України: У 6 т. –К.: НДФІ, 2004. – Т.4: Програмно-цільовий метод у бюджетному процесі/ М.Я.Азаров, Ф.О.Ярошенко, О.І.Амоша та ін., розд.8.1. – С.242-262.
7. Чупіс А.В. Оцінка, аналіз, планування фінансового становища підприємства : монографія / [Чупіс А.В. та ін.]. – Суми : Довкілля, 2001. – 404с.
8. Гришова І.Ю. Методичний інструментарій фінансового потенціалу переробних підприємств АПК. Актуальні питання розвитку сучасної економіки. Колективна монографія. Частина 2. / ред. Непочатенко О.О., Нестерук Ю.О.. – Умань: Видавець «Сочинський», 2011. – С.94-104.

ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ ПТАХІВНИЦТВА

© 2013

- І.Ю. Гришова**, доктор економічних наук, доцент, професор кафедри обліку, аналізу та аудиту
Одеський національний політехнічний університет, Одеса (Україна)
- В.В. Бутенко**, асистент кафедри економічної теорії та історії економічної думки
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова (Україна)

Анотація: У статті результати дослідження впливу чинників підвищення рівня фінансової безпеки підприємств птахівництва в сучасних умовах. В роботі для виявлення найбільш істотних факторів, що обумовлюють коливання і з якими повинен бути пов'язаний пошук резервів підвищення рівня фінансової безпеки, проведений багатофакторний кореляційно-регресійний аналіз. Вихідними даними для побудови регресійної моделі є фінансова звітність птахівничих господарств Одеської області. Обґрунтовано перевагу множинної кореляційно-регресивної моделі. У представленій моделі результативним показником прийнятий коефіцієнт фінансової безпеки, а в якості факторних ознак обрані коефіцієнт продуктивності фінансових потоків, коефіцієнт структури джерел формування фінансових потоків, коефіцієнт поточної ліквідності фінансових потоків; частка фінансових потоків, розташованих в оборотних активах, в загальній їх величині, коефіцієнт оборотності фінансових потоків, розташованих в оборотних активах, коефіцієнт автономії джерел формування фінансових потоків. На підставі проведених розрахунків і отриманих результатів запропоновано шляхи підвищення рівня фінансової безпеки птахівничих господарств.

Ключеві слова: фінансова безпека, підприємства птахівництва.

RAISING FINANCIAL SECURITY COMPANIES POULTRY

© 2013

- I.Yu. Gryshova**, doctor of economic sciences, professor of accounting, analysis and audit
Odessa National Polytechnic University, Odessa (Ukraine)
- V.V. Butenko**, assistant of department of economic theory and history of economic idea
Odessa National University named after I. I. Mechnykov, Odessa (Ukraine)

Annotation: In this paper the results of investigations of the influence factors of increasing the level of financial security of poultry enterprises in modern conditions are analyzed. The work to identify the most significant factors causing oscillations and which should be linked search of reserves increasing financial security was carried multivariate correlation and regression analysis. The input data for the construction of a regression model are the financial statements of poultry in Odessa region. The advantages of multiple correlations and the regression model are analyzed. In the present model output indicators was adopted coefficient of financial security, but as a factor variables selected coefficient of productivity of financial flows, coefficient of the factor structure sources of the financial flows, the current ratio of financial flows, the share of financial flows, located in current assets, in their total value, the turnover ratio financial flows, located in current assets, autonomy ratio sources of financial flows. On the basis of these calculations and obtained results are offered ways to improve the financial security of poultry farms.

Keywords: financial security, enterprise poultry.

УДК 338.46, 332(470.6)

СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННАЯ МОДЕЛЬ МУНИЦИПАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

© 2013

Н.Р. Гукасова, старший преподаватель кафедры мировой и региональной экономики, аспирант Северо-Кавказский институт-филиал ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», Пятигорск (Россия)

Аннотация: Основу социально ориентированной модели муниципального развития составляет концепция согласования полисубъектных территориальных интересов и кооперационного взаимодействия населения, власти и бизнеса посредством формирования территориальных партнерств и стратегического планирования развития муниципального образования.

Ключевые слова: муниципальное хозяйство, социально ориентированная модель, интересы, стратегическое планирование, социальная ответственность.

Социальное развитие муниципальных образований стало объектом отечественных научных исследований относительно недавно – начиная со второй половины 1990-х годов, что явилось логическим следствием административной реформы и трансформации всей системы социально-экономических отношений, приведших к утверждению в системе управления принципа субсидиарности, согласно которому полномочия по определенным предметам ведения должны исполняться на максимально приближенном к населению уровне власти, где может быть достигнута относительная замкнутость цикла оказания услуг.

Муниципальное образование является первичным территориальным уровнем общественной системы страны, поскольку на муниципальном уровне осуществляется жизнеобеспечение населения, мобилизуется и используется часть экономического потенциала, направленная на рост качества жизни населения. Ученые Института социально-экономических проблем РАН рассматривают категорию «качество жизни» через призму трех компонентов: условий жизнедеятельности, уровня жизни, здоровья и продолжительности жизни [1, с.50-51]. В свою очередь, совершенствование условий жизнедеятельности людей предполагает формирование условий в производственной сфере (занятость, содержание и условия труда) и внепроизводственной (жилищные условия, обеспеченность необходимыми услугами, социальная безопасность, состояние окружающей среды). Повышение уровня жизни связано с ростом доходов населения и оптимизацией структуры расходов. При этом нарастание дивергенции в развитии муниципального уровня различных территорий страны требует поиска новых подходов к управлению этим уровнем, сглаживающих различия в уровне и качестве жизни населения.

В настоящий момент существует два основных подхода к социально ориентированному развитию. В рамках первого подхода социально ориентированное развитие территории рассматривается с позиции предоставления населению социальных услуг в сфере образования, здравоохранения, пенсионного и социального обеспечения.

Второй подход исходит из того, что социально ориентированное развитие территории – это создание органами государственной власти и местного самоуправления условий, обеспечивающих эффективное производство социальных услуг субъектами хозяйствования.

В основе социально ориентированного муниципального развития лежит экономическая деятельность местного сообщества, которую можно описать через понятие «муниципальное хозяйство». В экономической литературе существуют различные трактовки данной категории. Так, ряд исследователей предлагает понимать под муниципальным хозяйством совокупность предприятий и учреждений, осуществляющих на территории муниципального образования хозяйственную деятельность, которые являются объектом муниципальной собственности либо в уставном капитале которых участвует орган местного самоуправления [2, с.66; 3, с.14].

На наш взгляд, такая трактовка неоправданно сужает содержание данной категории. Более широкую

трактовку предлагает Л.А. Велихов, рассматривающий муниципальное хозяйство как деятельность населения и органов местного самоуправления с использованием муниципальной собственности по воздействию на поведение хозяйствующих субъектов независимо от формы собственности в интересах населения [4, с.217]. Развитие этой идеи встречаем у С.А. Мельникова, который определяет муниципальное хозяйство как систему отношений, возникающих между муниципальным образованием в лице органов местного самоуправления, хозяйствующими субъектами – производителями и поставщиками услуг, а также населением и организациями – потребителями услуг по поводу предоставления муниципальных услуг [5, с.14]. В контексте нашего исследования мы будем опираться на последний подход.

Модели муниципального хозяйства классифицируются на [6, с.42; 7, с.10; 8, с.8-19]:

коммунальную, которая предполагает, что жители сами оплачивают поставщикам индивидуально потребляемые ими муниципальные услуги, в том числе социально значимые, а затраты на финансирование общественных услуг несут в форме уплаты налогов, то есть значительную тяжесть затрат на реализацию общественных интересов и потребностей несут сами жители муниципального образования;

коммунально-рентную, отличающуюся тем, что органы местного самоуправления участвуют в оказании жителям ряда бесплатных или частично оплачиваемых услуг, в основном социальных. Источниками затрат на реализацию общественных интересов являются налоги с населения и рентные платежи, образующиеся за счет использования находящихся в муниципальной собственности земли и объектов недвижимости;

муниципально-рентную, которая подразумевает, что основное бремя по решению вопросов жизнеобеспечения населения несут органы местного самоуправления как полноценные хозяйствующие субъекты на своей территории.

Существование того или иного вида муниципального хозяйства зависит от ресурсов территории (материальных, финансовых, человеческих), от собираемости налогов и от компетенции органов местного самоуправления. Коммунальная модель муниципального хозяйства имманентна экономически развитым странам с высоким уровнем жизни населения. В ряде российских регионов, где доходы значительной части населения меньше прожиточного минимума, переход к такой модели преждевременен. Положения Федерального закона № 131-ФЗ, в соответствии с которыми в муниципальную собственность может входить только имущество, предназначенное для решения публичных задач, отнесенных к ведению муниципальных образований [9], не позволяет реализоваться в России муниципально-рентной модели. В этой связи единственной моделью соответствующей уровню социально-экономического развития страны и действующим нормам права является коммунально-рентная модель, в рамках которой главной функцией органов местного самоуправления является производство муниципальных услуг. К муниципальным услугам относятся услуги, ока-

зывающиеся в привязке к месту жительства потребителей услуг и формирующие весь комплекс жилищно-коммунальных, транспортных, бытовых, торговых, образовательных, социальных, культурных услуг, обеспечение общественного порядка, экологического и санитарного благополучия в границах муниципального образования, обустройство и содержание территории. По справедливому замечанию Ф. фон Хайека, «передача на местный уровень всех полномочий, которые могут быть осуществлены на местах, есть, вероятно, самый лучший способ уравновесить для граждан исходящие от правительства блага и тяготы» [10, с.369].

Социальная компонента заложена в каждую из рассмотренных выше моделей, поскольку они всегда нацелены на реализацию социальных интересов определенных социальных групп [11, с.14]. При этом в рамках каждой из моделей возможно четыре вида саморазвития территорий [12, с.12]: 1) дотационное саморазвитие; 2) саморазвитие как самовывживание; 3) саморазвитие как бизнес-развитие; 4) саморазвитие как социально ориентированное развитие. Бочко В.С. рассматривает социально ориентированное саморазвитие как самую высокую ступень воспроизводства, характерную для современного периода развития производительных сил. Таким образом, социально ориентированное развитие муниципального образования предполагает не только обеспечение достойного качества жизни населения, социальное здоровье, личную безопасность, но и является источниками постоянного саморазвития, достижения тех социальных нормативов, которые рождены российской действительностью в лучших регионах страны и известны из мирового опыта.

Социально ориентированное саморазвитие возможно не на основе разрозненных действий множества экономических агентов, когда, оценивая уровень собственных потребностей, удовлетворение которых связано с территорией проживания, с муниципальной системой, с ее объективно-субъективной составляющей, индивид реализует собственные поведенческие установки, а на базе совместных скоординированных поступков людей. Каждый член местного сообщества, осуществляя свои действия, учитывает реакцию и интересы других, ориентируясь на принятые в обществе нормы, ценности, принципы. Следовательно, в основе социально ориентированной модели муниципального развития должна лежать концепция целостности и интегрированности местного сообщества, характеризующегося осмысленной координацией и регламентацией поведения. Так, Е.И. Капустин отмечает, что качество жизни и все изменения в ней зависят не столько от результатов деятельности отдельного человека, сколько от воздействия на условия жизни со стороны всего общества [13, с.32].

На зависимость качество жизни от места конкретного сообщества в структуре муниципального хозяйствования и социального управления муниципальной системой, его функциональности в режиме территориальной самоорганизации и самоуправления, обращает внимание в своих работах А.М. Киселева, отмечая, что для обеспечения и поддержки необходимых параметров жизнедеятельности члены местных сообществ должны осуществлять общественный контроль в данной сфере, участвовать в мероприятиях, связанных с управлением объектами муниципальной собственности, и т.д. [14, с.94-99]. В этом реализуются способности местного сообщества осуществлять функции социальной власти.

Таким образом, социально ориентированная модель муниципального развития предполагает обеспечение консенсуса интересов различных экономических агентов, функционирующих на территории муниципального образования.

Ограниченность ресурсов порождает конфликт представленных на территории муниципального образования полисубъектных интересов:

_____ между хозяйствующими субъектам различных от-

раслей, функционирующими на территории муниципального образования (например, промышленных предприятий и организаций туристической по поводу использования экологических и природных ресурсов муниципального образования);

_____ местного сообщества (например, конфликт интересов по поводу источников формирования и направлений использования местного бюджета);

_____ между населением муниципального образования и хозяйствующими субъектами (первые заинтересованы в получении качественных и недорогих услуг, вторые – в увеличении прибыли).

Согласование разнокачественных интересов возможно лишь путем создания, поддержания и развития эффективно функционирующей системы отношений, обеспечивающей формирование полисубъектных механизмов управления территорией. Одной из институциональных форм системной организации экономических отношений является стратегическое планирование развития муниципальных образований.

Социально ориентированная стратегия развития муниципального образования – это прогнозно-аналитический документ, базирующийся на идее партнерства власти, населения и бизнеса, содержащий систему социальных ценностей и представлений местного сообщества о стратегическом выборе, стратегических целях и приоритетах развития муниципального образования, основные положения местной социально-экономической политики, направленной на удовлетворение социальных потребностей населения и обеспечение возможности самореализации каждого человека. Такая стратегия отдает приоритет социальным целям во всеобщей системе целеполагания, в которой учитывается не только потенциал муниципального образования и его взаимодействие с внешней средой, но и взаимодействие территориальных субъектов (в терминологии Б.В. Сазонова территориальные субъекты – те, кто заинтересован в развитии данной территории, имеет определенные ресурсы для определения траектории развития и включен в процесс управления [15, с.127]). Парадигма стратегии социально ориентированного развития основана на примате социальных и материальных потребностей человека над производственными. Философия развития территории исходит из того, что наращивание ресурсного потенциала муниципального образования, повышение эффективности муниципального хозяйства являются источником повышения качества жизни граждан, их благосостояния, максимально полного удовлетворения потребностей населения в качественных муниципальных услугах, непрерывное совершенствование социального самочувствия и всего образа жизни. Оценка степени достижения стратегических целей осуществляется по критерию качества жизни населения.

Механизмы реализации социально ориентированной стратегии развития муниципального образования основаны на корпоративном способе организации социальной жизни, включающем меры по формированию системы социальной ответственности бизнеса, усилению мотивации корпоративных социальных инвестиций. Действенным инструментом реализации стратегии становится разработка и заключение социального договора между администрацией муниципалитета, хозяйствующими субъектами и населением относительно параметров использования производимого продукта. Как известно, именно механизмы социальных договоров (например, немецкая тарифная автономия, французские контракты прогресса, английский социальный контракт, бельгийское социальное программирование) позволили многим странам сформировать эффективную структуру современного воспроизводства.

Одной из форм проявления социальной ответственности бизнеса являются корпоративные социальные инвестиции. Сегодня структура корпоративных социальных инвестиций российского бизнеса выглядит следую-

щим образом: на развитие персонала приходится 43,6%; на здоровье работников и охрану труда компании расходуют 14,5%; на природоохранную деятельность – 14,1%; на удовлетворение социальных потребностей местного сообщества – лишь 8,8%. Такая низкая доля расходов по статье «местное сообщество» и наблюдаемая тенденция к ее дальнейшему сокращению свидетельствуют об отсутствии диалога между органами местного самоуправления и бизнесом, что снижает потенциальные финансовые ресурсы реализации стратегий развития муниципальных образований. В этой связи социально ориентированная стратегия развития муниципального образования должна быть нацелена на привязку социальной ответственности бизнеса к процессу территориального развития.

Важной задачей при формировании социально ориентированной модели муниципального хозяйства также является включение населения (по крайней мере, его активной части) в кооперационное взаимодействие по обеспечению стратегического управления территориальным развитием.

Подводя итог, отметим, что социально ориентированное развитие муниципального образования представляет основанный на кооперационном взаимодействии населения, власти и бизнеса процесс качественного изменения социальной сферы, приводящий к улучшению качества жизни населения и формированию условий самореализации всех членов местного сообщества.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Управление развитием социальной сферы муниципальных образований / Под общ. ред. Е. В. Тишина. — М.: РИЦ «Муниципальная власть», 2001.
2. Дубская О.С., Стрельченко Е.А. Муниципальное хозяйство: особенности, структура, модели // Terra Economicus. — 2011. Т.9. №3. Ч.2.
3. Региональное развитие: аналитический обзор // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2011. № 7 (49).

4. Велихов Л.А. Основы городского хозяйства. — М.: Л.: ГОСИЗДАТ, 1928. С.217.
5. Мельник С.А. Роль и место муниципалитетов в повышении качества жизни населения // Научный вестник Костромского государственного технологического университета. 2012. № 2.
6. Воронин А. Г. Муниципальное хозяйство и управление: проблемы теории и практики. - М.: Финансы и статистика, 2002.
7. Домбровский А.Н. Практика управления местными бюджетами в условиях экономического кризиса // Финансы. 2010. № 1.
8. Запорожан А.Я. Модели муниципального хозяйства // Научные труды Северо-Западного института управления. 2012. Т. 3. № 1.
9. Федеральный закон № 131 от 6 октября 2003 г. «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. 2003. № 40. Ст. 3822.
10. Хайёк Ф. Право, законодательство, свобода: Современное понимание либеральных принципов справедливости и политики. — М.: ИРИСЭН, 2006.
11. Гавриленко Н.И. Конкурентно-рыночные стратегии хозяйствующих субъектов в условиях становления и развития социально ориентированной рыночной экономики // Региональная экономика: теория и практика. 2008. №19 (76).
12. Бочко В.С. Теоретико-методологические основы интегративного стратегического развития территорий: автореф. дис. ... д-н. — Екатеринбург, 2010.
13. Капустин Е.И. Уровень, качество и образ жизни населения России. — М.: Наука, 2006.
14. Киселева А.М. Местные сообщества в структуре муниципального хозяйства // Вестник Омского университета. Серия: Экономика. 2010. № 2.
15. Сазонов Б.В. Программирование территориального развития как механизм формирования территориальных субъектов // Инновации в общественной сфере / Под ред. Б.В. Сазонова. Т.34. — М.: Изд-во ЛКИ, 2008.

SOCIALLY-ORIENTED MODEL OF MUNICIPAL DEVELOPMENT

© 2013

N.R. Gukasova, senior lecturer of the department of global and regional economy, post-graduate student
Russian Academy of National Economy and Public Administration at the President of the Russian Federation
(The North Caucasus Institute-Branch), Pyatigorsk (Russia)

Annotation: The basis of the socially-oriented model of municipal development is the concept of harmonization of polij subjective territorial interests and cooperation of interaction of the population, the authorities and the business through the formation of the territorial partnerships and strategic planning development of the municipality.

Keywords: municipal economy, socially-oriented model, interests, strategic planning, social responsibility.

УДК 338.46

УСЛУГИ СОЦИО-КУЛЬТУРНОГО СЕРВИСА КАК ТОВАР В МАРКЕТИНГЕ

© 2013

А.И. Густоваров, аспирант 3-го года обучения кафедры «Маркетинг и логистика»
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва (Россия)

Аннотация: В последние годы качественно новое развитие получил рынок услуг социо-культурного сервиса, работа которого осуществляется в соответствии с рыночными законами, национальной спецификой и территориальной масштабностью в целях усиления роли институтов потребителей и повышения качества жизни общества.

Ключевые слова: социо-культурный сервис, сервисизация, сервисный потенциал.

С развитием коммерции услуг в создаваемой рыночной экономике России она все более приобретает сервисный характер, постепенно преобразуясь из экономики производителей в экономику наиболее полного удовлетворения специфического спроса потребителей. Появление новых услуг и отраслей их производящих ведет к развитию сервисизации производства.

Сервисизация (происходит от англ. слова - service - услуга) - процесс активного инвестирования в инфраструктурные отрасли, который обусловлен ростом доходов, расширением потребностей в кредитных ресурсах, ускорением темпов НТП и поиском ресурсосбере-

гающих технологий в сфере производства и реализации продукта.

Сервисная экономика характеризуется следующими основными факторами:

- понятие полезности товаров отождествляется не только с материальным качеством, но и с развитием сопутствующих услуг и процессов, обеспечивающих эффективность бизнеса;
- понятие качества услуги, которое добавляется способностью предприятия оперативно взаимодействовать с потребителями;
- стиль и методы управления, которые постоянно

меняются с учетом тенденции и закономерности рынка. Появляется гибкость, адаптивность, скорость принятия решений, активизируются маркетинговая и логистическая компоненты управления;

- производственная система являющаяся более открытой, с динамичными коммерческими связями и с поставщиками услуг и с потребителями;

- конкуренция, направленная на сотрудничество и взаимодействие для более полного удовлетворения потребностей клиентов;

- качество обслуживания клиентов, нацеленное на более полное удовлетворение потребностей клиентов.

Развитие системы услуг формируется в рамках сервисной экономики. Услуги являются фундаментом сервисной экономики, способствуют развитию рыночной инфраструктуры, социальной ориентации экономики, повышению качества жизни общества, его гармонизации. Не случайно в передовых странах мира доля услуг в общем объеме ВВП в 2012г. достигла уровня 80%. Эксперты и аналитики (Алексеев А. А., Линдерт П. Х., Пиндайк Р., ортер М.) выделяют несколько причин необходимости поступательного развития рынка услуг:

- потеря многими индустриальными экономическими системами - динамизма;

- вложение в сферу материального производства становится малоэффективным как с точки зрения хозяйственной, так и с экологической;

- рост безработицы, которая отвлекает экономические ресурсы и создает социальную напряженность;

- кризис перепроизводства;

- экологические проблемы.

Развитие современного профессионального бизнеса неразрывно связано с сервисизацией производства, распределения, обмена, потребления товаров и услуг. Сервисный потенциал (СП) - один из важных и активно развивающихся элементов современного цивилизованного рыночного механизма, непосредственно связанного с максимизацией потребительской удовлетворенности и повышением на этой основе эффективности производства и коммерции.

Существует несколько подходов к классификации услуг.

В соответствии с научными исследованиями профессора Марковой В.Д. usługовая деятельность включает пять классификационных групп:

1. Производственные услуги – инжиниринг, лизинг, обслуживание, ремонт оборудования и др.;

2. Распределительные услуги – торговля, транспорт, связь;

3. Профессиональные услуги – банки, страховые, финансовые, консультационные, рекламные и т.п.;

4. Потребительские (массовые) услуги, связанные с домашним хозяйством и времяпрепровождением;

5. Общественные услуги – телевидение, радио, образование, медицина, спорт, культура.

Ф. Котлер выделяет четыре классификационных признака: осязаемость, неотделимость от источника, непостоянство качества, невозможность хранения и транспортирования услуг.

Л. Крепкий делит услуги на две группы: материальные и нематериальные. Каждая из групп включает в себя по 7 подгрупп по выделенному признаку материальности.

В. Кулибанова предлагает 4 группы услуг: услуги, ориентированные на управление государством; услуги, ориентированные на управление предприятием; услуги, ориентированные на управление обществом; услуги, ориентированные на управление потребностями человека. Нельзя не согласиться с этими подходами.

Услуга выступает как одна из важнейших разновидностей бизнеса, так как является товаром / предметом / купли-продажи, от реализации которого общество получает ощутимую пользу.

Сейчас сфера услуг (третичный сектор) рассматривается как полноценная часть экономики страны,

равнозначная сельскому хозяйству (первичный сектор) и промышленности (вторичный сектор). Ж. Фурастье и С. Кузнец в своих работах проанализировали изменения данных секторов в процессе развития экономики. В теории трех секторов сделан вывод о том, что в секторе услуг на конечном этапе его развития должно быть занято 80% всего экономического активного населения, на долю оставшихся двух секторов должно приходиться по 10% занятых.

В настоящее время рынок услуг является наиболее активно развивающейся частью потребительского рынка. Сегодня третичный сектор экономики вносит весомый вклад в увеличение благосостояния многих стран, Россия в этом списке не является исключением.

Отдельный сектор в сфере услуг занимает сфера социо-культурного сервиса. Чтобы подчеркнуть огромное значение в наше время социо-культурный сервис стали выделять в особый четвертичный сектор, отдельный от третичного (прочие услуги). В литературе можно также встретить деление сферы услуг на три сектора:

- третичный – инфраструктурный (транспорт, связь, передача электричества и тепла);

- четвертичный – распределительно-обменный (торговля, страхование, финансы);

- пятиричный – социально-управленческий (управление, наука, образование, здравоохранение, искусство).

Оригинальный подход к структуризации сферы услуг выдвинул американский экономист-институционалист Дуглас Норт. Чтобы подчеркнуть большую роль институтов в жизни общества, он предложил выделять в экономике трансформационный сектор (изменение физических характеристик экономических благ) и трансакционный сектор (изменение чисто социальных характеристик – принадлежности экономических благ кому-либо). При таком подходе часть сферы образования входит в трансформационный сектор.

При этом такие ключевые термины, как «товар» и «услуга», рассматриваются зачастую как идентичные термины. Так, Ф. Котлер: «Товар — все то, что может удовлетворить нужду и потребность и предлагаемый рынку с целью привлечения внимания, приобретения, использования или потребления. Это могут быть физические объекты, услуги, места, организации и идеи» [3]. В таком толковании имеет место отождествление данных понятий.

Другие авторы подчеркивают, что для осуществления маркетинговой деятельности необходимо четкое определение вида и содержания основного товара, а, следовательно, первый подход (отождествляющий термины «товар» и «услуга») допускает неточность относительно определения сущности этих понятий, которые имеют значительные различия.

Классики экономической теории определяли понятие «услуга» как «... полезное действие той или иной стоимости, товара ли, продукта ли». В таком понимании услуга выступает как полезное действие труда, что не отражает специфику данного понятия.

Арасланов Т.Н. в своей статье «Маркетинг услуг: уточнение некоторых понятий» анализируя данное определение подчеркивает, что «...особенность потребительской стоимости труда в качестве услуги состоит именно в том, что труд в этом случае выступает полезностью для других членов общества, юридических и физических лиц в форме специфической деятельности. А эта особенность, ...предполагает отношения между людьми. ... уже в самом процессе деятельности по оказанию услуги» [1]. В своей работе Арасланов Т.Н., утверждает, что услуга – это объект общественного бестоварного предложения, в отличие от товарного предложения, т.е. обмена результатами деятельности. В результате проведенных исследований установлено, что данное определение нельзя считать верным, поскольку процесс предоставления услуги часто сопровождается вполне осязаемыми действиями. Более того, возможен и обмен результатами

деятельности (как, например, в случае научного продукта вуза).

Р. Малери приводит следующее определение услуги: «Услуги – это нематериальные активы, производимые для целей сбыта». Данное определение главной специфической чертой услуг видит их неосвязаемость.

Представитель скандинавской школы К. Гренрос считает услугу процессом, состоящим из последовательности (или нескольких) неосязаемых действий, которые по необходимости происходят при взаимодействии между покупателями и обслуживающим персоналом, физическими ресурсами, системами предприятия - поставщика услуг. Данное определение также не подразумевает смешанной природы услуги [8].

Некоторые исследователи предлагают вообще не различать эти экономические понятия, а рассматривать их как некое единое целое — «товар-услуга», которое «... может начинаться от преобладания товара, а заканчиваться преобладанием услуги» [6]. Отдельными авторами вводятся такие термины, как «чистая услуга» и «продуктосодержащая услуга» и, соответственно, «маркетинг чистой услуги» и «маркетинг услуги с продуктом, который может не отличаться от маркетинга материально-вещественных товаров» [5].

Рассматривая содержание сервисного компонента в продуктовом предложении в качестве дифференцирующего признака предложил идентифицировать четыре группы продуктов: чистый осязаемый товар, осязаемый товар с предоставлением сопутствующих услуг, основная услуга с незначительными сопутствующими товарами, и чистая услуга. Данная классификация полностью соотносится с моделью Шостака.

В отличие от товаров «...услуги производятся и потребляются в основном одновременно и не подлежат хранению. В силу этого услуги обычно базируются на прямых контактах между производителями и потребителями. Поэтому ... происходит определенное обособление услуг от осязаемых товаров, реализация которых обычно связана с посредничеством и возможностями хранения» [4]. В настоящее время и это определение является не совсем верным. Так, с развитием информационных технологий появилась возможность дистанционно обучаться, а, следовательно, возникает разрыв моментов производства и потребления образовательной услуги.

Ряд авторов сходятся во мнении о том, что к товарам следует относить не только материальные объекты. Но в тоже время они подчеркивают, что услуга как товар заметно отличается от товара, имеющего физическое воплощение. Так, Беляев В.И. подчеркивает: «...большинство услуг (разумеется, не все) потребляется в процессе производства, в то время как физические товары прежде производятся, а затем, после прохождения через сферу обращения, потребляются» [2]. Данная точка зрения является близкой и для нас.

Ведь все рыночные товарные предложения имеют свою ярко выраженную специфику, которая находит свое отражение в применяемых маркетинговых концепциях относительно данных объектов. Одно дело маркетинг сложной бытовой техники и совсем другое, товаров повседневногo спроса, таких как хлебобулочные изделия. Ни у кого не вызывает сомнения наличие специфики маркетинга в зависимости от того работает организация на рынке b2b (рынок предприятий) или b2c (потребительский рынок). Так и маркетинг сферы услуг имеет свою специфику, которая в большей степени должна учитывать характерные особенности конкретного продукта, а не пытаться найти универсальные инструменты маркетинга для всей сферы услуг.

С точки зрения потребителя, мотивации человека, разницы между товарами и услугами нет. И то и другое – объекты потребления, которые решают те или иные проблемы потребителя. Так как рыночный успех упирается по большей части в потребителя, то в этом аспекте

и нужно изучать ситуацию.

Дж. Бэйтсон также подчеркивал, что граница между товарами и услугами зависит от отношения к этому поставщиков товара и потребителей. Один и тот же объект, содержащий набор физических предметов и ряд действий обслуживающего персонала исполнителя, может рассматриваться потребителем и как материальный товар, и как услуга [7].

Большинство отечественных и зарубежных ученых разделяют товары и услуги по принципу «услуга не ощущается до момента ее оказания». Но некоторые характеристики потребитель ощущает до момента потребления. Например, большинство слушателей курсов довольно активно интересуются содержанием образовательной программы еще до момента принятия решения о покупке. Это тоже часть услуги, причем очень важная. Хотя это тоже часть услуги. При этом большую часть характеристик, потребитель действительно сможет оценить, в полном объеме, только прослушав данный курс. Таким образом, потребителю приходится принимать решение о покупке в условиях достаточно высокой неопределенности.

На оценку качества услуги в дальнейшем повлияет личность самого потребителя и его психологических особенностей, так и от объективных условий, в которых будет протекать процесс предоставления услуги. Факторы, влияющие на вариативность качества услуг, можно разделить на две большие группы — личностные (субъективные) и ситуационные (объективные).

Личностные факторы определяются своеобразием психических процессов, состояний и качеств лиц, участвующих в процессе производства услуги.

Ситуационные факторы, т.е. конкретных обстоятельств, в которых услуга предоставляется. Эта группа включает в себя факторы внешней и внутренней среды организации, а также особенности поведения третьих лиц.

В рамках проблемно-ориентированного анализа следует отметить, что принятие решений покупателем в отношении товарного, происходит в условиях риска, т.е. его результат не является определенными, но вероятность возможного результата известна. Покупатель имеет возможность оценить вероятную степень своей удовлетворенности отдельными свойствами товара.

Приобретая услуги, потребителю приходится принимать решение в условиях неопределенности, когда невозможно оценить вероятность потенциальных результатов. Это объясняется тем, что большая часть требующих учета факторов нематериальна. О них невозможно получить достаточно релевантной информации. В итоге вероятность определенных последствий, связанных с принятием решения о покупке услуги, невозможно предсказать с достаточной степенью достоверности.

Сталкиваясь с неопределенностью, потребитель может использовать две основные возможности. Во-первых, попытаться получить дополнительную релевантную информацию и еще раз проанализировать проблему. Вторая возможность - действовать в точном соответствии с прошлым опытом, суждениями или интуицией и сделать предположение о качестве услуги. Именно эти два момента и должны отличать маркетинг услуг от маркетинга товаров и, соответственно, должны быть учтены при формулировке такого понятия как услуга.

Услуги социо-культурного сервиса – это любые блага, являющиеся результатом непосредственного взаимодействия поставщика (исполнителя) и потребителя, и процесс принятия решения покупки, которых протекает в условиях неопределенности и обеспечивают повышение качества жизни.

Развитие сферы услуг – глобальная тенденция современности. Технологический прогресс, социально-демографические изменения, рост благосостояния населения, обострение конкурентной борьбы - все это создает предпосылки для развития сферы услуг и определяет

перспективы ее развития.

На производство услуг в сфере социо-культурного сервиса влияют экономический механизм развития общества, масштабы общественного производства, сложность его отраслевой структуры, процесс углубления специализации и кооперирования в промышленности, количество и качество производимой и потребляемой в обществе продукции. С другой стороны, от формирования рынка услуг социо-культурного сервиса, его структуры и организации во многом зависят объемные и экономические показатели ВВП многих развитых стран.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Арасланов Т.Н. Маркетинг услуг: уточнение некоторых понятий с экономической точки зрения / Т.Н. Арасланов // Маркетинг в России и за рубежом.-2004.-№ 2.-С. 105–108.

2. Беляев В.И. Маркетинг: Основы теории и практики. М: КноРус.; 2010.- 680 с.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга.-М.:Прогресс, 1990- 734с.
4. Маркетинг: Учебник / А.Н. Романов, Ю.Ю. Кормогов, С.А. Красильников и др.; под ред. А.Н. Романова. — М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1995
5. Миронова Н.В. Маркетинг различных типов услуг Маркетинг в России и за рубежом №4 / 2003.
6. Прищепенко В.В. Семантика, дефиниции и соотношение понятий «продукт», «товар», «услуга» // Маркетинг в России и за рубежом. — 2001. — № 2.
7. Bateson J. Managing services marketing. United States of America, 1995., с. 8
8. Gronroos C. Marketing of Services: A Study of Marketing Function of Service Firms: Unpublished Econ. D. Dissertation. — Swedish School of Economics, 1979

SOCIO-CULTURAL SERVICE AS A MARKETING PRODUCT

© 2013

A.I. Gustovarov, 3-rd year postgraduate student of the chair «Marketing and Logistics»
Financial University under the Government of the Russian Federation

Annotation: In recent years the market of socio-cultural services has been developing in a new way. Its work is performed in accordance with market forces, national identity and territorial scale in order to enhance the role of consumer institutions and to improve the quality of life of society.

Keywords: socio-cultural service, servicing, service potential.

УДК 331

СОЦИАЛЬНО-ЭТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ

© 2013

Е.А. Добрякова, аспирант кафедры «Маркетинг и логистика»
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва (Россия)

Аннотация: В настоящей статье будут рассмотрены существующие виды социально-этического маркетинга, а также детально проанализированы принципы формирования внутрикорпоративной культуры и имиджа в организации. Будет подвергнута анализу корпоративная культура и эффективность межличностных отношений в целях повышения ценности значимости труда каждого работника.

Ключевые слова: социально-этический маркетинг, имидж организации, корпоративная культура, имиджевая концепция, социально-корпоративная ответственность.

В настоящее время, несмотря на заметные положительные сдвиги в области макроэкономики, в России сохраняется социальная напряженность, которая обусловлена диспропорциями в распределении национального дохода и вызванными этими диспропорциями социальными конфликтами между различными слоями общества. Результаты исследования, проведенного специалистами «РОМИР Мониторинга» и Института общественного проектирования в 2012 г., говорят о том, что к верхнему классу российского общества относится всего 0,4% населения страны, к среднему - около 25%, а к низшему - почти 75%. При этом 7,7% населения признается, что им «не хватает денег даже на еду».

Построение в России гражданского общества, которое формируется в процессе экономического и политического развития страны, роста благосостояния, культуры и самосознания народа, невозможно без достижения консенсуса между всеми социальными слоями населения нашей страны, а также между бизнесом и обществом. Решению данной проблемы наилучшим образом способствует реализация концепции социально-этического маркетинга при реструктуризации бизнеса. Воплощение социально-этических идей в процессы становления, развития и функционирования бизнеса призвано оказать помощь в достижении баланса интересов субъектов рынка и общественных интересов.

Социально-этический маркетинг (социально-этический маркетинг, социальный маркетинг) - это комплексное взаимодействие коммерческой фирмы, работающей на рынке, с клиентами, контрагентами, различными общественными институтами, основанное на признании решающей роли социальной ответственности фирмы, следовательно, и ее репутации, имиджа. Одна из глав-

ных задач любой организации на сегодняшний день - добиться доверия у клиента, убедить покупателя в том, что именно здесь он получит все необходимое по лучшей цене и лучшего качества. Доверие - это чувство уверенности, что обещания о товарах и услугах могут быть приняты покупателем на веру. Доверие покупателя нужно заслужить, а на это требуется время и безупречная работа. Никакой объем рекламных выступлений и умение торговать не смогут сравниться с репутацией надежного поставщика товаров и услуг.

В условиях переполнения рынка можно с уверенностью сказать, что из двух или нескольких производителей товаров и услуг, которые в равной степени удовлетворяют потребителя по важнейшим рыночным параметрам (соотношение цены - качества, качество обслуживания, условия гарантийного и послепродажного обслуживания), потребитель выберет товар той фирмы, которая более известна, ориентирована не только на коммерческий успех, но и на следование нормам социально-этического маркетинга. Паблик рилейшнз являются инструментом гармонизации общественных отношений в треугольнике «бизнес - власть - общественность», способом согласования личных, корпоративных и общественных интересов. Паблик рилейшнз в рамках социально-этического маркетинга - это деятельность, сочетающая элементы менеджмента и социальных технологий, способствующая успеху бизнеса и удовлетворению социальных потребностей.

Направления ПР-активности в рамках социально-этического маркетинга включают в себя:

- целенаправленное формирование системы методов улучшения контакта фирмы с целевыми аудиториями;
- использование всего набора средств маркетинговой

коммуникации (реклама, выставки, ярмарки);

- разработку и последовательную реализацию стратегической имиджевой концепции, основанной на реальных, а не мнимых достижениях фирмы;

- предвидение информационных кризисных ситуаций (разработка сценариев развития хотя бы «известных кризисов», формирование кризисного штаба, просчет наиболее вероятных тем «выброса компромата» конкурентами и противниками корпорации во властных структурах);

- осознание топ-менеджментом и кадровым ядром (а в идеале - всеми сотрудниками фирмы) общественной миссии фирмы;

- следование общечеловеческим нравственным нормам.

В производстве учитываются не только интересы потребителя, но и необходимость выполнения госзаказа, экспортной деятельности, импортозамещения, выпуска товаров для социально незащищенных групп населения. Цена диктуется не только соотношением спроса и предложения, но и социальными, геополитическими и самыми важными - экологическими факторами, так как на первом месте для «грамотного» потребителя стоит экологическая чистота продукции, что вызвано ухудшением экологии в глобальном понимании.

Движения за охрану окружающей среды выступают не против маркетинга и разумного здорового потребления, а за то, чтобы вся хозяйственная деятельность осуществлялась на основе экологической безопасности, безвредности и в целях повышения качества жизни.

Важным фактором ограничения хозяйственной деятельности и переориентации ее на удовлетворение потребностей граждан стало появление в начале века движения в защиту прав потребителей. Оно представляло собой организованное движение граждан и некоторых государственных органов и институтов за расширение прав и возможностей воздействия покупателей (потребителей) на продавцов (товаропроизводителей).

Как показал опыт лидирующих стран мира и российских компаний, создание социально-эффективной экономики с достойным уровнем качества жизни невозможно без своевременного формирования внутрикорпоративного маркетинга.

Корпоративная культура - одна из самых специфических сфер культуры, которая связана с воспроизводством отношений, складывающихся между людьми в процессах изготовления продукции, её распределении, сбыте, сервисном обслуживании и потреблении.

Характерными признаками, раскрывающими содержание внутрикорпоративной культуры, являются:

- специализация, уровень кооперации и масштабы хозяйствующего субъекта;

- качество корпоративного менеджмента с выделением мобильности организационной структуры управления, стиля психологического взаимодействия, форм и методов принятия плано-управленческих решений;

- профессиональный уровень и степень деловой активности каждого исполнителя, гибкость и восприимчивость к нововведениям, традиции, ритуалы, национальная специфика.

Наряду с этими внутренними признаками, которые подвластны контролю и регулированию, необходимо учитывать и внешние признаки, а именно: степень конкуренции в целевых сегментах сбыта; перспективы традиционной ниши рыночного присутствия и возможные тенденции и закономерности в ценовой, товарной политике участников рынка. Понятие корпоративной культуры находится в неразрывной связи с такими теориями, как теория развития, теория организации, промышленная психология, управление персоналом, науки публич рилейнз, которые являются фундаментом практических результатов менеджмента, маркетинга и, в конечном счете, создания прочных условий рыночной стабильности.

Из вышесказанного следует, что **корпоративная культура** - это одна из специфических сфер культуры, которая раскрывает уровень культуры внутрикорпоративных отношений, а также уровень эффективных внешних коммуникаций при выполнении целевой миссии фирмы. Понятие корпоративная культура является целостной системой с вполне определённой структурой, которая объединяет членов компании в одну команду и выделяет её из сообщества за счёт собственных идеальных корпоративных ценностей, социальных норм и нормативов [1].

Любое современное предприятие может быть охарактеризовано совокупностью таких элементов как: уровень и структура материальных потребностей; нормы и образы социального взаимодействия; научно-практические знания и опыт; культурные образцы и стили психологического взаимодействия; ценностно-мотивационные отношения к труду, накоплению, богатству, результатам общественной значимости личного вклада каждого исполнителя.

Уровень корпоративной культуры может быть выражен через гармонию созданной системы смыслов, ценностей, норм и ориентиров, направленную на успешную реализацию миссии и целей компании.

Внутрикорпоративная культура - это «индивидуальность» компании, характеризующая тем или иным способом выполнения работы. Генеральной линией корпоративной культуры является установление эффективных межличностных отношений в трудовом коллективе для улучшения качества работы и повышение ценностной значимости труда каждого работника в соответствии с его достоинством и репутацией.

Выполнение генеральных стратегий корпоративной культуры возможно при соблюдении следующих условий:

- задания должны быть реальными, сформулированы ясно, чётко;

- содержание задания должно быть обеспечено исчерпывающим и достоверным объёмом информации, иметь доступный алгоритм выполнения;

- для каждого задания должна быть чёткая инструкция по его выполнению с обозначением сроков, источников покрытия потребности с выделением незримых факторов психологического поведения в контрагентами, с учётом их излюбленных привычек, склонностей, образовательного ценза, уровня культуры; национальности и традиций.

Корпоративная социальная ответственность должна быть предусмотрена не только в глобальных стратегиях фирмы, но и на каждом отдельном этапе её реализации с учётом создания духа ответственности и заинтересованности в делах фирмы в каждом исполнителе. Задачи, связанные с корпоративной культурой, решают структуры PR и HR.

Паблик рилейнз интегрирует в себе механизм рыночных отношений в обществе с последовательным решением многообразных проблем товарно-денежных отношений. Одним из ключевых принципов использования механизма Паблик рилейнз (провозглашённый английским социологом Сэмом Блэком) в рыночных связях является **принцип обеспечения взаимной выгоды в коммерческой деятельности фирмы и обществу** на основе честности и правдивости тех, кто реализует связи с общественными институтами [2].

Корпоративный Паблик рилейнз - целенаправленное и структурированное информационное воздействие на персонал, призванное укрепить в его глазах имидж компании. Это ключевая компонента структуры социально-корпоративной ответственности трудового коллектива. Именно они - специалисты по связям с общественностью, должны вдохновлять команду профессионалов на достижение позитивного имиджа, создание популярной репутации, уклонение от скандалов, социальных взрывов [3].

Давно известно, что японский менеджмент, а сегодня и китайский в отличие от американского стремится создать для трудового коллектива соответствующую уютную атмосферу труда, в которой каждый исполнитель смог бы почувствовать себя комфортно, огромный прилив желания работать ещё лучше без страха за будущее с высокими реализациями своего «я». Так, например, залог успеха фирмы «Сони» по мнению её руководителя Акио Морита заключён в единении всех работников, создании корпоративного духа сплочённой семьи, имеющей одну судьбу, собственные национальные традиции.

Бесспорно, деятельность, связанная с мотивацией поведения работников организации, повышение их заинтересованности в результатах труда является ключевым направлением корпоративного Паблик рилейшнз.

Внутри корпоративные коммуникации, их эффективность не менее значительны, чем внешние. Поэтому создание в организации атмосферы взаимопонимания и сотрудничества требует чуткого кропотливого труда, направленных усилий топ-менеджеров в тесной связи с работой пиар-службы компании. Эта комплексная работа включает два основных блока:

- первый блок имеет многообразные формы и методы создания внутреннего корпоративного духа трудового коллектива с его духовными ценностями и высокой моральной ответственностью за результаты труда;

- второй блок отражает многообразие форм функциональных коммуникаций с различными формальными, неформальными целевыми аудиториями в целях создания достойного имиджа, рыночной устойчивости и коммерческого успеха.

Как было отмечено выше, наиболее существенный вклад в поступательное развитие общества, который осуществляют коммерческие структуры это - предоставление рабочих мест; справедливый уровень заработной платы и стимулирующие льготы; отчисление налогов, позволяющее проводить социальную политику; патронирование, спонсирование фундаментальных исследований по охране окружающей среды. Чем больше процветающих фирм в обществе, чем выше сервисный потенциал обслуживания, тем выше качество жизни общества. Чем выше уровень доходов у населения, тем активнее работает промышленная сфера, торговля, банки, культура, искусство.

Совершенно очевидно, что без усилий корпоративных Паблик рилейшнз невозможно достичь устойчивого имиджа, коммерческих результатов, удовлетворения от выполненных работ и выполненного долга перед обществом. Корпоративно-социальная ответственность - залог успеха и процветание нации.[4]

Имидж - понятие ёмкое, имеющее очень разнообразный и нестабильный характер. Имидж формируется в глазах общественности годами, но потерять его можно за один миг. Ни одна организация не функционирует в изоляции. У неё обычно складываются различные целевые аудитории, это - потребители, партнёры, инвесторы, общественные организации, представители властных структур и законодательных органов, собственный трудовой коллектив и другие. Каждая целевая аудитория преследует собственные интересы и естественно имеет собственное видение фирмы, отличное от других. Так, для партнёров важна надёжность фирмы, её финансовая устойчивость, конкурентоспособность; для общественных кругов - популярность фирмы складывается благодаря социальным акциям в области охраны окружающей среды, патронирования молодых талантов, безвозмездной помощи незащищённым слоям населения; для собственного трудового коллектива представляют интерес такие системы, как стимулирование, мотивации труда, формирование личной карьеры, создание системы безопасной жизнедеятельности, социальные акции по охране здоровья и получению жилья, проведению досуга. Таким образом, фирма одновременно может иметь не-

сколько имиджей, не похожих друг на друга в соответствии с запросами целевых аудиторий.

Если фирма не работает над созданием позитивного имиджа, то он формируется стихийно в океане рыночного взаимодействия, иногда и под влиянием чёрных ПР-технологий и, как правило, не соответствует тому образу, который фирма хотела бы иметь. Позитивный имидж компании позволяет получить явные преимущества, а именно:

- формирование устойчивого положения за счёт повышения конкурентоспособности фирмы относительно другой фирмы, у которой более низкий имиджевый рейтинг;

- получение своеобразного гаранта качества товаров и услуг благодаря укреплению доверия со стороны целевых аудиторий покупателей;

- снижение совокупных расходов на организацию ПР-кампаний, презентаций в целях позиционирования товара фирмы за счёт инициативного участия в них представителей госструктур, деловой общественности, для которых это также престижно;

- престижный имидж делает товары и услуги в высшей степени популярными и желанными для основных покупателей, что создаёт дополнительные резервы в ценовой и товарной политике;

- получает дополнительный импульс развития корпоративная культура благодаря созданию монолитной единой команды, для которой многие суждения, оценочные компоненты, образцы-символы и нормы поведения едины. Их сплачивает высокий имидж, чувство гордости и ответственности за результаты труда, сопричастность к общему делу.

Репутация фирмы является зеркальным отражением её имиджа, складывающегося из совокупных впечатлений множества индивидов.

Для оценки имиджа целесообразно использовать интеграционную модель реакционной оценки численных величин отдельных реакций, разработанную Н. Андерсоном, которая имеет следующий вид [5]:

$$R_n = \sum_{k=0}^n W_k \cdot \Phi_{(S_k)} \quad , \quad (1)$$

где -

R_n - реакция индивида, представляющая оценку имиджа полного впечатления организации, задаваемом «n» компонентами /стимулами/;

S_k - /k=1,...,n / компоненты / стимулы /, каждый из которых имеет «вес»;

W_k - «вес» каждого компонента, интерпретируемый как важность и значимость данного стимула для респондента; $\Phi_{(S_k)}$ - шкальное значение стимула S.

Неотъемлемым элементом любой модели управления корпоративным имиджем является чётко обоснованная его структура. Как любая структура управления, структура имиджа организации имеет иерархическое построение [6; 7; 8]. Каждый уровень иерархии оказывает воздействие на соседний верхний уровень посредством композиции соответствующего вклада (приоритетов) элементов нижнего уровня по отношению к элементу верхнего уровня.

На основном нижнем уровне перераспределены факторы, формирующие верхний корпоративный уровень, на котором сосредоточены различные групповые компоненты - имидж потребителя, имидж персонала, визуальный имидж и т.п. Среди основных групп компонентов лидирующие позиции выполняют:

- Имидж товара (услуги);
- Имидж потребителей товара;
- Внутренний имидж организации;
- Имидж топ-менеджеров;
- Имидж персонала;
- Визуальный имидж организации;
- Социальный имидж организации;

- Бизнес-имидж.

Культура организации является важнейшим блоком концепции управления корпоративным имиджем. Данный блок отражает материальные и духовные ценности, нормы поведения, систему стимулирования, систему подготовки и переподготовки кадров. Высокая культура организации выражена в единении личных целей со стратегическими целями фирмы, компании.

Корпоративный стиль - это набор постоянных элементов (словесных, графических, цветовых и др.), которые, действуя в совокупности, обеспечивают визуальное и смысловое единство товаров/услуг фирмы, всей исходящей от неё информации, её внутреннего и внешнего дизайна. Задача корпоративного стиля - сделать конкурентоспособной фирму, выделить её индивидуальность, отличительные качественные характеристики [3].

В систему корпоративного стиля входит **товарный знак**, который идентифицирует товары данной фирмы и регистрируется в установленном порядке. Зарегистрированный товарный знак придаёт престижность фирменным товарам и услугам.

Большую роль в популяризации фирмы выполняет и **логотип** - разработанное оригинальное начертание полного или сокращённого наименования фирмы. Этот фирменный блок, включающий товарный знак, логотип, бейдж (аккредитационная карточка, нагрудный знак), официальные реквизиты, указанные на фирменных бланках с использованием характерного цвета, шрифта, а также фирменного слогана (рекламного призывного лозунга), дизайн фирменной одежды, интерьер кабинетов и архитектурный ансамбль создают эмоциональное воздействие на покупателя, позволяют повысить эффективность рекламных кампаний, социальных акций, презентаций, официальных приёмов.

Таким образом, сильный корпоративный имидж становится необходимым условием достижения фирмой устойчивого и продолжительного успеха, определённой

рыночной силы, защищает организацию от атак конкурентов, облегчает доступ к ресурсам, в том числе финансовым, информационным и человеческим.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Романенкова О.Н., Сияева И.М. Проблемы маркетинга в системе ритейлинга мегаполиса г. Москвы (технологии, стратегии, практика): Монография. – М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2008. – 160 с.
2. Реклама и связи с общественностью: учебник для бакалавров / И.М. Сияева, О.Н. Романенкова, Д.А. Жильцов. — М.: Издательство Юрайт, 2013. — 552 с. - Серия: Бакалавр. Углубленный курс.
3. PR в сфере коммерции: Учебник / Под ред. Д.э.н., проф. И.М. Сияевой [Романенкова О.Н., Сияева И.М., Сияев В.В.]. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2012, 298 с. + CD-R.
4. Сияева И.М., Маслова В.М., Романенкова О.Н., Сияев В.В. Маркетинг PR и рекламы: Учебник. – М.: Юнити-Дана, 2011.
5. Паповян С.С. Математические методы в социальной психологии, М.: Наука, 1983.
6. Крамин Т.В., Крамин М.В., Петрова Е.А., Тимирязова А.В. Формирование модели системы корпоративного управления промышленного предприятия // Актуальные проблемы экономики и права. 2011. № 1. С. 81-86.
7. Климова Т.В. Корпоративная культура в контексте высшего профессионального образования: сущность понятия и структура // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Педагогика, психология. 2012. № 2. С. 143-145.
8. Крамин Т.В., Петрова Е.А. Формирование принципов корпоративного управления в России // Актуальные проблемы экономики и права. 2009. № 2. С. 68-75.

SOCIAL AND ETHICAL ASPECTS IMAGE OF THE ORGANIZATION

© 2013

E.A. Dobryakova, graduate student of the chair «Marketing and Logistics»
Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow (Russia)

Annotation: This article will review the existing types of social and ethical marketing, as well as a detailed analysis of principles of corporate culture and image of the organization. Will be analyzed and the effectiveness of the corporate culture of interpersonal relationships in order to increase the significance of the value of each employee.

Keywords: social and ethical marketing, corporate image, corporate culture, branding concept, social and corporate responsibility.

УДК 331.1

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ТРУДОВЫМИ РЕСУРСАМИ

© 2013

М.В. Ештокин, аспирант
Курский государственный университет, Курск (Россия)

Аннотация: В статье рассмотрены методологические основы и методические подходы к формированию механизмов управления трудовыми ресурсами, дано научное обоснование совершенствованию организационно-экономического механизма эффективного управления трудовыми ресурсами в регионе.

Ключевые слова: трудовые ресурсы; регион; механизм; управление, организационно-экономический механизм.

В условиях сосуществования и параллельной конкуренции научных школ формировались разные подходы к оценке роли государства в экономике, сущность которых в той или иной степени реализуется в моделях экономического развития.

Результатом изучения методологических принципов управления трудовыми ресурсами большинства известных в научном мире экономических теорий являются выявленные тенденции развития методологических основ и закономерности эволюционного перехода от полного невнимания со стороны государственной системы к социальным проблемам до понимания роли развития человеческих ресурсов как основного фактора благосо-

стояния государства.

Становление постиндустриального общества связано, прежде всего, с изменением статуса человека в общественном производстве, который обуславливает принципиально новую сущность и характер общественных отношений. Если до этого времени управление ресурсами труда определялось, прежде всего, тем к какому социальному слою принадлежит человек, то в современных условиях доминирующим критерием выступают индивидуальные способности работника [2].

Раскрытие сущности понятия «трудовых ресурсов» обеспечивают различные концептуальные подходы к исследованию объекта управления. Среди основных

взглядов (С. Андреева, М. Боровской, О. Белокрыловой, В. Белоусова, В. Бильчака, В. Бутова, А. Гранберга, А. Дружинина, В. Захарова, В. Игнатова, Н. Кетовой, О. Мамедова, Н. Молчанова, О. Пчелинцева, С. Тяглова, Е. Черныш и др.) были учтены те, которые рассматривают трудовые ресурсы как экономическую категорию, как планово-учетную категорию, трудовые ресурсы потенциальные и фактически используемые, как продукт общественного развития, а также как активные субъекты общества и конкретные человеческие индивидуальности [1].

Авторский подход рассматривает трудовые ресурсы как экономически активную часть населения страны, обладающую таким уровнем способностей к общественному труду, который обеспечивает определенный уровень жизни человека и конкурентоспособность государства.

Имеет место устоявшееся мнение о том, что систему количественных и качественных характеристик трудовых ресурсов следует представлять трудовым потенциалом. Основываясь на применении системного подхода к раскрытию сущности управления трудовыми ресурсами, был сделан вывод, что трудовые ресурсы и трудовой потенциал – равные по своей значимости взаимодополняющие элементы трудовой активности государства.

Учитывая общемировые тенденции развития современного общества и влияние технологического прогресса, помимо традиционно рассматриваемых параметров трудового потенциала среди значимых и определяющих способностей работника следует учитывать способность к быстрой адаптации в непостоянном, непредсказуемом производстве и стихийности рынка, т.е. гибкость, адекватность его знаний и умений в принятии решений и в идентификации своего места на рынке труда. Наличие этого преимущества проявляется в так называемых «эвристических» вариантах реализации функций трудовой деятельности, адресованных творческим способностям работника. Наличие данных способностей представляет существенный вклад в трудовую активность государства. Кроме того, никакой другой ресурс, обращаемый на рынке, не обладает большими свойствами «неопределенности», чем человеческий. «Неопределенность» в данном случае следует рассматривать в ходе оценки профессиональных способностей и компетентности работников как вероятность наступления риска не реализации работником своих трудовых функций.

В своем развитии от рождения до смерти человек проходит ряд биологических (естественных) возрастных стадий, каждая из которых характеризуется его природными и приобретенными характеристиками и определяет особенности его участия в экономической деятельности. Каждая возрастная стадия характеризуется сформированным уровнем квалификации, знаний и умений, которые определяют роль человека в развитии экономики и востребованность его профессиональных способностей на рынке труда [3]. По данному признаку предлагается рассматривать стадии цикла реализации трудового потенциала работника в единстве межотраслевого, межрегионального и государственного трудового потенциала.

Необходимость регионального исследования трудовых ресурсов обусловлена тем, что отдельные регионы в настоящее время значительно отличаются в уровне экономического роста, демографической ситуации, степени использования их трудовых ресурсов, следовательно, управление экономикой регионов должно осуществляться с учетом специфики их потенциала, с тем, чтобы на основе рационального использования трудовых ресурсов обеспечить повышение эффективности производства.

В статье раскрыта сущность действующей системы государственного управления и структура государственных органов власти по вопросам регулирования трудового потенциала России, а также предложено следующее определение государственного управления трудо-

выми ресурсами: комплексное воздействие на трудовые ресурсы, при котором обеспечивается нормальное функционирование, развитие и эффективное использование потенциала рабочей силы в соответствии с потребностями экономики, социальной политики и политики интеллектуализации общественного труда.

Государственное регулирование развития трудового потенциала осуществляется посредством применения методов регулирования. По содержанию они делятся на: экономические, организационные (в том числе административные), правовые и иные методы. Наиболее объемными и значимыми являются экономические методы, представляющие собой воздействия на изменение пропорций, структуры и других параметров трудовых ресурсов. Кроме того, демографическая политика государства должна стать одним из ключевых элементов системы государственного регулирования развития трудового потенциала. Своевременность и адекватность принимаемых мер стабилизации демографической политики в России определяет перспективы развития народонаселения и формирования трудовых ресурсов на среднесрочный и долгосрочный периоды.

Основным критерием эффективности организационно-экономического механизма управления трудовыми ресурсами в России мы определили динамику экономической активности населения. В целом за исследуемый период наблюдается тенденция снижения численности экономически активного в стране, что обуславливается не только такими явлениями, как сокращение численности населения вследствие падения рождаемости и значительных миграционных процессов, старения населения, но и комплексом факторов, воздействие на которые, по нашему мнению, способно повысить уровень экономической активности населения России.

Обобщение теоретических разработок, изложенных в специальной литературе, методических рекомендациях [4], а также практического опыта применения оценочных показателей для определения эффективности использования трудовых ресурсов на различных уровнях управления, позволило сформулировать систему показателей оценки эффективности использования трудовых ресурсов и ряд требований к построению системы показателей, которые должны основываться на глобальной установке, определяемой в ходе оценки общенациональных задач и возможностей, и соответствовать современным требованиям развития экономики.

Оценка эффективности использования трудовых ресурсов в регионах России, проведенная на основании метода интенсивного анализа, показала существенные различия в региональном управлении трудовыми ресурсами, напряженность на рынке труда большинства регионов, наличие территорий с недостаточным уровнем социального обеспечения и социальной защиты

Применение к анализу эффективности использования трудовых ресурсов коэффициентов интенсивности дает возможность свести разные во времени и пространстве величины к одной основе – качественной характеристике социальных процессов. На основании расчета предлагаемых коэффициентов проводится обобщение и сравнительный региональный анализ использования наличного и резервного трудового потенциала.

Методологически важную роль при формировании организационно-экономического механизма управления трудовыми ресурсами играет модель воспроизводства трудовых ресурсов, построение которой – необходимый этап создания любого направления теории управления трудовыми ресурсами.

Исходя из традиционных взглядов на систему управления трудовыми ресурсами как составную часть управления социально-экономическим развитием государства, трудовые ресурсы общества являются динамическим единством трех фаз трансформации своего состояния: формирования, распределения и использования. С учетом трансформации экономической системы России

в соответствии с социально-экономическими и научно-технологическими параметрами XXI века, структура перспективного организационно-экономического механизма управления трудовыми ресурсами должна представлять собой более динамическую модель.

В статье рассмотрена агрегированная модель воспроизводства трудовых ресурсов, основой которой является пять взаимосвязанных и взаимообусловленных фаз трансформации трудовых ресурсов. Основное свойство модели заключается в обеспечении производительной и продолжительной трудовой жизнедеятельности трудовых ресурсов на рынке труда, которая является циклом реализации трудового потенциала. Качественную основу каждой стадии жизненного цикла трудовых ресурсов обеспечит концепция их развития, что детерминируется экзогенными и эндогенными факторами.

Каждому региону свойственны свои особенности воспроизводства и развития трудового потенциала. Исходя из этих особенностей, формируется система управления и этапы концепции развития трудовых ресурсов в регионе, которая детерминируется экзогенными и эндогенными факторами. Эндогенные факторы представляют собой среду развития региона, в которой формируется его экономический потенциал. Экзогенные факторы характеризуют уровень социально-экономического развития государства и общемировые тенденции влияния.

Направления системы совершенствования управления трудовыми ресурсами структурированы в концепцию развития трудовых ресурсов в регионе, которую следует рассматривать как систему элементов, которая включает формирование, распределение и использование трудовых ресурсов, создание условий для обеспечения эффективной занятости и снижения уровня безработицы, формирование социальной структуры общества. Каждая подсистема решает определенные проблемы, тем не менее, они все направлены на решение задач воспроизводства трудового потенциала, распределение и перераспределение его в регионах России и рациональное использование. Эффективность системы управления трудовыми ресурсами зависит от того, насколько продуктивно будет функционировать каждая подсистема и насколько интегрирована в рамках целостности работа каждого элемента подсистемы.

Необходимая информация о сути региональных процессов и региональных последствиях проводимых реформ не может быть получена только из массива официальной государственной статистики, – региональные ситуации специфичны, а в ряде случаев уникальны. В условиях гибких рынков труда, скрытой безработицы, наличия огромного числа бедных и трудностей получения достоверных данных, надежность показателей безработицы уменьшилась. Новые подходы к анализу ситуации в регионе требуют пересмотра существующей традиционной базы данных, иной систематизации и классификации статистической информации.

При сопоставлении показателей занятости и безработицы, определенных органами государственной статистики и службой занятости, а также рассчитанных на основании методологии МОТ, с целью получения более достоверной информации о состоянии рынка труда эвристический подход позволяет предложить обобщенный критерий анализа процессов на рынке труда – коэффициент эффективности использования трудовых ресурсов.

Представляется целесообразным в анализ содержания и механизма функционирования рынка труда включить коэффициент общей трудовой эмиграции населения в регионе, который следует определять как сумму удельного веса населения, выбывшего из конкретного региона в другой регион, и удельного веса населения, выбывшего из конкретного региона за границу.

Влияние эмиграционной структуры на результаты использования трудовых ресурсов характеризуют расчеты, проведенные на примере регионов России, которые

показывают изменение уровней занятости и безработицы населения с учетом региональных коэффициентов общей трудовой эмиграции населения.

Рассмотренная в статье методика оценки эффективности использования трудовых ресурсов отражает более достоверную информацию о ситуации на рынке труда России, чем общепринятые методики расчета критериев, характеризующих процессы занятости и безработицы и доказывает необходимость совершенствования организационно-экономического механизма управления трудовыми ресурсами в регионе.

В рамках эффективного управления трудовыми ресурсами необходимо разрабатывать свойственную данной политике «социальную линию» типологии регионов, которая будет отражать уровень устойчивости и развития социальной сферы, эффективность управления трудовым потенциалом, защиту малообеспеченных слоев населения, уровень жизни населения.

Предлагается научно обоснованное ранжирование регионов России по коэффициенту эффективности использования трудовых ресурсов в регионе. В результате, все регионы были объединены в соответствующие группы, каждой из которых соответствуют различные значения признака.

Предложенная методика ранжирования регионов России дает возможность научного обоснования принятия управленческих решений по разработке и реализации программ регионального развития, реализации направлений оптимизации занятости и регуляции миграционных процессов, формированию основ организационно-экономического механизма управления трудовыми ресурсами в регионах России.

Выявленные тенденции использования трудовых ресурсов в России позволяют сделать вывод, что масштабы государственного вмешательства следует определять, исходя из результатов ранжирования.

Концептуальное создание организационно-экономического механизма управления трудовыми ресурсами призвано в складывающихся условиях поэтапной реализации обеспечить экономическую эффективность использования трудового резерва населения. Иными словами, само существование такого механизма и сущность проводимых направлений оправданы лишь в том случае, если его деятельность обеспечивает требуемые экономические результаты посредством, как показали результаты проведенного корреляционно-регрессионного анализа, социальной направленности вектора формирования организационно-экономического механизма управления трудовыми ресурсами.

В условиях новых экономических и политических трансформаций в России социальная политика должна рассматриваться как источник организационно-экономического механизма управления трудовыми ресурсами. Этот подход предусматривает, что организационно-правовой инструментальной системы государственного управления трудовыми ресурсами должен основываться на Общей Декларации прав человека, законодательной базе и Конституции России, а также учитывать соответствующие Международные социальные стандарты.

Во всех вопросах, касающихся населения, определяющей является социальная политика государства, которая в равной степени защищает интересы, как отдельного человека, так и отдельного региона. Кроме этого, каждое общество имеет определенную социальную структуру, которая состоит из групп, институтов, организаций, а главной заботой государства должна стать социальная политика поддержки равновесия между ними на всех уровнях. Прогресс экономики должен следовать неотделимо от прогресса общества, который обеспечивается в процессе взаимодействия людей. Данное взаимодействие является социальным капиталом общества. Результатом взаимодействия между людьми является, полученные в процессе трудовой деятельности, необходимые общественные блага. Весь мировой опыт

экономических реформ свидетельствует о том, что достигаемый успех предопределялся подготовительными акциями, связанными с социальной адаптацией идей реформ во всех слоях общества.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бородин А. И., Шаш Н.Н. Сравнительный анализ базовых характеристик моделей управления трудовыми ресурсами в организациях // Человек и труд. 2012. №6. С. 18—22.

2. Ендовицкий Д.А., Беленова Н.Н. Комплексный экономический анализ деятельности управленческого персонала. – М.: Кнорус, 2011. – 528 с.

3. Чемяков В. Грейдинг: Технология построения системы управления персоналом. – М.: Вершина, 2008. – С. 120-123.

4. Шабунова А.А., Леонидова Г.В. Качество трудовых ресурсов в России: региональный аспект // Актуальные проблемы экономики и права. 2012. № 2. С. 126-134.

IMPROVEMENT OF THE ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISM OF MANAGEMENT BY THE MANPOWER

© 2013

M.V. Eshtokin, post-graduate student
Kursk State University, Kursk (Russia)

Annotation: In article methodological basics and methodical approaches to formation of mechanisms of management by a manpower are covered, scientific justification is given to improvement of the organizational and economic mechanism of effective management by a manpower in the region.

Keywords: manpower; region; mechanism; management, organizational and economic mechanism.

УДК 550.8.072

ОЦЕНКИ РИСКА ИНВЕСТИЦИЙ С НЕЧЕТКИМИ ПОКАЗАТЕЛЯМИ ЭФФЕКТИВНОСТИ В НЕФТЕ-ГАЗОДОБЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

© 2013

A. Zabardast, докторант кафедры экономической информатики, преподаватель
 профессионально-технического колледжа г. Сама (университет Азад Ислам, Урмия, Иран)
Бакинский Государственный Университет, Баку (Азербайджан)

Аннотация. В статье вводится новый подход к оценке риска неэффективности проекта в процессе эксплуатации углеводородных ресурсов. Подход основан на использовании нечетких множеств, которые позволяют определить максимальный размер риска на каждом из критериев, связанных с оценкой эффективности эксплуатации углеводородных ресурсов. Эти критерии в совокупности позволяют определить совокупный риск эксплуатации проекта углеводородных ресурсов.

Ключевые слова: оценка эффективности эксплуатации углеводородных ресурсов, использование нечетких множеств, оценка риска неэффективности проекта.

Introduction

In the contemporary period of transition to market economy, the decision-making on assessment and selection of investment projects has an essential importance for the full-scale investments in exploitation of oil & gas resources. Evidently, each investment project is characterized with many groups of efficiency criterions, such as reliability, affordability and environment-friendliness. Each of these criterions, on its turn, creates a multitude of other criterions. The transition to market economy in upstream oil & gas industry, while maintaining the values of the reliability and environment-friendliness criterions, intensifies the attention to economic criterions, such as: net present value (*NPV*), internal rate of return (*IRR*), payback period of project (*PP*), project profitability index (*PI*) and other criterions.

All above-noted criterions are necessary prerequisites for selection of oil production projects. However, they are clearly not sufficient for making investment decisions, as decisions on selection of investment project cannot be made by using just one criterion. Indeed, the nature, purpose and requirements of each specific project are different. The process of oil resources exploitation itself is very complicated, and in most case it is accompanied with uncertainty and fuzziness. In this case, none of criterions can, on its own, provide sufficient information which can be used as a basis for judgment on the project's attractiveness. Such judgment is possible only after study and assessment of each criterion (indicator) of efficiency and risk (resulted from the fuzziness of criterions), and after estimation of the attractiveness of the project and the cumulative risk based on all criterions.

The presented paper examines the common methods of risk assessment by each separate criterion of investment efficiency in the process of hydrocarbon resource exploitation. These methods enable to assess risk based on

each of criterions which are necessary for determination of cumulative risk for hydrocarbon resource exploitation projects.

Risk assessment for investments under fuzzy indicators of efficiency

Let's assume that the efficiency indicator of an investment project *N* is given as fuzzy set $\tilde{N} = (N_{\min}, \mu_N, N_{\max})$, where μ_N - membership function, N_{\min}, N_{\max} - respectively, left and right frontiers of the set carrier \tilde{N} , i.e. $\mu_N = 0$ when $x \leq N_{\min}$ and when $x \geq N_{\max}$.

As far the limitary parameter *C*, we would assume that it is given as a fuzzy set, too $\tilde{C} = (C_{\min}, \mu_C, C_{\max})$ with the conditions $\mu_C = 0$ if $x \leq C_{\min}$ or $x \geq C_{\max}$. μ_C - is taken as a membership function.

The graphs of $\mu_N(x)$ and $\mu_C(x)$ functions may have different shapes and may lay differently in respect to each other. For the ease of explanation, we would assume that these graphs are located on a coordinate plane as shown on Figure 1.

Following [1, 2] we can determine the risk zone and the assessment of risk by means of α - levels of \tilde{N} and \tilde{C} fuzzy sets.

For certainty we will take the case when investment project is considered affordable for *N* indicator, if the value of *N* is not below than that of the limitary parameter. Then, the risk zone of *N* and *C* for the given α -level will be the

area where $N < C$.

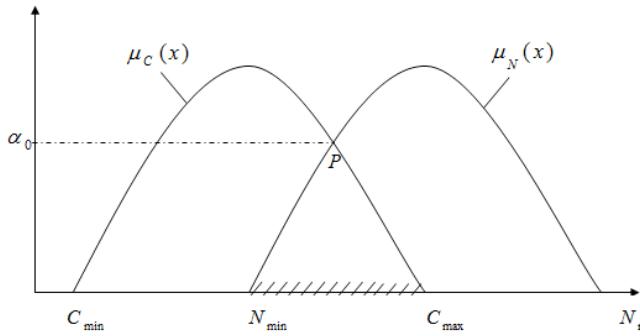


Figure 1

As seen from Figure 1, for α -levels with $\alpha \geq \alpha_0$, the risk zone is empty set (i.e. no risk exists), and when $\alpha < \alpha_0$ the risk zone is $[N_{min}, C_{max}]$ segment. In this case, each α -level ($\alpha < \alpha_0$) will correspond to some part of this segment. When $\alpha = 0$, the whole segment will become a risk zone.

Now, to estimate the risk relevant to the given α -level ($\alpha < \alpha_0$), we will apply two approaches:

1. The approach where α -level of two \tilde{N} and \tilde{C} fuzzy sets is used – in this traditional approach [1, 2], we identify the frontiers of the α -level for both \tilde{N} and \tilde{C} fuzzy sets.

The frontiers are marked as C_α^1 and C_α^2 for the fuzzy set \tilde{C} and as N_α^1 and N_α^2 for the fuzzy set \tilde{N} on Figure 2. These frontier points are then depicted on C and N axis, and the risk zone is defined.

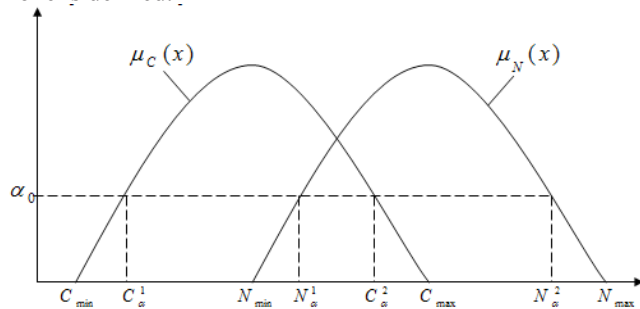


Figure 2

The geometric probability of the incidence of point (C, N) to the risk zone (see Figure 3) is taken as the estimation for the risk relevant to α -level. The rectangle with bolded lines on Figure 3 – is the area of probable values of pairs (C, N) for α -level, and the hatched area is the risk zone.

Thus, each $0 \leq \alpha \leq \alpha_0$ will correspond to following value:

$$\phi(\alpha) = \frac{S_\Delta}{S_\square} = \frac{(C_\alpha^2 - N_\alpha^1)^2}{2(C_\alpha^2 - C_\alpha^1)(N_\alpha^2 - N_\alpha^1)}$$

where S_Δ - the square of the hatched triangle on Figure 3, S_\square - square of the rectangle with bolded sides. We note that

$C_\alpha^1, C_\alpha^2, N_\alpha^1, N_\alpha^2$ values are derived from evident correlations:

$$C_\alpha^1 = \mu_{CL}^{-1}(\alpha); C_\alpha^2 = \mu_{CR}^{-1}(\alpha); N_\alpha^1 = \mu_{NL}^{-1}(\alpha); N_\alpha^2 = \mu_{NR}^{-1}(\alpha).$$

where $\mu_{CL}^{-1}(\alpha), \mu_{CR}^{-1}(\alpha), \mu_{NL}^{-1}(\alpha), \mu_{NR}^{-1}(\alpha)$ - are the values of the invest function for the left (L) and the right (R) parts of the membership function μ_C and respectively μ_N .

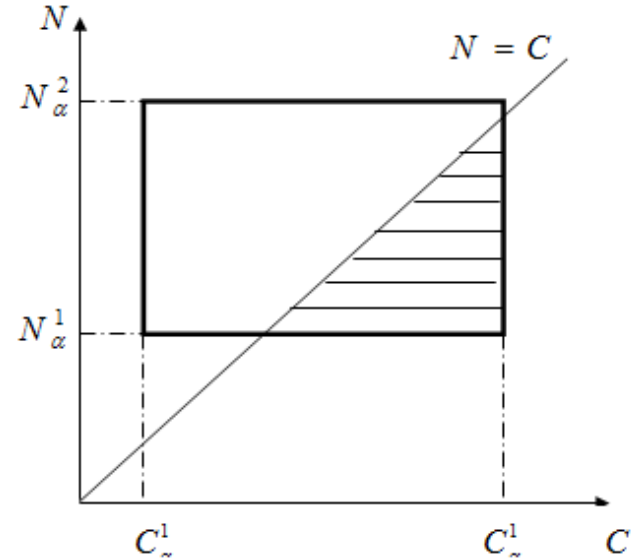


Figure 3

Further, the final risk level of non-affordability (inefficiency) of investment project is determined with the following formula in the traditional approach [1]:

$$Risk = \int_0^{\alpha_0} \phi(\alpha) d\alpha \quad (2)$$

However, in our viewpoint, determination of inefficiency risk of project with the formula (2) cannot always accurately (correctly) reflect its real value (estimation).

The reason of such circumstance can be explained with following considerations:

Assume that we have defined the areas of all possible realizations of the indicator N and the limitations of C (see Figure 3) for some α -level and identified risk zone in this area. Now, if we take other α' -level, where $\alpha' < \alpha$, then

the corresponding areas of realization and risk will have previous areas respectively (as shown on Figure 4). So, with consistent decrease of α , each consecutive derived areas of the realization (rectangle) and the risk (triangle) will contain preceding areas respectively. Therefore, the results of the operation on integration with such mutually-embedded areas will contain much excess (surplus) information, and may provide distorted view about the genuine level of risk.

For that reason, we believe that it is more appropriate to deal with the maximum risk level which is determined as the maximum of the variable of α function:

$$Risk = \max_{0 \leq \alpha \leq \alpha_0} \phi(\alpha) = \max_{0 \leq \alpha \leq \alpha_0} \frac{[\mu_{CR}^{-1}(\alpha) - \mu_{NL}^{-1}(\alpha)]^2}{[\mu_{CR}^{-1}(\alpha) - \mu_{CL}^{-1}(\alpha)][\mu_{NR}^{-1}(\alpha) - \mu_{NL}^{-1}(\alpha)]} \quad (3)$$

The computation of risk with the formula (3) uses relatively less number of excess (i.e. not relating to risk zone) information. The excess information is contained in the denominator of the $\phi(\alpha)$ function. The excessiveness of

information is due to the fact that the calculated square of the rectangle contains the non-risk area as well.

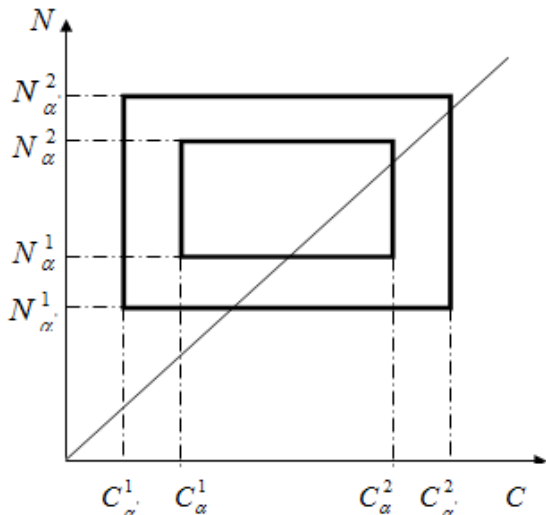


Figure 4

2. The second approach that we propose doesn't use such excess information. The essence of this approach is that the function $\varphi(\alpha)$ is defined only by means of the parameters of risk zone at each α . To clarify the essence of this approach, let's examine the intersection of fuzzy sets \tilde{C} and \tilde{N} .

$$\tilde{I} = \tilde{C} \cap \tilde{N}, \text{ where } \mu_I(x) = \begin{cases} 0, & \text{if } x \leq N_{\min} \text{ or } x \geq C_{\max} \\ \mu_{NL}(x), & \text{if } N_{\min} \leq x \leq P \\ \mu_{CR}(x), & \text{if } P < x \leq C_{\max} \end{cases}$$

P – is the point at which $\mu_N(P) = \mu_C(P)$.

Let's examine some α -level of this set. Since this α -level is the α -level of primary \tilde{C} and \tilde{N} sets (Figure 5), then.

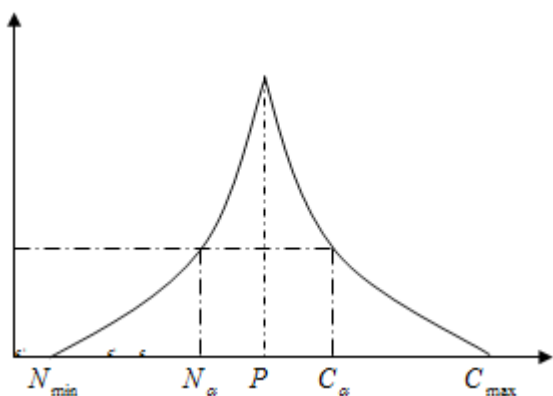


Figure 5

As seen from figures 2 and 5, the risk zone for the indicator N is the segment $[N_\alpha, C_{\max}]$ and for the indicator C is the segment $[N_{\min}, C_\alpha]$. If we depict these areas to coordinate plane (C, N) , then the following figure will appear (Figure.6).

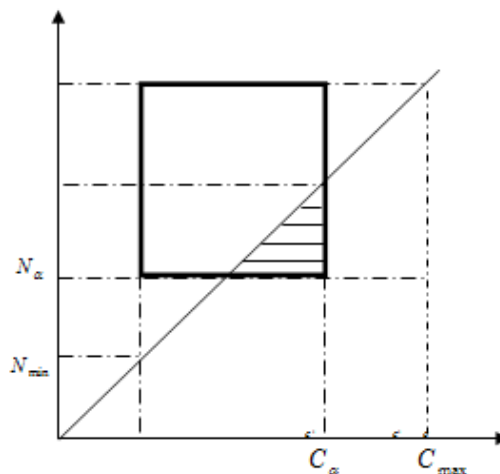


Figure 6

If we take the ratio of the triangle's square to the rectangle's square as the value of risk relevant to α -level, then the value of risk is calculated with the following formula:

$$\phi_1(\alpha) = \frac{(C_\alpha - N_\alpha)^2}{2(C_\alpha - N_{\min})(C_{\max} - N_\alpha)}$$

In this case, it is also expedient to consider the cumulative risk not as the integral of $\phi_1(\alpha)$ but as the maximum value of $\phi_1(\alpha)$, i.e.

$$Risk = \max_{0 \leq \alpha \leq \alpha_p} \phi_1(\alpha) = \max_{0 \leq \alpha \leq \alpha_p} \frac{[\mu_{CR}^{-1}(\alpha) - \mu_{NL}^{-1}(\alpha)]^2}{2[\mu_{CR}^{-1}(\alpha) - N_{\min}][C_{\max} - \mu_{NL}^{-1}(\alpha)]} \quad (4)$$

where $\alpha_p = \mu_{ML}(P) = \mu_{CR}(P)$

As seen from the formula (4), in the approach we propose the value of risk on inefficiency of the project is determined only through the parameters of the primary risk zone. Thereby, it is possible to more precisely determine the risk.

Hence, by determining risk level for each criterion on efficiency assessment of hydrocarbon resource exploitation projects, we can conduct a multi-criterion analysis of the project's efficiency based on aggregate criterions. For instance, the cumulative risk of a project, being the aggregate of all criterions, can be determined as the weighted sum of all risks:

$$Risk_\Sigma = \sum \sigma_i \cdot Risk_i$$

where n -number of criterions; σ_i - the level of importance of i^{th} criterion Determination of the level of importance (σ_i)

can be done by means of expert estimations or based on paired comparison [3,4].

Conclusion

The paper introduces new approach for the risk assessment of the project's inefficiency in the process of hydrocarbon resources exploitation. The approach is grounded on the use of fuzzy sets which allow the determination of maximum risk per each of criterions associated with the efficiency assessment of hydrocarbon resources exploitation. These criterions, in aggregate, enable to determine the cumulative risk of a hydrocarbon resources exploitation project.

BIBLIOGRAPHY

1. www.vmggroup.ru/publications/
2. Pashayev Rezvan Teymur oghlu, Mamedov Kamil, Vali Velayat Mamad Oghlu, Quality criterion selecting best

project in vestment, social finance and IT magazine –international conference, Baku pages 100-104

3.Л. Заде. Понятие лингвистической переменной и его применение к принятию приближенных решений. Москва: Мир, 1976, 165 с.

4. Buckley, J. The Fuzzy Mathematics of Finance // Fuzzy Sets & Systems, 1987

5. Недосекин А. О. Комплексная оценка риска банкротства корпорации // International Fuzzy Economics Lab (Россия), www.ifel.ru

RISK ASSESSMENT OF INVESTMENTS WITH FUZZY EFFICIENCY INDICATORS FOR OIL & GAS PRODUCTION INDUSTRY

© 2013

A. Zebardast, Degree of the Department of Economic Informatics, Sama technical and vocational training college (Islamic Azad University, Uremia, Iran)
Baku State University, Baku (Azerbaijan)

Annotation: The paper introduces new approach for the risk assessment of the project's inefficiency in the process of hydrocarbon resources exploitation. The approach is grounded on the use of fuzzy sets which allow the determination of maximum risk per each of criterions associated with the efficiency assessment of hydrocarbon resources exploitation. These criterions, in aggregate, enable to determine the cumulative risk of a hydrocarbon resources exploitation project.

Keywords: evaluation of exploitation of hydrocarbon resources, the use of fuzzy sets, risk assessment, failure of the project.

УДК 330.526.39

МИРОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОГО МАРКЕТИНГА

© 2013

Н.А. Задорожнюк, кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры «Экономических систем и маркетинга»
Одесский национальный политехнический университет, Одесса (Украина)

Аннотация: Обоснована актуальность изучения «третьего сектора экономики», а также его продвижение с помощью инструментов благотворительно маркетинга. Раскрыта сущность благотворительного маркетинга, на основе чего выделены его особенности. Исследованы современные тенденции становления и развития благотворительного маркетинга. Предложен механизм функционирования благотворительного маркетинга.

Ключевые слова: благотворительная деятельность, социальные проблемы, «третий сектор экономики», благотворительный маркетинг, социальный эффект.

Постановка проблемы. На современном этапе развития мирового сообщества на первый план выходят вопросы социальной направленности. Это связано с необходимостью поддержки «третьего сектора экономики» – некоммерческой сферы, которая обеспечивает решение социальных проблем. Следует отметить, что на сегодняшний день важнейшим направлением некоммерческой сферы является благотворительная деятельность, которая стремительными темпами распространяется в мировом сообществе. Таким образом, исследования, связанные с некоммерческой сферой, особенно с благотворительностью, и методами ее продвижения становятся, безусловно, актуальными и требуют применения маркетинговых инструментов и приемов.

Анализ последних исследований и публикаций позволяет выделить ряд экономистов, ученых и практикующих маркетологов [1-5], которые рассматривают теоретические и практические аспекты некоммерческого маркетинга. В данных работах обозначены ключевые проблемы, которые возникают на пути реализации некоммерческого маркетинга, предложена классификация некоммерческого маркетинга [4-5], в которой не в полной мере раскрыта сущность благотворительного маркетинга, его особенности, механизм его действия, не четко выделены пути его развития. Таким образом, возникает необходимость в раскрытии сущности благотворительного маркетинга, а также в расширенном анализе современных проблем развития благотворительного маркетинга на основе мировой практики.

Целью статьи является анализ мировых тенденций благотворительного маркетинга, разработка механизма функционирования данного вида некоммерческого маркетинга.

Изложение основного материала исследования. Согласно анализу научных трудов по данной проблематике можно выделить несколько определений благотворительного маркетинга или его еще называют маркетингом благотворительных организаций. Так, например, Щербакова Т.В. и Конесева А.В. предлагают следующее определение – «благотворительный маркетинг – это

стратегическое позиционирование товаров компании, связывающее компанию или ее торговую марку с социально значимой проблемой для достижения общей выгоды, направленной на удовлетворение потребностей покупателей» [1]. По мнению автора, это определение сосредотачивает внимание только на товаре, а социально-значимые услуги не учитываются, что является на сегодняшний день острой проблемой.

В [2], по мнению Шековой Е.Л., «маркетинг благотворительных организаций – это совокупность взаимосвязанных мер, направленных на создание репутации и получение внешней поддержки». Это определение, по мнению автора, носит обобщенный характер и не отображает главного – использование маркетинговых инструментов в продвижении благотворительной деятельности.

На основании приведенных выше определений и замечаний, автором предложено раскрыть сущность благотворительного маркетинга как совокупность маркетинговых инструментов и мероприятий, направленных на привлечение людских и материальных ресурсов с целью обеспечения поддержки и развития благотворительной деятельности, а также для решения социально-значимых проблем общества. Таким образом, предложенное определение позволяет расширить и уточнить содержание понятия «благотворительный маркетинг», что является важной составляющей категориального аппарата некоммерческого маркетинга.

Сегодня, в разных странах мирового сообщества наблюдается тенденция роста общественных, некоммерческих, особенно благотворительных организаций, что способствует:

- становлению собственной идеологии страны;
- формированию определенных стандартов поведения членов общества;
- преобразованию ментальных особенностей общества;
- созданию системы символических и культурных признаков общества, которые в дальнейшем повлияют на формирование визуального образа страны;

- развитию нового, социально-значимого общественного сектора экономики.

Специфика «третьего сектора экономики» заключается в том, что его идеология, как правило, формируется под воздействием общественного мнения или системы стереотипного восприятия некоммерческой сферы и благотворительности в частности. Слабая государственная поддержка, материальная, финансовая зависимости от спонсоров, зачастую отсутствие грамотной информационной стратегии – этот далеко не все признаки неадекватного восприятия некоммерческого сектора в ряде слаборазвитых и развивающихся стран. Наряду с этими негативными моментами все же наблюдается положительная динамика для развития благотворительной деятельности как полноценного сектора экономики с помощью использования инструментов и методов благотворительного маркетинга.

Для более подробного изучения благотворительного маркетинга возникает необходимость в рассмотрении его основных особенностей, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1
Особенности благотворительного маркетинга

Характеристика	Благотворительный маркетинг
1. Цель	Достижение максимального социального эффекта
2. Направленность	Интересы социально-защищенных слоев населения страны
3. Характер маркетинга	Часто используется маркетинг отношений и партнерские отношения с некоммерческими организациями и объединениями
4. Комплекс маркетинга:	Социально-значимые товары (услуги)
4.1. Товар (услуга)	
4.2. Цена	Безвозмездно или установление «социальных цен», которые не включают прибыль
4.3. Распределение	Каналы нулевого или первого уровня
4.4. Продвижение	Размещение информации на специализированных сайтах, блогах, форумах, инструментов PR, социальная реклама с целью привлечения общественности
Качество	Разработка качественной социальной программы, реализация которой позволит решить острые социально- значимые проблемы.

Учет выделенных выше особенностей благотворительного маркетинга позволит в дальнейшем разработать механизм функционирования благотворительного маркетинга, а также осуществлять анализ современных тенденций развития этого вида некоммерческого маркетинга.

На сегодняшний день благотворительный маркетинг во многих странах находится на стадии становления, поэтому правительства, осознав важность данного направления экономики, ищет пути развития «третьего сектора» и, соответственно, инструменты маркетинга для обеспечения этого развития.

В связи с этим появляется необходимость в рассмотрении мирового опыта развития благотворительного маркетинга и анализе современных тенденций этих процессов.

Выделим современные тенденции развития благотворительного маркетинга, на основе мировой практики.

1. Увеличение количества благотворительных фондов, что приводит к привлечению большего числа филантропов.

2. Повышение значимости социальных проблем, как на уровне отдельных государств, так и в мировом масштабе.

3. Расширение в развитых странах законодательной базы, регулирующей и поддерживающей деятельность благотворительных организаций и фондов.

4. Обеспечение поддержки государства путем реализации госпрограмм благотворительными организациями.

5. Тенденции отказа от эндаумента, то есть уменьшение доли целевого капитала некоммерческой организации.

6. Повышение эффективности деятельности благотворительных организаций путем фокусирования их деятельности на узком спектре социально-значимых проблем.

7. Формирование имиджа благотворительных фондов с помощью инструментов некоммерческого маркетинга.

8. Улучшение имиджа страны на мировой арене, через активную поддержку и развитие некоммерческой сферы, решение социально-значимых проблем.

9. Широкое применение PR-инструментов, что позволяет эффективней воздействовать на общественность и привлекать тем самым большее количество трудовых, материальных, финансовых, интеллектуальных и прочих ресурсов для решения проблем социальной сферы.

Учитывая особенности благотворительного маркетинга, а также мировые тенденции его развития автором предложен механизм функционирования благотворительного маркетинга (рис. 1).

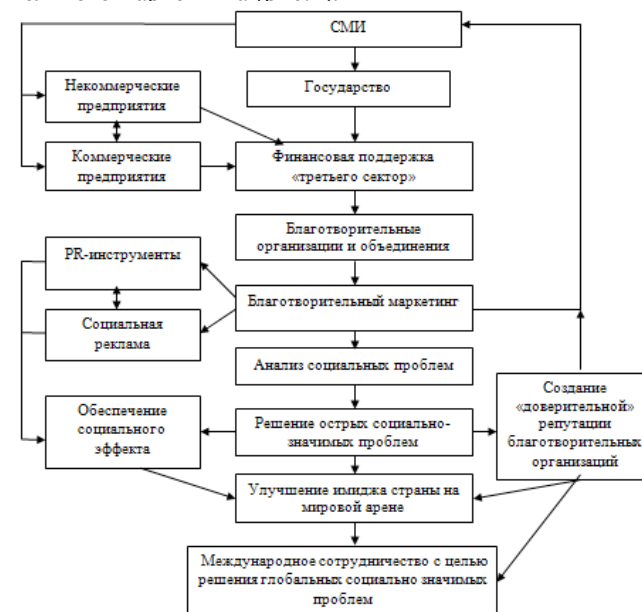


Рис. 1. Механизм функционирования благотворительного маркетинга

Важно отметить, что механизм функционирования благотворительного маркетинга основан на современных тенденциях развития этого вида некоммерческого маркетинга и имеет несколько ключевых аспектов, а именно:

- выделение субъектов хозяйствования, обеспечивающих финансирование благотворительных организаций и объединений – государство, предприятия, занимающиеся коммерческой и некоммерческой деятельностью;
- использование теоретических и практических знаний некоммерческого маркетинга для формирования базы научных знаний благотворительного маркетинга;
- широкое применение основных маркетинговых ин-

инструментов (PR, социальной рекламы, СМИ);

- анализ социальных проблем, который позволяет выделить острые социально-значимые проблемы;

- использование эффективных инструментов маркетинга в благотворительности с целью привлечения общественности к социально-значимым проблемам;

- обеспечение социального эффекта, что приводит к созданию «доверительной» репутации благотворительных организаций и положительно влияет на формирование имиджа страны;

- улучшение имиджа страны на мировой арене позволяет расширять международное сотрудничество с развитыми странами для разработки и реализации совместных социально-ориентированных проектов с целью решения глобальных социально-значимых проблем.

Внедрение в практику предложенного механизма функционирования благотворительного маркетинга позволит обеспечить социальный эффект не только в пределах одной страны, но и охватит мировое сообщество, что является ключевым аспектом для построения нового социально-ориентированного типа общества.

Выводы исследования. Таким образом, результаты исследования автора заключаются в следующем:

1. Обоснована актуальность изучения «третьего сектора экономики», особенно благотворительной сферы. Развитие и поддержка этого сектора экономика возможна с помощью нового вида некоммерческого маркетинга – благотворительного маркетинга.

2. Усовершенствован категориальный аппарат благотворительного маркетинга, который позволяет более глубоко раскрыть сущность этого вида маркетинга.

3. Обозначены основные особенности благотворительного маркетинга, которые позволяют более широко раскрыть теоретические аспекты данного направления исследования.

4. Исследованы современные тенденции развития

благотворительного маркетинга в мире, которые подтверждают актуальность рассматриваемой проблематике и свидетельствуют об активном применении современных инструментов коммуникаций для решения социально-значимых проблем.

5. Предложен механизм функционирования благотворительного маркетинга, который позволяет пошагово проследить деятельность всех субъектов «третьего сектора экономики», выявить связи между ними, увидеть результаты приложенных усилий. Реализация предложенного механизма поможет каждому государству достичь социального эффекта и прийти к тесному международному сотрудничеству для решения глобальных социально-значимых проблем мирового сообщества.

В дальнейших исследованиях планируется изучение и анализ других видов некоммерческого маркетинга, установление связей между ними, а также и определение степени влияния маркетинговых инструментов и мероприятий на развитие отдельных сфер экономики.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Щербакова Т. В., Конесева А. В. Благотворительный маркетинг на примере Монгорода // Материалы конференции «Психолого-социальная работа в современном обществе: проблемы и решения» Режим доступа : <http://socioonom.ru/baza-znaniy/materialy-konferencii/>

2. Шекова Е.Л. Благотворительный маркетинг // *Мосблагор.ру.* – № 3 (005) 23 февраля - 1 марта 2009. С.14-16.

3. Шекова Е.Л. Особенности маркетинга благотворительных организаций // *Маркетинг в России и за рубежом.* 2006. №4. С. 110-115.

4. Социальный маркетинг. Акимов Д.И. К. : *Науч. думка*, 2008. 144 с.

5. *Маркетинг некоммерческих субъектов.* Андреев С.Н. М. : *Финпресс*, 2002. 320 с.

GLOBAL TRENDS IN MARKETING OF CHARITY

© 2013

N.A. Zadorozhnyuk, candidate of economic sciences, senior lecturer in «Economic systems and marketing»
Odessa National Polytechnic University, Odessa (Ukraine)

Annotation: The urgency of studying the «third sector» as well as his promotion of charity with the tools of marketing. The essence of charity marketing, based on which of its features are highlighted. Examined the current trends of formation and development of the charity marketing. The mechanism of functioning of the charity marketing.

Keywords: charity, social problems, «the third sector», charitable marketing, social impact.

УДК 336.71

ПРАВОВЫЕ РИСКИ, СВЯЗАННЫЕ С ПЛАСТИКОВЫМИ КАРТАМИ

© 2013

М.Н. Зубова, студентка кафедры «Финансы и кредит»

О.Г. Коваленко, кандидат экономических наук, доцент, кафедры «Финансы и кредит»
Тольяттинский государственный университет, Тольятти (Россия)

Аннотация: Данная статья посвящена правовым рискам банков при работе с платёжными картами. Приведение наиболее типичные примеры нарушения законодательства при работе с пластиковыми картами.

Ключевые слова: пластиковая карта, правовой риск, банк, банковская карта.

Банковская пластиковая карточка – универсальный платёжный инструмент, являющийся ключом доступа к управлению банковским счетом и позволяющий своему владельцу оплачивать товары и услуги в различных торговых и сервисных предприятиях, принимающих карточки, получать наличные деньги, а также пользоваться иными дополнительными услугами и определёнными преимуществами. Пластиковые карточки являются динамично развивающимся инструментом банковской системы. Они предоставляют реальные возможности для совершенствования весьма трудоёмких методов и процедур выполнения финансовых операций.

Пластиковые карты стоят на первом месте по востребованности банковских услуг. Пластиковую карту имеет почти каждый второй россиянин, и доля владельцев зарплатных карт среди них остается слишком высокой

- 89%. Дебетовых карт, открытых по инициативе самого пользователя, пока немного – 12%. При этом наметилась тенденция к увеличению количества владельцев таких карт (рост за 2011 год составил 4 процентных пункта (п.п.)). И наибольший интерес к дебетовым картам на текущий момент проявляют жители средних городов в возрасте от 25 до 34 лет. Кредитками пользуются 8%.

Количество банковских карт, эмитированных Московским банком Сбербанка России, по данным на 1 января 2013 года, составило 10,1 млн штук. Это на 1,27 млн штук больше показателя на 1 января 2012 года и на 41 тысячу больше, чем по данным на 1 декабря 2012 года. Из общего количества эмитированных карт 5,8 млн – личные дебетовые, из них 1,79 млн – социальные карты. Количество зарплатных карт выросло с января 2012 года на 278 тыс. штук и составило 3,6 млн карт.

Количество выпущенных кредитных карт за декабрь выросло на 5% к прошлому месяцу – до 799 тыс. штук, что на 74% превысило показатель на 1 января 2012 года.

Эмиссия банковских карт, эквайринг платежных карт, а также распространение платежных карт осуществляются кредитными организациями на основании внутрибанковских правил, разработанных кредитной организацией в соответствии с законодательством Российской Федерации, нормативными актами Банка России, и правилами участников расчетов, содержащими их права, обязанности и порядок проведения расчетов между ними. Внутрибанковские правила, помимо прочего, должны содержать систему управления рисками при осуществлении операций с использованием платежных карт, так как с расширением применения платежных карт растут и риски банков.

Согласно письму ЦБ РФ от 23 июня 2004 г. № 70-Т «О типичных банковских рисках» под банковским риском понимается присущая банковской деятельности возможность (вероятность) понесения кредитной организацией потерь и (или) ухудшения ликвидности вследствие наступления неблагоприятных событий, связанных с внутренними факторами (сложность организационной структуры, уровень квалификации служащих, организационные изменения, текучесть кадров и т.д.) и (или) внешними факторами (изменение экономических условий деятельности кредитной организации, применяемые технологии и т.д.).

Правовой риск – риск возникновения у Банка убытков вследствие:

- несоблюдения Банком требований нормативных правовых актов и заключенных договоров;
- допускаемых правовых ошибок при осуществлении деятельности (неправильные юридические консультации или неверное составление документов, в том числе при рассмотрении спорных вопросов в судебных органах);
- несовершенства правовой системы (противоречивость законодательства, отсутствие правовых норм по регулированию отдельных вопросов, возникающих в процессе деятельности Банка);
- нарушения контрагентами нормативных правовых актов, а также условий заключенных договоров.

Банк России предписывает коммерческим банкам оценивать правовой риск, контролировать его и управлять им. Банк России определяет правовой риск как риск возникновения у кредитной организации убытков вследствие влияния двух типов факторов – внутренних и внешних, а именно:

- К внутренним факторам Банк России относит:
- а) несоблюдение кредитной организацией законодательства Российской Федерации, в том числе по идентификации и изучению клиентов, установлению и идентификации выгодоприобретателей (лиц, к выгоде которых действуют клиенты), учредительных и внутренних документов кредитной организации;
 - б) несоответствие внутренних документов кредитной организации законодательству Российской Федерации, а также неспособность кредитной организации своевременно приводить свою деятельность и внутренние документы в соответствие с изменениями законодательства;
 - в) неэффективная организация правовой работы, приводящая к правовым ошибкам в деятельности кредитной организации вследствие действий служащих или органов управления кредитной организации;
 - г) нарушение кредитной организацией условий договоров;
 - д) недостаточная проработка кредитной организацией правовых вопросов при разработке и внедрении новых технологий и условий проведения банковских операций и других сделок, финансовых инноваций и технологий.

К внешним факторам Банк России относит:

- а) несовершенство правовой системы (отсутствие до-

статочного правового регулирования, противоречивость законодательства Российской Федерации, его подверженность изменениям, в том числе в части несовершенства методов государственного регулирования и (или) надзора, некорректное применение законодательства иностранного государства и (или) норм международного права), невозможность решения отдельных вопросов путем переговоров и как результат – обращение кредитной организации в судебные органы для их урегулирования;

- б) нарушения клиентами и контрагентами кредитной организации условий договоров;
- в) нахождение кредитной организации, ее филиалов, дочерних и зависимых организаций, клиентов и контрагентов под юрисдикцией разных государств.

Эти факторы можно еще назвать источниками правового риска.

Типичные примеры проявления правового риска:

1. Техническими средствами особо важным держателям карт банка могут быть увеличены лимиты доступных средств без подписания соответствующих соглашений кредитного характера, что ведет к возникновению перерасхода средств на счете.

2. Несоблюдение нормативов по созданию резервов и отнесению заемщиков к различным группам риска.

3. Отсутствие внутрибанковских положений по деятельности карт о подразделениях, требуемых Банком России.

4. Недостаточный контроль за операциями по корпоративным банковским картам.

5. Технология осуществления расчетов с использованием платежных карт такова, что к списанию транзакция может прийти значительно позже, чем операция фактически была произведена.

6. Несоблюдение нормативов по риску на одного заемщика по кредитным картам. Эти нарушения маловероятны, они могут иметь место исключительно в небольших, «карманных» банках, которые держатся только на своих учредителях и небольшом круге ключевых клиентов.

7. В соответствии с правилами МПС, по некоторым типам карт возможно проведение операций на небольшие суммы без проведения авторотационного запроса.

8. Особого внимания заслуживают риски связанные с нарушением Федерального закона от 07.08.2001 № 115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма». Это связано с тем, что в последние годы зафиксировано множество случаев отзыва лицензий у российских банков на основании нарушений требований именно этого нормативного акта.

Распространенные нарушения законодательства при работе с банковскими картами:

Физическое лицо. Операции на сумму 600000 руб. (или на эквивалентную сумму в иной валюте) и более. Клиент вносит через банковскую кассу или банкомат денежные средства в одной валюте и снимает их в другой.

Юридическое лицо-физическое лицо. Физическое лицо получает средства от юридического лица. В случае, когда подобные операции становятся достаточно частыми, их суммарное значение превышает определенный порог, а клиент не может предоставить достаточную и достоверную информацию, аргументирующую рассматриваемые зачисления. Банк вынужден признать данные операции сомнительными.

Индивидуальный предприниматель - физическое лицо. Со счета индивидуального предпринимателя клиент переводит средства на свой счет физического лица, а иногда схема усложняется включением еще одного физического лица. Подобные операции клиенты, как правило проводят с целью уменьшения отражаемой налогооблагаемой базы и ухода от уплаты комиссии по снятию денежных средств со счета индивидуального предпринимателя.

Юридическое лицо-физическое лицо(в рамках «зар-

платного проекта»). Юридическое лицо (работодатель) заключает договор с банком об организации зарплатного проекта с использованием платежных карт. На «зарплатные» карты, открытые на фиктивных сотрудников, предприятие перечисляет незначительные средства как заработную плату и несопоставимо большие суммы – с другими назначениями. Вследствие чего предприятие отчисляет ничтожно малый подоходный налог, а получает большой объем наличных средств, распределение сумм платежных поручений по картам в рамках зарплатных проектов осуществляет путем обработки реестра (электронного файла определенного формата). Это делает выявление и контроль таких схем практически невозможным.

Юридическое лицо (корпоративная карта). Перечисление средств организацией на корпоративные карты своих сотрудников. В этом случае сотрудники могут снять наличные в банкоматах или POS-терминалах и внести в кассу своей организации как неизрасходованный остаток подотчетных средств или использовать иным способом в интересах данного предприятия. Подобные операции тоже невозможно отследить, хотя при больших суммах и определенной регулярности это очень действенная схема обналаживания денег.

Согласно письму Минфина России от 24 июля 1998 г. № 16-00-09 «О разработке единых требований, регламентирующих порядок обращения бланков строгой отчетности, их тиражирования, хранения и уничтожения», применение пластиковых карт является видом безналичных расчетов (платежей) путем зачисления соответствующих сумм на счета юридических или физических лиц в коммерческих банках.

Федеральный закон от 22 мая 2003 г. № 54-ФЗ «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт» лишь по контексту упоминает использование платежных карт, но их правовую природу никак не раскрывает. В Гражданском кодексе о пластиковых картах тоже ничего не сказано. Это

со всей очевидностью показывает, насколько устарел и несовершенен Гражданский кодекс, особенно его первая часть. Именно поэтому сейчас идут активные обсуждения опубликованного проекта изменений Гражданского кодекса.

Назрела объективная необходимость с созданием закона, осуществляющего комплексное гражданско-правовое регулирование расчетов по операциям, производенным с использованием банковских карт. Кроме того, необходимо уточнить роль и место правил платежных систем в регулировании расчетов. Но, несмотря на то, что был принят Федеральный закон от 27.06.2011 № 161-ФЗ «О национальной платежной системе», но ФЗ не только решает некоторые существующие вопросы, но и ставит новые вопросы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Письмо ЦБ РФ от 30 июня 2005 г. № 92-Т «Об организации управления правовым риском и риском потери деловой репутации в кредитных организациях и банковских группах» // Вестник Банка России. 2005. № 34.
2. Федеральный закон «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» от 07.08.2001 N 115-ФЗ
3. Федеральный закон Российской Федерации от 22 мая 2003 г. N 54-ФЗ «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт»
4. Дубровина А.М. Правовые риски банков при работе с платежными картами // Финансы и кредит. 2012. № 2.
5. Сайт («НАФИ - Национальное агентство финансовых исследований») Письмо ЦБ РФ от 23.06.2004 № 70-Т «О типичных банковских рисках».
6. Воронцова Е.А. Анализ структуры и динамики обращения банковских пластиковых карт, классифицируемых по функциональному назначению, в рыночной экономике России // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. 2010. № 3. С. 211-213.

LEGAL RISKS ASSOCIATED WITH PLASTIC

© 2013

M.N. Zubova, a student at the department “Finance and Credit”
O.G. Kovalenko, Ph.D., Associate Professor, Department of “Finance and Credit”
Togliatti State University, Togliatti (Russia)

Annotation: This article focuses on the legal risks of banks when dealing with credit cards. Bringing the most typical examples of violations of the law when dealing with plastic cards.

Keywords: plastic card, legal risk, a bank, a bank card.

УДК 027.7

ОЦЕНКА ИНФОРМАЦИИ В БИБЛИОТЕЧНО-ИНФОРМАЦИОННОМ ДЕЛЕ

© 2013

Н.Н. Исмаилова, преподаватель кафедры библиотековедения
А.И. Курбанов, доцент кафедры библиотековедения
П.Ф. Кязыми, доктор философии по истории, преподаватель кафедры библиотековедения
Бакинский Государственный Университет, Баку (Азербайджан)

Аннотация: Статья рассматривает вопросы ценообразования информации в условиях современного глобального информационного общества и участие библиотечно-информационных учреждений в этом процессе. Рассматриваются концептуальные позиции американских, английских и российских ученых-библиотековедов, а также реальная практика ценообразования информации в информационном рынке, ее товарный характер, капитализация информации и участие библиотечно-информационных учреждений в формировании принципиально новых экономических отношений.

Ключевые слова: библиотечно-информационная деятельность, оценка информации, информационный рынок, механизмы ценообразования.

The specification of the library-information function, its cultural, social, political, psychological and pedagogic features always becomes one of the most difficult factors in making a unique formula on the assessment of this function. This problem has been attracted the specialists' attention for many years and some directions on the assessment have been taken as a basic: political assessment (determining the attrib-

utes of government and power) and cost assessment (market equivalent).

The acceleration of information process, the increasing effect of information on everyday life and economy makes the problem of assessment of library-information function more actual. Economist-analytics think that, the economic methods of industry governing, the improvement of finance,

the development of market relations, the balancing of national economy, the changing of different properties, self-financing, the efficiency of social production and the growth of national income, in whole, the improvement of industrial mechanism and its impact on the complete product – all these depend on the implementation of assessment mechanism.

How is the assessment of the library-information function occurred? The classical economy literature defines the assessment by the following formula:

$$P=PC+I+T$$

Here, P is considered - price, PC- prime cost (of production expenses), I- enterprise and production income, T- taxes and other payments. Sometimes, the marketing costs are also added to the assessment formula, and this plays an important role in pricing. The marketing expenses in the modern globalisation society are becoming more significant. In spite of carrying the theoretical character, this formula lets analyse some issues. PC-prime cost in the formula occurs differently in various places. For example, in normal and rational technological process if we approach by $PC=a$ formula and implement it in various places, then it equals to: in Azerbaijan $PC=a$; in Egypt $PC=(-2a)$; in the USA $PC=10a$, and makes imbalance in final price that withdraws competitiveness. The valuable technologies used in price-making withdraw information competitiveness and marketing exposes with vast sums of money. It is impossible to disagree with this situation in the globalized information society.

The formation of an information society demands the assessment of the library-information function to be more differential and be expressed in concrete formulae. The works of American, Russian and English researchers related to the problem are limited by commenting only in one direction. The work “The assessment of libraries’ functions” (2009-russian translation) by an English researcher B. Peters attracts in this direction.

Considering the difficult functionality of library-information function, B.Peters divides the pricing and assessment categories from each-other and analyzes them. We add “purpose” function to the researcher’s assessment algorithm and get the following scene:

Resource – Purpose – Process- Product – Result – Impact

This can be a model structure of assessment system in library-information function. In the assessment of information the specialists mainly, tried to attitude the problem for the following prism:

- The assessment of information
- The assessment of production
- The assessment of information process
- The assessment of the quality of information

The well-known Russian researcher M.Yuzvishin considers that information is invaluable and becomes a main method providing the development of nature and society. Other specialists assess information product by the working time budget and process values. Specialists propose more perspective and broad ideas on the sphere of the assessment of information quality.

On the assessment of information quality the USA researcher Peter Brophy advises to use criteria of accuracy and integrity. For example: there is a lot of information appropriate to 50 surveys among 10000 information. Real searching facilities enable to find only 25 of them, only 20 of which match to the theme, but 5 don’t fit the survey. At this time, accuracy is expressed by $20/25=0,8$ and completeness by $20/50=0,4$ formulae.

The fact that limelight is, these formulae can be implemented both in traditional serving in library-information function and in serving modern communication means. These methods are used in modern automated information retrieval system and are done to identify the efficiency of service.

The assessment of the quality methods of library-information function can only be considered as an effective system. However, it is rational to proceed the systematic analyse of the housekeeping model. With that end of view,

the structure of assessment system forwarded by B.Peters is utterly useful.

To consider the quality of library-information function during the assessment as a content of cost implemented processes on the direction of creation information product. However, assessments of social-political efficiency of the library-information function and pedagogic-psychological efficiency are measured by different criteria. During the library-information function that serves state and national interests, the assessment of information service should be carried out with assessments of functions “result” and “influence” in algorithms shown by B.Peters.

Now let try to characterize the algorithms separately. On the first stage resources determine a concrete price. Despite of being a traditional or modern resource, the recruitment of a library by both directions results concrete amounts. By years these prices can be increase or decrease according to the quality of recruitment.

On the second stage the assessment of results occurs. The result notion takes part on formation of resources in the first stage and characterised the increasing or decreasing the fund assessment in further years.

For example, during the Soviet state years the great number of library fund composition for the purposes of great percentage of propaganda of the Soviet ideology, by the collapse of post Soviet state a large part of library fund’s cost rate was lost and a long activity period of library fund release and renovation has been started.

At present, the assessment of the library-information purposes is interpreted by the nature of purpose. For example, the purposes covering information security and national interests are subject to significant funding and change into the daily work of wide information structures. The parties competing in a market economy conditions adjusts pricing policy goals in many cases, do manipulations in reducing and raising the market price of the.

The assessment of processes is both specific and subjective. Thus, if it is spoken about the assessment of concrete processes then time and place conditions this assessment can be changed. For example, the work of the librarian, who has written the book’s bibliographic description, is assessed by different terms in different condition and place. Such factors provide the assessment of the processes. The results of processes, in most cases change into information products that a product price can be considered in the content of resources, goals and processes. The price of this product can be higher of the real value if the purposes serve to market relations, and can be much lower of the real value if the purpose serve to of state and national criteria, to corporate interests.

The assessment of results is a complicated process. The results of effectiveness of the library-information occur as a product of a group research. Library and sociological research is required. The reliability of results and ethical aspects are subject to extensive analysis in B.Peter’s monograph. The last algorithm in the mentioned research if the assessment of result. Thus, the assessment of the library- information function is completed not only as a result of function but also as the assessment of function influence.

The assessment of influence together with some analysis of statistical results can be implemented by the assessment of some social activities. For example, the influence activity of the library-information function carried out by MLS can be assessed by the factors of the level of education in the district schools, by the quality indicators of the university entrance exams and others. factors can be evaluated. Of course, it is impossible to formulate a model for all types of libraries, and it will be rational to discuss separately about the internationally accepted IF (impact factor) indicators. As it is mentioned above, the categories of result and influence have social and political importance and formula $P=P+I+T$ doesn’t respond in their assessment. In this regard, the proposed formula for the overall assessment of the library information function can be summarized as follows:

$$A = F - (Ic + R + I) = 0 \quad (1)$$

In a given formula A – is general assessment of the information activity, F -allocated financial resources for results, Ic - the cost of information product and R -is the financial equivalent of the result. Thus, if $A=0$, the financial resource allocated for suspended purposes changes into the appropriate information product, and an appropriate result will be got (in this case a reasonable amount of money is allocated for each user), and if the impact of these results is fully appropriate to purposes, then an optimal price of the library-information function is equal to zero. If the equality is above zero we can talk about the efficiency of collective activity, innovative methods and the application of best practice, if it is below zero, then let's talk about the non-professionalism of the staff, not to cope with the responsibilities of taken duties. The proposed formula can be useful in the definition of R -result and I -impact. If $A > 0$ or $A < 0$, the determination of R and A may be of particular importance.

In B.Peter's algorithms all components either characterize each-other or create the dependency. For example, an information product emerged as a result of the library-information function turns into an information resource. Information retrieval processes as well as service processes, the implementation of the goals and objectives depends on the material and technical base of the enterprise and impacts the quality efficiency.

The component «objective» added to algorithm takes part either in the formation, or in the evaluation of many other components.

The assessment of the purpose component occurs according to the parameters of time and space, creates the funding policy and system and expresses in concrete ranges. For example, the funding budget allocated by the government to education literature, to different oriented library-information enterprises, the difference given to the assessment of a librarian's work is defined by purposes.

The purposes take part in formation of product price. A number of information resources instead of particular value are distributed free of charge and it serves to set goals. In other cases, the information sold in the high-paid information market for gaining benefits are appropriate to the targeted goals.

During the assessment of the library-information function some parameters of measurements find their place in classical literature. Economic indicators and indicators of efficiency are mainly included to these. An economic indicator gives answer to the following question: "How cheaper and effective is this service among the existing ones?" As well as the necessity of services and the management of process are studied.

The indicators of efficiency cover the study of product quantity indicators gaining by minimal expenses. The efficiency studies the library and information process. For example, how much information service can a librarian provide in a specific time frame? If the indicators in an appropriate enterprise are different then it loses competition ability and faces with unpleasant consequences.

The indicators of inference determines that, you are busy the required work. It coordinates the external purposes (eg. state or national) with the long-term fundamental objectives. One of the most important elements of the indicators of inference is the system of values and the effect measures. Only these parameters don't fit to be measured.

A group of researchers at Sheffield University proposed to measure another indicator of equality. Many experts agree that, just public libraries provide the equal accessibility to the product information. It also serves as an expression of social equality. The indicator of equality does not yet define the quality of the equal information service. During the assessment of service, the quality of the service attracts the researcher's attention more than the equality of the service as an important category. As well some other factors, as the social importance of reading, level of education, the information itself and knowledge don't fit to be measured and

their assessment is only comparing and possible.

The economic theorists argue that, the globalization of the society provides the passage to the financial economy, and the informativeness of the global society from the financial economy into the information economy. Thus, during the information economy the prices of information resources, the information product and information processes, the pricing mechanisms must base and be adequate to appropriate laws and formulae. The results and impact of modern assessment practice (IF-impact factor) in many cases can be justified in scientific literature turnover. However, it is impossible to implement this to the social literature, especially to the fiction literature.

According to the Russian State Library's statistics of 2010, D.Dansova's books had more turnover throughout the country than books by N.Dostoyevski, were sold in book distributors and were given to readers in libraries. This increases the "impact factor" of D.Dansova, but makes N.Dostoyevski's books invaluable. As the representative of Thomson Reuter Agency, Metin Tunj noted, if any archaeological excavations carried out in one of kurgans of Kazakhstan Province shall cover more information, it can have zero IF on international rating as well. The assessment of IF Scientific Literature is based on Reference System.

Let's consider that, a chemical laboratory has been working for 6 years on a major project and at the end publishes an article. The research team of two professors and 6 researchers at the end of 6 years publish the article expressing interesting scientific results and the IF of the article defines by a high rating. As these figures are valid for a period of only a year, the new indicators are calculated for the next year. In this case, only one work is referred in the research and for the importance this work are presented for the award of Nobel Prize or for state award. This indicator doesn't affect on IF of the article.

Many Russian researchers note the assessment based on citations to be conventional. However, in the process of rating assessment, the only viable mechanism now is considered the IF, it still carries the commercial character and there is no the alternative in assessment of IF.

Some international organizations dealing with marketing information, apply special pricing mechanisms. These methods widespread in the can be grouped as follows.

1. The assessment according to information unit
2. The assessment according to information use time
3. The assessment according to information user's number

For example, the use of Russian national electronic library is happened online and an online document (depending on volume) is sold about 0,1-12 USD. Or Russian company "Public Library" requires from the consumers 8 USD per hour for the information of 25 Gb. Another company "Lexis Nexis" is defined the annual subscription by the number of people served by the libraries. The price for 50 thousand people is defined 5000 USD, for 8 thousand people 10000 USD, for 10 thousand people 250USD, for 20 thousand 500.000USD, for 35 thousand 1 million USD, for 60 thousand 2 million USD, and 70 thousand U.S. dollars for the libraries network with more than 2 million potential consumers.

While analyzing the prices of information resource centres which have special activity in information market, it is observed that, the marketing technologies, special PR companies affect to prices. The information is gradually capitalised.

The economic theorists define 3 signs of capital:

1. The price generating surplus value or increasing by itself
2. The resources formed by people for the provision of goods and services .
3. The means of production is a source deposited to certain activity and incoming.

Information can also be characterized by three signs.

At the rapidly growth modern stage of the of

informativeness of economic relations, the development of market relations demands the emergence of new global marketing information services market and this market is being formed. The feature of modern market relations concerning the mutual activity of the subjects different by composition, interests and further goals demand the formation of a new phase creating the opportunity for everybody to use information resources.

Perhaps, in media market so-called "chaos" conditions will go on for a while. In order to regulate the media market in the nearest future, a number of legal and organizational measures must be taken throughout the world.

REFERENCE

1. Khalafov A.A. The introduction to Librarianship. 3 volumes. B.: Baku State University, 2003.
2. Khalafov A.A. Library and society. B. BSU. 2011. -370 p.
3. Ismayilov X. İ. The basis of library management.. B., 2005.-199 p.
4. Kazimi P.F. Information engineering in library activity.

THE ASSESSMENT OF INFORMATION IN THE LIBRARY-INFORMATION FUNCTION

© 2013

N.N. Ismailova, the teacher of library science
A.I. Kurbanov, assistant professor of library science
P.F. Kyazymi, PhD in history, library science lecturer
Baku State University, Baku (Azerbaijan)

Annotation: The article is devoted to the problems of information pricing in the globalization society and the ways of solution of problems in library-information function. The theories of the US, British and Russian scientists of library science concerning to the problem has been analyzed and the rational ideas on this case has been generalized. The practice of information assessment in the pricing market is investigated; its pricing character, the problems of capitalization and the role of library-information enterprises in this process are analyzed.

Keyword: Library and information, assessment of information, information market, the pricing mechanism.

УДК 631.162

ВЛИЯНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ НА ФОРМИРОВАНИЕ И РАСКРЫТИЕ УЧЕТНОЙ ПОЛИТИКИ

© 2013

Ю.О. Каменнова, старший преподаватель кафедры «Налогового дела, бухгалтерского учета и аудита», аспирант
Самарская гуманитарная академия, Самара (Россия)

Аннотация: В данной статье дан обзор взглядов различных ученых на дефиницию «учетная политика организации». Изучены особенностей деятельности сельскохозяйственных организаций. Дано авторское определение учетной политики. Исследованы этапы формирования учетной политики. Проанализированы факторы, влияющие на выбор и обоснование учетной политики. Рассмотрены основные элементы учетной политики.

Ключевые слова: учетная политика, сельскохозяйственные организации, этапы формирование учетной политики, элементы учетной политики.

Сельское хозяйство как отрасль материального производства характеризуется рядом особенностей, состоящих, прежде всего, в том, что процесс производства здесь связан с землей и с живыми организмами. При этом значительная часть производственного цикла – это целенаправленное воздействие на живые организмы: выращивание их до определенных кондиций, часто с перерывами, вызываемыми естественными климатическими условиями. Вследствие этого производственный цикл в аграрном секторе экономики намного длительнее, чем в других отраслях, что предполагает неравномерность осуществления расходов и получения доходов.

В современных условиях сельскохозяйственные организации самостоятельно осуществляют экономическую, организационно-управленческую политику своей деятельности, поэтому повышенного внимания требуют вопросы организации учетной системы. Важнейшим элементом обеспечения достоверной, своевременной, надежной информации в учетной системе является учетная политика. Учетная политика влияет на итоговые показатели деятельности организации и отрасли в целом, позволяет формировать достоверную бухгалтерскую (финансовую) и управленческую отчетность, является

важным инструментом оптимизации налоговой нагрузки организации.

В действующей системе нормативного регулирования бухгалтерского учета и отчетности уже существует определенная техника формирования, раскрытия учетной политики для целей бухгалтерского учета и налогообложения. Однако практически отсутствует методологическая и методическая база ее формирования для сельскохозяйственных организаций, перешедших на уплату единого сельскохозяйственного налога. В этих условиях существует объективная необходимость исследования вопросов учетной политики, критериев ее разработки, принципов формирования в соответствии со спецификой отрасли сельского хозяйства и ее влияния на финансовые результаты сельскохозяйственных организаций, как применяющих общий режим налогообложения, так и организаций, уплачивающих единый сельскохозяйственный налог.

Сельскохозяйственные организации, как показывает сложившаяся практика, уделяют мало внимания учетной политике. Однако использование данного инструмента может дать возможность повысить привлекательность экономических субъектов, работающих в агропромыш-

ленном комплексе, и тем самым, активизировать поток капиталовложений в отрасль. Учетная политика сельскохозяйственных организаций, в которой будут учтены особенности отраслевого производства в целом, региональная специфика, свойства, присущие отрасли, позволит представить финансово-экономическое положение хозяйства в наиболее выгодном для них свете.

Формирование рыночной экономики, наличие различных форм собственности, расширение международных экономических связей отечественных предпринимателей явились основой внедрения в организацию учета учетной политики предприятия. Потребность в учетной политике предприятий возникла в условиях их хозяйственной самостоятельности. В рыночной экономике государство не может предписывать всем участникам хозяйственных отношений одинаковые учетные схемы. Так как условия хозяйствования и задачи каждого предприятия сугубо индивидуальны, схемы учета должны отражать особенности каждой организации.

Профессор Н.П. Кондраков отмечает, что «выбранная организацией учетная политика оказывает существенное влияние на величину показателей себестоимости продукции, прибыли, налога на прибыль, добавленную стоимость и имущество, показателей финансового состояния организации. Следовательно, учетная политика организации является важным средством формирования величины основных показателей деятельности организации, налогового планирования, ценовой политики» [14, с. 750-751].

Рассмотрены различные определения термина «учетная политика организации» российскими и зарубежными учеными, которые обобщены и представлены ниже:

1. ПБУ 1/94 «Учетная политика предприятия» - выбранная им совокупность способов ведения бухгалтерского учета - первичного наблюдения, стоимостного измерения, текущей группировки и итогового обобщения фактов хозяйственной (уставной и иной) деятельности [1];

2. ПБУ 1/98 «Учетная политика предприятия» - принятая ею совокупность способов ведения бухгалтерского учета - первичного наблюдения, стоимостного измерения, текущей группировки и итогового обобщения фактов хозяйственной деятельности [2];

3. ПБУ 1/2008 «Учетная политика организации» - принятая совокупность способов ведения бухгалтерского учета: первичного наблюдения, стоимостного измерения, текущей группировки и итогового обобщения фактов хозяйственной деятельности [3];

4. Астахов В.П. - выбор конкретных способов (вариантов) постановки учета соответствующих видов имущества и обязательств исходя из условий хозяйствования и действующего законодательства [4, с. 475];

5. Бабаев Ю.А. - уникальное средство, с помощью которого, во-первых, осуществляется процесс реальной либерализации системы бухгалтерского учета; во-вторых, происходит совершенствование нормативной системы регулирования бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности; в-третьих, разрешаются противоречия действующего законодательства в реализации мероприятий, предусмотренных Программой реформирования бухгалтерского учета в соответствии с международными стандартами [5, с. 202];

6. Балашова Н.Н., Бычков М.Ф. - совокупность способов ведения бухгалтерского учета, избранных предприятием согласно соответствующим условиям хозяйствования [6, с. 9];

7. Васькин Ф.И., Свободина М.В. - совокупность способов ведения бухгалтерского учета (первичного наблюдения, стоимостного измерения, текущей группировки и итогового обобщения фактов хозяйственной деятельности), утверждаемая и применяемая на практике [8, с. 179];

8. Гомола А.И., Кириллов В.Е. - это совокупность принципов и правил, регламентирующих методику, ор-

ганизацию и технику ведения бухгалтерского и налогового учетов в организации и вытекающих из содержания действующих на данный момент законодательных актов и нормативных документов [10, с. 46-47];

9. Губарев В.Г. - выбор конкретных способов (вариантов) постановки учета соответствующих видов активов и обязательств исходя из условий хозяйствования и действующего законодательства [11, с. 248];

10. Зонова А.В. - для целей бухгалтерского учета представляет собой совокупность выбранных организацией способов ведения бухгалтерского учета организации, имеющую методическую и организационно-техническую составляющие, а для целей налогообложения – совокупность способов ведения налогового учета организации, имеющую методическую и организационно-техническую составляющие, а также элементов методики исчисления некоторых налогов (сборов) [12];

11. Кварандзия А.А. - это основной и обязательный документ, в котором закреплены внутренние правила ведения учета финансово-хозяйственных операций [13];

12. Кондраков Н.П. - это основной рабочий документ организации, в котором изложены выбранные ею варианты учета и оценки объектов учета, форма бухгалтерского учета, порядок его организации, формы внутренней отчетности [14, с. 5]

13. Отто Бисмарк - с одной стороны, это выбор из определенного набора разрешенных законом методов ведения бухгалтерского учета. С другой стороны – это оптимизация прибыли, которая должна быть построена в соответствии с целями организации. А с третьей стороны учетная политика – как политика – это «искусство возможного» [цит. по: 15];

14. Рассказова - Николаева С.А. - в узком смысле – документ системы ведения бухгалтерского учета, отражающий специфические и варианты способы бухгалтерского учета, применяемые конкретной организацией. В широком смысле – система ведения бухгалтерского учета в конкретной организации. Учетная политика в широком смысле охватывает систему внутренних документов, регламентирующих бухгалтерский учет в организации, которая шире, чем только приказ по учетной политике [17];

15. Сахчинская Н.С. - Это способы ведения учета, направленные на достижение эффективности деятельности организации и ее влияние на налоговые обязательства и показатели внешней бухгалтерской отчетности;

16. Шахбанов Р.Б. - это совокупность конкретных методов и форм ведения бухгалтерского учета, объявленных организацией и соответствующих правилам и особенностям ее деятельности с учетом норм законодательства [19, с. 171].

Изучив обзор определений дефиниции «учетная политика организации», автором предложена трактовка учетной политики сельскохозяйственных организаций, под которой понимается совокупность рациональных способов и методов ведения финансового, налогового и управленческого учета, которые направлены на формирование адекватной системы отчетности для различных групп пользователей.

В том случае, когда нормативным актом по бухгалтерскому учету в отношении конкретного вопроса установлен единственно возможный способ ведения бухгалтерского учета, данный способ, по мнению В.В. Брызгалова и О.А. Новиковой [7, с. 7], не обязательно отражать в учетной политике организации.

При формировании учетной политики в сельскохозяйственных организациях, на наш взгляд, рациональным представляется выделение следующих этапов.

1. Подготовительный этап: о определение объектов бухгалтерского и налогового учетов, в отношении которых должна быть разработана учетная политика сельскохозяйственных организаций; о анализ действующего законодательства, регулирующего выбранные направления, разделы и объекты учета.

2. Этап принятия решения:

- выбор одного из предполагаемых нормативными документами вариантов;
- самостоятельная разработка собственного варианта решения;
- экономическое обоснование выбранного варианта решения, путем экономических расчетов и экспертных оценок.

3. Оформление избранной учетной политики сельскохозяйственных организаций.

Также при разработке учетной политики сельскохозяйственных организаций необходимо учитывать требования. Профессор Р.Б. Шахбанов [19, с. 172] отмечает следующие основные требования при выборе учетной политики:

- постоянство учетной политики в течение длительного периода;
- регламентация принципов учетной политики действующей нормативной базы;
- извещение внешних потребителей информации об изменениях в учетной политике.

При формировании учетной политики для сельскохозяйственных организаций автор рекомендует учитывать особенности специфики сельскохозяйственного производства:

- главное средство производства – земля;
- средства производства – животные и растения;
- сезонность производства;
- климатические факторы;
- созданная продукция принимает участие в дальнейшем производстве).

Учетную политику организации формирует главный бухгалтер на основе ПБУ 1/2008 «Учетная политика организации», утверждает руководитель организации. Участвовать в процессе создания учетной политики могут и должны все заинтересованные структурные подразделения (специалисты) организации в пределах своей компетенции. При необходимости к разработке учетной политики могут быть привлечены внешние консультанты, например, для обоснования и оптимизации способов ведения учета, выбора наиболее рационального варианта организации бухгалтерского учета на основе анализа нормативной базы и особенностей бизнеса организации. По убеждению профессора Р.Б. Шахбанова, при формировании учетной политики выполняются следующие работы:

- эффективность, быстрота, выполнение графика документооборота;
- оценка применяемого рабочего Плана счетов – достаточность, соответствие нормативной базе;
- анализ форм применяемых первичных документов – необходимость, достоверность, наличие требуемых реквизитов, полнота информации, существенность содержащихся в форме данных, трудоемкость заполнения, читаемость;
- анализ форм документов для внутренней бухгалтерской отчетности – необходимость, достоверность, полнота информации, существенность содержащихся в форме данных, трудоемкость заполнения, читаемость, периодичность составления;
- оценка существующего порядка проведения инвентаризации активов и обязательств организации – полнота информации, периодичность проведения, состав инвентаризационной комиссии;
- экспертиза методов оценки активов и обязательств – соответствие нормативной базе и целям организации, экспертиза системы внутреннего контроля и аудита, эффективность, достаточность, оперативность [19, с. 173-174].

Учетная политика предполагает целостность системы бухгалтерского учета в организации и охватывает все ее составляющие: методическую, техническую и организационную стороны. По мнению таких ученых, как Ю.А. Бабаев, Н.Г. Белов, В.В. Брызгалин, А.И. Гомола,

В.М. Никитин, Д.А. Никитина, О.А. Новикова, С.А. Рассказова-Николаева, А.А. Соколов, Л.И. Хоружий, Р.Б. Шахбанов, учетная политика должна содержать два раздела: методологический и организационно-технический.

З.Д. Бабаева выделяет только методический и организационный разделы. С точки зрения В.П. Астахова, И.Н. Богатой, М.Ф. Бычкова, Н.Н. Балашовой, Ю.И. Проскуровской, Н.Г. Сапожниковой, учетная политика должна включать три аспекта: методический, организационный и технический. Ю.И.

Проскуровская отмечает, что методический аспект раскрывает природу отдельных объектов учета исходя из действующей нормативной базы. Выбор того или иного варианта ведения учета позволяет бухгалтерскими методами влиять на финансовые результаты.

Технический аспект учетной политики предусматривает рабочие инструменты реализации методического аспекта. Технический аспект учетной политики предусматривает также разработку различных вариантов распределения расходов по управлению производством и его обслуживанию, форму ведения бухгалтерского учета, определение состава внутрипроизводственной отчетности для аппарата управления.

Организационный аспект учетной политики включает выбор организационной формы построения и структуры бухгалтерии (централизация или децентрализация учета), ее место в системе управления организации и взаимодействие с другими службами, состав и соподчиненность отдельных подразделений и работников [16, с. 79-81].

Принятая организацией учетная политика подлежит оформлению соответствующей организационно-распорядительной документацией организации (приказами, распоряжениями и т.п.).

Согласно п. 9 ПБУ 1/2008, способы ведения бухгалтерского учета, избранные организацией при формировании учетной политики, применяются с первого января года, следующего за годом утверждения соответствующего организационно-распорядительного документа.

Согласно п. 9 ПБУ 1/2008, вновь созданная организация оформляет избранную учетную политику не позднее 90 дней со дня государственной регистрации юридического лица. Принятая вновь созданной организацией учетная политика считается применяемой со дня государственной регистрации этой организации.

В соответствии с п. 9 ПБУ 1/2008 принятая организацией учетная политика является обязательной для всех обособленных подразделений организации вне зависимости от того, выделены они на отдельный баланс или нет, и независимо от их места нахождения [3].

Учетная политика сельскохозяйственных предприятий – один из важных вопросов организации бухгалтерского и налогового учетов, правильное оформление которой способствует достоверному определению финансового результата. Поэтому принимать решения при установлении положений учетной политики необходимо исходя из предварительной оценки экономических последствий того или иного выбора и детального рассмотрения всех возможных вариантов; при этом должны учитываться стратегические цели организации и ее экономическое положение на текущий момент.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Министерство финансов РФ. Приказ от 28 июля 1994 года, № 100. Положение по бухгалтерскому учету «Учетная политика организаций» ПБУ 1/94.
2. Министерство финансов РФ. Приказ от 9 декабря 1998 года, № 60н. Положение по бухгалтерскому учету «Учетная политика организаций» ПБУ 1/98.
3. Министерство финансов РФ. Приказ от 6 октября 2008 года, № 106н. Положение по бухгалтерскому учету «Учетная политика организаций» ПБУ 1/2008.
4. Астахов В.П. Теория бухгалтерского учета [Текст]

: учеб. пособие / В.П. Астахов. – 8-е изд., перераб. и доп. – М. : МарТ ; Ростов н/Д: МарТ, 2004. – 608 с.

5. Бабаев Ю.А. Теория бухгалтерского учета [Текст] : учеб. / Ю.А. Бабаев. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Велби, Проспект, 2008. – 240 с.

6. Балашова Н.Н. Содержание, формирование и реализация учетной политики сельскохозяйственной организации [Текст] / Н.Н. Балашова, М.Ф. Бычков // Бухгалтерский учет в сельском хозяйстве. – 2008. – №12. – С. 9-13.

7. Брызгалин В.В. Учетная политика организации на 2011 год [Текст] / В.В. Брызгалин, О.А. Новикова. – М. : Эксмо, 2011. – 192 с.

8. Васькин Ф.И. Теория бухгалтерского учета [Текст] / Ф.И. Васькин, М.В. Свободина. – М. : Колос, 2000. – 208 с.

9. Гетьман В.Г. Бухгалтерский учет : учеб. [Текст] / под ред. проф. В.Г. Гетьмана. М.: ИНФРА-М, 2010. 717с.

10. Гомола А.И. Теория бухгалтерского учета [Текст] : учеб. пособие для студ. сред. проф. учеб. заведений / А.И. Гомола, В.Е. Кириллов. – М. : Академия, 2008. – 208 с.

11. Губарев В.Г. Основы бухгалтерского учета [Текст] : учеб. / Губарев В.Г. – М. : МарТ ; Ростов н/Д : МарТ, 2005. – 288 с.

12. Зонова А.В. Учетная политика организации на 2010 г. (рекомендации по составлению) [Электронный ресурс] / А.В. Зонова, С.П. Горячих // Бухгалтер и за-

кон. – 2010. – №3. Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».

13. Кварандзия А.А. Изменение учетной политики [Электронный ресурс] / А.А. Кварандзия // Налогообложение, учет и отчетность в страховой компании. – 2008. – №6. Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс».

14. Кондраков Н.П. Бухгалтерский учет [Текст] : учеб. пособие / Н.П. Кондраков. – 6-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 832 с.

15. Макарова Г.А. Составляем учетную политику организации на 2010 год [Электронный ресурс] / Г.А. Макарова. URL: [http://www. esp-izdat.ru/?article=2158#](http://www.esp-izdat.ru/?article=2158#).

16. Проскуровская Ю.И. Бухгалтерское дело [Текст] : курс лекций / Ю.И. Проскуровская. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Омега-Л, 2006. – 219 с.

17. Рассказова-Николаева С.А. Учетная политика организации – это творчество специалиста [Электронный ресурс] / С.А. Рассказова-Николаева // Центр бизнес-консалтинга и аудита. – 2010. – Февраль. URL:<http://cba.ru/knowledge/articles/2010/02/26/upoorg/>

18. Чиненов М.В. Подходы к формированию учетной политики организации [Электронный ресурс] / М.В. Чиненов // Современный бухучет. – 2006. – №12. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

19. Шахбанов Р.Б. Бухгалтерское дело [Текст] : учеб. пособие / под ред. проф. Р.Б. Шахбанова. М. : Магистр; ИНФРА-М, 2010. – 383 с.

THE INFLUENCE OF PECULIARITIES OF ACTIVITY OF THE AGRICULTURAL ORGANIZATIONS ON THE FORMATION AND DISCLOSURE OF THE ACCOUNTING POLICIES

© 2013

Ju.O. Kamennova, senior teacher of faculty «Tax Affairs, accounting audit», post-graduate student
Samara Academy of Humanities, Samara (Russia)

Annotation: In this article provides an overview of views of various scientists in the definition of «accounting policy of organization». Studied the peculiarities of activity of the agricultural organizations. The author defines the accounting policy. Studied are the stages of formation of the accounting policy. Analysis of factors, influencing the choice and substantiation of accounting policies. The key elements of the accounting policy.

Keywords: accounting policies, agricultural organizations, the stages of the development of accounting policy, elements of the accounting policy.

УДК 330

НОВЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К УПРАВЛЕНИЮ ФИНАНСОВЫМИ РЕСУРСАМИ И КЛАССИФИКАЦИЯ УГРОЗ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ КОМПАНИЙ НА ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИЧЕСКОМ РЫНКЕ РОССИИ

© 2013

А.В. Кожин, студент института финансов, экономики и управления
А.А. Курилова, доктор экономических наук, профессор кафедры «Финансы и кредит»
Тольяттинский государственный университет, Тольятти (Россия)

Аннотация: Формирование нового электроэнергетического рынка (оптового и розничного рынков электроэнергии и мощности), наличие конкуренции между оптовыми генерирующими компаниями, территориальными генерирующими компаниями привели к новым условиям хозяйствования, которые характеризуются как новыми возможностями для повышения их эффективности, так и наличием угроз и неопределенностей функционирования.

Ключевые слова: электроэнергетика, управленческие решения, угроза функционирования, финансовая безопасность.

Реализованная Правительством РФ стратегия реформирования электроэнергетики и завершающийся процесс преобразований изменяет угрозы надежности, бесперебойному функционированию, устойчивости и финансовой безопасности энергетических компаний, которые существовали до реформы электроэнергетики России, а также порождает новые угрозы. Это еще более актуализирует проблему разработки **новой концепции управления финансовыми ресурсами** энергетических компаний, функционирующих в новых условиях конкурентного рынка энергии и мощности России.

Новые условия работы электроэнергетических компаний привели к необходимости формулировки и классификации **требований к управлению финансовыми ресурсами**.

В отличие от других отраслей электроэнергетика об-

ладает рядом уникальных **особенностей**, в частности:

- неразрывность во времени процессов производства и потребления электроэнергии;
- территориальная ограниченность энергосистем;
- высокая капиталоемкость и длительные сроки строительства электростанций;
- нестабильность нагрузки потребителей.

Поэтому учет этих особенностей меняет и специфику управления финансовыми ресурсами компаний.

Изменение организационных структур электроэнергетических компаний, финансовых отношений на энергетическом рынке привело к возникновению дополнительных транзакционных издержек, которые в конечном итоге, окажут влияние на финансовые результаты компаний в целом. Следовательно, при управлении финансовыми ресурсами необходим систематический учет

и мониторинг указанных издержек.

Новые условия функционирования электроэнергетических компаний сопряжены с целой **системой рисков**, которые обусловлены специфическими особенностями отрасли. Следует отметить, что раньше основные риски деятельности энергетических компаний были связаны с возможными технологическими сбоями, в то время, как экономические и финансовые условия работы были достаточно стабильные. В текущий период времени (в условиях расширения конкурентного сектора электроэнергетического рынка) встает вопрос о создании новых подходов к принятию управленческих решений, которые способны обеспечить гибкую работу энергетических компаний [1].

Новые условия деятельности требуют формирования системы управления финансовыми ресурсами электроэнергетических компаний, которая позволит не только оценивать и учитывать различные виды угроз (рисков) в своей деятельности, но и позволит управлять ими с целью повышения эффективности своей финансовой деятельности.

Одной из главных особенностей энергетики является высокий уровень **фондоёмкости** отрасли, связанный со специфическим характером процесса производства, передачи и распределения энергии. К текущему моменту времени наметились тенденции, которые могут перерасти в негативные: снизились до опасных пределов резервы генерирующих мощностей, существенно сократилось строительство ГЭС, АЭС и КЭС на угле, возросла зависимость электроэнергетики от поставок природного газа. Нельзя недооценивать и другие возможные негативные последствия реформирования, в частности, угрозы которые будут возникать в новых экономических условиях. Например, по оценкам Института общественной политики Калифорнии в США общие убытки, вызванные энергетическим кризисом, последовавшим за реформированием электроэнергетики (либерализацией), оценены в 45 млрд. долларов США. Они складываются из сумм завышенных тарифов, убытков обанкротившихся компаний и упущенной выгоды в результате замедления экономического роста. Эти особенности приводят к тому, что в результате однажды принятых инвестиционных решений определяется предельный уровень производства электроэнергии, который будет ограничивать потребление и влиять на состояние рыночного равновесия в течение достаточно длительного периода времени.

Конкурентный характер финансовых отношений в отрасли меняет и **целевой критерий** управления финансовыми ресурсами компаний. Теория управления финансовыми ресурсами рассматривает в качестве цели деятельности компаний - повышение ее прибыли. Однако, достижение ее высокого уровня невозможно без грамотной системы издержками, направленной на их минимизацию, которая не должно приводить к снижению надежности энергоснабжения потребителей. По нашему мнению, при управлении финансовыми ресурсами в условиях либерализации оптового рынка электроэнергии, необходимо обеспечить достижение такого **целевого стратегического ориентира как рыночная капитализация компании**. Рост капитализации компаний будет происходить, как за счет роста потребления электроэнергии и расширения рынков сбыта, так и за счет развития электроэнергетической отрасли: создание конкуренции, снижение издержек, роста рентабельности компаний [2].

Достижение стратегической задачи функционирования электроэнергетических компаний в новых рыночных условиях сводится к обеспечению их **финансовый безопасности**, что закономерно приводит к необходимости разработки новых методов и инструментов управления активами и финансовыми ресурсами на основе принципов обеспечения финансовой безопасности компаний. Электроэнергетические компании - это системы, которые могут быть одновременно и устойчивыми и из-

менчивыми.[3]

Необходимость и важность постановки и разработки проблем обеспечения финансовой безопасности электроэнергетических компаний определяется также и крайне неблагоприятным положением дел электроэнергетике страны, которое характеризуется наличием следующего ряда складывающихся негативных обстоятельств и факторов угроз, формирующих состояние неустойчивости и создающих потенциальные риски:

- зависимость экономического положения и благосостояния страны и отрасли от возможных весьма существенных конъюнктурных колебаний цен на мировых сырьевых рынках при существующей энергосырьевой ориентированности экспорта;
- значительное отставание темпов замены выработавшего свой ресурс энергетического оборудования от темпов его старения из-за существенного постоянного недоинвестирования;
- недостаточно развитая технологическая инфраструктура отрасли;
- дефицит резервов мощности в ряде крупнейших регионов.

Исходными, базовыми категориями для анализа проблемы управления финансовыми ресурсами для нивелирования угроз и рисков являются понятия «опасность» и «безопасность».

Опасность - это объективно складывающаяся возможность негативного воздействия на человека или какое-либо социальное образование, в результате которого может быть причинен какой-либо вред, нанесен ущерб, ухудшающие качество их жизнедеятельности или вызывающие нежелательную тенденцию их развития.

Под опасностью в современной литературе понимается наличие и действие реальных и потенциальных сил и факторов, которые могут стать дестабилизирующими по отношению к личности, какой-либо социальной или природной системе, в нанесении им ущерба, дезорганизации или полного уничтожения.

Опасность имеет субъективно-объективную природу. Как нечто объективное она имманентно присуща природе и обществу. Но по мере актуализации опасности она может выступать в форме угрозы, становиться все более субъективированным феноменом, хотя и не утрачивает своих потенциально-объективных свойств.

Опасность выступает в качестве главного объекта деятельности по обеспечению безопасности, в качестве же предмета - конкретные угрозы: политические, экономические, социальные, информационные, экологические и другие, а также носители этих угроз, имеющих конкретный адресат в природе и обществе.

Экономическая безопасность традиционно рассматривается как важнейшая качественная характеристика экономической системы, которая определяет её способность поддерживать нормальные условия жизнедеятельности населения, устойчивое обеспечение ресурсами развитие народного хозяйства, а также последовательную реализацию национально-государственных интересов.

Большинство ученых считают, что понятие экономической безопасности по степени общности представляет собой составную часть более широкого по объему понятия **национальной безопасности**. Очевидно, что экономическая безопасность в данном случае рассматривается как относительно самостоятельная часть безопасности национальной.

Таким образом, **экономическая безопасность** - это качественная характеристика предприятия как системы, которая определяет ее способность поддерживать нормальные условия жизнедеятельности населения, устойчивое обеспечение ресурсами развития народного хозяйства, а также последовательную реализацию национально-государственных интересов. Особую роль при этом приобретает энергетический сектор в обеспечении экономической безопасности страны.

В Федеральном законе № 270 от 23.11.2007 последняя определена как «отрасль экономики РФ, включающая в себя комплекс экономических отношений, возникающих в процессе производства (в том числе производства в режиме комбинированной выработки электрической и тепловой энергии), передачи электрической энергии, оперативно диспетчерского управления в электроэнергетике, сбыта и потребления электрической энергии с использованием производственных и иных имущественных объектов (в том числе входящих в Единую энергетическую систему России), принадлежащих на праве собственности или на ином предусмотренном федеральными законами основании субъектам электроэнергетики или иным лицам. Электроэнергетика является основой функционирования экономики и жизнеобеспечения».

Энергетическая безопасность должна рассматриваться не только с позиций потребителей, как гарантия поставок энергии, а в качестве комплексной системы устойчивых договорных отношений между производителями и потребителями энергии, обеспечивающей ее долгосрочное производство и спрос, и справедливое распределение рисков между ними.

Одним из основополагающих факторов, влияющих на экономику страны и, соответственно, на энергетическую безопасность, является **ценовая политика** в энергетике.

Вместе с тем по отдельным отраслям промышленности прирост затрат существенно различается. Например, в энергоемких отраслях, в которых затраты на покупную электрическую энергию, тепловую энергию и газ составляют от 15 до 34 % в издержках на производство, за счет проведенного повышения цен на продукцию естественных монополий в последнее время увеличение издержек по расчетам составило от 3,6 до 10,5 %. В целом опережение темпа роста цен в энергетике над темпами роста цен промышленности составляет примерно 1,3 раза.

В условиях роста цен предприятия энергетики расширяют физические объемы производства существенно медленнее, чем промышленность. Важно и то, что рост выручки за счет роста тарифов не ведет к повышению рентабельности в энергетике, а практически целиком «уходит» в рост затрат, многие из которых являются избыточными.

По моему мнению, энергетика оказывает определяющее влияние на **инфляцию**, также важнейшую характеристику экономической безопасности.

Одним из ключевых факторов того, что фактический уровень инфляции превышал планируемые параметры, стала динамика тарифов на продукцию естественных монополий, которая в этот период устойчиво опережала динамику цен промышленности в целом (импульс от роста цен и тарифов в электроэнергетике «передается» на потребительский рынок, главным образом, за счет удорожания услуг ЖКХ)

Как видно из вышесказанного, роль энергетики в рамках обеспечения экономической безопасности является определяющей. Подчеркивая определяющую роль электроэнергетики в устойчивом развитии России, можно среди электроэнергетических составляющих ее устойчивого развития главными назвать:

- преодоление кризисных явлений в электроэнергетике и создание условий для ее стабильного и устойчивого развития;
- надежность систем электроэнергетики, их безотказность и живучесть;
- обеспечение устойчивой работы электроэнергетических компаний и стабильное энергоснабжение потребителей и т. д.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кучеров, Ю. Реформирование и надежность электроснабжения / Ю. Кучеров, В. Китушин // Энергорынок. - 2005. - №1.
2. Курилова А.А., Курилов К.Ю. Финансовый инжиниринг и использование его инструментов на предприятиях автомобильной промышленности // Аудит и финансовый анализ. - 2010. - № 6. - С. 392-398.
3. Курилова А.А. Тенденции и прогнозы развития отечественных и зарубежных предприятий автомобильной промышленности // Экономический анализ: теория и практика. - 2011. - № 24 (231). - С. 21-29.
4. Ясин, В.И. Энергетическая безопасность региона в условиях реформирования электроэнергетики: дис. ... докт. экон. наук / В.И. Ясин. - Иваново, 2006.
5. Окорочков, Р.В. Рыночные преобразования в электроэнергетике: возможности и угрозы / Р.В. Окорочков. - СПб.: изд-во «Наука», 2008.

NEW REQUIREMENTS FOR THE MANAGEMENT OF FINANCIAL RESOURCES AND THE CLASSIFICATION OF THREATS TO THE FUNCTIONING OF COMPANIES IN THE ELECTRIC POWER MARKET OF RUSSIA

© 2013

A.V. Kozhin, student of institute of finance, economy and managements
A.A. Kurilova, doctor of economics, professor "Finance and credit"
Tolyatti State University, Tolyatti (Russia)

Annotation: The formation of a new electricity market (wholesale and retail markets of electricity and capacity), the existence of competition between wholesale generation companies, territorial generation companies led to the new business conditions, which are characterized as new opportunities to increase their effectiveness, as well as the presence of threats and uncertainties functioning.

Keywords: power industry, administrative decisions, functioning threat, financial safety.

УДК 339.138

СТРУКТУРА И ЗНАЧЕНИЕ РОССИЙСКОГО РЫНКА ДЕКОРАТИВНЫХ РАСТЕНИЙ В АССОРТИМЕНТНОМ РАЗРЕЗЕ ПИТОМНИКОВ

© 2013

И.А. Кетнер, старший преподаватель кафедры «Маркетинг и логистика»
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва (Россия)

Аннотация: Анализируется возрастающий спрос на декоративные растения российских питомников, тенденции питомников Москвы и Московской области в направлении четкого сегментирования рынка. Показаны значение и особенности отечественных питомников, занимающихся выращиванием, доращиванием и продажей посадочного материала, используемого в ландшафтном дизайне. Приводятся критерии сегментации компаний по наличию собственного производства или перепродаже посадочного материала.

Ключевые слова: Структура рынка декоративных растений, сегментация питомников, ассортиментный разрез питомников.

Роль России как производителя декоративных растений медленно увеличивается в ответ на возрастающий

спрос. Уже есть несколько крупных питомников, работающих в стране, в основном, в московском и петербург-

ском регионе. Значение российских питомников, однако, отличается от роли питомников в Западной Европе. Большинство питомников в России принадлежат оптовым и дистрибьюторским компаниям. Питомники также служат плацдармом второй фазы для выращиваемых растений, импортируемых из Западной Европы.

Выращивание молодых деревьев и кустарников не является основным направлением деятельности российских питомников. Они только недавно начали выращивать наиболее популярные молодые деревья и кустарники, такие как Thuja (туя) и Juniperus (можжевельник). Однако это обстоятельство постепенно меняется. Все больше экспортеров из Западной Европы, и Польши в частности, видят рост спроса в России на молодые растения, исходящий от компаний, желающих развивать бизнес питомников растений. Ожидается, что в будущем бизнес питомников растений в России будет расширяться, так как есть необходимость высаживать здоровые и климатически адаптированные растения для продажи на внутреннем рынке.

Создание питомников в России в последние годы стало очень актуальным. Предприниматели покупают землю и закладывают питомники. Тенденции показывают, что через 5 лет вокруг Москвы и Московской области будет много питомников, которые станут выращивать средномерными растениями. Чтобы получить посадочный материал высотой 6-8 м, необходимо 12-15 лет. Поэтому в ближайшее время (3-5 лет) появится предложение из отечественных питомников только средномерных растений (примерно 50%).

Существенную часть (около 30-35% по экспертной оценке в результате опроса менеджеров) в объемах продаж составляют растения на торговых площадках, расположенных вдоль основных шоссе. К лидерам среди торговых точек относится рынок «Садовод» на 14 км МКАД, на территории которого ведут продажи многие фирмы (Медра, Европарк, Цветы белой дачи, совхоз имени Ленина, Садко, Зеленый рай и др.). Второе место занимает Европарк (п. Вешки Алтуфьевского шоссе), Цветы белой дачи, Сады Подмоскovie. На этих торговых точках более 50% реализуемого посадочного материала поступает из питомников Подмоскovie и Ярославской, Владимирской и других областей.[1]

Однолетние цветы на московский рынок в основном (80%) поставляются из отечественных тепличных комбинатов. Они закупают семена голландской селекции, арендуют теплицы и выгоняют однолетники (АПК «Московский», Ульяновский, Останкинский СДС, Белая дача, Заречье и др.).

Сегментация рынка растений. По данным мониторинга питомников Московского региона, посадочный материал выращивают более 120 предприятий различных форм собственности, часть из них – предприятия Федеральной Лесной Службы, или муниципальные предприятия.

Отечественные питомники, занимающиеся выращиванием, доращиванием и продажей посадочного материала, используемого в ландшафтном дизайне в Московской области, созданы либо на базе бывших государственных питомников, или недавно возникли по инициативе частных фирм и отдельных предпринимателей.

Питомники Московской области можно разделить на три группы по площади – крупные питомники (площадь более 30 га), средние питомники (7-29 га) и мелкие питомники (менее 7 га). Такая классификация была принята раньше в питомниководстве и ее стараются придерживаться в настоящее время. Общая площадь основных питомников Московской области более 400 га, из них 252 га приходится на долю крупных питомников, 163 га – средних и около 20 га – мелких.

Критерием отбора компаний для исследования явилось наличие собственного производства или перепродажа посадочного материала. Соответственно, компа-

нии, занимающиеся торговлей посадочным материалом, были разделены на 3 группы:

1) выращивающие и реализующие свой посадочный материал;

2) занимающиеся перекупкой посадочного материала с частичным доращиванием его на своей производственной базе;

3) занимающиеся исключительно перепродажей посадочного материала.

К крупным по площади питомникам относятся Клинский питомник декоративных деревьев и кустарников «Победа», Пушкинское сельскохозяйственное предприятие, Сергиево-посадский питомник, Ивантеевский питомник декоративных культур, питомник «Совхоз имени Ленина».

Все названные питомники – бывшие крупные государственные предприятия, занимавшиеся до начала экономических реформ выращиванием посадочного материала ограниченного ассортимента для городского озеленения.

В составе средних по площади питомников представлены как бывшие государственные хозяйства (Московский совхоз декоративного садоводства, питомник «Учхоз Михайловское», Куровское ОЛХ), так и вновь созданные питомники (питомник Magly, Тисс-Руза и другие). Для средних питомников характерен достаточно широкий ассортимент растений, часть из которых они закупают в Европе (Тисс-Руза, Мэгли, Экосад; закупка растений в питомниках Германии и Польши).

В Московской области в настоящее время существуют мелкие питомники, площадь которых менее 7 га, а часто и менее 1 га.

Согласно данным опроса, некоторые организации, официально считающиеся и называющие себя питомниками, являются на деле торговыми площадками, занимающимися по большей части перепродажей растений (ЗАО «Медра», Ландшафтный центр НАЯ, Green Parkmaster и некоторые другие).

Помимо перечисленных категорий питомников по площади необходимо отдельно отметить наличие значительного количества торговых площадок и садовых центров, не занимающихся производством посадочного материала, но часто позиционирующих себя в качестве таковых. Такие торговые площадки реализуют посадочный материал, привезенный как из стран Европы, так и выращенных в России.

Структура рынка в ассортиментном разрезе. При анализе ассортимента растений на рынке были выделены следующие группы: крупномеры (хвойные, лиственные), среднемеры (хвойные и лиственные), плодовые крупномеры и среднемеры, кустарники хвойные, кустарники лиственные, травянистые растения.

Наибольший удельный вес на рынке посадочного материала занимает ассортиментная группа кустарников лиственных (52%), за ней следуют среднемеры лиственные (12%), кустарники хвойные (12%). Остальные ассортиментные группы имеют небольшой удельный вес от 1 до 8%.

Цены реализуемых растений, входящих в отдельные ассортиментные группы, существенно различаются. Наименее дорогим является посадочный материал травянистых многолетних растений (от 50 до 500 руб. за единицу продукции) и лиственных кустарников (от 100 до 800 руб.). Цена хвойных кустарников колеблется в зависимости от возраста и качества посадочного материала от 300 руб. (молодые растения, объем контейнера не более 2-3 литров) до 4500 руб. (объем контейнера 10 и более литров). Среднемерный посадочный материал в большинстве питомников имеет примерно одинаковое качество, цена колеблется от 5 000 до 15 000 руб. и зависит, как правило, от степени сформированности кроны растения и его возраста.

Наибольший разброс цен характерен для крупномерного посадочного материала - от 18 000 до 10 0000 руб.

(эксклюзивный материал может стоить дороже). Цена на крупномеры зависит от возраста, плотности кроны, качества кроны, страны-производителя или дальности доставки. Необходимо отметить, что категория посадочного материала «плодовый крупномер» появилась лишь в 2004-2005 гг. вследствие возникновения спроса на такую продукцию среди владельцев крупных участков.

Анализ реализации продукции показывает, что наибольшая доля в сумме реализации принадлежит крупномерным растениям (в целом 57%, из них на первом месте стоят плодовые – 31%, затем хвойные – 15% и лиственные – 11%), что связано с высокой ценой на этот вид продукции. Второе место занимают средномерные растения (всего 32%, из них 20% -лиственные и 12% - хвойные растения). Кустарниковая продукция составляет 11% от общей суммы реализации в связи с относительной дешевизной.

Лидеры продаж по позициям ассортимента. По экспертной оценке, ассортимент питомников несколько отличается друг от друга, и хотя нет узкой специализации в выращивании культур, наметилась тенденция разделения питомников по набору реализуемой продукции. На рынке присутствуют питомники как занимающиеся реализацией продукции практически всех ассортиментных групп, так и питомники, имеющие ограниченный ассортимент.

Среди крупномеров хвойных основная часть продукции поставляется отечественными питомниками (80-90%) и только пихта поставляется почти полностью из Германии (98-100%). Доля таких крупномеров лиственных как клен, береза, липа, ива, рябина, составляет в общем объеме продаж на рынке Московского региона свыше 80%, тогда как вяза и дуба - 50-60%. Среднемеры лиственные поставляются на рынок преимущественно из питомников Подмосковья и соседних областей (80%).

Крупномеры. Крупномерный материал можно разделить на три основные группы по технологии выращивания: растения, выращенные в контейнерах; растения, контейнерованные перед транспортировкой и растения, выращиваемые в открытом грунте, и выкапываемые непосредственно перед транспортировкой. Ассортимент и способ выращивания растения меняется в зависимости от сезона (весной присутствуют растения с комом земли, в другое время года – в основном контейнерованные растения).

В зимний период питомники и садовые центры предлагают в основном материал, выращиваемый в открытом грунте. Ассортимент, как правило, соответствует видовому составу средней полосы России (ель обыкновенная, сосна обыкновенная, сосна кедровая сибирская, туя западная, клен остролистный, каштан конский, липа сердцелистная, береза бородавчатая, рябина обыкновенная и др.). Высота предлагаемых растений варьирует от 2,5 до 12 м в зависимости от породы, под заказ возможна доставка и более крупных растений.

Отечественный материал, предлагаемый торговыми организациями, привозят, как правило, из лесхозов, расположенных в Московской и соседних областях (Владимирская, Ярославская и др.), часто покупатель имеет возможность проехать на место произрастания растений и выбрать посадочный материал. Посадочный материал отечественных лесхозов не подготовлен заранее согласно технологии выращивания крупномеров, поэтому приживаемость его ниже, чем приживаемость материала, выращиваемого в Европе.

Нарушения в технологии посадки крупномерных растений из лесхозов приводят к выпадам при посадке; компании, занимающиеся посадкой таких крупномеров, берут до 50% стоимости растений за работы по посадке, стоимость гарантии после посадки растений может достигать 120% и более стоимости растений (Green ParkMaster, Europark и другие).

Первое место по реализации среди крупномерных хвойных растений занимает туя западная и ее декора-

тивные формы (smaragd, Brabant, columna), на втором месте ель обыкновенная и ель колочая, затем сосна.

Среди лиственных крупномеров наибольшим объемом продаж отличаются клен, рябина и береза, в меньшем количестве реализуются липа и тополь.

Среди отечественных питомников самостоятельно выращивают крупномеры лишь некоторые предприятия (например, Тисс-Руза). Как правило, такие питомники расположены за пределами Московской области (Ярославская, Владимирская, Тверская области) и являются бывшими государственными учреждениями, по каким-то причинам не раскорчеванными в свое время посадки. Продажей крупномеров занимаются также лесхозы (Истринский, Дмитровский и другие), хотя с каждым годом качественных растений становится в Московской области все меньше. Последние несколько лет крупномерные ели (обыкновенная и колочая), туя западную ввозят с Северного Кавказа (Нальчик). Стоимость материала на 40-50% ниже стоимости европейского, качество сопоставимо, а приживаемость и зимостойкость даже несколько выше.

Питомников, выращивающих крупномерный посадочный материал хвойных растений из семян, на территории России в настоящее время нет. Но существуют питомники, закупающие европейский материал и доращивающие или адаптирующие его к климатическим условиям России. Поэтому к категории «питомник, занимающийся крупномерами» отнесены организации, не просто реализующие крупномерный посадочный материал, но и занимающиеся его доращиванием.

Первое место по реализации крупномерных хвойных растений занимает ЗАО «Тисс-Руза» (33%), второе место у питомника Magly (24%), далее: 14% - Ландшафтное бюро «Экосад», 11% - Совхоз декоративных культур, 8% - Сады Подмосковья. Бывшие государственные питомники («Учхоз Михайловское», Московский совхоз декоративного садоводства) практически не занимаются выращиванием и реализацией крупномерного материала хвойных растений.

По сравнению с реализацией хвойных растений доращиванием и реализацией крупномерных лиственных растений занимается большее количество организаций. Это связано с лучшей приживаемостью лиственных растений, большей скоростью их роста.

Среднемеры. Максимальная высота лиственных растений составляет 3,5 м, хвойных – 1,2 м. К группе средномерных растений относят виды древесных растений, их декоративные формы и сорта.

Растения этой группы представлены во всех питомниках, однако происхождение, качество растений и технология выращивания могут отличаться. В целом ассортимент растений значительно более широкий, чем ассортимент крупномерных растений, включает виды, плохо переносящие пересадку в зрелом возрасте; значительно больше сортовое и формовое разнообразие. Многообразие форм и сортов в питомниках различается, однако можно выделить несколько позиций, представленных на всех торговых точках и практически во всех питомниках, что связано с простотой технологии размножения. Широко представлены виды ивы, липы, клена, яблони и другие, среди хвойных растений это в основном ель и ее декоративные формы, сосна, туя, пихта, псевдотсуга, тсуга, лиственница.

В питомниках Московской области в среднем около 2-5% ассортимента приходится на хвойные среднемеры, и 6-11% на лиственные (в анализе не учитывались специализированные питомники травянистых растений). Около 50% представленного материала – европейского происхождения, что видно по состоянию растений и технологии выращивания. В целом, средномерный посадочный материал, производимый отечественными питомниками в настоящее время можно оценить как хорошего качества, тогда как 3-4 года назад качество было значительно ниже.

Первое место по объемам продаж, также как и в случае с крупномерами, занимает туя западная, на втором месте ель. Третье место занимают сосна и можжевельник, его различные виды и декоративные формы.

Среди лиственных среднемеров основными видами растений являются клен, ива, липа, несколько меньше реализация таких растений, как береза, рябина.

В целом распределение долей рынка среднемерных растений по сравнению с крупномерными растениями более равномерное.

Наибольшая доля на рынке среднемерных хвойных растений принадлежит Совхозу декоративных культур (23%), второе место у Московского СДС (15%), далее: Ландшафтное бюро «Экосад» (11%), Тисс-Руза и питомник Magly (по 10%), Сады Подмосковья (9%), Учхоз Михайловское (8%). В основном это частные питомники, организованные 8-10 лет назад самостоятельно, а не на базе государственных учреждений. Среди них питомник «Тисс-Руза» и Сады Подмосковья самостоятельно занимаются выращиванием большей части продукции, а оставшуюся часть закупают «для расширения ассортимента».

Основными производителями среднемерного посадочного материала лиственных пород являются бывшие государственные предприятия - ОАО «Пушкинское сельскохозяйственное предприятие» (15%), ЗАО «Совхоз им. Ленина» (17%), Клинский питомник (17%). Эти хозяйства в настоящее время реализуют как вновь выращенные растения, так и «дорезают» растения с ранее заложенных плантаций. Ассортимент вновь выращенных растений достаточно широк. Старые посадки имеют ограниченный ассортимент, ориентированный в основном на городское озеленение, которое было в 80-е годы XX века.

12% рынка занимает ЗАО «Тисс-Руза», остальные питомники в сумме занимают менее 40% рынка.

Хвойные кустарники. Посадочный материал данной категории представлен практически во всех питомниках и на всех торговых площадках и садовых центрах. Этот посадочный материал пользуется постоянным спросом у всех категорий покупателей. Их ассортимент достаточно широкий и в каждом случае зависит от общей площади торговой точки.

К группе хвойных кустарников относят некоторые декоративные формы туи западной, все виды и формы можжевельника, формы тиса ягодного. Во многих питомниках и торговых точках встречается незимующий в России кипарисовик. Основная часть питомников занимается доращиванием или адаптацией посадочного материала, полученного из европейских питомников.

Лидерами по доращиванию и реализации посадочного материала хвойных кустарников являются ЗАО «Совхоз им. Ленина», ЗАО «Тисс-Руза», Ландшафтное бюро Экосад (по 15%), а также Московский СДС (14%). Второе место делят Сады Подмосковья и питомник Magly. У остальных питомников в сумме менее 25% рынка.

Происхождение растений, как правило, европейское (Германия, Польша); если питомник и занимается само-

стоятельно размножением хвойных растений, то их возраст и качество значительно уступают европейскому. Незначительное количество своего посадочного материала хвойных кустарников объясняется не столько сложностью его размножения, сколько медленным ростом растений. Местный посадочный материал хвойных кустарников, даже меньшего размера, будет пользоваться спросом у населения. Для удовлетворения спроса крупных фирм-озеленителей питомникам еще в течение 8-12 лет придется закупать европейский посадочный материал.

По предварительной оценке можно сказать, что формовое разнообразие этой группы следующее: туя западная – около 23 широко распространенных форм и около 35 встречается реже; в некоторых питомниках встречаются туя восточная и туя складчатая, рискованные культуры для Московской области; можжевельник – более 260 форм, относящихся к 6 видам (обыкновенный, виргинский, казацкий, горизонтальный, чешуйчатый, средний); тис ягодный – около 8 форм, из которых 2 незимующие; кипарисовик – более 35 форм, относящихся к видам К.Лавсона, К.нутканский, К.горохоплодный. Большинство встречающихся на рынке форм в нашей климатической зоне не зимует.

Лиственные кустарники. Среди питомников по 27% рынка лиственных кустарников занимают Клинский питомник и Пушкинское сельскохозяйственное предприятие. На втором месте находится Ивантеевский питомник декоративных культур. В основном производством посадочного материала занимаются бывшие государственные питомники.

Слаборазвитые и незаполненные ниши. По данным торговой сети ОВИ, в России в 2007 году рост рынка товаров садово-дачного направления составил 25-30%. И эта тенденция сохранится в ближайшие несколько лет.

На рынке услуг ландшафтного дизайна наметилась тенденция ухода владельцев загородных домов от барочных традиций пышных садов к более естественному для России северному лаконичному стилю. Византийская роскошь, коллекционность растений, которые в условиях климата средней полосы России, не растут и стоят по 5 тыс. долларов, изжили себя. Рекомендуются сократить ассортимент растений на даче и отдать предпочтение более стойким видам и натуральной для центральной полосы России цветовой гамме. 90% растений должны быть зеленого цвета.

В России становится модным приспособлять крышу дома под сад или газон. В данный тренд входят также формованные растения – шарики, кубики, пирамидки и просто прямоугольники из Европы (от 3 тыс. руб. за единицу). Популярны и практичные липы в виде зонтиков. Кустарники и деревья с сформированной кроной популярны частично и потому, что в моду входят стриженные живые изгороди.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Портал Департамента жилищно-коммунального хозяйства и благоустройства города Москвы - <http://www.dgkh.ru/>

STRUCTURE AND RUSSIAN MARKET VALUE ORNAMENTAL PLANTS ASSORTED NURSERIES

© 2013

I.A. Ketner, teacher of the chair «Marketing and Logistics»
Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow (Russia)

Annotation: Analyzes the growing demand for ornamental plants Russian kennels, trends in Moscow and the Moscow region in the direction of a clear market segmentation. Showing the value and characteristics of domestic nurseries, growers, growing and sale of seed to be used in landscape design. Criteria for the presence of segmentation companies own production or resale of the planting material.

Keywords: structure of the market of ornamental plants, nursery segmentation, product category nurseries.

БАНКОВСКИЙ ФИНАНСОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ

© 2013

О.Г. Коваленко, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Финансы и кредит»
Тольяттинский государственный университет, Тольятти (Россия)

Аннотация: В статье рассматривается сущность и функции банковского финансового менеджмента. Автором дана оценка уровня развития финансового управления банком в России и за рубежом. Выявлены основные проблемы формирования отечественного финансового менеджмента банков.

Ключевые слова: банки, финансовый менеджмент, банковский менеджмент, финансовое управление.

В настоящее время банковское дело является одной из самых динамичных сфер экономики. Давно в прошлом, когда банковский бизнес был сравнительно «простым» и безопасным, а жесткое регулирование ограничивало возможности менеджеров по принятию управленческих решений. Технологическая революция, стремительная инфляция, усиление конкурентной борьбы и процессы дерегулирования банковской деятельности обусловили формирование значительной более агрессивных стратегий в банковском менеджменте, сопровождающиеся повышенной рискованностью. Поэтому учитывать факторы риска и управлять ими становится значительно сложнее, ухудшается структура активов, снижается эффективность операций, а в конечном счете может возникнуть кризисная ситуация.

Поиск и исследование адекватных методов выявления и управления рисками в настоящее время является сложной проблемой, которую необходимо решать руководству каждого банка. Перед менеджментом стоит задача минимизировать риски, обеспечивая достаточные доходы для сохранения средств вкладчиков и поддержания жизнедеятельности банка.

Банковский менеджмент - это система управленческих воздействий, производимых соответствующими организационными структурами, обеспечивающими непрерывность и своевременность движения кредитных ресурсов с целью достижения микро- и макроэкономических преимуществ.

Банковский менеджмент, как особая сфера управления, возникает лишь в условиях развитой рыночной экономики. При расширении круга банковских операций до уровня, принятого в развитых странах, в эти услуги входят операции с ценными бумагами, кредитными карточками, валютой, помощь в экономии и распространении акций других банков и коммерческих структур, помощь клиентам в рациональном вложении их средств, оценке инвестиционных проектов, лизинг, факторинг и другие услуги. Кроме того, уставной капитал банка может стать резервным фондом для других коммерческих банков.

В настоящее время рыночная экономика невозможна без банковского менеджмента, который должен быть основан на реальной конкуренции на финансовом рынке между кредитными учреждениями, замене государственного финансирования предприятий, ведущего к инфляции, рыночным механизмом кредитования конкретных инвестиционных проектов и бизнес-планов, ориентированных на создание новой товарной массы. Банковский менеджмент призван не просто кредитовать ту или иную программу, но и следить за расходованием кредитов, особенно льготных, на заявленные цели, их своевременным возвратом.

В данной статье мы более подробно рассмотрим финансовый менеджмент банка как основную составляющую банковского менеджмента.

Понятие «финансовый менеджмент» имеет многочисленные толкования. Но в целом российские специалисты сходятся в одном — в том, что финансовый менеджмент — это управление отношениями по формированию и использованию денежных ресурсов. Именно в таком понимании финансовый менеджмент рассматривается в работах таких известных авторов, как И.Т. Балабанов, И.Н. Герчикова, В.В. Ковалев, Л.П. Павлова,

Р.С. Сайфулин, Е.С. Стоянова, А.Д. Шеремет.

В гораздо меньшей степени, чем общий финансовый менеджмент, отечественными авторами проработана проблема финансового менеджмента в коммерческом банке. Причина в специфике деятельности коммерческого банка как финансового посредника по управлению денежными потоками, которым присуща вся совокупность функций денег. К освещению этой проблемы авторы подходят с позиций соблюдения требований и нормативов государственных регулирующих органов, отвечающих за ликвидность банковской системы в целом.

Объект деятельности финансового менеджмента в коммерческом банке - процессы исследования финансовых операций банка и управления потоками денежных средств банковской клиентуры [4].

Предмет деятельности финансового менеджмента в коммерческом банке - разработка и использование систем и методик рационального планирования и реализации финансовых операций (процессы привлечения и размещения денежных средств) [2].

Цель финансового менеджмента в коммерческом банке - определение рациональных требований и методических основ построения оптимальных организационных структур и режимов работы функционально-технологических систем, обеспечивающих планирование и реализацию финансовых операций банка и поддерживающих его устойчивость при заданных параметрах, направленных на приращение собственного капитала (акционерного капитала) и/или прибыли при условии сохранения стабильности и устойчивости коммерческого банка [1].

Основными функциями финансового менеджмента в банке являются:

1. Управление пассивами и активами.
2. Управление ликвидностью.
3. Управление собственным капиталом.
4. Управление заемным капиталом.
5. Управление банковскими рисками.
6. Управление кредитным портфелем.
7. Организация внутрибанковского контроля [5].

К приемам финансового менеджмента относятся:

Перевод денежных средств:

- Кредитные карты
- Дебитные карты
- Смарт-карты
- Платёжные поручения
- Платежные требования-поручения
- Аккредитивы
- Расчеты чеками
- Банковские переводы
- Расчеты по открытому счету
- Инкассо
- Трансферт.

Перемещение капитала для его прироста:

- Депозит
- Вклады
- Текущая аренда
- Рента
- Лизинг
- Селенг
- Траст
- Инжиниринг

- Франчайзинг
- Эккаутинг
- Бенчмаркинг
- Финансовый кредит
- Рейнжениринг
- Факторинг
- Форфитирование
- Кредит по открытому счету
- Вексельный кредит
- Акцентный кредит
- Овердрафт
- Самокредитование.

Спекулятивные операции:

- Репорт
- Депорт
- Операции с курсовыми разницами
- Операции СВОП
- Валютный арбитраж
- Процентный арбитраж
- Валютная спекуляция
- Лидз энд легз.

Сохранение способности капитала приносить высокий доход:

- Страхование
- Хеджирование
- Залог
- Ипотека
- Тезаврация драгоценных металлов
- Диверсификация
- Лимитирование
- Приобретение дополнительной информации
- Самострахование [3].

На данный момент в российском банковском сообществе наблюдается «невысокий» уровень финансового управления банком. В большей степени это связано со следующими проблемами:

– игнорирование необходимости для каждого банка иметь собственную обоснованную концепцию развития и управления, либо неумение реализовать такую потребность;

– недостаточное развитие горизонтальных, структурных связей между подразделениями банка, а также между банками, приводящее к несогласованности в работе, взаимной профессиональной неосведомленности и на этой почве – к принятию неоправданных решений;

– неэффективная система организации внутреннего контроля, регулируемая нормативными документами ЦБ РФ, носящими в основном фрагментарный характер и пока еще недостаточно осмысленная как в научном отношении, так и в плане практической реализации;

– недостаточная квалификация руководящего звена и сотрудников банка в свете перехода всей банковской деятельности на международные стандарты качества;

– отсутствие в большинстве кредитных организаций эффективной системы информационного обеспечения процесса управления;

– несоблюдение логической взаимосвязи между последовательными этапами процесса принятия управленческих решений – анализом, планированием, регулированием, контролем (регулирование не основывается на планировании, а планирование – на аналитической работе);

– недостаточное внимание к подразделениям или службам, которые ведут системный анализ, диагностику и прогнозирование всей деятельности банка, что означает неприменение механизмов эффективного управления доходностью кредитной организации, технологий серьезного анализа процесса ее формирования;

– слабая система управления и контроля за рисками, которая не всегда адекватна уровню принимаемых рисков и рыночной ситуации;

– развитие стратегии методов и технологий управления капитализацией находится на очень невысоком уровне в отечественной банковской практике;

– неотработанная система финансового мониторинга за деятельностью банка.

Формирование эффективной и адекватной системы финансового менеджмента в банке должно строиться на специфических чертах становления и развития отечественной банковской системы [6-10], игнорирование которых чревато серьезными кризисными явлениями в банковском секторе страны. В тоже время, нельзя не учитывать неизбежность вхождения России в мировое финансовое сообщество, которое в основе своей деятельности опирается на международные стандарты качества и, в первую очередь, качества корпоративного управления.

Зарубежные финансовые системы существенно отличаются от кредитно-банковской системы России. Например, распространение опыта Федеральной резервной системы США на российскую почву требует тщательной нелегкой адаптации, так как отечественная банковская система в отличие от системы США построена по территориальному принципу и основана на монопольном положении Центробанка России, а не на экономическом районировании субъектов федерации и экономики.

Отсюда можно сделать вывод о том, что одна из особенностей финансового менеджмента в коммерческом банке в современных российских условиях - это отсутствие единообразной технологии управления экономическими процессами в кредитной организации в рамках существующей кредитно - банковской системы. Главная же особенность финансового менеджмента в коммерческом банке в нынешних российских условиях обусловлена тем, что коммерческий банк - это единственный экономический субъект, который системно управляет всеми функциями денег (мера стоимости, функции обращения, платежа и накопления) и в этой связи является первичным звеном рыночной экономики. Внешняя среда финансового менеджмента в коммерческом банке - это совокупность финансовых отношений.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Банк и банковские операции: учебник (Бакалавриат) / Под ред. О.И.Лаврушина.- М.: КНОРУС, 2012.
2. Банковская система в современной экономике: учебное пособие / Под ред. О.И.Лаврушина.- М.: КНОРУС, 2012.
3. Брусков П.Н. Финансовый менеджмент. Финансовое планирование: учебное пособие (Бакалавриат).- М.: КНОРУС, 2013.
4. Масленченков Ю.С. Финансовый менеджмент в коммерческом банке. Книга вторая. Технологический уклад кредитования. — М.: Перспектива, 2010.
5. Финансовый менеджмент: теория и практика. Учебник. / Под ред. Е.С. Стояновой. — М., 2012.
6. Белозерова Л.М. Направления деятельности банковской системы по формированию экономики благосостояния // Актуальные проблемы экономики и права. 2011. № 1. С. 171-177.
7. Охупкин В.П. О роли финансовой безопасности банковской системы в экономической безопасности государства: методологические основы решения // Актуальные проблемы экономики и права. 2012. № 3. С. 182-189.
8. Данилов И.В. Правовое регулирование банковской деятельности // Актуальные проблемы экономики и права. 2009. № 4. С. 179-187.
9. Ахмадеев М.Г., Шакиров Д.Т. Экономическая безопасность в банковском секторе // Актуальные проблемы экономики и права. 2011. № 2. С. 39-45.
10. Кондрашов В.А. Причины, сдерживающие развитие банковских инноваций в современной России // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. 2012. № 3. С. 170-173.

© 2013

O.G. Kovalenko, candidate of economic sciences, associate professor, department of «Finance and credit»
Togliatti State University, Togliatti (Russia)

Annotation: The article considers the essence and functions of the banking financial management. The author provides an assessment of the level of development of the financial management of the Bank in Russia and abroad. Revealed the main problems of the formation of the domestic financial management of the banks.

Keywords: banks, financial management, Bank management, financial management.

УДК 330

ОПТИМИЗАЦИЯ РИСКОВ ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ ПРИ УПРАВЛЕНИИ ФИНАНСОВЫМИ РЕСУРСАМИ

© 2013

A.B. Kozhin, студент института финансов, экономики и управления
A.A. Kuruilova, доктор экономических наук, профессор кафедры «Финансы и кредит»
Тольяттинский государственный университет, Тольятти (Россия)

Аннотация: Энергетика, являясь технологической основой функционирования экономики, во многом определяет перспективы развития и национальную безопасность России. Происходящие рыночные преобразования в мировой и отечественной электроэнергетике меняют не только географию деятельности электроэнергетических компаний, их организационные структуры, но и методы и механизмы управления их деловой активностью.

Ключевые слова: энергетические предприятия, управление риском, политика управления финансовыми рисками, концепция развития.

Рыночные преобразования в электроэнергетике придают особое значение процессу детерминации основных методов управления энергетической компанией всех ступенях ее развития. Параллельно с этим все более значимым становится процесс управления финансовыми активами предприятия, оцениваемый с позиции риска и ликвидности и способный трансформировать в условиях быстро меняющейся экономики в ресурсы, наиболее требуемые для каждого конкретного производственного процесса. Анализ трудов отечественных и зарубежных исследователей теории и практики оптимизации структуры капитала и прочих финансовых ресурсов энергетических компаний подтверждает актуальность и своевременность разработки **инструмента управления финансовыми ресурсами** компании через механизм управления рисками в новых условиях хозяйствования и подчеркивает необходимость его внедрения в практику деятельности подразделений ОГК и ТГК.

Уже с 60-х годов XX века возросли динамизм и неопределенность деловой среды рынка. Некоторые экономисты даже заявили о закате «эры стратегического планирования» (например, в монографии Р. Уотермена «Фактор обновления. Как сохраняют конкурентоспособность лучшие компании» [1]).

Конструктивным можно считать подход к стратегическому управлению как процессу планирования и реализации определенной стратегии в свете новых обстоятельств, процессу, предусматривающему набор стратегий - от базовой стратегии до стратегических решений по программам и отдельным проектам [2].

В современных условиях функционирования российские энергетические предприятия оказались поставленными перед необходимостью перехода от одной модели рынка к другой, требующей от системы управления хозяйствующим субъектом знаний и пониманий рисков их природы и угроз способных нарушить деятельность предприятия в случае недооценки их значимости и прямой зависимости с настоящими и будущими доходами.

Основная предпосылка при управлении рисками заключается в том, что каждая организация существует, чтобы создавать стоимость для заинтересованных в ее деятельности инвесторов. Риск-менеджмент на предприятии обеспечивает эффективное управление в условиях неопределенности и наличия соответствующих рисков и возможностей, увеличивая стоимость компании [3].

Цель управления финансовыми рисками - это повышение эффективности управления финансовыми ресурсами за счет своевременного выявления угроз до-

стижению стратегической цели функционирования оптовых генерирующих компаний.

При разработке концепции развития предприятия и при создании планов стратегического развития важно уделять **политике управления рисками** достойное внимание. Содержательная природа рисков, качество их оценки, умение своевременно выявить их и рассредоточить отражается на деятельности предприятия, и, как следствие, на внешней и внутренней политике, то есть политика управления рисками - важная, составная часть стратегии развития любого предприятия.

Изучаемые, создаваемые и проектируемые в настоящее время системы управления рисками характеризуются исключительной сложностью. Сложность системы определяется большим числом элементов и выполняемых ими функций, высокой степенью связности элементов, сложностью алгоритмов выбора тех или иных управляющих воздействий и большими объемами перерабатываемой информации.

К основным требованиям к создаваемой системе:

- *эффективность* (затраты на построение и эксплуатацию системы должны быть ниже полученных результатов);

- *адаптируемость* (система должна быть несложной в построении и освоении);

- *масштабируемость* (возможность изменять широту охвата функцией управления финансовым риском).

Реализация функции управления риском на энергетическом предприятии требует значительных организационных усилий, затрат времени и других ресурсов. Наиболее целесообразно осуществлять эту функцию средствами специальной подсистемы в системе управления предприятием - системы управления рисками. Такая подсистема была бы логичным дополнением к традиционно самостоятельным функциональным подсистемам управления предприятием:

- стратегического планирования;

- планирования и выбора тактических решений (разработка и выбор инвестиционных, инновационных и др. проектов);

- оперативного управления производством;

- управления кадрами;

- управления материально-техническим снабжением, сыбтом и др.

Совокупность таких функциональных подсистем образует систему управления предприятием. Основой управления, как известно, является специальная сфера деятельности, которая описывается функциями управ-

ления, выделенными по признакам однородности целей, действий или объектов приложения этих действий.

Подсистема управления риском (подсистема УФР) является новым элементом в структуре системы управления финансовыми ресурсами энергетического предприятия. В то же время нельзя сказать, что функции, реализуемые подсистемой управления риском, являются совершенно неизвестными для других подсистем управления предприятием. В некоторой степени они выполнялись и ранее, но в менее структурированном и явном виде.

Проектирование любой системы управления начинается с формулирования цели создания и перечня требований к этой системе.

Цель подсистемы управления финансовыми рисками в электроэнергетической компании - это повышение эффективности управления финансовыми ресурсами за счет своевременного выявления угроз достижению стратегической цели функционирования энергетических компаний.

Управление рисками в энергетических компаниях осуществляется на основе подхода, позволяющего решать следующие **задачи**:

- выявление и оценка рисков;
- создание и совершенствование инструментов управления рисками;
- оперативное предоставление лицам, принимающим решения сведений о рисках и возможных способах реагирования на риски;
- реализация мер по удержанию рисков энергетической компании на допустимых уровнях;
- оптимизация финансовых ресурсов, необходимых для предупреждения и/или ликвидации последствий наступления возможных рисков событий.

Разработка политики управления рисками встроенная в систему устойчивого развития компании, это обоснованное планирование тактических и оперативных операций, поддержка принятия управленческих решений руководством, повышение гибкости управления по отношению к изменениям внешней среды, рост эффективности деятельности. Основным элементом политики управления рисками является предвидение, которое представляет собой систему расчетов и методов, процедур и правил, позволяющих определить и оценить пути минимизации и рассредоточения рисков и достижения стратегических целей развития на длительный период времени.

В условиях энергетического предприятия управление риском основывается на концепции приемлемого риска, постулирующего возможность рационального воздействия на уровень риска, доведения и удержания этого уровня в допустимых границах. Процесс управления риском, и особенно этап выявления факторов риска, отличается практически неограниченной по объему и трудоемкости задачей. Управление рисками энергетических компаний имеет свою специфику. Оно заключается в интегрировании системы управления финансовыми рисками в общую систему управления финансовыми ресурсами.

Уровень интеграции и взаимодействия подсистемы управления рисками с другими подсистемами управления на энергетическом предприятии может быть разным. На предприятии может отсутствовать подсистема стратегического планирования. Качество и объем тактического и оперативного планирования также может сильно различаться.

Наиболее эффективной будет подсистема управления риском построенная по *двухуровневому* принципу.

Соответственно выявляются факторы риска на уровне компании - *первый уровень* управления риском, и на уровне электростанций - *второй уровень* управления риском. Первый и второй уровень подсистемы управления риском являются, с одной стороны, взаимодополняющими, а с другой - могут работать автономно и не зависеть

друг от друга. Совместная работа двух уровней наиболее эффективна и приводит к наилучшим результатам.

Для каждого уровня управления риском определяется свой несколько отличный набор функций. На первом уровне, в частности, выполняется работа по общей координации деятельности, разработке методик, оценке эффективности реализации функции управления риском в целом и т. п. На втором уровне основное внимание обращается на выявление факторов финансового риска и достижение обозначенных показателей состояния риска.

Исходя из основной цели создания системы управления рисками на энергетическом предприятии - повышении эффективности управления финансовыми ресурсами за счет своевременного выявления угроз финансовой безопасности - логичным представляется на уровне компании начинать организацию системы управления рисками с трех основных моментов:

- формулировки целей функционирования компании для определения приоритетов в управлении финансовыми ресурсами;
- анализа факторов финансовой устойчивости как основы финансовой безопасности предприятия;
- мониторинга изменений внешней среды, способных оказать существенное влияние на финансовое состояние компании.

Результатом проводимого анализа по данным трем направлениям должно стать выявление факторов угроз финансовому состоянию как компании в целом, так и отдельных электростанций, входящих в ее состав.

На уровне электростанций система управления рисками будет базироваться на систематическом сборе и анализе информации о конкретных рисковом событиях для дальнейшего формирования системы знаний о рисках, планировании ресурсов для формирования системы управления рисками и мониторинге внутренней среды компании. На основании полученных данных выявляются конкретные факторы риска, которые с одной стороны являются источником информации для выявления конкретных финансовых угроз, с другой стороны выявленные угрозы финансовой безопасности приводят к определению факторов конкретных видов риска. На рисунке отмечено, что результат оценки риска на электростанциях является дополнительным источником при оценке совокупного риска для всего предприятия. Связано это с тем, что на работу электростанций могут воздействовать одни и те же факторы риска.

На верхнем уровне системы управления финансовыми рисками разрабатываются методики управления финансовым риском в целом, при этом оказывается влияние на определение конкретных критериев, которые должны входить в систему оценки риска, например, вероятность, потери, управляемость, фактор времени. При этом следующим шагом является разработка определенных плановых показателей факторов риска, позволяющих количественно оценить его состояние, например, составление карты рисков. На уровне электростанций система управления рисками будет нацелена на достижение этих плановых показателей состояния риска, при этом, если по каким-либо причинам достижение запланированных показателей является невозможным, данная информация является исходной как для корректировки показателей на этапе формирования системы критериев оценки риска, так и для оценки эффективности проводимых мероприятий в рамках системы управления рисками в целом для Компании.

Стратегическое управление рисками реализуется через стандарт управления рисками, разрабатываемый на уровне компании в целом. Стандарт определяет основные принципы комплексного управления рисками компании с учетом российской и международной практики, предусматривающие в том числе:

- цели и задачи управления рисками;
- порядок функционирования системы управления рисками, в т.ч. порядок организации управления риска-

ми, схему документооборота, порядок анализа и реагирования на риски;

- распределение полномочий и ответственности между субъектами управления рисками.

Таким образом, разработка политики управления рисками встроенная в систему управления финансовыми ресурсами энергетической компании, это обоснованное планирование тактических и оперативных операций, поддержка принятия управленческих решений руководством, повышение гибкости управления по отношению к изменениям внешней среды, рост эффективности деятельности. Основным элементом политики управления рисками является предвидение, которое представляет собой систему расчетов и методов, процедур и правил, позволяющих определить и оценить пути минимизации и рассредоточения рисков и достижения стратегических целей развития на длительный период времени.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Курилова А.А., Курилов К.Ю. Финансовый инжиниринг и использование его инструментов на предприятиях автомобильной промышленности // Аудит и финансовый анализ. - 2010. - № 6. - С. 392-398.

2. Курилова А.А. Хеджирование валютных рисков с

использованием опционов предприятиями автомобильной промышленности // Аналитический журнал "РИСК": Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. - 2010. - № 4(2). - С. 87-92.

3. Курилова А.А. Применение инструментов финансового инжиниринга в финансовом механизме управления затратами на предприятиях автомобильной промышленности // Вектор науки. - 2011. - №1. - С. 239-243.

4. Курилова А.А. Методология выбора инструментов хеджирования предприятиями автомобильной промышленности // Финансовая аналитика. - 2011. - № 17(59). - С. 29-38.

5. Курилова А.А. Определение стратегических целевых ориентиров предприятиями автомобильной промышленности // Финансовая аналитика. - 2011. - № 20(62). - С. 52-63.

6. Уотермен, Р. Фактор обновления: как сохраняют конкурентоспособность лучшие компании. - М.: Прогресс, 2008.

7. Стратегическое планирование и управление: учебное пособие / под ред. проф. А.Н. Петрова. - СПб.: Изд-во СПбГУиЭФ, 2009.

8. ERM - Integrated Framework, Executive Summary, COSO, September 2011.

OPTIMIZATION OF RISKS ELEKTROENERGETICHEKSKIKH OF THE COMPANIES AT MANAGEMENT OF FINANCIAL RESOURCES

© 2013

A.V. Kozhin, student of institute of finance, economy and managements
A.A. Kurilova, doctor of economics, professor "Finance and credit"
Tolyatti State University, Tolyatti (Russia)

Annotation: Energy, as a technological basis for the functioning of eco-economy, largely determines the prospects of development and national safety of safety of Russia. Occurring market transformations in the world and domestic electric power industry change not only the geography of activity of the power companies, their organizational structure, but also IU-methods and mechanisms for the management of their business activity.

Keywords: power enterprises, management of risk, policy of management of financial risks, development concept.

УДК 330.342

ВАЛЮТНЫЙ ИНДЕКС ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЦЕНОВОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРОДУКЦИИ ПРОЕКТА

© 2013

A.S. Kozhin, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой
«Финансы и финансовый менеджмент»

И.М. Осколков, ассистент кафедры «Теория и методика дистанционного обучения»
Нижегородский государственный университет им Н.И. Лобачевского, Нижний Новгород (Россия)

Аннотация: В работе проанализировано возможное изменение уровня конкурентоспособности отечественных товаров в результате членства России во Всемирной торговой организации. Рассмотрены приоритетные направления развития российской экономики. С целью оперативного, в процессе бюджетирования, управления международной ценовой конкурентоспособностью продукции проекта предложено рассчитывать валютный индекс инвестиционного проекта. Рассмотрены аспекты возможного применения валютного индекса инвестиционного проекта на базе продукта «1С: Предприятие 8».

Ключевые слова: валютный индекс инвестиционного проекта, международная ценовая конкурентоспособность, Всемирная торговая организация.

Как известно, Всемирная торговая организация (ВТО) была создана в 1994 году в качестве последователя Генерального соглашения о тарифах и торговле (ГАТТ). Поэтому основным сводом правил ВТО по торговле товарами выступает ГАТТ в новой редакции 1994 года, естественно, с дополнительными соглашениями относительно специфических секторов [1].

В системе ВТО действуют два фундаментальных принципа [1]:

1. Принцип недискриминации, который реализуется посредством использования режима наиболее благоприятствуемой нации (РНБ) и национального режима.

2. Обеспечение доступа на рынок [1].

Также, отдельными соглашениями в рамках ВТО регулируется торговля услугами, объектами интеллектуальной собственности, разрешение торговых споров [1].

Различают следующие преимущества для потребите-

лей от членства их страны в ВТО [1]:

1. Снижение цен на импортные и отечественные товары на внутреннем рынке в результате усиления конкурентной борьбы и устранения торговых барьеров.

2. Расширения ассортимента товаров и услуг за счёт увеличения импорта на внутреннем рынке [1].

Преимущества от членства в ВТО для страны в целом состоят в том, что [1]:

1. Повышаются доходы экспортёров, производителей конкурентоспособных товаров на внутренний рынок. Увеличивается доходная часть бюджетов всех уровней. Следовательно, растут заработная плата и другие виды доходов населения.

2. Повышается уровень занятости населения страны.

3. Увеличивается эффективность внешнеэкономической деятельности государства.

4. Растёт приток прямых иностранных инвестиций в

страну.

5. Политические преимущества.

6. Снижение степени лоббирования и коррупции [1]. Среди преимуществ от участия в ВТО для межстрановых отношений выделяют [1]:

1. Совершенствование механизма разрешения торговых споров.

2. Уравнивание шансов всех участников ВТО в международной конкурентной борьбе.

3. Повышение степени международной стабильности [1].

Но эти преимущества идут в разрез с мнениями многих экспертов, которые прогнозируют снижение темпов роста экономики России в результате её членства в ВТО.

Так, в статье [2] эксперты Российской экономической школы (РЭШ) и Ernst & Young (EY) утверждают, что в одних регионах России увеличится производство и экспорт продукции, в других – будет наблюдаться экономический спад, сокращение затрат и потребления [2].

Как сказано в статье [3] членство России в ВТО негативно отразится на развитии отечественного аграрно-промышленного комплекса (АПК). Так, председатель Российского союза промышленников и предпринимателей А. Шохин выступил с заявлением о необходимости оказания государственной поддержки АПК России. На это должно быть затрачено примерно 400 млрд. руб. По мнению А. Шохина, в условиях ВТО, АПК России неконкурентоспособный на внутреннем рынке страны. Причинами этого являются высокие издержки предприятий отрасли, низкие закупочные цены, устаревшие технологии и низкая платежеспособность населения. Кроме этого, у сельскохозяйственных компаний России высокий уровень задолженности по кредитам и займам [3].

Как видим, международная конкурентоспособность сельскохозяйственных предприятий России выступает ключевой проблемой развития российского АПК в условиях ВТО.

Влияние членства России в ВТО на развитие российских компаний из разных отраслей не однозначно. К примеру, эксперты агентства Moody's в статье [4] отмечают, что российские ритейлеры, например, такие компании, как X5 Retail Group, "Азбука вкуса", O'Key Group и "М.Видео", получают преимущества, улучшат своё экономическое положение за счёт участия России в ВТО. Потому, что в российской розничной торговле очень большая доля импорта и эффект от снижения таможенных тарифов будет небольшой. В тоже время, производители сельскохозяйственной техники и оборудования получат убытки от членства России в ВТО. А вот компании металлургической и химической отраслей получают выгоды, скорее всего, в долгосрочной перспективе. В качестве мер по снижению негативных последствий для определённых отраслей, эксперты агентства Moody's предлагают стимулировать частные инвестиции и повышать конкурентоспособность отечественных товаропроизводителей, а так же субсидировать АПК и оптимизировать налоговую политику [4].

Значит, эксперты агентства Moody's большое значение придадут повышению международной конкурентоспособности отечественных производителей в условиях ВТО.

Как заявил директор Аграрного центра МГУ, ведущий кафедрой агроэкономики МГУ имени М.В. Ломоносова С. Киселев в статье [5], рост импорта продовольственной продукции, вызванный членством России в ВТО, составит порядка 1-2%. В большей же степени рост импорта определяется таким фактором, как конкурентоспособность отечественных продуктов [5].

Как видим, С. Киселёв [5] акцентирует внимание на невысоком уровне международной конкурентоспособности отечественных товаропроизводителей.

Из представленных выше мнений экспертов понятно, что высокие издержки и низкая производительность ведут к снижению международной ценовой конкуренто-

способности российских предприятий.

Таким образом, проблемы членства России в ВТО концентрируются в области повышения международной конкурентоспособности российской экономики. При этом, особую актуальность приобретает ценовая конкуренция отечественных товаров с зарубежными товарами – конкурентами.

Следовательно, модернизация российской экономики, посредством реализации большого количества самых разнообразных инвестиционных проектов и программ, должна выполняться с учётом повышения международной конкурентоспособности российских товаров, производство которых будет являться результатом этой модернизации.

Как известно, в одной из своих статей [6], Президент Российской Федерации Владимир Владимирович Путин определил основные приоритеты развития экономики России в современном мире. Эти новые экономические задачи должны выступать ориентиром развития экономической науки и практики в России с целью модернизации отечественной экономики и выхода её на лидирующие позиции современного мирового экономического пространства.

По мнению Путина В.В. [6], особую актуальность в современном мире приобретает усиление глобальной конкуренции. И победить в этой конкурентной борьбе можно только в том случае, если в полной мере используются имеющиеся у страны возможности. Кроме этого, необходимо в ближайшее время и в короткие сроки проводить обновления практически всей хозяйственной жизни страны, при этом, защищая её экономику от кризисных явлений. Значит, по нашему мнению, модернизация экономики России, путём реализации инвестиционных проектов и программ, должна быть акцентирована на победу в международной конкурентной борьбе.

Основными проблемами интеграции российской экономики в мировое хозяйство выступают [6]:

1. Высокий уровень зависимости экономики России от экспорта продукции сырьевых отраслей.

2. Снижение качества и упрощение структуры отечественного производства.

3. Сильная зависимость российской экономики от импорта потребительских товаров, технологий и других видов продукции высокого уровня переработки.

4. Очень сильное влияние колебания мировых цен продукции сырьевых рынков на состояние российской экономики, то есть влияние неконтролируемых факторов

5. Российская экономика сильно зависит от внешнего рынка, и в сфере производства, и в сфере потребления [6].

Ориентиры развития российской экономики следующие [6]:

1. Конкурентоспособные, эффективные и развитые отечественные промышленность, сельское хозяйство, сфера услуг, инфраструктура.

2. Современная технологическая база функционирования новой экономики.

3. Отход от протекционистской торговой политики. Так, как её использование, в большом масштабе, приводит к снижению качества товаров и росту цен на них [6].

Таким образом, задачей повышения роли российской экономики в мировом хозяйстве выступает её модернизация, ориентированная на повышение международной конкурентоспособности российских производителей.

Вообще, по мнению В.В. Путина [6], в основе современной экономики лежит конкуренция. Не смотря на это, как известно, современные методы оценки инвестиционных проектов (например, NPV, PI, IRR и многие другие) лишь косвенно, через денежные потоки, предполагают учёт конкурентоспособности проекта и его продукции. Специальных показателей, направленных на оценку такого важного параметра инвестиционного проекта, как международная конкурентоспособность

его продукции, в современной экономической науке нет.

Также указано [6], что конкуренция определяет развитие экономики по инновационному пути. При этом, особую актуальность приобретает международная конкуренция, потому, что национальные рынки уходят в прошлое трансформируясь в глобальные, открытые рынки. Подтверждением тому выступает ВТО [6].

Другими словами, на национальные рынки различных стран всё больше выходят зарубежные товары и услуги. Конечно, при этом, всё же сохраняются особенности конъюнктуры национальных рынков, оказывающие влияние на внутренние цены обращающихся товаров и услуг.

Большое значение в инновационном процессе России В.В. Путин [6] отводит повышению международной конкурентоспособности российской высшей школы.

Что касается инвестиционной деятельности в России, то, как сказано в [6], необходимо повышать инвестиционную привлекательность российской экономики, снизить отток капитала из страны, снижать темпы инфляции в стране и ориентироваться на частные инвестиции.

Значит, надо реализовывать инвестиционные проекты, создающие современные производства, дающие конкурентоспособную на международном уровне продукцию.

Итак, основными характеристиками новой экономики России являются [6]:

1. Диверсификация, основанная на конкурентоспособности отраслей, компаний, продукции.

2. Высокая производительность труда и низкая энергоёмкость.

3. Качественные рабочие места с высокой оплатой труда.

4. Постоянно обновляющиеся технологии в рамках инновационных процессов в стране.

5. Значительная роль малого бизнеса в экономике страны вообще, и, в частности, в создании рабочих мест [6].

Как видим, все эти характеристики направлены, по сути, на повышение конкурентоспособности российской экономики в современном, глобальном мире.

В связи с этим, необходима модернизация российской экономики, что должно сопровождаться реализацией ряда инвестиционных проектов и программ. В этих условиях необходимо уделять особое внимание повышению международной ценовой конкурентоспособности продукции данных проектов.

С целью оперативного, в процессе бюджетирования, управления международной ценовой конкурентоспособностью продукции инвестиционного проекта предлагаем рассчитывать валютный индекс инвестиционного проекта. В качестве ориентира для разработки методики определения валютного индекса инвестиционного проекта нами принята методика определения реального эффективного валютного курса [7, с. 55-58]. Валютный индекс инвестиционного проекта предлагаем рассчитывать по формуле (1):

$$CI_{ин} = P_{ин} \times \sum_{i=1}^n \frac{D_i}{ER_{i/RUB} \times P_{ип i}}, \quad (1)$$

где $CI_{ин}$ – валютный индекс инвестиционного проекта; $P_{ин}$ – цена на продукцию инвестиционного проекта; D_i – весовой коэффициент i – той валюты в модели валютного индекса проекта; $ER_{i/RUB}$ – номинальный обменный курс i – той валюты по отношению к российскому рублю; $P_{ип i}$ – цена анализируемой продукции на внутреннем рынке i – той страны в национальной, i – той валюте, этой страны.

Рассчитав значение валютного индекса инвестиционного проекта по формуле (1) можно оперативно сравнить, в среднем, цену продукции анализируемого проекта с ценами на аналогичную продукцию в семи наиболее экономически развитых странах.

Безусловно, определять валютный индекс инвести-

ционного проекта, тем самым управляя международной ценовой конкурентоспособностью продукции проекта в процессе разработки и исполнения его бюджета, удобнее и эффективнее на базе современных автоматизированных информационных систем.

Поэтому, обозначим, в краткой форме, аспекты практического приложения наших разработок в рамках программного продукта «1С: Предприятие 8».

Как известно [8, с. 22-25], в продукте «1С: Предприятие 8» имеется возможность осуществлять набор статей бюджетов компании и, соответственно, отчётов. Значит, с целью расчёта значений валютного индекса проекта желательнее ввести статьи, содержащие информацию, необходимую для расчёта этих значений. А именно, данные о ценах на продукцию, аналогичную продукции инвестиционного проекта, на внутренних рынках семи, отобранных в модель, стран. Также, на этих рынках надо брать данные об объёмах торгов указанной продукцией. Кроме этого, надо отразить информацию о значениях номинальных обменных курсов валют, включённых в нашу модель. Естественно, вся эта информация должна соответствовать периоду времени, за который составляется бюджет проекта. То есть, по этим данным будет выполнен расчёт планового значения валютного индекса инвестиционного проекта, а также других показателей.

Чтобы сформировать фактические данные по статьям бюджетов необходимо настроить источники соответствующих данных [8, с. 26]. То есть, необходимо указать источники фактических данных, описанных выше (цены и объёмы торгов зарубежной продукцией), в системе «1С: Предприятие 8» для расчёта фактического значения валютного индекса проекта. Эту информацию, по нашему мнению, логично настроить в регистрах сведений, другими словами, в рамках справочной информации.

Далее, необходимо создать документ под названием «Бюджетная операция», который соответствует определённой статье оборотов по бюджетам [8, с. 35]. В нашем случае этот документ должен соответствовать расчёту значений валютного индекса инвестиционного проекта. Точнее говоря, нам лучше использовать автоматизированные способы ввода планируемых хозяйственных операций, другими словами, расчёт данных операций, с использованием документа «Расчёт по модели бюджетирования». Потому, что данный документ позволяет определять планируемые операции по расчётным формулам, в частности, можно предположить использование в нём формулы для определения значения валютного индекса проекта, а также формул для определения других показателей [8, с. 44].

Теперь, нужно соответствующим образом настроить план счетов бюджетирования. То есть, наименования, единицы измерения и прочие параметры, необходимые для корректного учёта информационной базы расчёта валютного индекса проекта и других показателей, а также, самих значений этого индекса [8, с. 57-61].

Затем, желательнее осуществить формирование остатков данных на начало периода, используя документ «Корректировка остатков по прогнозным балансам». Это обеспечит преемственность данных для расчёта значений валютного индекса проекта и, соответственно, преемственность этих значений [8, с. 61-65].

В итоге, необходимо сформировать отчёт по бюджету. С этой целью надо обозначить такую информацию, как период времени, плановые или фактические данные, сценарий и тому подобное. Важно отметить, что в рамках данной функции имеется возможность запросить группировку данных или отбор данных по аналитической схеме. В нашем случае, группировку и аналитику целесообразно осуществить в отношении валютного индекса инвестиционного проекта, данных для его расчёта, а также, других показателей [8, с. 65-67].

По аналогии с установлением ограничений по рас-

ходным статьям бюджетов, и задания ориентиров для значений их доходных статей можно ввести следующую информацию в данные документы [8, с. 69-75]. Установить ограничения по значениям составляющих валютного индекса проекта, в частности, по цене на продукцию проекта. А в качестве ориентира установить граничные значения групп, входящих в определённую интервальную группировку. С помощью данного ориентира руководство проекта сможет ставить и контролировать выполнение задач, либо по не попаданию в худшую группу значений валютного индекса проекта, либо по переходу в лучшую группу интервальной группировки.

Далее, необходимо настроить применение плановых и фактических значений валютного индекса проекта, и показателей риска этих значений в системе план – факт анализа. С этой целью, по нашему мнению, целесообразно использовать документы «Сравнительный анализ оборотов по бюджету», «Сравнительный анализ оборотов по статьям бюджетов» и «Сравнительный анализ остатков на счетах бюджетирования». То есть, будет выполняться сравнение фактических значений указанных показателей с их плановыми значениями [8, с. 75-79].

Теперь, логично настроить так называемые индивидуальные расчёты финансово-экономических показателей. В нашем случае это расчёт валютного индекса проекта и других показателей. С этой целью необходимо воспользоваться отчётом, который называется «Финансовый расчёт». Для этого, нужно указать название показателей в справочнике «Финансовые расчёты». А также, настроить соответствующие строки в справочнике «Строки финансового расчёта» [8, с. 97-102].

Таким образом, рассмотренные аспекты практического использования валютного индекса инвестиционного проекта в рамках программного продукта «1С:

Предприятие 8» позволяют сделать вывод о возможности его применения на практике с использованием данной системы. Такую возможность даёт нам тот факт, что система «1С: Предприятие 8» достаточно «гибкая» в плане настройки и адаптации под различные хозяйственные операции и процессы [8].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Россия и Всемирная торговая организация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.wto.ru>, свободный.
2. Лютова М., Темкин А. Вступление России в ВТО вызовет очередной кризис в моногородах / Ведомости, 28.04.2012. №78 (3092) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vedomosti.ru>, свободный.
3. Письменная Е., Никитина Е., Крекнина А. Аграрии эксплуатируют страх перед ВТО / Ведомости, 17.02.2012. №29 (3043) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vedomosti.ru>, свободный.
4. Reuters. Moody's: ВТО поможет российскому ритейлу, но повредит иным отраслям / Ведомости, 15.03.2012. №46 (3060) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vedomosti.ru>, свободный.
5. Эксперты: влияние ВТО на импорт продовольствия для РФ будет небольшим / РИА Новости, Москва, 07.02.2012. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ria.ru>, свободный.
6. Путин В.В. О наших экономических задачах / Ведомости, 30.01.2012. №15 (3029)
7. Панченко В.И. Валютное регулирование: Учебное пособие. – СПб.: Троицкий мост, 2011. – 240 с., ил.
8. Шевченко Ю.А. Бюджетирование и управленческая отчётность в 1С:Предприятии 8. – М.: «1С-Пабблишинг»; СПб.: Питер. 2008. – 112 с.: ил.

CURRENCY INDEX OF THE INVESTMENT PROJECT AS MANAGEMENT TOOL INTERNATIONAL THE PRICE PRODUCT COMPETITIVENESS OF THE PROJECT

© 2013

A.S. Kokin, doctor of economics, professor, head of the department «Finance and financial management»
I.M. Oskolkov, assistant to chair «Theory and technique of distance training»
Nizhny Novgorod state university to them N.I.Lobachevsky, Nizhny Novgorod (Russia)

Annotation: In work possible change of level of competitiveness of domestic goods as a result of membership of Russia in the World Trade Organization is analysed. The priority directions of development of the Russian economy are considered. For the purpose of operational, in the course of budgeting, managements of the international price product competitiveness of the project it is offered to calculate a currency index of the investment project. Aspects of possible application of a currency index of the investment project based on a product « 1С: Enterprise 8».

Keywords: currency index of the investment project, international price competitiveness, World Trade Organization.

УДК 330

КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ КОМПЛЕКСА МЕНЕДЖМЕНТ-МАРКЕТИНГ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕГИОНА

© 2013

В.В. Конорев, кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов, кредита и налогообложения
Курский государственный университет, Курск (Россия)

Аннотация: В статье рассмотрена концептуальная модель комплекса менеджмент-маркетинга промышленных предприятий региона, которая базируется на взаимодействии факторов конкурентоспособности на микро-, мезо- и макроэкономическом уровнях, формировании системы отношений, которая стимулирует развитие групп предприятий (кластеров) и территорий.

Ключевые слова: регион, промышленный комплекс, логистические схемы, маркетинг, менеджмент.

В создавшихся экономических условиях актуальным для промышленных предприятий региона является целенаправленный процесс кардинальных, всеобъемлющих изменений всех жизненных циклов деятельности предприятия. Результаты исследований в сфере реформирования предприятий региона в трансформационный период свидетельствуют о приоритетном решении задач этого направления. Реализация экономической промышленной политики и организационно-экономического механизма реструктуризации, реорганизации и реинжиниринга предприятий предполагают создание необходи-

мых условий для успешного развития промышленного комплекса региона.

Рассматривая проблему реструктуризации промышленных предприятий, необходимо учитывать стартовые условия организационно-структурных преобразований, особенности осуществления реформирования промышленного комплекса региона.

Целью реструктуризации промышленного комплекса выступает совершенствование его производственно-технической и сырьевой базы, а целью реорганизации и реинжиниринга создание предприятий и интегрирован-

ных корпоративных структур, способных эффективно функционировать в условиях рыночной экономики.

Главной проблемой для любой организации, действующей в современных условиях переходной экономики, является проблема выживаемости и обеспечения непрерывности развития. В зависимости от складывающихся условий и обстоятельств эта проблема решается различными промышленными предприятиями региона по-своему, но в основе ее лежит кропотливая и трудоемкая работа по созданию и реализации конкретных преимуществ. Содержание и организацию такой работы на уровне промышленного комплекса раскрывают концепции стратегического управления и стратегического маркетинга.

Сущность данных концепций в трансформационный период заключена в ответе на вопрос: как следует осуществлять управление промышленными предприятиями и интегрированными корпоративными структурами в условиях динамичной, изменчивой и неопределенной среде? Нарастание нестабильности, отражением которой являются изменение потребительского спроса, усложнение конкурентной борьбы, сокращение жизненного цикла промышленного товара, носит объективный и всеобщий характер. Ответ на поставленный вопрос включает не только необходимость проведения анализа и оценки маркетинговой среды и прогнозирования того, как она будет изменяться во времени, но и создания такой системы управления, которая бы постоянно поддерживала соответствие между средой, характером и результатами деятельности промышленного комплекса региона [1].

Представляется, что в условиях трансформации промышленного комплекса региона общая стратегия реформирования должна базироваться не на перестройке существующих производственно-промышленных систем, а на создании современной структуры хозяйственного комплекса страны или региона, способной эффективно адаптироваться к любым изменениям как внешней, так и внутренней мезоэкономической среды.

Система стратегического управления, отвечающая таким требованиям, логике и закономерностям социально-экономического процесса, должна быть гибкой и эффективной. Это обуславливает необходимость применения маркетингового подхода, как одного из методов управления в рыночных условиях, применяемого на всех стадиях управления региональным развитием и достижению целей местного самоуправления и территориального развития. Практика использования маркетингового подхода при разработке региональной промышленной политики приводит к значительному улучшению качественных показателей социально-экономического образования, развития экономики и регионального промышленного потенциала, разработки концепции регионального развития.

Современный маркетинг – это и философия бизнеса, и неотъемлемый стратегический управленческий процесс. С одной стороны, являясь координирующей функцией эффективного менеджмента, концентрируя все управленческие усилия на реализации потребностей и желаний конкретных потребителей, маркетинг обеспечивает поддержание баланса между интересами всех групп потребителей, обслуживаемых каждой конкретной интегрированной корпоративной структурой. С другой стороны, маркетинг, представляет собой координирующее начало и одновременно инструмент развития современного рынка и процесса реструктуризации, создает и организует среду равновесных и устойчивых отношений между всеми участниками рынка [2]. Малейшее нарушение в работе с этим инструментом на уровне регионального промышленного комплекса приводит к разрушительным, а иногда невосполнимым потерям, несмотря на всю естественность и объективную закономерность развития рынка.

В связи с этим вопрос о степени эффективности применения данного инструмента менеджмента для про-

мышленного комплекса региона в трансформационный период постоянно привлекает интерес и практиков-промышленников, исследователей бизнеса и руководителей регионов России.

Ключевым фактором оздоровления экономики регионов России является восстановление промышленного потенциала, структурная перестройка на основе современных научно-технических достижений. Одной из проблем управления промышленным комплексом региона является загрузка имеющегося производственного потенциала предприятий и доведение его до конкурентного уровня. С каждым днем конкурентная борьба на отечественном рынке становится все более острой и бескомпромиссной.

Непосредственно структурные изменения в рамках рыночной трансформации промышленного комплекса региона следует осуществлять по такой стратегии:

- ориентация на конкретные сегменты внутреннего и внешнего рынков, где отечественные товаропроизводители должны или могут получить на протяжении короткого промежутка времени конкурентные преимущества, опираясь на внутренние благоприятные условия национальной экономики;

- углубление потенциала промышленно-технологической переработки и создание условий для совершенствования воспроизводственной структуры промышленного комплекса по технологическим укладам высшего уровня;

- ориентация на увеличение масштаба и расширение состава перспективных технологий, особенно на промежуточных и заключительных стадиях технологического цикла, которые обеспечивают рост добавленной стоимости первичных ресурсов;

- более полное использование национальных научно-технических разработок, новейших результатов фундаментальных и прикладных исследований при широком привлечении преимуществ, которые открывают процессы интеграции и глобализации;

- ускоренное формирование эффективно действующей региональной инновационной инфраструктуры, обеспечивающей финансовый, информационный, маркетинговый, консалтинговый и другие виды поддержки инновационных процессов;

- создания в регионах сетевых инновационных структур на основе кластерного подхода, которые включают образовательные и научные учреждения, предприятия, исследовательские центры, органы регионального управления, финансовые учреждения, на основе территориальной концентрации сетей поставщиков, производителей, связанных инновационной цепочкой «образование – научные исследования и разработки – промышленное производство – рынок».

Структурные изменения, в рамках рыночной трансформации промышленного комплекса региона (ПКР), особенно на начальном этапе, должны базироваться преимущественно на реализации конкурентных преимуществ отдельных производств и секторов, обеспеченных, прежде всего, прогрессивными научно-техническими достижениями и продукция которых является конкурентоспособной на внутреннем и внешнем рынках.

Конкретные ниши «инновационного прорыва» в конкретных регионах должны определяться в процессе формирования долгосрочных региональных научно-технических программ, инновационных проектов и бизнес-планов, исходя из тенденций мирового и национального научно-технического развития, конъюнктуры рынка и инновационных возможностей производств региона.

В современных условиях на смену мелкомасштабным кратковременным мероприятиям по решению проблем территорий пришли крупномасштабные и рассчитанные на длительный период развития программы регионального развития. Разумеется, с их помощью вряд ли можно сгладить все диспропорции между регионами

или окончательно снять острые проблемы. Следует учитывать, что существуют объективные противоречия не только между интересами отдельного региона и страны в целом, но и в отношениях между различными регионами. Важно осознавать и то, что различия в региональных возможностях и потенциале могут выступать не как негативное явление, а напротив, как фактор «стимулирующий развитие территории».

Промышленный комплекс регионов России имеет сложную диверсифицированную и многоотраслевую структуру, отражающую изменения в развитии производительных сил и совершенствовании территориального разделения общественного труда, связанные с научно-техническим прогрессом. Современная промышленность характеризуется высоким уровнем специализации. Определение специализирующихся отраслей весьма важно для экономики регионов. Поскольку в основе рыночной специализации лежит территориальное разделение общественного труда, определение специализирующихся отраслей должно базироваться на выявлении доли участия района в общественном разделении труда.

В настоящее время в деятельности региональных промышленных систем (РПС) складывается ситуация, когда практически невозможно разделить маркетинговые задачи и управление, маркетинговую и научно-производственную деятельность, маркетинговую информацию и технологические процессы. То есть названные функции и подсистемы взаимодействуя, соединяются и организационно составляют структуру РПС.

Усложняемость рынка, обострение конкурентной борьбы, меняющиеся экономические условия, тенденция к сокращению нормы прибыли побуждают к дальнейшему исследованию проблемы повышения эффективности управления маркетингом, которое должно проводиться в направлении совершенствования управления динамикой и функционально-структурным построением внутренних элементов РПС.

Структура системы маркетинга в РПС с единым интегральным циклом, «наука – разработка – производство – рынок» должна иметь системы анализа маркетинговой информации, планирования маркетинговых исследований, организации службы маркетинга и маркетингового контроля. Типовая организационная структура маркетинга определяется теми стратегическими и тактическими целями, которые стоят перед РПС и конкретными задачами, которые решает система маркетинга. К таким наиболее важным задачам можно отнести следующие:

- исследование и анализ рынка, определение его перспективности для деятельности конкретной РПС;
- исследование и анализ процесса предоставления услуг и сбыта продукции РПС с учетом возможности выделения и реализации конечного продукта в интегральном цикле «наука – разработка – производство – рынок»;
- реклама и стимулирование процесса предоставления услуг и сбыта продукции региональной производственной системой;
- установление цен на услуги и продукцию РПС, в том числе и по стадиям интегрального цикла «наука – разработка – производство – рынок»;
- изучение тенденций развития технологии, организация системы анализа процесса конструирования изделий, обработка информации по патентной деятельности фирм и т.д.;
- планирование стратегии ухода с неперспективного рынка и завоевания нового рынка для региональной, межрегиональной и межгосударственной деятельности РПС.

Организационное построение системы маркетинга является разновидностью организационно-методической деятельности РПС и служит упорядочению, закономерному расположению и сочетанию в пространстве и во времени всех элементов этой деятельности. Главная цель организационного построения системы маркетинга – это организация выпуска конкурентоспособной про-

дукции определенной номенклатуры в заданных объемах (при соответствующих качестве и надежности) с минимальными затратами в заданные промежутки времени.

При этом организационное построение системы маркетинга производится по горизонтальному и вертикальному принципам расположения ее структурных звеньев, объединенных решением задачи интенсификации единого интегрального цикла «наука – разработка – производство – рынок» на основе стратегического планирования и контроля. Стратегическое планирование здесь рассматривается как управленческий процесс создания и поддержания стратегического соответствия между целями РПС, ее потенциальными возможностями и перспективами в сфере маркетинга.

Осуществляется организационное построение системы маркетинга в соответствии с задачами стратегического планирования деятельности РПС. Исходная посылка – построение организационной структуры РПС, ориентированной на концепцию маркетинга. Развитие организационной структуры системы маркетинга следует рассматривать, прежде всего, как совершенствование методов реализации основных задач деятельности РПС. В связи с этим повышение эффективности организационной структуры системы маркетинга должно опираться на:

- знание основных принципов оптимального параметрического сочетания составляющих деятельности РПС;
- четкое определение и классификацию функций различных видов деятельности РПС как в едином интегральном цикле, так и в отдельных его под-циклах;
- установление специфики конкретных видов работ, отвечающих функциям различных видов деятельности РПС;
- выявление бесполезных и вредных элементов производственных систем, избыточных, ненужных функций и причин их появления;
- определение рассогласований между значимостью и качеством исполнения функций и затратами на их реализацию.

Разнообразие структурно-функциональных свойств различных видов деятельности РПС в едином интегральном цикле «наука – разработка – производство – рынок» определяется числом их состояний, количеством элементов и связей между этими элементами. Объектами параметрической оптимизации организационной структуры системы маркетинга могут быть все элементы деятельности РПС, объединенные единым интегральным циклом.

Анализ методов построения и способов совершенствования организационных структур систем маркетинга показывает, что сфера действия маркетинга значительно расширяется, маркетинговая деятельность превращается в системный синтез адаптивных производственных планов, направленных на удовлетворение запросов потребителей и получение прибыли в условиях жесткой рыночной конкуренции. При этом маркетинговая деятельность определяет формирование функциональной структуры системы, в которую входит организация и руководство всей совокупностью видов деятельности, связанных с превращением покупательной способности потребителей в эффективный спрос на услуги или изделия РПС.

Поэтому особое внимание отводится проблемам управления маркетингом в РПС, а также, системам маркетинговых исследований и маркетинговой информации. Управление маркетингом в РПС – это управление не только спросом на рынке и организация его материального воплощения, но и предвидение потребностей потребителя с целью анализа, планирования, претворения в жизнь и контроля за проведением мероприятий, рассчитанных на установление, укрепление и поддержание выгодных обменов с целевыми покупателями ради достижения определенных задач РПС, таких как полу-

чение прибыли, рост объема сбыта, увеличение доли рынка и т.п.

Таким образом, как отмечено в работе [3], система управления РПС базируется на процессах управления маркетингом, которые могут быть представлены в виде следующих этапов, объединенных единым интегральным циклом «наука – разработка – производство – рынок»:

- анализ рыночных возможностей;
- отбор целевых рынков;
- разработка комплекса маркетинга.

В данной системе циркулирует три типа управленческих воздействий – стратегические, тактические и оперативные, образующие иерархическую структуру управления маркетингом в едином интегральном цикле.

Специфика сегодняшней ситуации в большинстве региональных промышленных системах состоит в наличии значительных фундаментальных и технологических заделов, высококвалифицированных кадров и в то же время крайне слабой ориентации экономики на реализацию конкретных инноваций. В основном, это обусловлено отсутствием в регионах региональной инновационной политики и механизмов ее реализации, способных создать благоприятные правовые и финансовые условия для широкого внедрения новых технологий. Формирование комплексной инновационной политики в регионах и конкретных механизмов ее реализации позволит создать условия не только для ускорения экономического развития, но и для целенаправленного управления процессом коммерческого использования достижения науки и техники, в том числе за счет формирования нового способа мышления – латерального маркетинга. Латеральный маркетинг, по мнению [4], дополняет традиционный маркетинг, обеспечивая альтернативный путь генерирования новых идей.

Латеральный маркетинг требует, чтобы предприятия-изготовители производили значительные трансформации своей продукции. Упрощенно говоря, латеральный маркетинг использует процесс, который открывает новые направления и инновации, которые появляются в результате латерального маркетинга создают новые категории и подкатегории. Они делают это 4 путями:

- Латеральные продукты могут реструктурировать рынки, создавая новые категории продуктов и подкатегории.
- Они могут уменьшить количество других продуктов внутри рынка.
- Латеральные продукты могут иногда генерировать сбыт, не нанося вред сбыту других продуктов.
- Латеральный продукт может забрать рынок у нескольких категорий продуктов.

Итак, латеральный маркетинг – это процесс, который когда применяется в отношении существующих товаров или услуг, приводит к появлению инновационных продуктов в т.ч. технологий, за счет нахождения новых потребностей, областей использования, ситуаций потребления и целевых рынков.

Для повышения эффективности региональных промышленных систем необходимо формировать структуры системы регионального маркетинга, использовать инструментарий латерального маркетинга. Кроме этого для повышения инновационного потенциала региональной промышленности необходимо:

- создание инновационно-технологических центров и региональных инновационных фондов;
- создание сети технологических центров, парков, бизнес-инкубаторов, а также сети «профессионального» маркетингового консалтинга;
- развитие системы информационного маркетингового обеспечения инновационного предпринимательства;
- развитие механизмов защиты интеллектуальной собственности;
- увеличение числа новых наукоемких производств и предприятий-инноваторов.

В экономической литературе регион рассматривается как социально-экономическая пространственная целостность, характеризующаяся структурой производства, наличием всех форм собственности, концентрацией населения, рабочих мест, условий духовной жизни человека, имеющая местные органы управления своей территорией. Ускорение рыночных принципов в социально-экономической жизни регионов и децентрализация управления требуют принципиально иных подходов и логики управления, коренного преобразования всей системы управления региональным развитием.

Экономический район представляет собой часть территории государства, выделенную по совокупности определенных признаков для оперативного управления и координации производственно-хозяйственной деятельности с целью достижения необходимого уровня общественного развития. При этом экономический район представлял собой территориально-производственный комплекс разнообразных производств, связанных между собой определенной пропорциональностью в результате внутрирайонного разделения труда. То есть, территориально-производственный комплекс по своей сути является ничем иным, как некоторой совокупностью действующих производств с их взаимосвязями и взаимозависимостями [5]. В то же время, под территориально-промышленным комплексом понимается территориальное соединение взаимосвязанных и взаимообусловленных промышленных предприятий, сформировавшихся в процессе комплексного развития промышленности и являющихся основным звеном территориальной организации, в первую очередь системы промышленного производства.

Трансформация производственных отношений, реформирование хозяйственного комплекса России и ее регионов коренным образом сказались на состоянии и перспективах развития функционально-территориальных систем, являющихся по сути определяющим элементом экономики на уровне любого территориального образования, начиная с промышленного города и заканчивая целыми промышленными регионами или экономическими районами. Функционально-территориальные системы, по существу являясь системообразующими элементами данной территории, обуславливают в решающей мере масштабы и границы ее развития, привнося специфические особенности во взаимоотношения как внутри самой системы, так и за ее пределы, вызванные отраслевой принадлежностью головной группы промышленных предприятий. Именно последнее и позволяет весьма точно устанавливать те различия, которые можно наблюдать, на примере крупнейших промышленных регионов России – Липецкая, Белгородская, Курская, между угледобывающими районами и районами по производству электроэнергии или добыче нефти и газа, между крупными промышленно-хозяйственными комплексами по производству металла или машиностроения.

Примером корпоративных интересов в различных отраслях общественного производства может служить, в одном случае, попытка создания многопрофильных концернов и корпораций: руда-энергетика-металл-машиностроение, которая не нашла необходимой поддержки со стороны соответствующих отраслевых структур; во втором – попытка укрупнения или объединения отраслевых органов хозяйственного руководства. Перенос центра тяжести во всей экономической деятельности в плоскость региональной экономики, а именно там сконцентрировано подавляющее большинство всех производственных связей, вызывает необходимость по-новому подходить к исследованию условий, обеспечивающих развития основных ее элементов. В первую очередь, это касается системообразующих элементов промышленных городов и поселков, многоотраслевая структура оказалась не готовой к кардинальным изменениям в национальной экономике; затем выбора наиболее приемлемых методов хозяйствования, обеспечивающих

условия расширенного воспроизводства общественного производства; и, наконец, экономико-правового обеспечения соответствующих изменений и дополнений в действующих или вновь создаваемых нормативно-правовых актах [6].

Структурированность отношений в предприятиях и организациях промышленного комплекса показывает, что предприятия и интегрированные корпоративные структуры региона прошли первую стадию «возникновение» и переросла из среднего регионального бизнеса в крупные промышленные корпорации, концерны и холдинги, которые в значительной мере определяют потенциал развития региона. Подобное состояние достаточно однозначно определено Л. Грейнером как второй этап развития организации (предприятий), входящих в интегрированные корпоративные структуры регионального и межрегионального уровня, успешность которого зависит не только от формализации отношений, но и от решения задач, связанных с взаимодействием предприятий промышленного комплекса с внешним окружением.

Метод территориального (регионального) маркетинга должен помочь органам местного управления в разработке и реализации концепции региональной промышленной политики, а также усилению конкурентоспособных преимуществ промышленного комплекса, как на внутреннем, так и на внешнем рынках.

Более широкое использование технологий и услуг, оказываемых маркетинговыми профессиональными

структурами региона позволит предприятиям и интегрированным корпоративным структурам промышленного комплекса более квалифицированно ощущать рыночную ситуацию и осознать ключевую роль маркетинга в своем развитии.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бородин А. И. Экономико-экологическое программирование устойчивого развития региона: Монография. — Изд-во Palmarium Academic Publishing GmbH & Co.KG, Germany, 2012. — 432 стр.
2. Гришин И.А. Региональная промышленная политика развития малых предприятий. — Волгоград: Изд-во ВолГУ 2008.
3. Управление крупным промышленным комплексом в транзитивной экономике: Под общ. ред. проф. Ю.Г. Лысенко, проф. Н.Г. Гузя. — Д: изд-во «Юго-Восток, ЛТд», 2003. — 670с.
4. Вишневская О.В. Направленность стратегического развития предприятия: модели, контроль и управляющие воздействия // Менеджмент в России и за рубежом. — 2004. — №5. — С.58-65.
5. Козаченко А.В. Механизм управления крупными производственно-финансовыми системами промышленности. — Д: ИЭП, 1998. — 348с.
6. Abt S. System logistyczne w gospodarowania. Teoria i praktyka logistyki. — Wydania 2, Akademia Ekonomiczna, Poznan, 1996. — 291s.

CONCEPTUAL MODEL OF THE COMPLEX MANAGEMENT-MARKETING OF THE INDUSTRIAL ENTERPRISES OF THE REGION

© 2013

V.V. Konorev, candidate of economic sciences, associate professor finance, credit and taxation
Kursk State University, Kursk (Russia)

Annotation: In article the conceptual model of a complex management marketing of the industrial enterprises of the region which is based on interaction of factors of competitiveness on micro, meso - and macroeconomic levels, formation of system of the relations which stimulates development of groups of companies (clusters) and territories is considered.

Keywords: region, industrial complex, logistic schemes, marketing, management.

УДК 330

КОНЦЕПЦИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЦИКЛОВ

© 2013

К.Ю. Курилов, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Финансы и кредит»
А.А. Курилова, доктор экономических наук, профессор кафедры «Финансы и кредит»
Тольяттинский государственный университет, Тольятти (Россия)

Аннотация: Социально-экономические процессы подвержены цикличности. Существует две крупных группы моделей, раскрывающих причины возникновения цикличности экономических процессов. По результатам оценки существующих моделей была предложена концепция смешанной модели возникновения экономических циклов, учитывающая как фактор внешнего воздействия на социально-экономическую систему, так и возможность самой системы породить циклические процессы.

Ключевые слова: экономический цикл, модель, механизмы, описывающие циклы, взаимосвязь циклических процессов, волна, смешанная модель возникновения экономических циклов (волн).

Слово цикл происходит от латинского «*cyclus*», которое в своей основе имеет греческий корень означающий окружность. Таким образом, древние греки и римляне сталкивались с периодически повторяющимися процессами и дали им обособленное определение. Значение, которое придавали древние цикличности и повторению событий, можно понять из эмблем вечности — змеи, кусающей свой собственный хвост, а также эмблемы времени — колеса и стрелы времени. Подобная или похожая символика встречается без исключения у всех древнейших цивилизаций, что подчеркивает значение, которое древние цивилизации придавали цикличности природных и социальных процессов.

По нашему мнению, цикл - это изменяющееся со временем пространственное чередования максимумов и минимумов величин, характеризующих объект наблюдения. При этом величины может характеризовать как физические величины — плотность вещества, напряженность электрического поля, так и социальные и экономи-

ческие величины — численность населения, процентные ставки, деловую активность и т. д.

Что же порождает цикличность?

Несмотря на значительное количество исследований в области цикличности, до настоящего времени нет единой четкой теории, объясняющей причину большинства физических, биологических, экономических и социальных процессов. Однако, несмотря на отсутствие объективного понимания природы циклических процессов, существует значительное количество наблюдений, позволяющих сделать вывод о том, что большинство циклов, выявленных в различных областях познания действительности имеют схожие параметры. Например, по данным исследований Эдварда Дью большинство периодов изобилия насекомых и животных происходит с периодичностью 9,6 года. Этому ритму подчиняется изменение популяций лососевых, пшеничного клопа, зайца беляка, цен на хлопок в США, финансовые кризисы в Великобритании и цикл международных сражений и пр

[1]. Существуют также другие значения длительности цикла, характерные для различных явлений, например длинной в 17,75 года и т.д.

Все это позволяет предположить, что причина возникновения этих циклов заключается в воздействии внешних факторов, имеющих одинаковую природу. При этом необходимо отметить, что в социально-экономических процессах существуют «рукотворные» циклы, причиной возникновения которых является человеческая деятельность и несовершенство созданных человеком систем управления экономическими процессами. Ярким примером является компания Джeneral Электрик (General Electric), в которой в начале 1950-х годов были выявлены колебания численности рабочих на одном из заводов длинной три года. Джей Форрестер, основатель системной динамики, сформировав модель работы этого завода, выяснил, что циклическое изменение числа рабочих вызваны внутренней структурой организации, а не внешними факторами.

По нашему мнению, цикличность преобладающей части процессов в социально-экономических системах обусловлена воздействием внешних факторов, которые в большинстве случаев изменяются циклично (волнообразно).

В том случае, если система не настроена на адекватный учет и адаптацию к волнообразно изменяющимся факторам внешней среды, характеризующие ее параметры, например прибыль, перестают быть линейными и также начинают изменяться волнообразно. Для таких экономических систем как предприятие, это выражается в падении прибыли, выручки, ухудшении платежеспособности и т. д.

При совершенной структуре организации, которая может гибко адаптироваться к волнообразно изменяющимся факторам внешней среды, параметры остаются линейными или изменяются незначительно. Для предприятий - это выражается в росте выручке и прибыли, несмотря на кризисные явления в экономике. Фактически, применительно к хозяйственной деятельности предприятий сохранение линейных показателей в условиях волнообразного изменения внешних факторов, является признаком коммерческого успеха предприятия. Не секрет, что предприятия - драйверы экономического развития именно в кризисные для всей экономики моменты демонстрируют успешность, в том числе положительные финансовые результаты на фоне отрицательной динамики большинства экономических субъектов. Например, японские компании - производители автомобилей Ниссан и Тойота показывали положительную динамику роста доли на рынке США во время кризисных явлений в мировой экономике в 70-ых годах прошлого века, а также во время финансового кризиса 2008-2009гг.

Примером достижения успешных финансовых показателей во время кризисных явлений могут быть не только отдельные предприятия конкретных отраслей, но и целые отрасли. В 2008-2009гг большинство предприятий различных отраслей промышленности получили отрицательные финансовые результаты. Вместе с тем на отрасль по производству лекарств в США финансовый кризис значительно не повлиял. Большинство крупных производителей и разработчиков лекарственных средств и медицинского оборудования показали положительные финансовые результаты, например американская компания корпорация Эбботт – производитель лекарств и медицинского оборудования во время финансового кризиса 2008-2009гг не только не снизила объемы выручки, операционной прибыли и выплачиваемых дивидендов, но и, наоборот, нарастила их объемы.

Говоря об отраслях промышленности необходимо отметить, что в данном случае, по-видимому, имеет место соответствие товара и услуги, которая производится конкретной отраслью конкретной стадии социально-экономических циклов. Например, отрасль, производящая уникальный продукт, востребованный рынком в

условиях финансового кризиса, будет показывать стабильное развитие, однако по мере появления товаров - заменителей и насыщении рынка социально-экономические циклы будут значительно влиять на отрасль. По - нашему мнению не бывает циклических и нециклических отраслей, бывают отрасли, продукция которых достигла определенного уровня замещения и насыщения рынка, и в которых такого уровня не достигнуто. Например, автомобильная промышленность в США долгое время до 1962 г. показывала положительный прирост производства и продаж, однако, по мере развития отраслей конкурентов (Японии) и замещения национальной продукции продукцией стран - конкурентов, а также в связи с насыщением рынка стала подвержена периодическим циклическим колебаниям. Такая же ситуация может произойти и с другими отраслями, например с отраслью по производству электроэнергии. Развитие сверхпроводников и, как следствие, технологий хранения электроэнергии наряду с появлением новых источников энергии, может перечеркнуть стабильность энергетического сектора, обеспечив профит мощностей по выработке энергии, снизив ее стоимость и зависимость от передающих сетей, а также повысив доступность.

В том случае, если структура предприятия не является циклоустойчивой, даже незначительное изменение внешних факторов, например, в случае небольшого сезонного роста продаж, может создать коллапс системы производства и продаж предприятия за счет резкого увеличения объемов [3].

Анализируя вышеизложенное, а также учитывая то, что субъекты социально-экономических отношений (люди, организации, государство, человечество в целом) трансформируют получаемую из внешней среды информацию, материальные ресурсы и энергию, успешный субъект социально-экономических отношений должен трансформировать их в соответствии с входящими параметрами внешней среды.

Организация на каждой фазе социально-экономического цикла для достижения успеха должна предлагать обществу соответствующий продукт или услугу, человек - обладать соответствующими навыками и умениями. Сохранение традиционного, прежнего уклада приводит к стагнации, а применительно к человеку – безработице. Например, в 90-ых годах в России профессия бухгалтера была высокооплачиваемой, существовал значительный дефицит специалистов данного профиля, в то же время существовал избыток специалистов с техническим образованием. В настоящее время конъюнктура рынка труда изменилась в противоположную сторону: на рынке избыток специалистов с экономическим образованием, в том числе бухгалтеров, и дефицит квалифицированных специалистов с техническим образованием. Таким образом, в 90-ых годах молодым людям было целесообразно получать экономическое образование, а в настоящее время получать техническое образование. Однако ни в 90-ые годы, ни в настоящее время мало кто задумывался об изменении конъюнктуры рынка труда, продолжая действовать по инерции. Примечательно, что даже в истории религии есть примеры, когда те или иные профессии добивались успеха или неудачи в зависимости от факта соответствия или несоответствия условиям изменяющейся среды. Так ортодоксальный уклад католической церкви в момент буржуазного развития общества вызвал раскол среди верующих и привел к появлению протестантизма. В отличие от католицизма, которое скрывало буржуазный прогресс в европейских странах, протестантизм привело к быстрому прогрессу стран, основная масса населения которых была протестантами. В качестве примера можно привести Швецию, которая, благодаря всеобщей обязанности мужского населения изучать священное писание, принесенное протестантами, обеспечило грамотность мужской части населения, что позволило обеспечить базу для быстрого экономического развития в конце XIX – в начале XX века с на-

ступлением индустриализации, превратившей знания в человеческий капитал [4].

Возникает закономерный вопрос о том, почему большинство экономических субъектов социально-экономических систем не могут успешно подстраиваться под цикличность процессов, происходящих в этих системах. При ответе на этот вопрос напрашивается аналогия из труда К.Маркса «Капитал» о добавленной стоимости - «Стоимость тем отличается от вдовлицы Куикли, что не знаешь, как за неё взяться» [5]. Как и в случае с добавленной стоимостью, так и в случае с цикличностью процессов в социально-экономических системах субъекты экономики в большинстве своем не могут «взяться» за цикличность, т.е. правильно определить конкретную фазу экономического цикла и конкретный набор действий, которые необходимо совершить для успеха в социально-экономической системе. Это актуально как для физических лиц, так и для организаций. Например, очевидно, что инвестиции в любой вид актива, за исключением денег, на гребне экономической волны с высокой вероятностью обречены на провал, так как и цена активов и их будущая ликвидность активов чрезвычайно завышены, а инвестиции в качественные активы на «дне» в будущем приносят баснословные прибыли. У большинства членов человеческого общества попытка использовать эту стратегию приводит к неудаче и лишь немногие, обладающие «чутьем» цикличности и имеющие представление о «глубине кроличьей норы», могут использовать благоприятную ситуацию для своей выгоды. При этом необходимо учитывать, что некоторые циклические процессы в социально-экономических системах испытывают влияние воздействия внешних факторов, которые генерируются объектами, находящимися вне системы. В этом случае происходят явления, которые обычно противоречат устойчивым экономическим закономерностям, например, действующей закономерности между спросом и предложением.

Например, во время великой депрессии в 1930 г. в США в 30 штатах сильная засуха полностью уничтожила весь урожай зерновых, а в 15-ти штатах урожай был незначителен, так как выпала половина от обычной нормы осадков. Однако даже в этих условиях цены на зерно продолжали падать. Не спасли положение и экстренные меры государства на рынке зерна и хлопка, на скупку которых учрежденная правительством США Федеральная фермерская палата израсходовала около 400 млн. долларов. Правительством США были также приняты меры по ограничению экспорта. Тем не менее, цены на хлопок и зерно снизились более чем в два раза от докризисного значения [6].

Общезвестно, что производимый из зерна хлеб является товаром неэластичным, т.е. спрос на товар мало зависит от цены на хлеб. Например, время засуха 2010 года в России, хотя и происходила во время спада, вызванного мировым финансовым кризисом 2008-2009гг, вызвала резкий рост цен практически на все зерновые культуры. Таким образом, можно предположить, что причиной «великой депрессии» были не только накопленные структурные проблемы мировой экономики, но и внешние факторы, воздействие которых угнетало экономическую активность наименьшей неделимой части социально-экономических систем – человека. Это подтверждается и низкой активностью спекулянтов на товарных биржах США, которые в любое другое время, легко повысили цену на зерновые и хлопок до «небес» на волне поступающей информации о засухе или других негативных событиях в сельском хозяйстве.

Взаимосвязь между экономическими и природными явлениями подтверждается биографией одного из крупнейших спекулянтов прошлого века Джесси Левимора, который анализируя динамику изменения рыночных цен на акции США, интуитивно предугадал будущее падение цен на акции и другие финансовые активы после землетрясения в Чикаго 18 апреля 1906 г.

По его мнению, отраженному в его биографии, во время наблюдения за ценами на телеграфной ленте он испытал своего рода сильный телепатический толчок, который привел его к решению заключить ряд рискованных сделок против стабильно растущего рынка [7]. При этом, система торговли, разработанная Джесси Левимором, и активно использовавшаяся им при заключении сделок, в своей концепции предусматривала отказ от интуитивных сделок направленных против движения рынка.

Назвать это простым совпадением сложно, ведь именно Джесси Левимор до обвального падения рынка акций, которое началось 24 октября 1929 года и достигло экстремума в «черный вторник» 29 октября 1929 года, предугадал будущее падение цен на акции и был одним из немногих, которые заняли медвежью позицию на агрессивном бычьем рынке финансовых активов в США в 1929 году.

Обобщая вышесказанное, можно сделать вывод, о том, что циклы, возникающие в экономике и социально-экономической системе, являются порождением не только экономических систем и следствием человеческой деятельности. На их формирование также оказывают мощное влияние природные циклы, циклы, связанные с жизнедеятельностью флоры и фауны нашей планеты, а также космические циклы. На сегодняшний момент выделено более 500 явлений в тридцати шести областях знаний, которые характеризуются колебаниями в определенном ритме, при этом, как уже упоминалось выше, большинство из этих явлений имеют одинаковый ритм [1].

Обычно в структуре цикла выделяют четыре стадии (или фазы): подъем, достижением максимальных значений показателей, характеризующих процесс (для экономических циклов эта стадия определена как бум), спад, достижение минимальных значений показателей, характеризующих процесс (для социально-экономических циклов эта стадия характеризуется как дно).

Примечательно, что такая последовательность наблюдается у всех циклов - от циклов цен на ценные бумаги до циклов, происходящих в биологии других отраслях человеческого познания.

Касательно экономических циклов существуют следующие подходы к причинам их возникновения (модели и механизмы развития). В целом их можно разделить на две большие группы:

1. Модели (механизмы), рассматривающие причину цикличности в несовершенстве построения экономической системы, появления в ней дисбаланса, который, в конечном счете, приводит к изменению экономической конъюнктуры. К таким моделям (механизмам) можно отнести:

А. Модель мультипликатора-акселератора

Концепция этой модели базируется на том, что экономические циклы воспроизводят сами себя. Однажды начавшись, экономические циклы совершают бесконечные колебания. Механизм появления цикла в соответствии с данной моделью описывается следующим образом - увеличение спроса на продукцию и услуги предприятий вызывает увеличение инвестиций, и как следствие, объема ВВП. При этом ВВП увеличивается на большую величину, чем объем инвестиций вследствие эффекта мультипликатора. Для дальнейшего развития и роста ВВП требуются новые инвестиции. По мере роста все доступные ресурсы оказываются исчерпанными, а потребительский спрос - насыщенным. Как следствие начинается обратный процесс, инвестиции сокращаются, сокращается ВВП, начинается стагнация экономических показателей. Процесс стагнации заканчивается достижением «дна», после которого начинается обратный процесс.

В. Монетарная концепция экономических циклов

Данная концепция основывается на предположении взаимосвязи колебаний экономической активности с изменениями в денежном секторе. Основная причина

экономического цикла - это изменение предложения со стороны банковской системы. Во время фазы экономического роста предложение денег со стороны банков увеличивается, а процентные ставки снижаются, во время спада имеет место обратная ситуация.

С. Эволюционная теория

Базовая концепция этой теории – экономический естественный отбор, т.е. развитие успешных предприятий, происходит за счет вытеснения из экономического пространства менее успешных предприятий. Также данная теория исходит из понятия макроуровня экономики, который представляет совокупность более мелких экономических подсистем, в которых происходит естественный отбор, дефинированных как макрогенерации. Срок жизни макрогенерацией ограничен, т.е. она формируется, живет в течение определенного времени и со временем исчезает. Появлением новых макрогенераций и исчезновением старых и объясняется циклическое развитие экономики.

Д. Модель взаимодействия сбережений и инвестиций

Модель основывается на предположении, что накопление населением сбережений ведет к уменьшению ставки процента, вследствие этого объем инвестиций увеличивается, а производство растет. В дальнейшем по мере увеличения спроса на инвестиции ставка процента растет, уменьшая привлекательность инвестиций, вследствие чего производство сокращается, а накопления начинают увеличиваться. Указанный процесс в соответствии с моделью взаимодействия сбережений и инвестиций.

Е. Психологические модели

Данные модели основываются на аспектах поведения людей и их предположениях относительно будущего. В случае, если их оценки позитивны, и они предполагают, что наступает фаза экономического подъема, люди увеличивают экономическую активность, порождая, таким образом, экономический подъем, а в результате пессимистических оценок будущего снижают экономическую активность, переопределяя экономический спад.

2. Модели (механизмы), рассматривающие причину цикличности в воздействии извне. К таким моделям (механизмам) можно отнести:

Ф. Механизм импульс-распространение

Концепция данного механизма исходит из предположения, что цикличность экономического развития определяется случайными внешними воздействиями (импульсами) на экономическую систему. К таким воздействиям (импульсам) относятся решения государственных органов, засухи и природные катаклизмы и т.д. Количество потенциальных (импульсов) воздействий не ограничено. Они выводят экономическую систему из состояния равновесия, приводя к ее колебаниям. Концепция данного механизма также предполагает, что экономические циклы вызываются случайными факторами.

Г. Теория влияния на экономические циклы солнечной активности, а также активности других планет

Базовое положение теории заключается в том, что солнечная активность влияет на урожайность в сельском хозяйстве. Во время периодов высокой солнечной активности с высокой вероятностью происходят засухи, которые влияют на результаты деятельности сельского хозяйства. Кризис сельского хозяйства распространяется на отрасли, связанные с сельским хозяйством, а также другие отрасли.

Существуют теории, связывающие экономические циклы с активностью планет солнечной системы, а также звезд и галактик других систем. Например, существуют исследования, доказывающие корреляцию фаз Луны с паниками и бумами фондовых и товарных бирж.

По нашему мнению, оба подхода являются верными и отражают причину возникновения экономических циклов, однако каждый имеет свои недостатки и не учиты-

вает определенные факторы.

Чтобы понять истинную причину возникновения того или иного цикла, необходимо рассматривать его характеристики не в двухмерном декартовом пространстве, отражающем значение того или иного показателя, характеризующий на протяжении времени, а в многомерном пространстве, учитывающем многообразие взаимосвязанных циклических процессов, которые могут оказывать различное влияние друг на друга. При этом взаимное влияние может приводить как к снижению экстремумов циклических процессов, так и к их увеличению за счет появления резонансных явлений – т.е. наложение одного колебания на другое.

Возможно, что «великая депрессия», которая произошла в 1929г и явилась причиной совпадения нескольких, оказывающих значительное влияние циклических процессов, которые в конкретный момент достигли «дна». Примечательно, что после «великой депрессии» подобных по масштабу кризисных явлений не происходило, хотя многие ведущие мировые аналитики и экономисты их предсказывали, например Дж. Сорос в 2008г [3]. Это можно связать с эффективными опережающими мерами, принимаемыми большинством стран в борьбе с экономическими кризисами. Однако, по нашему мнению, причина «великой депрессии» заключается в совпадении нескольких циклов, в том числе имеющих космическую составляющую.

Вообще, если рассматривать цикл как некое движение в экономической среде, наиболее правильное было бы говорить о волнообразном движении экономических субъектов под воздействием внешней силы. Такие волны возникают в природных и социальных явлениях, а также в других, происходящих в нашей реальности, процессах. Не случайно крупный исследователь циклов Кондратьев и исследователь рынка акций Элиот при исследовании динамики движения экономических показателей исходили из понятия волна (ы).

Таким образом, экономика является подсистемой подверженной цикличности, которая вызывается волнами, распространяющимися как в самой системе, так и в других подсистемах, например биологической, зоологической и прочее.

Модель возникновения волн в экономике должна учитывать генерацию волн, как в самой экономической подсистеме, так и в других связанных подсистемах.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Дьюи Э. Р., Мандино Ог. Тайнственные силы, которые вызывают события – Нью-Йорк: Hawthornbooks, inc, 1971 – 211с.
2. Гринин Л. Е., Коротаев А. В. Глобальный кризис в ретроспективе. Краткая история подъёмов и кризисов от Ликурга до Алана Гринспена. М.: Либроком/URSS, 2009 -336 с.
3. Смиттен Р. Жизнь и смерть величайшего биржевого спекулянта. - М: Омега-Л, 2009, - 383 с.
4. Курилов К.Ю., Курилова А.А. Цикличность развития мировой автомобильной промышленности // - М. Экономический анализ № 35 (200), 2010, с.33-44.
5. Курилов К.Ю., Курилова А.А. Формирование системы внутреннего аудита с учетом факторов влияния цикличности // Вектор науки Тольяттинского государственного университета, 2012, № 4, с.111-114.
6. Курилов К.Ю. Использование системы внутреннего аудита как составляющей финансового механизма управления предприятием в условиях цикличности // Аудит и финансовый анализ. – 2013. – № 1. – С. 241-248.
7. Модельский Дж., Томпсон У. Волны Кондратьева, развитие мировой экономики и международная политика. - Вопросы экономики, 1992, №10. с.49-57
8. Миру предрекают Великую депрессию // Интернет газета Дни.ру [сайт]. URL: <http://www.dni.ru/economy/2008/4/18/132537.html>

CONCEPT OF ECONOMIC CYCLES

© 2013

K.Yu. Kurilov, candidate of economic Sciences, assistant professor of the “Finance and Credit”
A.A. Kurilova, doctor of economic Sciences Professor of “Finance and Credit”
Togliatti State University, Togliatti (Russia)

Annotation: Socio-economic processes subject to cyclicity. There are two major groups of models, revealing the causes of cyclical economic developments. The evaluation of existing models has been proposed the concept of a mixed model of economic cycles, taking into account as a factor in the external influence on the socio-economic system, and the ability of the system to generate an iterative process.

Keywords: business cycle model, the mechanisms described by the cycle, the relationship of cyclic processes, the wave, the mixed model of economic cycles (waves).

УДК 336

РИСК-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ ФИНАНСОВЫЙ МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ И ТЕОРИЯ АКТИВНЫХ СИСТЕМ

© 2013

А.А. Курилова, доктор экономических наук, профессор кафедры «Финансы и кредит»
Тольяттинский государственный университет, Тольятти (Россия)

Аннотация: На основе изученных теоретико-методологических подходов к финансовому механизму управления затратами в статье представлена концепция риск-ориентированного финансового механизма управления затратами, определены принципы его формирования и реализации с использованием теории активных систем.

Ключевые слова: финансовый механизм, управление, затраты, риск, теория активных систем, принципы формирования и реализации.

Финансовый механизм - система управления финансами предприятия, предназначенная для организации финансовых отношений как внутри организации, так и с внешней средой с использованием методов, приемов и инструментов формирования и распределения финансовых ресурсов, функционирующая с целью воздействия на экономическое и внеэкономическое развитие предприятия.

Финансовый механизм управления затратами - это комплексная система управления затратами, предназначенная для организации финансовых отношений как внутри организации, так и с внешней средой с использованием подсистемы финансовых методов, отражающих субъективно-объективную основу финансового механизма; подсистемы финансовых инструментов и рычагов; информационного и правового обеспечения с целью достижения экономического или иного внеэкономического эффекта.

Существенным элементом определения финансового механизма управления затратами должно стать отражение его направленности на достижение целей организации и понимание того факта, что их достижение осуществляется в условиях риска.

Поэтому необходимо выделить понятие риск-ориентированного финансового механизма управления затратами – комплексная система управления затратами, предназначенная для организации финансовых отношений как внутри организации, так и с внешней средой в условиях неопределенности с использованием подсистемы финансовых методов, подсистемы финансовых инструментов и рычагов; информационного и правового обеспечения с целью оптимизации рисков предприятия и достижения экономического или иного внеэкономического результата.

Эта модель является развитием модели COSO ERM. Сутью ее является интеграция методологии финансового механизма управления затратами и управления рисками.

Риски неизбежно сопровождают все направления и сферы деятельности любой организации, вследствие этого неотъемлемой частью стратегического и оперативного управления любой компанией, стремящейся стать лидером на рынке должен стать риск-ориентированный финансовый механизм управления затратами (РОФМУЗ).

Ниже представлена теоретико-методологическая база риск-ориентированного финансового механизма управления затратами (таблица 1).

*Таблица 1
 Теоретико-методологическая база риск-ориентированного финансового механизма управления затратами (ФМУЗ)*

Концепции, методы, механизмы и инструменты	Характеристика	Связь с финансовым механизмом управления затратами
Системный подход (концепция)	Основан на теории активных систем, учитывающей состав и сущность объекта управления как системы и все взаимосвязи с системами, окружающей средой и активными элементами.	Позволяет рассматривать процесс ФМУЗ предприятий автомобильной промышленности как систему взаимосвязанных элементов, на основе учета свойств системы, ее составляющих и синергического эффекта
Стратегический менеджмент (концепция)	Управление, основанное на целеполагании, формировании и реализации стратегий, направленных на достижение поставленных целей, наиболее важной из которых является рост стоимости компании	Способствует реализации ФМУЗ предприятий автомобильной промышленности в новых рыночных условиях
Концепции управления затратами	Содержат совокупность теоретических положений различных концепций управления затратами, обеспечивающих эффективность ФМУЗ	Обеспечивают прямую связь с процессами управления затратами на предприятиях автопрома и являются частью ФМУЗ
Финансовое планирование (механизмы)	Финансовое планирование - механизм управления затратами на основе бюджетов отдельных подразделений.	Способствует реализации функций прогнозирования, направленного на финансовую устойчивость компаний.
Управление рисками (инструментарий)	Управление, основанное на идентификации, мониторинге и минимизации рисков	Позволяет выявить и нивелировать риски, которые свойственны ФМУЗ.

Основополагающим понятием является понятие механизма функционирования организационной системы - набора правил (процедур, инструкций, законов и т.д.) взаимодействия элементов системы. При заданном составе участников организационной системы и ее структуре, механизм функционирования определяется заданием:

1. Целевых функций элементов системы (системы мотивации).
2. Процедур принятия решений.
3. Порядка функционирования организационной системы (кто, кому, когда, в каком виде).
4. Информированности элементов системы.

В соответствии с описанием целей элементов их интересы выражены с помощью целевых функций, максимизация которых на допустимом множестве составляет основной принцип поведения элементов. Задание последовательности выбора стратегий (принятия решений, выбора действий и т.д.) и получения информации элементами и управляющим органом определяет порядок функционирования системы. Информированность элементов системы определяет, какой информацией обладает тот или иной элемент на момент выбора своей стратегии.

Эффективность функционирования финансового механизма во многом зависит от его структурно-функциональных характеристик, а также соотношений и пропорций между его отдельными элементами.

Сложность и многообразие видов финансовых взаимосвязей, форм организации финансовых отношений обуславливают дискуссионность вопроса конструирования финансового механизма. Структура финансового механизма в соответствии с его сущностью должна соответствовать трем основным условиям: отражать действие объективных экономических законов; раскрывать внутренние противоречия и движущие силы механизма; характеризовать роль субъективного фактора в его функционировании и развитии.

Приведенным критериям и условиям отвечает выделение в структуре финансового механизма трех основных подсистем: подсистемы экономических методов, отражающих субъективно-объективную основу финансового механизма и его внутреннюю противоречивость; подсистемы экономических инструментов и рычагов, выступающих движущей силой механизма; организационной подсистемы, представляющей связующее звено между первыми двумя подсистемами и выполняющей функции субъекта управления.

Специфика формирования финансового механизма и его действенность во многом определяются отраслевой спецификой. Принадлежность хозяйствующих субъектов к той или иной сфере деятельности, отрасли народного хозяйства находит отражение в содержании денежных отношений - характере формируемых денежных фондов и направлениях их использования, в системе распределения прибыли, взаимоотношениях с различными звеньями государственных финансов.

Растущая актуальность разработки и реализации финансового механизма управления затратами обусловлена тем, что:

- Организация является открытой системой: характер и социально-экономические результаты ее деятельности в решающей мере определяются растущим воздействием внешних факторов, к наиболее существенным из которых относятся: глобализация бизнеса, ускорение темпов научно-технического прогресса, циклический характер ускоряющегося развития мировой экономики, рост амплитуды колебаний мирового фондового и валютного рынков и прочее.

- Сохраняется важная роль внутренних факторов. Главными эндогенными проблемами многих российских организаций являются: низкая конкурентоспособность самих компаний и продуктов, предлагаемых ими; дальнейшее устаревание основных производственных

фондов; низкий финансовый потенциал и невозможность сохранения устойчивого финансового равновесия. Созданию конкурентных преимуществ и получению высоких финансовых результатов препятствуют использование устаревших, неадекватных масштабу и характеру бизнеса технологий управления, организационных структур и систем коммуникаций, отсутствие клиентоориентированного подхода в работе, низкая корпоративная культура, недостаточный уровень деловых компетенций менеджеров и неэффективность системы мотивации персонала. Выходом из создавшегося положения является разработка и реализация механизма, способного изменить сложившуюся ситуацию и обеспечить позитивные сдвиги по ключевым направлениям развития, к которым, в первую очередь, относятся: рост конкурентоспособности компании, создание условий для ее инновационного развития, повышение эффективности деятельности предприятия.

В настоящее время наблюдается сближение позиций экономического и инженерного направлений в моделировании организаций. Не последнюю роль в этом сыграло развитие информационных технологий и вычислительной техники. Оказалось, что связанная с обработкой информации работа распределенных чисто технических вычислительных систем во многом напоминает работу менеджеров в организациях, и в настоящее время многие экономисты используют при моделировании организаций терминологию и результаты, пришедшие из инженерных наук, в частности, информатики. Таким образом, можно говорить о появлении синтетических теорий, объединяющих достоинства инженерного и экономического подходов.

Примером такой синтетической теории может служить теория активных систем, зародившаяся в конце 1960-х годов на фоне бурного развития кибернетики, исследования операций, математической теории управления и объединяющая общесистемные представления о методологии исследования сложных систем и управления ими с теоретико-игровыми моделями принятия решений [2], характерными и для современной экономической науки.

Теория активных систем (ТАС) - раздел теории управления социально-экономическими системами, изучающий свойства механизмов их функционирования, обусловленные проявлениями активности участников системы. Система управления затратами является на предприятии активной системой, обладающей всеми необходимыми параметрами и характеристиками, соответственно теория активных систем может лечь в основе изучения функционирования механизма управления затратами на предприятиях.

Теория контрактов - раздел теории управления в социально-экономических системах, изучающий механизмы стимулирования в активных системах, функционирующих в условиях внешней вероятностной неопределенности. Условиями внешней неопределенности будут служить совокупность рисков предприятия.

Критерий эффективности функционирования управляемой системы зависит от состояния управляемой системы и, быть может, от управляющих воздействий. Если известна зависимость состояния управляемой системы от управления, то получаем зависимость эффективности функционирования управляемой системы только от управляющих воздействий. Этот критерий называется критерием эффективности управления. Следовательно, задача управления формально может быть сформулирована следующим образом: найти допустимые управляющие воздействия, имеющие максимальную эффективность (такое управление называется оптимальным управлением).

Для этого нужно решить задачу оптимизации - осуществить выбор оптимального управления (оптимальных управляющих воздействий).

Следует отметить, что во многих важных с точки

зрения практики случаях не обязательно искать наилучшее (оптимальное) управление – иногда достаточно ограничиться нахождением так называемого рационального управления, которое обеспечивает, быть может, не максимальное, но удовлетворительное значение эффективности управления. В соответствии с теорией ограниченной рациональности в принятии решений, невозможность или нецелесообразность нахождения оптимального решения может быть обусловлена следующими факторами [62, с.88]. Во-первых, может отсутствовать полная информация, необходимая для нахождения оптимального решения, а получение этой информации потребует много времени и/или ресурсов. Во-вторых, когнитивные возможности управляющего органа могут быть ограничены (он не может в требуемое время проанализировать все возможные альтернативы и вынужден остановиться на первой найденной альтернативе, которая приводит к устраивающему его значению критерия эффективности). И, наконец, в-третьих, управляющий орган может, например, в силу неполноты информации о критериях эффективности, ограничиться определенным значением эффективности, достаточным с его точки зрения. Другими словами, теория ограниченной рациональности гласит, что рациональные решения могут приниматься в ситуациях, когда у управляющего органа «нет возможности, времени или желания искать оптимальное решение».

Разнообразие и быстрое изменение условий функционирования экономических субъектов, децентрализация управления с неизбежностью приводят к тому, что все большее количество коммерческих организаций сталкивается с необходимостью совершенствования и оптимизации используемых ими процедур функционирования.

Несмотря на значительное число публикаций как по механизмам управления организационными системами, так и по менеджменту организаций, на сегодняшний день актуален вопрос о целостной картине возможных моделей и методов, а также обоснованных практических рекомендаций по управлению компаниями.

Рассмотрим принятую в теории активных систем (АС) модель организационной (активной) системы (ОС). Описание модели активной системы определяется заданием [4]:

- состава АС (участников, входящих в АС, то есть ее элементов);
- структуры АС (совокупности информационных, управляющих, технологических и других связей между участниками АС);
- множеств допустимых действий участников АС, отражающих, в том числе, институциональные, технологические и другие ограничения их совместной деятельности;
- целевых функций участников АС, отражающих их предпочтения и интересы и зависящих, в общем случае, от действий всех участников АС;
- информированности – той информации, которой обладают участники АС на момент принятия решений о выбираемых стратегиях;
- порядка функционирования – последовательности получения информации и выбора стратегий участниками АС.

Дополнительными параметрами, характеризующими АС, являются наличие или отсутствие:

- динамики;
- многоуровневости;
- множества взаимосвязанных агентов;
- распределенного контроля;
- коалиционного взаимодействия;
- неопределенности.

Понятие неопределенности характерно для деятельности любого хозяйствующего субъекта и определяется понятием риска. Понятно, что управление, как целенаправленное изменение может и должно касаться в

общем случае всех перечисленных параметров. Тем не менее, традиционно в теории управления социально-экономическими системами рассматривается система вложенных задач управления (решения более «частных») задач используются при решении более «общих»).

С учетом функционирования финансового механизма управления затратами в условиях внешней неопределенности, то есть влияния различных факторов – риска, необходимо выделить риски компонентам финансового механизма управления затратами, и с применением ТАС создать эффективно функционирующий риск-ориентированный финансовый механизм управления затратами.

В связи с усложнением условий производственно-хозяйственной деятельности, нарастающим многообразием источников и возможных последствий риска их необходимо рассматривать в системной связи с другими факторами и параметрами хозяйственной и производственной деятельности субъектов систем и расходом ресурсов на нескольких иерархических уровнях, что позволяет сделать ТАС.

Необходимость системного подхода связана и с ростом расходов на контроль и управление рисками на всех иерархических уровнях. Эти расходы снижают эффективность общественного производства, а также могут влиять на социально-экономическую ситуацию в стране.

Системный подход в управлении рисками основывается на том, что все явления и процессы рассматриваются в их системной связи, учитывается влияние отдельных элементов и решений на систему в целом.

Использование механизмов управления на различных этапах процесса управления затратами, позволит оптимизировать и сбалансировать риски предприятия с учетом каждого слагаемого цепочки ценности на предприятии.

На наш взгляд, основным объектом применения оптимизационных методов внутрифирменного управления является либо сам хозяйствующий субъект в целом, либо отдельные процедуры функционирования, реализуемые этим хозяйствующим субъектом.

Исходя из нашего понимания, можно выделить следующие основные группы и подгруппы оптимизационных методов внутрифирменного управления:

1. Методы проектирования организационной структуры.
2. Методы обследования организационной структуры и формирования кадровой политики (в том числе методы управления персоналом).
3. Методы управления проектами.
4. Методы логистики.
5. Методы управления продажами (маркетинг и ценообразование) и бизнес-планирования.
6. Методы управления в технических и человеко-машинных системах (методы организации и управления производством, методы управления затратами).
7. Методы построения систем стимулирования и финансового управления организацией.
8. Методы бухгалтерского учета и финансового анализа, в том числе методы аудита.
9. Методы финансового менеджмента (методы управления активами и инвестициями) и налоговой оптимизации.
10. Методы страхования и управления риском.
11. Методы антикризисного управления.
12. Методы построения автоматизированных систем управления и рационализации процедур функционирования, в том числе:
 - 12.1. Методы автоматизации систем бухгалтерского учета, финансового анализа и аудита.
 - 12.2. Методы поддержки электронной коммерции.
13. Методы реформирования и реструктуризации хозяйствующих субъектов, в том числе:
 - 13.1. Методы стратегического планирования и

управления.

13. 2. Методы внедрения инноваций и инновационного менеджмента.

14. Деловые (имитационные) игры [5].

Определение «оптимизационные» дается всем методам внутрифирменного управления постольку, поскольку непосредственная реализация любого из них в том или ином виде всегда предваряется технико-экономическим обоснованием, показывающим экономическую эффективность реализации метода. Если эффект отсутствует, то метод в этом виде не внедряется. Таким образом, при реализации любого из вышеприведенных методов всегда появляется экономический эффект, и, следовательно, происходит оптимизация функционирования хозяйствующего субъекта. На этом основании все эти методы могут быть названы оптимизационными.

Оптимизационные методы, перечисленные выше, представляют собой некоторую совокупность организационных, организационно-технических процедур и процедур обработки информации (наборов последовательных или параллельных действий), объектами оперирования которых являются отдельные механизмы (процедуры) функционирования хозяйствующего субъекта или организация в целом, и которые направлены на «улучшение» (оптимизацию) этих механизмов.

Разработанные модели и методы внутрифирменного управления дают возможность значительно расши-

рить рамки применения оптимизационного подходов к управлению реальными хозяйствующими субъектами, существенно повысить эффективность управления ими [5].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Балабанов И.Т. Основы финансового менеджмента. М.: Финансы и статистика, 2004.
2. Бурков В.Н., Кондратьев В.В. Механизмы функционирования организационных систем. М.: Наука, 1981.
3. Бурков В.Н., Новиков Д.А. Теория активных систем: состояние и перспективы. М.: Синтег, 1999.
4. Курилова А.А. Финансовый механизм управления затратами и принципы его формирования и реализации на предприятиях автомобилестроения на основе теории активных систем // Аудит и финансовый анализ. - 2010. - № 6. - С. 310-319.
5. Курилова А.А. Принципы формирования и реализации риск-ориентированного финансового механизма управления затратами на основе теории активных систем // Финансовая аналитика. - 2011. - № 16(58). - С. 27-37.
6. Новиков Д.А. Механизмы функционирования многоуровневых организационных систем. М.: Фонд «Проблемы управления», 1999.
7. Новиков Д.А., Петраков С.Н. Курс теории активных систем. М.: СИНТЕГ, 1999.

RISK-BASED FINANCIAL MECHANISM COST MANAGEMENT AND THEORY OF ACTIVE SYSTEMS

© 2013

*A.A. Kurilova, doctor of economics, professor "Finance and credit"
Togliatti State University, Togliatti (Russia)*

Annotation: Based on the study of theoretical and methodological approaches to the financial mechanism to control costs in the paper introduces the concept of risk-oriented financial mechanism of cost management, the principles of its formation and implementation using the theory of active systems.

Keywords: financial mechanism, management, cost, risk, theory of active systems, principles of formation and implementation.

УДК 330.146:338.32

ПРОБЛЕМЫ АМОРТИЗАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ УКРАИНЫ

© 2013

*Н.В. Луса, ассистент кафедры «Финансы и кредит»
Уманский национальный университет садоводства, Умань (Украина)*

Аннотация: В статье проводится анализ работ ведущих ученых, занимающихся вопросами формирования амортизационной политики на предприятиях в различных отраслях экономики Украины. Особое внимание уделяется вопросам амортизационной политики на предприятиях пищевой промышленности. В ходе проводимых исследований выделены наиболее проблемные стороны амортизационной политики. Приведена сравнительная характеристика основных положений амортизационной политики в зарубежных странах (России). На основе статистических данных представлена характеристика основного капитала предприятий пищевой промышленности Украины. В заключении сделаны выводы о необходимости дальнейших мероприятий по совершенствованию амортизационной политики предприятий пищевой промышленности в современных условиях.

Ключевые слова: амортизационная политика, основной капитал, предприятия пищевой промышленности.

В сложившихся рыночных условиях, которые характеризуются сложностью, неопределенностью и нестабильностью, перед предприятиями пищевой промышленности Украины стоит задача формирования благоприятного климата дальнейшего развития. Следует отметить, что в ресурсную базу предприятий составляют устаревшие производственные мощности. Технологическая отсталость предприятий и структурные изменения в экономике Украины сопровождается низким уровнем организационно-экономического обеспечения деятельности предприятий пищевой промышленности. Ситуация неэффективности амортизационной политики приводит к необходимости применения инновационных технологий управления основным капиталом предприятий пищевой промышленности.

В то же время мировой опыт свидетельствует, что определяющим конкурентоспособности и инвести-

онной привлекательности предприятий является высокотехнологичное производство и современные методы организации хозяйственной деятельности.

Приоритетное направление для предприятий пищевой промышленности Украины заключается в продвижении своей продукции на внешних рынках, что обуславливает актуальность реализации задач амортизационной политики путем перехода на инновационно-инвестиционную модель развития пищевой отрасли в целом и оптимальное использование всей ресурсов базы предприятий.

Деятельность предприятий пищевой промышленности Украины в системе экономических взаимоотношений отражает их финансовые интересы, успешная реализация которых зависит от многих факторов – скорости и своевременности реагирования на угрозы и опасности внешней и внутренней среды.

В то же время динамика украинской экономики демонстрирует тенденции и характеризуется наличием ряда системных проблем, требующих безотлагательного решения и формируют риски для дальнейшего экономического роста – это прежде всего критическое состояние основных средств, высокая ресурс- и энергоемкость производства, низкий технологический уровень и низкая инновационная способность пищевой экономики.

Вопросы реализации амортизационной политики на предприятиях пищевой промышленности и состояние основных фондов пищевой отрасли рассмотрены в трудах ведущих ученых таких, как Борисенко М. А., Лупенко Ю. А., Левицька И. В., Демьяненко Н. Я., Малик Н. О., Пасхавер Б. О., Галицкий А. Н., Гришова И. Ю., Крюкова И. А., Орлов П. А., Фукс А. Е. Шабатура Т. С. и др.[1-4]

Следует отметить, что в рассматриваемые вопросы в этой области все еще оставляют ряд нерешенных проблем. Ряд вопросов формирования экономического механизма обновления и модернизации основных производственных фондов требуют комплексного подхода и детальной проработки.

В основе данной работы является исследование состояния основных производственных фондов и разработка научно-практических рекомендаций по совершенствованию амортизационной политики государства по отношению к предприятиям пищевой промышленности Украины.

На сегодняшний день основной проблемой воспроизводства в украинской экономике является критическое состояние основных средств, степень изношенности которых постоянно растет – достигнув 74,9% в 2012 г. Эксплуатация устаревших основных средств приводит к тому, что значительная часть капиталовложений направляется на поддержание существующего технологического уровня предприятий. Следствием этого стало увеличение остаточной стоимости основных средств за счет их ремонта, а не внедрение новых и современных технологических процессов. Отсутствие действенных стимулов для инвестирования в технологическое переоснащение производства привела к критическому состоянию основных средств в ряде отраслей реального сектора, в частности, в транспорте и связи степень износа в 2012 г. составил 94,4%, в перерабатывающей и пищевой промышленности - 66,8 %, в производстве и распределении электроэнергии, газа и воды - 60,7 %. Продолжается снижение уровня материальной базы основных отраслей социальной сферы (изношенность основных фондов в сфере образования - 62,5 %, в сфере здравоохранения и предоставления социальной помощи - 50,8 %), что создает существенные препятствия для качественного развития промышленности и человеческого потенциала. Фактически единственным видом деятельности, где удалось заметно улучшить состояние технических основных средств, является сельское хозяйство (степень изношенности сократилось с 52,2% в 2005 г. до 40,8% в 2012 г.).[1]

Активная политика инвестиционной деятельности предприятий привела к повышению спроса на продукцию инвестиционного и производственного значения и тем самым выступив фактором роста производства в ряде отраслей реального сектора. Однако уровень доходов на украинских предприятий недостаточен для обеспечения современной модернизации производства, а также для привлечения заемных средств (процентные ставки по банковским кредитам превышают уровень рентабельности в несколько раз). Покрытие дефицита собственных средств предприятий возможно за счет таких источников как кредиты коммерческих банков и другие ссуды не представляется возможным в кризисный период. Доля заемных источников увеличилась в 2008 г. по сравнению с 2007 г. на 0,7 % и составила 17,3% от общего объема освоенных инвестиций в основной капитал.

В контексте модернизации экономики важно подробно рассмотреть такой весомый источник формирования собственных инвестиционных ресурсов предприятий как амортизационные отчисления.

Эффективность ускоренной амортизации заключается в том, что:

- субъекты хозяйствования получают дополнительные средства, не обремененные налогом (в отличие от прибыли);

- на амортизационные отчисления не влияют конъюнктурные изменения в экономике (спад производства, изменение цен и ставок по кредитам), то есть они являются стабильным источником финансовых ресурсов на предприятии;

- амортизационные отчисления являются собственными средствами предприятий, т.е. не предусматривают выплату процентов по кредитам, а это в целом повышает эффективность производства;

- наличие амортизационного фонда и необходимость использовать его по целевому назначению заставляют руководство предприятия расходовать эти средства на обновление оборудования, что увеличивает конкурентоспособность;

- ускоренная амортизация позволяет предпринимателям получать дополнительные средства в первые годы использования основных средств.

Статистические данные показывают, что в после кризисный период наблюдается значительно медленнее рост объемов амортизационных отчислений по сравнению с объемами инвестиций. В 2010 г. объем амортизационных отчислений вырос всего на 2,6 % по сравнению с предыдущим годом и составил 24100 млн. грн. В 2011 г. объем амортизационных отчислений составлял 26200 млн. грн., что на 9 % больше, чем в 2010 г. Однако в структуре собственных средств предприятий пищевой промышленности, направленных на капитальные инвестиции, амортизационные отчисления составили лишь 17,2 %. Вместе с тем начиная со второго квартала 2011 г. уже наблюдается тенденция к уменьшению доли амортизации в структуре источников финансирования капитальных инвестиций, а также в общем объеме собственных средств на 0,8%. [2]

Мировой опыт убеждает, что введение льготных норм амортизационных отчислений является одним из самых эффективных методов стимулирования инвестиционной деятельности. В некоторых странах норма ускоренной амортизации превышает 100%, в частности в Японии она составляет даже 200%. В Великобритании предусмотрено высокий уровень норм амортизации для малых предприятий, чем для крупных фирм. Гораздо активнее, чем в Украине, амортизационная политика как источник инвестиционных ресурсов используется и в постсоветских странах. В частности, в России доля амортизации, используемой на инвестиции, в объеме собственных средств предприятий в 2010 г. составила 50%, за счет амортизации было профинансировано 20,5 % инвестиций в основной капитал. В России активно используется такая разновидность налоговой льготы как амортизационная премия, предусматривает единовременное списание в расходы определенного процента первоначальной стоимости основных фондов, это распространяется на расходы на реконструкцию и модернизацию. С 2009 г. лимит премии был повышен и составляет 30 % первоначальной стоимости основных фондов со сроком полезного использования от 3 до 20 лет включительно.[3]

Отсутствие желания собственников предприятий пищевой промышленности направлять амортизационные отчисления в модернизацию основных средств, на наш взгляд, имеет две причины.

Первая причина имеет психологический характер и заключается в том, что наличие индексации и переоценки основных фондов и способствуют увеличению амортизации, уменьшению базы налогообложения и, таким образом, уплаты налога на прибыль, а потому у инвесто-

ра не возникает необходимости направлять средства на обновление основных фондов.

Вторая причина заключается в отсутствии надлежащего контроля со стороны государства. На государственном уровне необходим контроль по использованию амортизационных отчислений. С целью повышения эффективности использования предоставленных налоговых льгот в Налоговом кодексе Украины предусмотрено, что суммы средств, высвобожденных от налогообложения, направляются предприятиями – плательщиками налога на увеличение объемов производства, переоснащение материально-технической базы, внедрение новейших технологий, связанных с основной деятельностью такого плательщика налога и/или возврат кредитов, использованных на указанные цели, и уплату процентов по ним. Недополучение налоговых поступлений в результате ускоренной амортизации, при условии надлежащего контроля со стороны налоговых органов за целевым использованием средств, через небольшой промежуток времени компенсируется за счет повышения таких показателей как улучшение качества продукции, производительности, что, как следствие, приводит к расширению базы налогообложения, а соответственно и суммы взимаемого налога.

Таким образом, проведенное исследование подтверждает следующие выводы [1-4]:

1. Современное состояние развития инвестиционных процессов и прогнозные оценки результатов обновления основных производственных фондов неутешительны. Децентрализация инвестиционных процессов, жесткая налоговая политика, несовершенная амортизационная политика, резкое повышение цен привели к абсолютному и относительно уменьшению финансовых ресур-

сов предприятий всего промышленного комплекса страны и как следствие, к падению инвестиционной активности национальных товаропроизводителей.

2. Нецелевое использование амортизационных отчислений может вообще привести к выводу некоторых производственных мощностей из эксплуатации. Это усугубляется значительным физическим и моральным износом основных производственных фондов, что в свою очередь не позволяет снижать издержки и повышать рентабельность производства на промышленных предприятиях.

3. В данных условиях продуманная амортизационная политика приобретает первостепенное значение. Это подтверждает необходимость дальнейшего исследования проблем, связанных с изучением места и роли амортизационной политики промышленных предприятий в условиях формирования современной промышленной политики.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Борисенко М.А. Інноваційні засади формування амортизаційної політики вітчизняного підприємства // Проблеми науки. – 2004. – № 5. – С. 31 – 36.
2. Фукс А.Е. Амортизація і оновлення основного капіталу: проблеми теорії і практики. – К., 2005. – 345 с.
3. Орлов П.А. Амортизаційна політика як інструмент активізації інвестиційної й інноваційної діяльності підприємств: Монографія. Харків: ВД «ІНЖЕК», 2006. 425 с.
4. Левицька І.В. Проблеми інтенсифікації відтворювальних процесів на підприємствах харчової промисловості / І.В. Левицька // Економіка харчової промисловості. – 2010. – №3. – С. 14–17.

PROBLEMS DEPRECIATION POLICY OF THE FOOD INDUSTRY OF UKRAINE

© 2013

*N.V. Lysa, assistant of the Department of Finance and Credit
Uman National University of Horticulture, Uman (Ukraine)*

Annotation: This article is the leading researchers concerned with the formation of the amortization policy of different sectors of the national economy of Ukraine, including the food industry. Highlighted areas of concern depreciation policy, the comparative characteristics of the main provisions of the depreciation policy of the leading countries. Statistical data for the characteristics of the fixed capital of the food industry in Ukraine. The conclusions about the need for further study of problems related to the study of space and the role of the amortization policy of industrial enterprises in terms of their adaptation to the innovation model.

Keywords: depreciation policy, fixed assets, the food industry.

УДК 330

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ АРХАНГЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ В УСЛОВИЯХ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ ГАЗИФИКАЦИИ ВСЕГО РЕГИОНА

© 2013

*Ю.А. Максимов, соискатель отдела инновационной логистики
Институт исследования и конъюнктуры оптового рынка (ИТКОР), Москва (Россия)*

Аннотация: Рассматриваются особенности развития инфраструктуры Архангельского региона в условиях формирования системы газификации всего региона: областного центра, районных городов, муниципальных образований, сельского населения и северных районов, а также промышленных объектов. Обосновывается необходимость перехода потребителей на газообеспечение с целью повышения качества и снижения тарифов за оказанные услуги.

Ключевые слова: газообеспечение; газификация; Газпром; инфраструктура.

Архангельская область является важнейшим геополитическим и крупнейшим субъектом Российской Федерации европейской части России. Площадь Архангельской области составляет 589 913 км², что сравнима с крупными Европейскими странами. Таких как Украина - 603700 км², Франция- 547 030 км² и Испания -504 782 км². Архангельская область - это индустриально развитый регион России, в котором, хотя и с определенными трудностями, характерными для всей России действуют культурная, туристическая, образовательная, и производственная деятельность: целлюлозно-бумажная; рыбная; лесная и другие отрасли промышленности.

Довольно успешно и с перспективой развивается военно-промышленный комплекс, включая атомное

судостроение в Северодвинске, а также коммерческое использование космических технологий – это космодром «Плесецк» и другие направления. Архангельская область расположена на севере Восточно-европейской равнины, располагается близко к арктическим морям и удалена от тёплого Северо-Атлантического течения (ответвление Гольфстрима). Значительную часть территории Архангельской области занимают районы Крайнего Севера. Это: архипелаги Земля «Франца-Иосифа» и «Новая Земля», «Ненецкий автономный округ», острова Белого моря (Соловецкий архипелаг), Лешуконский, Пинежский и Мезенский районы, город Северодвинск (с территорией, находящейся в административном подчинении Северодвинского муниципального городского об-

разования). На территории области на острове Рудольфа, входящем в архипелаг Земли Франца-Иосифа, находится крайняя северная точка России, Европы и Евразии - мыс «Флигели» и крайняя восточная точка Европы мыс «Флиссингский». Границы Архангельской области на западе проходят с Карелией, на юге с Вологодской и Кировской областями, на востоке с Республикой Коми. Ненецкий автономный округ Архангельской области граничит на юге и юго-востоке с Республикой Коми, на востоке – с Ямало-Ненецким автономным округом.

Климат области умеренно-континентальный, на северо-западе - морской, на северо-востоке-субарктический, то есть прохладное лето и продолжительная холодная зима. Погода крайне неустойчива. На входящих в состав области архипелагах Земля Франца-Иосифа и Новая Земля - арктический климат. Зима холодная, с устойчивыми морозами. Средняя температура января от -12С на юго-западе до -18С на северо-востоке. Лето короткое и прохладное. Средние температуры июля от 16—17,6С на юге области до 8—10С на севере. Вегетационный период от 50—60 дней на севере до 150—155 дней на юге области. Осадков от 400 до 600 миллиметров в год. На побережье Белого моря часты туманы (до 60 дней в году). На северо-востоке области распространена многолетняя мерзлота.

Также определенные трудности для осуществления крупномасштабного проекта для обеспечения всего населения региона представляет собой обширная равнина со слабо выраженным уклоном к Белому и Баренцеву морям, где равнинность зачастую нарушается конечно-моренными всхолмлениями, образовавшиеся в результате деятельности древнего ледника. Помимо этого на северо-западе области сохранились моренные нагромождения с множеством замкнутых впадин, занятых озёрами, с холмами, сливающимися в целые цепи. На юге выделяются Коношская и Няндомская возвышенности высотой до 250 м. На востоке в пределы области входят Северный и Средний Тиман - низкоегорье из ряда параллельных гряд с платообразными вершинами высотой до 400—450 м. На западе вдоль Онежского залива протягивается кряж Ветренный Пояс с высотами в 200—350 метров. На плоских водораздельных плато на западе области, где ближе всего к поверхности подходят палеозойские известняки и мергеля, широко распространены карстовые явления. Низины обычно выполнены толщами морских, озёрно-ледниковых и аллювиальных наносов. Весьма сильна эрозия ежегодно в бассейне Северной Двины смыывается до 660 кг почвы с 1 га), морской или озёрный прибой, карстовые процессы, превращающие целые участки близ Кулоя и Пинеги в дурные земли, образование болот, аккумулярующая деятельность льдов на озёрах и реках. В 100 км севернее Архангельска на территории Приморского и Мезенского районов находятся и разрабатываются крупнейшие в Европе месторождения алмазов (месторождение им. М. В. Ломоносова). Также в Архангельской области находятся значительные месторождения нефти и газа-это при разломное месторождение, особенно они значительны в северной части области в Большеземельской тундре, есть месторождения, и огромные запасы торфа и много других полезных ископаемых. Архангельская область это страна озер и бесчисленных рек, которые почти все кроме реки Илекса и нескольких соседних) относятся к бассейну Северного Ледовитого океана.

Архангельская область большей частью входит в зону тайги и тундры, исключение составляют архипелаги Новая Земля и Земля Франца-Иосифа, остров Виктория - они относятся к арктическим пустыням. Северо-восточная часть области относится к зоне тундры, к мохово-лишайниковой и кустарниковой подзолам на тундрово-глеевых и тундрово-болотных почвах. Южнее зона лесотундры представлена сочетанием тундровых участков и редколесий на слабоподзолистых почвах. Около 53 % территории области занимают таёж-

ные леса, местами заболоченные.

Численность населения области по данным Госкомстата России на 2012 год составляет 1213533 чел. Плотность населения -2,06 чел./км (2012 г.). Городское население составляет 76,19 %. Численность населения Архангельской агломерации составляет около 660 тыс. чел.

Архангельская область - один из индустриальных регионов России. Объём промышленной продукции более чем в 14 раз превышает объём продукции сельского хозяйства. В экономике России выделяется развитым лесным комплексом (около 33 % российского производства целлюлозы, 26% картона, 9,7 % пиломатериалов, по 9% деловой древесины и бумаги), судостроением и рыбной промышленностью. Промышленность Архангельской области обладает развитой рыбной, деревообрабатывающей (Соломбальский лесопильно-деревообрабатывающий комбинат) и целлюлозно-бумажной промышленностью (Котласский целлюлозно-бумажный комбинат, Котласский химический завод, Архангельский ЦБК, Соломбальский целлюлозно-бумажный комбинат), имеется машиностроение (ПО «Севмаш», ЦС «Звёздочка», Котласский электромеханический завод, Соломбальский машиностроительный завод, выполняющее оборонный заказ и обслуживающее ту же рыбную и деревообрабатывающую промышленность. Основные промышленные центры: Архангельск, Котлас, Северодвинск, Новодвинск, Коржма, Няндама, Вельск [1].

Основным недостатком, препятствующего более интенсивному развитию региона является труднодоступность и суровые климатические условия.

Транспортная инфраструктура области сравнительно невысокая. На автотранспорт приходится около половины общего объёма перевозимых грузов и 95 % всех перевозимых пассажиров. Длина автодорог с твёрдым покрытием - 7230 километров. Основная магистраль федерального значения – М8-«Холмогоры» (Москва - Ярославль - Вологда. Развиты морские и речные перевозки. Общая протяжённость судоходных речных путей 3800 километров, сплавных путей более 9000 километров. Важнейшая водно-транспортная система - Северная Двина с притоками. Морские и речные порты Архангельск Онега, Мезень, Котлас.

Длина железных дорог области-1760 километров. Главная железнодорожная магистраль: Северная железная дорога Архангельск - Москва. Другие важные железные дороги: Котлас - Вологда, Архангельск - Мурманск, Котлас - Киров, Архангельск - Карпогоры. В области три крупных аэропорта: международный в Архангельске «Талаги» (код IATA— ARH, код ICAO— ULLAA), в Котласе и в Нарьян-Маре. Аэропорты с короткой полосой действуют также в Лешуконском, Мезени, Онеге. В Архангельской области существует информационно-поисковый интернет-портал, объединяющий 13 городов Архангельской области в единую информационную сеть.

Все это предьявляет особые требования к развитию и формированию энергетической сферы, включая газоснабжение всего населения Архангельской области.

Такой богатейший с широко развитой инфраструктурой регион не может успешно развиваться без повсеместной газификации промышленного, с/хозяйственно-го и социального секторов региона.

Поэтому газификация Архангельской области является одним из приоритетов для «Газпрома». В этой связи руководство «Газпрома» и администрации области наметили строительство газопровода Ньюсенцица-Архангельск. На сегодня там выполнены все основные работы. Сегодня ведутся монтажные работы межпоселкового газопровода от ГРС-1 к Архангельской ТЭЦ. Смонтировано 300 метров межпоселкового газопровода. Всего предстоит уложить 14 км труб диаметром 720 мм и 1200 мм. Согласно разработанной ОАО «Промгаз»

генеральной схеме газоснабжения и газификации Архангельской области, правобережную часть города и населенные пункты Приморского района обеспечивать газом будут ГРС-1 (около города Архангельск) и ГРС-2 (около поселка Уйма). Мощность ГРС-1 позволяет поставлять до 54 тыс. кубометров газа в час. Инженерный комплекс будет обеспечивать газоснабжение, в том числе Архангельской ТЭЦ и Соломбальского ЦБК. ГРС-2 способна ежечасно поставлять 30 тыс. кубометров голубого топлива. Левобережную часть областного центра по проекту будут запитывать от ГРС «Северодвинск» (рядом с поселком Рикасиха) и ГРС «Новодвинск». Работы на этих объектах запланированы на 2010 год. К настоящему времени «Газпром» вложил 45 млрд. рублей в строительство линейной части газопровода и ГРС [2].

Первым и основным потребителем природного газа в областном центре является Архангельская ТЭЦ. Максимальная расчетная потребность ТЭЦ в голубом топливе составляет 908 млн. кубометров газа в год. Перевод оборудования Архангельской ТЭЦ на природный газ предусмотрен инвестиционной программой ОАО «ТГК-2» [3].

С начала текущего 2011 года в Архангельской области было газифицировано 773 дома. Руководствуясь программой по газификации Архангельской области, до конца года планируется перевести 1500 домов на эксплуатацию природного газа. Это относится к населению Архангельска, Котласа, а также в близлежащих районах: Ленском, Котласском,

Плесецком, Приморском. Используя дополнительные доходы областного бюджета, в июле были выделены средства на газификацию в Вельском районе. В Котласе на ул. 3-й Красноармейской, Щербакова, Черняховского, Б.Слободка, М.Речка, ул.Энгельса в поселке Вычегодском ведутся масштабные работы.

Всего за половину 2011 года природный газ появился в 773 домах Архангельского региона. И помимо этого в ближайшее время планируется строительство газовых котельных: в Архангельске на ул. Силикатчиков, в поселке Рикасиха (Приморский район). В Плесецке планируется открыть две котельных с использованием природного газа и древесных отходов. А в поселке Ярэнск, что в Ленинском районе планируют открыть целых три котельных [4].

Самое главное для региона – это обеспечить газом северные районы. Только тогда область получит ощутимый экономический эффект от газификации. 80% потенциальных потребителей «голубого топлива» находятся именно там.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Энергетическая стратегия России на период до 2030 года. Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 13 ноября 2009 г.
2. Корпоративный журнал ОАО «Газпром». № 4, 2009
3. «Корпоративный журнал ОАО «Газпром». № 1-2, 2010.
4. Журнал «Экономика России: XXI век», № 11.

FEATURES OF DEVELOPMENT OF THE ARKHANGELSK REGION THE CONDITIONS OF FORMATION OF THE SYSTEM OF GASIFICATION OF THE WHOLE REGION

© 2013

Y.A. Maksimov, the applicant of the Department of innovative logistics research
Institute and State of the Wholesale Market, Moscow (Russia)

Annotation: Focuses on the development of the infrastructure of the Arkhangelsk region in the conditions of formation of the system of gasification of the whole region: the regional center, the district of the cities, municipalities, rural and Northern areas, as well as industrial facilities. The necessity of transition of consumers to gas supply to with the purpose of improvement of quality and reduction of tariffs for services rendered.

Keywords: graphic card (model); municipal services; object of model; process; service of the uniform operator.

УДК 336.64

МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЕ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

© 2013

Анисимова Ю.А., старший преподаватель кафедры «Финансы и кредит»
Тольяттинский государственный университет, Тольятти (Россия)
А. Мёнккёнен, financial manager
MAVENTA Ltd, Хельсинки (Финляндия)

Аннотация: Дебиторская задолженность является неотъемлемым элементом финансовой деятельности любого предприятия. Слишком большая доля дебиторской задолженности в общей структуре активов снижает ликвидность и финансовую устойчивость предприятия и повышает риск финансовых потерь компании. Разумное же использование коммерческого кредита способствует росту продаж, увеличению доли рынка и, как следствие, положительно влияет на финансовые результаты компании. В статье рассмотрены подходы к определению дебиторской задолженности. Проанализировано влияние внешних и внутренних факторов на возникновение и величину дебиторской задолженности оказывают внешние и внутренние факторы. Рассмотрен опыт отечественных и зарубежных компаний управления дебиторской задолженностью.

Ключевые слова: дебиторская задолженность, проектирование и моделирование систем управления; методика проектирования систем управления.

Accounts receivable is an essential part of the financial activities of any company. Excessive percentage of accounts receivable in total assets reduces the liquidity and financial stability of the company and also increases the risk of financial loss. Wise use of commercial credit helps increase sales, increase market share and, consequently, has a positive effect on financial results. [1, с 6]

There are various definitions of receivables. Figure 1 shows different definitions of accounts receivable. [3, с.93]; [5, с.317].

Accounts receivable is essentially a lending to custom-

ers. Many authors consider loans as rapidly developing and least expensive method of sales promotion. Issuing credit helps to the dynamic development of business, stimulates economic activity, increase in sales and as a consequence, leads to increased profits. [2, с.13]

Money, that are receivables, are diverted from economic circulation. Is necessary to organize control over receivables, which will provide a stable financial state of the enterprise.

There are internal and external factors affecting the occurrence and value of accounts receivable. Figure 2 shows the classification of receivables, depending on the external

and internal factors.

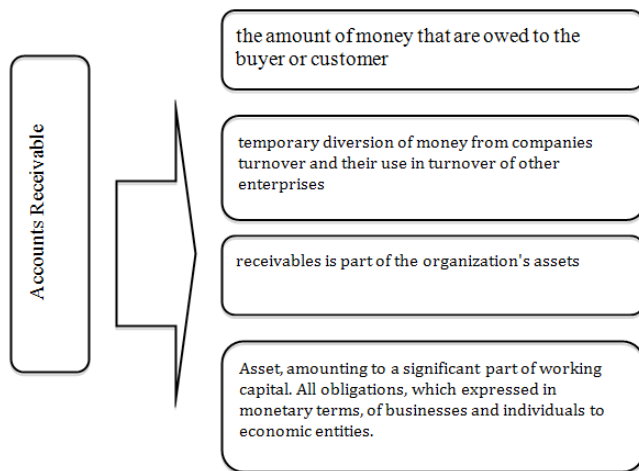


Fig. 1. Definitions of Receivables.

The listed factors (figure 2) can lead to overdue and bad debts. In this case, it is necessary to use not only the traditional methods of accounts receivable management.

Attention should be paid to the experience of domestic and foreign companies for effective management of accounts receivable.

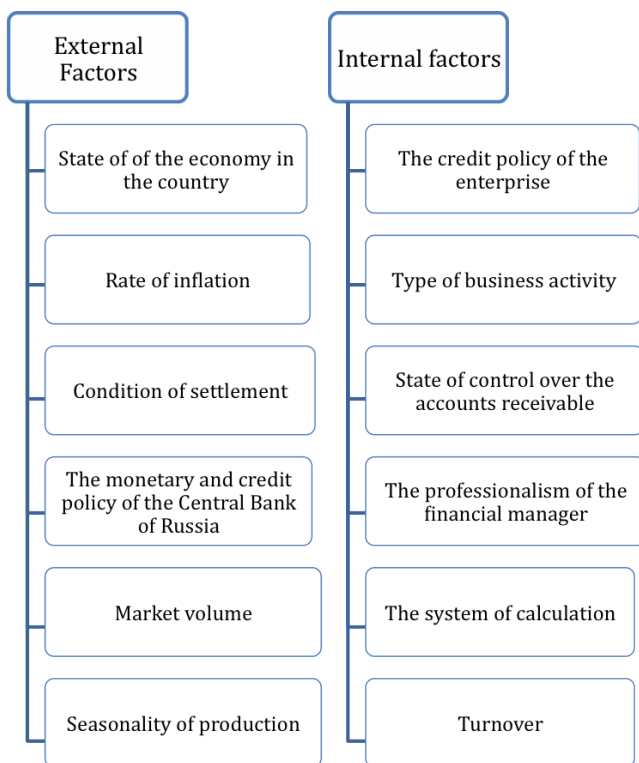


Fig. 2. Factors affecting the accounts receivable.

Practice of in the United States shows the following methods of management of bad debts and overdue:

- the Allowance Method of Accounting for Bad Debts;
- the Direct write off method;
- factoring. [6, с. 24]

The Allowance Method of Accounting for Bad Debts - Estimating bad debts is made based on the total value of sales (usually net sales without returns of goods and discounts).

The Direct write off method – in this case there are no preliminary assessment or record of bad debts.

Factoring is another method of management of receivables that is widely used in foreign countries. Factoring is a financial transaction whereby a business sells its accounts receivable to a third party (called a factor) at a discount.

One of the targets of the company should be preventing the transformation of current debt into the bad debts.

The calculation of forward bad debts helps to analyze an effective management of accounts receivable of accounts receivable management.

Actively developing company in any given period of time may have current, problematic, overdue and uncollectible debts. Consider the case that the company has several transactions in which debt is current, but the time of their end it may well be overdue.

To shut down the economic activities of the company to enter into new contracts one of the methods that allows to determine at any time amount of overdue accounts receivable in the enterprise. It is necessary to wait the expiration of the last contract and then make the necessary arrangements to repay the outstanding debt. Using this method the complete liquidating overdue debts were formed. To calculate this type of debt, it is necessary for some time to liquidate the company. The debt, which was not at the beginning of the “liquidation” of company, but which appeared by the end of the activity named as a forward bad debt. The debts which didn't exist at the moment of liquidation of the company, but appear afterwards are called forward bad debts. Forward debts - debts which arise in the future for transactions which are concluded to date.

The practice of foreign companies will form the effective methods of managing of receivables in the Russian environment. According to the Federal State Statistics Service the overall level of outstanding accounts receivable of enterprises of the Russian Federation has a tendency to increase (figure 3). [7]

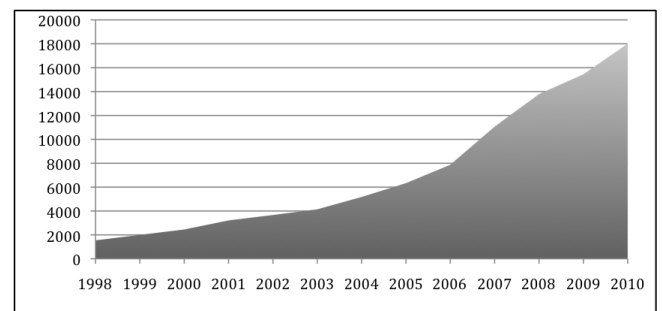


Fig. 3. Total value of accounts receivables in Russian Enterprises (billions rubles)

In comparison with 1998 accounts receivable of Russian enterprises has grown by 11 times. [7]

Accounts receivable indicates a temporary diversion of money from companies turnover, which causes the need for more resources and can lead to unstable financial condition.

Consider the effectiveness of management accounts receivable in the company of “Volgotsem mash.” Figure 4 shows proportion of accounts receivable in the amount of current assets in that company for 2007 to 2011. [7]

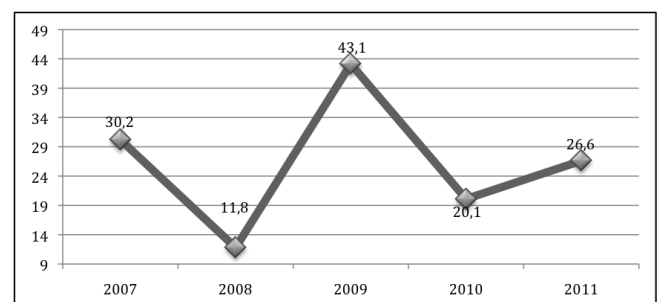


Fig. 4. The share of accounts receivable for 2007 to 2011, %

Table 1 shows the qualitative structure of the accounts receivable of the company “Volgotsem mash.”

Structure of the accounts receivable in the enterprise "Volgotsemash"

Name of receivables	2008	2009	2010	On average, in 3 years	
				Thousand rubles	%
I. Short-term receivables					
Owed to customers and clients	7886	293889	60837	120870,7	31,4
Including overdue	3273	29292	4512,7	12359,2	3,2
Accounts receivable on notes receivable	0	0	0	0	0
Including overdue	0	0	0	0	0
Accounts receivable from founders to share capital	0	0	0	0	0
Including overdue	0	0	0	0	0
Accounts receivable prepayments	37499	72002	85341	64947,3	16,9
Including overdue	12261	47618	2116,4	20665,1	5,4
Other accounts receivable	1584	312706	106724	140338	36,4
Including overdue	0	193008	5493	66167	17,2
Total accounts receivable	224196	678597	252902	385231,7	100
Total overdue receivables	15534	269918	12122,1	99191,4	25,7
II. Long-term receivables					
Owed to customers and clients	1450	7002	9880,1	6110,7	10,6
Including overdue	1450	0	0	483,3	0,8
Accounts receivable on notes receivable	0	186	186	124	0,2
Including overdue	0	0	0	0	0
Accounts receivable from founders to share capital	0	0	0	0	0
Including overdue	0	0	0	0	0
Accounts receivable prepayments	14464	17768	10104,3	14112,1	24,4
Including overdue	14464	0	0	4821,3	8,3
Other accounts receivable	17	108296	4076,6	37463,2	64,8
Including overdue	17	0	0	5,7	0
Total accounts receivable	15931	133251	24247	57809,7	100
Total overdue receivables	15931	0	0	5310,3	9,2

In table 1 shows short-term debt in the company is 87% of the total accounts receivable, while long-term debt - 13%.

The growth of accounts receivable and its share of current assets indicates the incorrect credit policies, increase in sales, and bankruptcy or insolvency of the buyers. Reduced receivables by reducing the period of repayment will be positively assessed.

Methods to reduce the level of accounts receivable will be based on the selection of indicators, which assesses the creditworthiness of contractor (ABC):

determine the principles of assigning credit ratings to customers of the company. Rating is assigned for a certain period, after which should be reviewed once a month.

development of credit conditions for each credit rating, using: the selling price, the time delay of payment, the maximum size of the credit, system of discounts and fees (Table 2). [4, c. 68]

Table 2

Credit ratings of the company's customers

Payment discipline		Shipments	
Delay in payment	Rating	The sum of sales for the year, thousand rubles.	Rating
Less than 180	C	More than 1000	C
Less than 90	B	More than 3000	B
Less than 60	A	More than 5000	A

Payment discipline and the volume of sales is an important characteristic of creditworthiness of the buyer.

Currently the company has a receivable from the following organizations (Table 3).

Table 3

Debtors, who account for at least 10% of the total receivables for 2011

Name of organization	The amount of receivables, rub
Ukr SSTC «Energostal»	56679300
LLC «PREMIUM ENGINEERING»	71213588,46
LLC NPO «Leader»	55435197,2

Table 3 indicates that the problem of bad debt in the company "Volgotsemash" is important because it directly affect the quality of the receivables.

Methods for managing bad debt should be as follows:

recognize the existence of bad debt in the enterprise;

to clearly define the term "Bad debts" and to implement this category of economic order of the enterprise;

to apply specific methods for bad debt's recovery. [4, c. 101]

One effective way to return the bad debts is to sell the debt. The longer period of payment of debt, the less probability of repayment.

Consider the process of the reserve's establishment and using. Table 4 shows that the company 3.3% of the existing of debt subsequently turn into bad debts.

Table 4

Calculating the probability of formation and the amount of uncollectible accounts receivable

Classification of debt on terms	The volume of debt, rubles	Share in total	Probability	The amount of bad debt, rubles
0 – 30	46001586	37%	0,024	1104038,1
30 – 60	57884809	47%	0,021	1215581
60 – 90	15633315	13%	0,048	750399,1
90 – 120	2309573	2%	0,0127	29331,6
> 120	2046574	2%	0,0608	124431,7
Total	123875857	100%	0,033	4125066

This means that the company must allocate not less than 3.3% of the debt, which arises at the time of the transaction, to the reserve fund.

To provide discounts to customers is one of the methods in order to reduce the maturity of receivables and improve the receivables turnover mechanism. Providing discounts benefit both the buyer and the seller. The first is a direct benefit from reduced costs for the purchase of goods, the second receives an indirect benefit in connection with the improvement of the

turnover of funds invested in receivables.

Debtors are interested not only in the early repayment of debt, but also reducing the time period of payment in terms of agreement. The value of additional earnings for each day to reduce the terms of payment to the accounts of the company will also increase. As a result of these reductions are economic benefits to both parties.

Using this method, we determine the amount of debt reduction for each day of reducing the time of payment and the size of the additional profit of the enterprise for each day of reducing the time of payment to the accounts (Table 5).

*Table 5
Results from changing the term of contracts for payment of accounts receivable*

Term of payment of accounts receivable according to the contract (T)	Sd - the amount of debt reduction for each day of reducing the time of payment	Pad - the size of the additional profit of the enterprise for each day of reducing the time of payment to the accounts
20	391,7	345,55
40	195,8	172,77
60	130,6	115,18
80	97,9	86,39
100	78,3	69,11
120	65,3	57,59
140	56,0	49,36
160	49,0	43,19
180	43,5	38,39
200	39,2	34,55
220	35,6	31,41

The analysis of the company showed the absence of reserve "to cover losses from uncollectible accounts receivable in return. Let's find out the economic impact on the management of accounts receivable from establishment of a reserve. The company «Volgotsemash» signed a contract with a customer company «Premium Engineering» in the amount of 71 million rubles. Assume that the company decided to create a reserve fund and set standard payments to the rate of 3% of the received payments. As a result of this transaction bad debts in the amount of 1780 rubles were formed. Tables 6 - 11 show the algorithm of reserves development and using.

*Table 6
The initial debt at the time of the contract, thousand rubles*

Assets		Liabilities	
		Loss payable provisions	
		On bad debts	0
Accounts receivable	71213	Profit (loss)	0
Including the current debt	71213		
Bad debts	0		

*Table 7
Formation of reserve during the execution of the contract in the amount of 3% of the received payments, thousand rubles*

Assets		Liabilities	
		Loss payable provisions	
		On bad debts	1068,2
Accounts receivable	35606,5	Profit (loss)	711,8
Including the current debt	35606,5		
Bad debts	0		

Table 8 shows that debt was reduced by half and totaled 35606.5 thousand rubles. The reserve fund amounted to:

$$\frac{35606,5 \times 1,5}{50} = 1068,2$$

The profit amounted to 711,8 thousand rubles:
1780 – 1068,2 = 711,8

At this stage there are no bad debts.

*Table 9
Reserve Fund by the end of the transaction, thousand rubles*

Assets		Liabilities	
		Loss payable provisions	
		On bad debts	1014,8
Accounts receivable	1780	Profit (loss)	765,2
Including the current debt	0		
Bad debts	1780		

By the end of transaction bad debts were formed in the amount of 1780 thousand rubles. Thus the second payment was made in the amount of 33826,5 thousand rubles.

In this case, a reserve fund is:

$$\frac{33826,5 \times 1,5}{50} = 1014,8$$

The profit amounted to 765,2 thousand rubles:
1780 – 1014,8 = 765,2

*Table 10
Profits reduction on the value of bad debts, thousand rubles*

Assets		Liabilities	
		Loss payable provisions	
		On bad debts	1014,8
Accounts receivable	0	Profit (loss)	(249,6)
Including the current debt	0		
Bad debts	0		

The next stage is to reduce the profit on the value of bad debts:

$$765,2 - 1014,8 = -249,6$$

Thus the loss amounted to 249,6 thousand rubles.

*Table 11
Compensation for losses due to reduction of reserves, thousand rubles*

Assets		Liabilities	
		Loss payable provisions	
		On bad debts	765,2
Accounts receivable	0	Profit (loss)	0
Including the current debt	0		
Bad debts	0		

Concluding stage is compensation of losses due to reduction of the reserve:

$$1014,8 - 249,6 = 765,2$$

Total profit amounted to 765,2 thousand rubles.

Control methods for uncollectible accounts receivable on the company should lead to a reduction of overdue and

bad debts. The practice of the company "Volgotsemash" should be based on the sale of bad debt, establishment of a reserve "to cover losses from uncollectible accounts receivable in return."

REFERENCES

1. Анисимова, Ю.А., Кулагина, Е. А. Управление денежными потоками на предприятии ОАО «КУБЫЙШЕВАЗОТ»/ Ю.А. Анисимова, Е.А. Кулагина // Вектор науки ТГУ. Серия: Экономика и управление. 2012. № 3. С.5-11.

2. Малкин, О. Управление задолженностью: стратегии взыскания долгов и защиты от кредиторов / О. Малькин – М.: ООО «Вершина», 2007. 103 с.

3. Пашкина, И.Н., Соснауцене, О.И., Фадеева, О.В. Работа с дебиторской задолженностью / И.Н. Пашкина, О.И. Соснауцене, О.В. Фадеева. – М.: ОМЕГА-Л, 2009. 251 с.

4. Покудов, А.В. Как управлять дебиторской задолженностью / А.В. Покудов – М.: Эксмо, 2008. 160 с.

5. Слепов, В.А., Громова, Е.И., Кери, И.Т. Финансовая политика компании: Учебное пособие / В.А. Слепов, Е.И. Громова, И.Т. Кери - М.: Экономист, 2008. 283 с.

6. Shelley Frost. What Impacts the Ability to Control Accounts Receivable?// Demand Media, №32, April 2012.

7. www.gks.ru – официальный сайт Федеральной службы государственной статистики России.

METHODS OF CONTROL OF RECEIVABLES IN THE INDUSTRIAL ENTERPRISES

© 2013

Iu.A. Anisimova, Research Institute of Finance, Economics and Management
Togliatti State University, Togliatti (Russia)
A. Mönkkönen, financial manager
MAVENTA Ltd, Helsinki (Finland)

Annotation: This article discusses approaches to designing control systems to ensure the integrity and stability control, which are key management for sustainable competitiveness of the organization.

Keywords: design and simulation of control systems; methods of designing control systems.

УДК 338.242

ИННОВАЦИОННАЯ АКТИВНОСТЬ И ФОРМИРОВАНИЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

© 2013

Ж.А. Мингалева, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры экономики и управления на предприятии, профессор кафедры предпринимательского права Пермского государственного национального исследовательского университета
Пермский национальный исследовательский политехнический университет, Пермь (Россия)

Аннотация: В статье рассматриваются вопросы взаимосвязи формирования национальной конкурентоспособности в контексте инновационного развития. Особое внимание уделено вопросам технологических инноваций, их влияния на успешное развитие национальной экономики в целом.

Ключевые слова: инновации, конкурентоспособность, подходы к управлению конкурентоспособностью.

Вопрос о национальной конкурентоспособности отдельных стран и возможных путях ее повышения стоит сегодня особенно остро. Это связано в частности с тем, что многие страны, которые в течение целых десятилетий были мировыми лидерами, постепенно теряют свои позиции и даже, напротив, становятся источником социально-экономической и финансовой нестабильности. И, наоборот, многие государства, которые еще недавно не принимались в расчет в элите мирового экономического сообщества, занимают ведущие места в рейтинге наиболее конкурентоспособных и наиболее активно развивающихся стран.

Весьма актуальна задача повышения национальной конкурентоспособности и для нашей страны, поскольку до сих пор мы занимаем достаточно низкие строки в отчетах о конкурентоспособности стран. В этой связи особый интерес представляет анализ отдельных теоретических аспектов проблемы, связанной с формированием национальной конкурентоспособности, выявление закономерностей такого формирования и определение факторов, оказавшие влияние на уровень конкурентоспособности страны. Одним из таких факторов является наличие и успешное функционирование на территории страны кластеров инновационной активности.

Вопросы определения, оценки, повышения конкурентоспособности различных хозяйствующих субъектов обсуждаются в экономической теории уже давно. И если в теории и практике уже существуют достаточно общепринятые определения конкурентоспособности товара, предприятия, региона, то по поводу определения конкурентоспособности страны до сих пор не сложилось единого мнения. Например, вплоть до последнего мирового кризиса очень многими авторитетными учеными,

политиками, бизнесменами поддерживалась идея о том, что ключевым фактором национальной конкурентоспособности является мощная финансовая система. Кризис 2008 г. опроверг это мнение.

Несмотря на значительно возросший интерес к выявлению сущности и основных слагаемых конкурентоспособности страны, на сегодняшний день общепринятого определения национальной конкурентоспособности не существует, хотя этот термин широко используется как в научной литературе, так и в практической деятельности.

В самом широком смысле конкурентоспособность означает возможность выигрыша в соревновании, т.е. обладание неким набором свойств, создающих преимущества для субъекта в экономическом, социальном или политическом соперничестве. С точки зрения оценки конкурентоспособности экономики отдельных стран, по широкому признанию, это означает способность национальных фирм и отраслей опережать конкурентов в удержании и расширении позиций не только на национальных рынках, но, в первую очередь - на зарубежных.

Этот подход представляется весьма точным, поскольку в нем отражена одна важная особенность, а именно – конкурентоспособность страны напрямую зависит от конкурентоспособности отдельных ее фирм и отраслей, так как именно они участвуют в международной конкуренции. От того, будут ли они достойными соперниками своим конкурентам и будет зависеть уровень конкурентоспособности страны в целом.

Понятие конкурентоспособности страны отражает не только благоприятные позиции национальной экономики в системе международных отношений, но и возможность укреплять эти позиции. Многие зарубежные ис-

следователи считают, что страну можно назвать конкурентоспособной, если она кроме надежных позиций национальных фирм на мировых рынках еще и наращивает темпы экономического роста, увеличивает занятость и реальные доходы населения. Но все это лишь внешняя сторона понятия. Если смотреть глубже, то конкурентоспособность национальной экономики – это конкурентоспособность государственного и политико-правового устройства страны и регулирования общественных отношений, это способность государства обеспечивать устойчивое и динамичное развитие национальной экономики, а, следовательно, и материальное благополучие членов общества.

В современных условиях становления инновационной экономики, возрастания значения информации и знаний как ключевых факторов развития, активизации глобализационных процессов, роста взаимосвязанности национальных экономик на основе дальнейшего углубления разделения труда, причем труда интеллектуального, расширения интеграционных процессов, усиления тенденций регионализации [15] и т.д., степень влияния на мировые события, явления и тенденции со стороны отдельных экономических субъектов резко усилилась.

И одним из таких ключевых экономических субъектов мезоэкономического уровня, формирующих национальную конкурентоспособность становятся кластеры инновационной активности, позволяющие добиться резкого роста национальной производительности. Этот тезис достаточно хорошо вписывается в концепцию конкурентоспособности на национальном уровне М.Портера [25-27].

Согласно подходу М.Портера основной целью государства является достижение высокого уровня жизни населения. Обеспечение этой цели напрямую зависит от производительности труда и капитала, так как производительность – основной источник дохода государства, бизнеса и населения. Производительность обеспечивается людьми, формирует заработную плату, а от производительности капитала зависят проценты, получаемые его владельцами. Государство получает доход в виде налогов на население и бизнес. Поэтому уровень жизни населения зависит от способности фирм и национальных компаний обеспечивать высокий уровень производительности и увеличивать его с течением времени, что требует постоянного совершенствования технологии и повышения эффективности производства.

Национальная конкурентоспособность определяется на основе изучения преимуществ и слабостей стран и оценивается по большому блоку показателей. В укрупненном виде их можно объединить в следующие группы [9].

Во-первых, итоговые показатели работы национальной экономики (размер ВВП (ВРП), отражающие емкость национального рынка и экономический потенциал страны).

Во-вторых, показатели внешней торговли, в частности экспортно-импортное сальдо и его отношение к сумме внешнеторгового оборота страны.

В-третьих, показатели распределения расходов структуре ВВП, в первую очередь, расходы на конечное потребление, а также показатель валовых накоплений в конечном потреблении, что свидетельствует об инвестиционной активности в стране.

В-четвертых, показатель соотношения средних индексов цен по экспортируемым и импортируемым товарам, отражающий «слабость» или «силу» национальных товаров по отношению к зарубежным, а отсюда – потенциал развития местных производителей.

В-пятых, показатели курса национальной валюты и прироста золотовалютных резервов страны.

В-шестых, отраслевая (секторальная) структура национального хозяйства и уровень инновационной активности национальных компаний.

В-седьмых, показатели развития национальной ин-

новационной системы, включая уровень развития технологической инфраструктуры.

На последнем факторе остановимся более подробно.

Национальные различия в институциональной и организационной структуре, поддерживающие технологические изменения и определяющие национальную конкурентоспособность, связаны с национальными системами инноваций. Каждая страна имеет свои индивидуальные особенности развития, что в свою очередь определяется различиями в национальных ценностях, культуре, менталитете народа, системе образования, существующих формальных и неформальных институтах и т.д. – во всем, что в совокупности составляет национальные системы инноваций [7; 16].

С понятием национальных систем инноваций тесно связано понятие технологической инфраструктуры. Зарубежные авторы определяют ее как научные, инженерные и технологические знания, доступные частной промышленности [30]. Также это понятие включает в себя те инновационные технологии, которые создаются государственными научно-исследовательскими учреждениями и лабораториями и результаты деятельности которых общедоступны, а права интеллектуальной собственности надежно защищаются и свободно передаются между секторами [2; 5; 10; 19]. Технологическая инфраструктура обеспечивает разнообразие общественных и частных институтов, что способствует созданию технологических возможностей для фирм и рынков новых технологий.

При наличии эффективно функционирующей технологической инфраструктуры страна получает конкурентные преимущества в тех отраслях, где внутренний спрос дает производителям четкое представление о наличии потребностей у покупателей и платежеспособного спроса со стороны различных потребителей продукции (частных, государственных, зарубежных). При этом большее значение имеет не объем спроса, а его характер.

Особенностями институциональных и организационных структур, способствующих созданию и распространению инновационных технологий, является то, что они могут иметь как общенациональную, так и более узкую секторную или региональную направленность. Так, системы инноваций обладают местной (региональной) и секторальной спецификой, если технологии распространяются по сетям среди небольших фирм [23]. С другой стороны, эти структуры имеют общенациональную направленность в случаях, когда инновационные технологии создаются и внедряются в рамках крупных фирм, для высоко технологичных производств или решения общенациональных задач (реализации крупных национальных проектов). Особенно наглядно это проявляется на примере создания и внедрения технологических инноваций в некоторых высоко технологичных отраслях, прежде всего, таких как электроника, компьютеры, нанотехнологии, аэрокосмическая и биотехнологическая промышленность, медицина.

Реализация технологических инноваций в этих секторах по всеобщему признанию рассматривается как главная управляющая сила экономического роста страны и основа национальной конкурентоспособности. Реализация этого направления привела к расширению традиционных научных исследований, совершенствованию образовательных программ, усилению взаимосвязи науки, образования и бизнеса [1; 20; 28-29], а также способствовала созданию множества новых программ, предназначенных для стимулирования промышленных инноваций и усиления обмена технологиями. Сегодня говорят уже о новом явлении – национальной инновационной конкурентоспособности [21-22].

Повышение национальной конкурентоспособности (в том числе инновационной как ее части) представляет собой комплексный процесс, который, несмотря на сходные черты в развитии отдельных стран, имеет национальную и внутринациональную (региональную,

местную) специфику [13]. Стремление конкурировать, подражая успеху, замеченному в другое время и в другом месте, было особенно ярко выражено в случае с программами и проектами по созданию технологических способностей [24]. На национальном уровне это проявлялось в промышленной, научно-технической, технологической, образовательной, инновационной и других видах политик, которые нацелены на развитие определенных отраслей промышленности и технологии, особенно тех отраслей, которые по прогнозам имеют особенно высокий потенциал для будущего роста [3-4; 8; 14]. Кроме того, такая политика имеет обыкновение защищать традиционные отрасли с помощью различных мероприятий, таких как субсидии, правительственные заказы, налоговые льготы и национальные стандарты [17]. Стимулирующая торговая политика (как тарифный, так и бестарифный ее вариант), применяется и к зрелым секторам, и к новым отраслям.

Современные изменения в целях и направлениях научно-технической и технологической политики ведущих стран мира отражают понимание того, что линейный процесс технологических инноваций более не может применяться, поскольку существует целый ряд «инновационных барьеров», включающих в них барьеры, имеющие отношение к правительственной политике, такие как инструкции и стандарты, а также те, которые имеют отношение к коммуникациям, потокам капитала и мобильности информации. Технологические различия между секторами и методами производства, также как и различия в способах кооперирования между фирмами, имеют результатом изменение конкурентоспособности национальной промышленности.

В теории и практике управления национальной конкурентоспособностью сложились две школы, которые по-разному оценивают возможность государства влиять на инновационную технологическую деятельность в пределах своих границ.

Техно-национализм – термин, используемый для описания национальной политики, которая нацелена на всемерную защиту национальных фирм от международной конкуренции и которая пытается непосредственно влиять на технологическое развитие в стране. Политика высоких технологий, имеющая отношение к научным исследованиям, промышленной конкурентоспособности и стимулированию экспорту – общее средство, с помощью которого правительства отдельных стран смогли добиться у себя развития промышленности высоких технологий. Техно-национализм характерен для многих стран Европы, а также для США.

Техно-глобализм рассматривает протекционистскую инновационную технологическую политику как бесполезную в мире, где промышленность высоких технологий стала транснациональной. Те из ученых, кто разделяет этот взгляд, считают, что национальная политика не многое значит в мире, где национальные различия между фирмами стираются, а различия между нациями заключается не столько в национальной принадлежности капитала или особенностях управления, сколько в институциональных различиях, различиях между национальными системами инноваций [30]. Эти страны придерживаются политики, ориентированной на распространение технологии и пытаются обеспечить возможность технологических изменений во всех производственных структурах за счет широкого и свободного трансферта технологических инноваций. Такую политику проводят Япония, Германия, Швейцария и Швеция.

Ключевая часть политики, направленной на распространение технологии - это наличие сильных институтов и механизмов, предназначенных для обмена технологиями между исследовательским сектором и бизнесом. Основной проблемой при реализации этой политики стало формирование эффективных связей и доверительных отношений между исследовательскими институтами и фирмами, которые являются решающими для создания

плодотворных технологических отношений. Германия, Швейцария и Швеция имеют институциональные и промышленные структуры, которые поощряют перемещение научных технологических разработок между исследовательским и производственным секторами, а также между военным и гражданским производством. Японское лицензирование американских военных технологий и совместное производство помогло национальным фирмам достичь высочайшей эффективности производства и конкурентоспособности.

При этом, как показывает опыт, для формирования национальной конкурентоспособности возможно более важным, чем специфические типы научной и технологической политики, является комбинация институциональных и культурных сил, которые включают национальную систему инноваций в каждой стране. Эта система определяет цель, равно как и средства экономического прогресса. Система инноваций включает в себя институциональные структуры, заведенный политический порядок, формы организации труда, политическую и торговую логику и т.д. [6; 16].

Таким образом, выбор соответствующей модели стимулирования национальной конкурентоспособности зависит от многих факторов, включая географическое положение, особенности национальной культуры, социально-экономические факторы, политику в области распространения технологических инноваций.

В заключении нужно еще раз подчеркнуть, что проблема формирования конкурентоспособности стоит на сегодняшний день перед каждой страной. Даже страны, занимающие первые места по рейтингу, не могут остановиться на достигнутом, поскольку уровень конкурентоспособности – величина весьма непостоянная. Для поддержания конкурентоспособности на заданном уровне требуются постоянные и целенаправленные усилия, как со стороны государства, так и со стороны отдельных фирм [11-12; 18], а основные усилия должны быть сосредоточены на максимальном использовании инноваций в экономике и социальной сфере [8].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Галкин В.И., Аношкин А.Н. Технический университет как центр научных исследований и разработок // Высшее образование в России. 2010. № 5. С. 86-91.
2. Мингалева Ж.А. Влияние активности патентной деятельности на инновационное развитие национальной экономики // Экономика региона. 2010. № 4. С. 71-77.
3. Мингалева Ж.А. Инвестирование прогрессивных структурных сдвигов в промышленности // Экономика региона. 2006. № 3. С. 66-82.
4. Мингалева Ж.А. Инвестиционные механизмы управления прогрессивными структурными сдвигами: некоторые теоретические аспекты анализа. // Журнал экономической теории. 2006. № 2. С. 121-135.
5. Мингалева Ж.А. Институциональные аспекты охраны и использования результатов интеллектуальной деятельности в экономике. // Экономика и финансы. 2010. № 3. С. 3.
6. Мингалева Ж.А. Институциональные аспекты экономической модернизации. // В мире научных открытий. 2010. № 3-3. С. 134-139.
7. Мингалева Ж.А. К вопросу о взаимосвязи корпоративной культуры и инновационного развития. // Вектор науки ТГУ. Серия: Экономика и управление. 2011. № 4. С. 42-46.
8. Мингалева Ж.А. Модернизация национальной экономики на основе стратегии инновационного развития. // Современные проблемы науки и образования. 2012. № 2. С. 324-324.
9. Мингалева Ж.А. О системе показателей оценки инновационной деятельности экономических субъектов. // ВУЗ. XXI век. 2009. С. 33.
10. Мингалева Ж.А. О формировании правового поля в области инновационной и интеллектуальной деятель-

ности. // Вестник Пермского университета. Юридические науки. 2010. № 4. С. 122-126.

11. Мингалева Ж.А. Опыт создания инновационных предприятий в рамках их структурной модернизации. // Экономика и предпринимательство. 2013. № 3. С. 200-202.

12. Мингалева Ж.А. Организационные аспекты активизации инвестиционной деятельности промышленных предприятий в условиях структурных преобразований. // Организатор производства. 2003. Т.19. № 4. С.36-40.

13. Мингалева Ж.А. Особенности региональных моделей развития в условиях структурной трансформации экономики. // Вестник Оренбургского государственного университета. 2004. № 4. С. 65-71.

14. Мингалева Ж.А. Политика структурной модернизации экономики. // Журнал экономической теории. 2012. № 2. С.109.

15. Мингалева Ж.А. Региональная интеграция: феномен и институциональные аспекты. // Вестник Пермского университета. 2008. № 8. С. 30-43

16. Мингалева Ж.А. Реформирование институциональной структуры как фактор экономического развития. // Вестник Пермского университета. Серия: Политология. 2008. № 1. С. 140.

17. Мингалева Ж.А. Теоретико-методологические подходы к анализу динамики отраслевой структуры экономики. // Журнал экономической теории. 2011. № 4. С.126-136.

18. Мингалева Ж.А. Формирование комплексной системы государственных мер стимулирования инновационной деятельности в России // Научно-технические ведомости СПбГПУ. 2010. № 99. С.12-19.

19. Мингалева Ж.А., Гатауллина А.А. К вопросу о взаимосвязи инновационной деятельности и ее правовых основ в России. // Российское предпринимательство. 2012. № 18. С. 60-65.

20. Мингалева Ж.А., Максименко И.И. Научный и

образовательный потенциал инновационного развития национальной экономики. // Научно-технические ведомости СПбГПУ. 2008. № 61. С. 21-28.

21. Мингалева Ж.А., Платынюк И.И. Применение комплексного подхода к оценке инновационной конкурентоспособности экономических субъектов. // Современные проблемы науки и образования. 2012. № 3. С. 257-257

22. Мингалева Ж.А., Платынюк И.И. Структурная модернизация экономики и инновационная конкурентоспособность. // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2012. № 4. С. 196-201.

23. Мингалева Ж., Ткачева С. Кластеры и формирование структуры региона // Мировая экономика и международные отношения. 2000. № 5.

24. Мингалева Ж.А., Ткачева С.В. Экономический рост в регионах: пригоден ли мировой опыт для России? // ЭКО. 2000. № 3. С. 131.

25. Портер М. Конкуренция. М.: Вильямс, 2005. — 608 с.

26. Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран. Пер. с англ. - М., 1993. - 896 с.

27. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов. - М.: Альпина Паблишер, 2007. - 453 с.

28. Ташкинов А.А. Инновационная инфраструктура университета. // Высшее образование в России. 2010. № 5. С.76-81.

29. Ташкинов А.А., Шевелев Н.А., Данилов А.Н., Столбов В.Ю. Стратегическое партнерство вузов и бизнес-сообщества. // Университетское управление: практика и анализ. 2011. № 6. С.44-52.

30. Malecki, Edward J. Technology & Economic Development: The Dynamics of Local, Regional and National Competitiveness Second Edition. - Longman, 2000.

INNOVATION AND FORMATION OF NATIONAL COMPETITIVENESS

© 2013

Z.A. Mingaleva, Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of Economics and Enterprise Management, Professor of Business Law of the Perm State National Research University
Perm National Research Polytechnic University, Perm (Russia)

Annotation: The article examines the relationship of formation of national competitiveness in the context of innovation. Special attention is paid to the technological innovations and their impact on the successful development of the national economy as a whole..

Keywords: innovation, competitiveness, approaches to competitiveness.

УДК 332.1

ТРАНСПОРТНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА В ВОСПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СИСТЕМЕ ПРОБЛЕМНЫХ РЕГИОНОВ

© 2013

А.В. Московец, аспирант кафедры мировой и региональной экономики
Северо-Кавказский институт-филиал ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», Пятигорск (Россия)

Аннотация: Статья посвящена рассмотрению места транспортной инфраструктуры в процессе обеспечения расширенного регионального воспроизводства на основе сокращения затрат экономического времени и повышения эффективности пространственной организации экономики. Обосновывается особое значение транспортной инфраструктуры для обеспечения социально-экономического прогресса проблемных регионов.

Ключевые слова: экономическое пространство, экономическое время, региональное воспроизводство, транспортная инфраструктура, проблемный регион.

Исследование закономерностей функционирования и развития пространственных экономических систем является динамично развивающимся направлением современной экономической науки. Нельзя не согласиться с мнением В.И. Клисторина, полагающего, что для получения практически значимых результатов необходимо глубокое знание конкретики тенденций и проблем развития региональной экономики [1, с. 58].

Одним из общепринятых подходов к изучению пространственных экономических систем является воспроиз-

водственный подход, выражающийся в рассмотрении взаимосвязей, возникающих в процессе производства, распределения, обмена и потребления общественного продукта. Идеи воспроизводственного подхода к анализу и управлению региональной экономикой были впервые сформулированы Р.И. Шнипером и получили дальнейшее развитие в трудах А.С. Новоселова, А.С. Маршаловой, И.Н. Олейниковой, Н.Н. Киселевой.

Результаты регионального воспроизводства находятся в тесной зависимости от ресурсной обеспечен-

ности экономики региона, эффективности функционирования региональной рыночной системы и скорости протекания экономических процессов. В современных региональных исследованиях понятие «территория» все больше замещается категориями пространства и времени. При этом время все чаще рассматривается в качестве важнейшего ресурса экономического развития и фактора территориальной организации общества.

Экономическое время выступает в виде формы существования астрономического времени и может быть измерено такими категориями как время производства, время рабочего дня, время реализации и т.д. К. Маркс соотносил экономическое время с затратами труда на производство продукции, то есть на создание стоимости [2, с. 269]. Современная трактовка данной категории с позиций воспроизводственного подхода исходит из того, что в экономическое время включается не только время, затрачиваемое непосредственно на производство, но и время распределения, обмена и потребления готовой продукции. Нельзя не согласиться с Р.С. Бековым, полагающим, что экономическое время представляет собой форму хозяйственного бытия, которая отражает длительность и последовательность смены состояний экономики [3, с. 62].

Масштабность пространства следует рассматривать не только с точки зрения его метрики, но и с учетом средних скоростей его преодоления. Величиной, связывающей пространство и время, является скорость перемещения, непосредственно определяющая характер развития социально-экономических систем и их территориальных форм.

Трансформация экономики России к рыночным условиям хозяйствования акцентирует внимание ученых на изучении затрат времени, которые связаны с трансформационными и трансакционными издержками. Одной из важнейших отраслей трансакционного сектора, детерминирующей параметры скорости преодоления пространства и протекания воспроизводственных процессов является транспорт.

К. Маркс рассматривал транспортные издержки как разновидность издержек обращения, вытекающих лишь из превращения формы товара, но не прибавляющих к нему никакой стоимости. По его мнению, любые изменения свойств перевозимых продуктов в большинстве приносят скорее вред. Однако потребительная стоимость предметов реализуется лишь в процессе потребления, что предопределяет необходимость развития транспортной инфраструктуры.

С точки зрения К. Маркса, капиталистический способ производства уменьшает транспортные издержки на единицу товара, что сопровождается увеличением части общественного труда, расходуемого на транспортировку товаров вследствие превращения подавляющего большинства продуктов в товары и замены местных рынков сбыта отдаленными. Справедливо утверждение данного ученого о том, что транспорт, с одной стороны, представляет собой самостоятельную отрасль производства и сферу вложения производительного капитала, а с другой стороны, «является продолжением процесса производства в пределах процесса обращения и для процесса обращения» [2, с. 168-171].

По мнению О.С. Пчелинцева, «отрасли инфраструктурного комплекса образуют «фундамент» современных региональных систем» [4, с. 55]. Экономика этой сферы изучена недостаточно в связи с тем, что в советский период приоритет отдавался производству, а период трансформации экономики нашей страны внимания ученых было приковано к торговле и финансам. Однако именно плохое состояние инфраструктуры является одним из ключевых императивов экономического роста в регионах России.

Уровень развития транспортной инфраструктуры во многом предопределяет эффективность территориальной организации общества, так как она, притягивая

самые удаленные уголки территорий, консолидирует социально-географическое пространство, содействует интеграции регионов в систему национального и международного разделения труда [см. 5, с. 3].

Транспорт не только связывает территории с разным уровнем социально-экономического развития, но и нивелирует некоторые недостатки неудачного и отдаленного географического положения многих городов, экономических центров и ареалов, стимулирует освоение новых ресурсов и территорий, формирует новые и трансформирует старые полюса роста в экономическом пространстве государства [6, с. 124]. Недостаток дорог, особенно в сельской местности, вызывает материальные потери при вывозе и ввозе продукции, препятствует развитию производительных сил и общественных отношений, сказывается на социальном развитии населенных пунктов. Вышесказанное обосновывает детерминирующую роль транспортной инфраструктуры в реализации процессов регионального воспроизводства.

Ни одна из фаз процесса общественного воспроизводства в регионах не может быть реализована без участия транспортной инфраструктуры [7, с. 68-69]. В процессе производства транспорт обеспечивает доставку сырья и материалов, повышает мобильность ресурсов в целом. Кроме того, развитие транспортной инфраструктуры повышает степень рациональности в аллокации ресурсов и способствует формированию эффективной специализации региона. Даже ресурсообеспеченные территории не способны демонстрировать высокие экономические показатели без развития транспортной инфраструктуры, в которую не всегда готовы осуществлять вложения потенциальные инвесторы. Неслучайно фактор минимизации транспортных издержек был одним из ключевых в теориях размещения производства, таких ученых как И. Тюнен, В. Лаунхардт, М. Вебер, У. Айзард и других.

Модернизация основных фондов транспортной отрасли способна привести к снижению транспортных издержек на единицу продукции, что увеличит долю общественного продукта, присваиваемого другими участниками производства в процессе реализации фазы распределения.

Трудно реализуема без участия транспортной инфраструктуры и фаза обмена. Повышение эффективности работы транспорта способно, с одной стороны, снизить издержки обращения товаров и повысить уровень конечного потребления населения, а с другой – сократить время реализации производимых в экономике территории товаров и уменьшить потери при транспортировке.

Процесс потребления также подвержен влиянию уровня развития транспортной инфраструктуры, поскольку именно от его работы во многом зависит цена, качество и ассортимент потребляемой продукции.

Резюмируя, следует отметить, что роль транспортной инфраструктуры в процессе реализации регионального воспроизводства в общем сводится к повышению эффективности пространственной организации экономики и снижению затрат экономического времени. Эти две составляющие непосредственно детерминируют экономический рост в региональной экономике. В этой связи развитие транспортной инфраструктуры имеет императивное значение для активизации развития проблемных регионов.

По определению А.Г. Гранберга, «проблемный регион – это территория, которая самостоятельно не в состоянии решить свои социально-экономические проблемы или реализовать свой высокий потенциал и поэтому требует активной поддержки со стороны государства» [8, с. 317].

Среди основных качественных признаков проблемных регионов следует выделить [9, с. 488]:

- особую кризисность проявления той или иной народнохозяйственной проблемы, создающей угрозу социально-экономической ситуации в стране, политической стабильности, экологическому равновесию;

- наличие ресурсного потенциала, использование которого стратегически важно для экономики государства;
- особое значение геополитического и/или геоэкономического положения региона для реализации долгосрочных интересов государства;

- дефицит внутренних ресурсов региона для решения проблем национального или мирового уровней.

Независимо от типа проблемных регионов, в подавляющем большинстве случаев они демонстрируют более низкие, по сравнению с другими, экономические результаты. По данным 2010 г., регионами-аутсайдерами по объемам валового регионального продукта на душу в экономическом пространстве Российской Федерации являются Ивановская область, Республика Калмыкия, Республика Дагестан, Республика Ингушетия, Кабардино-Балкарская Республика, Карачаево-Черкесская Республика, Чеченская Республика, Республика Тыва [рассчитано по данным 10]. Эти территории слабо включены в систему национального и международного разделения труда и малопривлекательны для частных инвестиций.

Нарушение транспортной связанности экономического пространства проблемных регионов способно привести к дробной локализации воспроизводственных процессов, что практически исключает отдельные ареалы из сложившейся в регионе системы разделения труда, консервирует экономическую отсталость и низкий уровень жизни населения вследствие затрудненной географической и ценовой доступности многих товаров и услуг.

Подавляющее большинство регионов-аутсайдеров в экономическом пространстве России являются субъектами Федерации, выделенными по национальному признаку. Соответственно недостаточность мощности и низкая эффективность работы транспортной инфраструктуры на данных территориях создает условия для дальнейшего распространения и упрочения этноэкономического уклада хозяйственной жизни, стремления к обособлению и замкнутости экономических ареалов. Развитие транспорта для таких территорий приобретает жизненно важное значение, поскольку определяет возможности включения в общерегиональные воспроизводственные процессы, что необходимо для преодоления проблемного состояния и активизации экономического развития.

Таким образом, особое значение при исследовании закономерностей функционирования и развития про-

странственной экономики имеет сокращение экономического времени, затрачиваемого в процессе реализации регионального воспроизводства. Одним из путей решения данной задачи является интенсивное развитие транспортной инфраструктуры, непосредственно детерминирующей протекание всех фаз воспроизводственного процесса. Это особенно актуально для проблемных регионов, преодоление отставания которых возможно лишь на основе более тесной интеграции в систему национального и международного разделения труда, что достаточно сложно без адекватного развития транспортной инфраструктуры.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Клисторин В.И. Пространственная экономика и региональные исследования: нерешенные задачи // Регион: экономика и социология. – 2007. - № 1.
2. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. Т 2. Кн. 2 Процесс обращения капитала / Издан под ред. Ф. Энгельса. – М.: Политиздат, 1988.
3. Беков Р.С. Пространственно-временная характеристика динамики экономики России. – Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2003
4. Пчелинцев О.С. Региональная экономика в системе устойчивого развития. – М.: Наука, 2004.
5. Шарыгин М.Д. Концептуальные основы пространственной транспортно-инфраструктурной политики // Транспортная инфраструктура как фактор устойчивого развития регионов России: материалы Всерос. науч.-практ. конф. (4-6 дек. 2007, г. Пермь) / Перм. ун-т. – Пермь, 2007
6. Региональное развитие и региональная политика России в переходный период / под общ. ред. С.С. Артоболевского, О.Б. Глезер. – М.: Изд-во МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2011.
7. Московец А.В. Роль транспорта в системе регионального воспроизводства на Северном Кавказе // Вопросы регулирования экономики. 2010. № 4. Том 1.
8. Гранберг А.Г. Основы региональной экономики. – М.: Изд-во Гос. ун-та «Высшая школа экономики», 2003.
9. Шевяков А.Ю. Проблемные регионы – сущность и классификация // Вестник Тамбовского университета. – Выпуск 10 (66). – 2008.
10. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс] – Режим доступа <http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/rosstatsite/main/account/#> (дата обращения 15.12.2012)

THE TRANSPORT INFRASTRUCTURE IN THE REPRODUCTION SYSTEM OF PROBLEM REGIONS

© 2013

A.V. Moskovetz, post-graduate of world and regional economy department

North Caucasus institute-branch of federal budgetary public educational institution of higher education «The Russian academy of national economy and public service at the President of the Russian Federation»

Annotation: In this article the place of transport infrastructure in the process of ensuring regional extended reproduction on basis of reduction of time expenses and increase of effectiveness of spatial organization of economics is considered. The particular importance of transport infrastructure for ensuring social and economic progress of problem regions is based.

Keywords: economic space, economic time, regional reproduction, transport infrastructure, problem region.

УДК 332: 330.15

МЕХАНИЗМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ

© 2013

И.Н. Мухаммеди Гиглоу, докторант, преподаватель Университета Азад Ислам (Иран)
Бакинский Государственный Университет, Баку (Азербайджан)

Аннотация. В данной статье исследуются различные виды покровительственной политики и механизмы государственного регулирования внешней торговли. Здесь также исследуется механизм тарифной протекционистской политики, полутарифные механизмы, производственные субсидии, состоящие из нетарифных механизмов.

Ключевые слова: внешняя торговля, государственное регулирование, протекционизм, тарифный механизм, полутарифные и нетарифные механизмы.

Несмотря на то, что свободная торговля помогает возникновению относительных преимуществ, повышению производительности и росту благосостояния и обо-

гащения в обществе, этот процесс не приводит к повышению благосостояния всех прослоек общества, наоборот, приводит к большим убыткам и к полному кризису

различных областей экономики.

К примеру, большинство экономических секторов развивающихся стран, в отличие от своих конкурентов из развитых стран, не могут вести конкуренцию на мировом рынке. Из-за этого в условиях свободной торговли эти отрасли промышленности, подвергаясь большому риску, могут потерять и внешний рынок [7].

Из-за того, что открытая экономика и свободная торговля становится причиной снижения доходов производителей и уровня производства, все страны мира, для поддержки внутреннего производства и сохранения рабочих мест, создают барьеры перед свободной торговлей [8].

Основываясь на этом, государство должно покровительствовать различным отраслям промышленности, особенно вновь созданным промышленным отраслям, нуждающимся в развитии для противостояния международной конкуренции путем повышения качества и снижения затрат.

Каков механизм покровительственной политики?

Осуществление торговых ограничений и покровительственной государственной деятельности предназначены для внесения изменений, определяемых свободной конкуренцией в объемах торговли и эталонов. Средства для повышения уровня внутреннего производства в развитых и развивающихся странах довольно многочисленны. Они делятся на ценовые и неценовые средства. Ценовые средства демонстрируют свое ограниченное влияние посредством инициатив, которые вводят в заблуждение в ценовом объеме. Но ценовые средства напрямую ограничивают свободу импорта товаров. В целом средства, принятые другой страной как торговые барьеры для покровительства, делятся на три группы: тарифные барьеры, полутарифные и нетарифные барьеры. Сейчас вашему вниманию будет представлена необходимая информация и объяснения про каждую из этих трех групп. [13].

А) *Тарифные механизмы*: Самым важным, в то же время классическим инструментом регулирования внешней торговли и протекции различных отраслей промышленности являются таможенные тарифы. Тариф выполняет функцию налога, взимаемого при пересечении товаром таможенной границы. Тарифы считаются средством вмешательства государств в экономическую деятельность.

Тарифы могут взиматься и с экспортных, и с импортных товаров, за транзит и другие сферы услуг. Но тарифы, взимаемые с импортных товаров, считаются более значимыми, чем тарифы, взимаемые с других отраслей. Тарифы, взимаемые с импортных товаров, до Первой мировой войны считались лучшими средствами регулирования торговли, а торговая политика правительства состояла из таможенного тарифа, взимаемого с импортных товаров. И в настоящее время тарифы занимают особое место в области торговой политики. В сфере экономики даже не заговаривают о том, чтобы отменить тарифы, или все же оставить, а, наоборот, на повестку дня ставятся вопросы о суммах тарифов, и вопросы о том, как эти тарифы собирать. Так, в развивающихся странах тарифы, помимо того, что воспринимаются как фактор покровительства промышленности и местного производства, все больше пользуются, как источник дохода. В общем, учитывая цели таможенных тарифов, их можно разделить на две части: «покровительственные таможенные тарифы» (больше носят экономический смысл) и «таможенные налоговые тарифы» (больше носят смысл дохода).

Независимо от того, с какой целью налагаются таможенные тарифы, воздействия могут быть различными. В общем, следует отметить, что ставки тарифов, налагаемые на импортные товары, влияют на экономику как страны, налагающей налог, так и на экономику страны-экспортера. Такого рода покровительство возникает из ряда экономических причин. [13]

1. *Экспортные тарифы*. Подготавливаются для укрепления внутренних продуктов или как источник дохода для правительства. Такого рода тарифы являются одной из основных особенностей развивающихся стран.

2. *Тарифы на перевозку товаров*. Тарифы на транзит продукции через любую страну, означает непосредственный источник дохода для правительства этого транзитного государства.

3. *Импортные тарифы*. Наиболее распространенной формой и целью тарифов является поддержка внутренней промышленности для того, чтобы конкурировать с международными конкурентами, в то же время является источником дохода для правительства.

Как вы обратили внимание, тарифные барьеры помимо того, что являются источником дохода для правительства и покровительствуют товарам отечественного производства, в то же время создают затраты для потребителей. Дело в том, что местным потребителям импортная продукция обходится дороже. В то же время на долю всей экономики выпадают и некоторые расходы. Потому тарифы, во благо некоторым секторам, создают условия для неправильного извлечения выгоды от источников, на уровне всей экономики. Это те секторы, которые без покровительства не в состоянии конкурировать с импортными товарами. В общем, воздействие на импорт тарифов нужно характеризовать следующим образом [13]:

1. Создание тарифных барьеров становится причиной уменьшения объема внешней торговли страны.

2. В зависимости от формы, тарифные барьеры, налагаемые для свободной торговли, становятся причиной снижения благосостояния потребителей.

3. Тарифные барьеры, налагаемые для свободной торговли, в зависимости от их формы, приводят к росту доходов производителей.

4. В зависимости от формы тарифные барьеры, налагаемые для свободной торговли, становятся результатом увеличения государственных доходов.

5. Расположение в малой экономике импортных тарифов станет результатом ослабления экономического благосостояния общества.

6. Расположение в большой экономике импортных тарифов различно. Так, общие показатели благосостояния могут увеличиться изменением торговых обменных отношений. Тем не менее, увеличение благосостояния страны-покровительницы не покрывает ущерба его партнера по торговле. Иными словами, снижение общего благосостояния мировой экономики наблюдается при наличии тарифных барьеров.

В) *Полутарифные механизмы*. Любые дополнительные затраты и другие импортные пошлины, за исключением таможенных пошлин и торговых прибылей, можно назвать полутарифными. Полутарифы в каждой стране могут быть различными. Это налоги на регистрацию заказа, портовые сборы, аэропортовые сборы, таможенные пошлины, налоги на обмен валют, налоги на бренды, цена импортной лицензии, налоги на транзитную инфраструктуру и т.д. Если не принимать во внимание типы полутарифов, сфера влияния таких торговых барьеров имеет весьма большое значение. Можно прийти к такому заключению, что, хотя имеются различия между мотивом установления тарифов и мотивом установления полутарифов, их влияние почти идентично. [13]

Помимо различных форм вышеупомянутых полутарифных барьеров, другим значительным и широко используемым развитыми и развивающимися странами барьером являются выделенные государством субсидии для производства. Исходя из экономического значения, барьеры такого вида подробно изложены в самостоятельном разделе.

Производственные субсидии: Одним из средств, поддерживающих местное производство, являются производственные субсидии. Государство, для установления стабильности между спросом и предложением, с целью

покровительства производству сельскохозяйственной продукции, вновь созданным отраслям промышленности и экспорту специальных товаров, приходит к решению создать производственные субсидии. Во многих странах мира, в том числе в промышленных, выплата субсидий имеет большое значение для производства сельскохозяйственных продуктов. По данным экспериментов и проводимых исследований, производственных субсидий способствуют снижению издержек производства, помогают производителю поднять цену и в конце помогают ему увеличить доходы. Если учесть потенциал для увеличения производства, то растет уровень производства этой продукции [12].

Субсидии, предназначенные для конкретного продукта или же продуктов в целом, делятся на две части: прямые и косвенно реализованные субсидии. Следуя другому делению в сфере субсидий, субсидии делят на три части [там же].

Субсидии, выплачиваемые факторам производства. Государство, для поддержания низких затрат специальных продуктов, учитывает субсидии факторам, производящим эти продукты. Эта деятельность может развиваться, как распределение среди производителей дешевых факторов, или же как учет дешевой валюты для импорта факторов. Тем самым, производственные затраты снизятся и увеличится объем доходов производителей. Таким образом, с помощью вышеуказанных методов можно мотивировать производителей увеличить объемы своего производства. В то же время в ряды старых производителей могут быть добавлены и новые производители.

Субсидии, выплачиваемые для поддержания стабильных цен. Такие субсидии предназначены для производства стратегической продукции. Такого рода субсидии более приемлемы для сельскохозяйственной продукции, потому что, если учитывать неустойчивость сельскохозяйственных товаров перед рыночными и погодными условиями, то учет стабильных цен для таких продуктов увеличивает возможность производственных условий и устраняет обеспокоенность производителей о производимом продукте.

Субсидии, выплачиваемые для поддержания экспорта. Субсидии, выплачиваемые в сферу экспорта товаров, предназначены для увеличения доходов производителей товаров особого значения и экспортеров. Таким образом, правительство, предоставляя субсидии экспортируемой продукции, может создать благоприятные условия и поощрить экспортеров конкурировать на рынках экспорта.

С) Нетарифные механизмы. В разных странах мира для ограничения импорта обычно пользуются различными механизмами. Кроме отмеченных нами нетарифных и тарифных барьеров внешней торговли есть и другие торговые барьеры; именно эти барьеры и называются нетарифными барьерами. Основное содержание проблем Всемирной Торговой организации является устранение нетарифных барьеров в торговле, которые по сравнению с тарифами обладают меньшей прозрачностью и законным основанием. Существуют различные виды нетарифных барьеров [12]:

Квоты на импорт. Это количественные ограничения на импорт определенных товаров в страну. Государство определяет это количество с учетом внутреннего спроса на эти товары - заменители. Определяется внутренний спрос, который является больше предложенного и налагает запрет на дополнительный импорт товаров, выходящих за рамки количества, установленного квотой. Эти ограничения могут быть установлены к товарам, импортируемым из определенного государства, региона, или же к товарам, импортируемым со всего мира. При ввозе своего продукта в пределы какого-либо государства компании, экспортирующие свой продукт, должны получить специальное разрешение-лицензию, где и отмечены количественные ограничения на продукт.

Ниже приведены возможные негативные последствия квоты на импорт:

- Повышение цен на внутреннем рынке из-за ограничения объема импорта.
- Снижение государственных доходов.
- Количественные ограничения на продукт приводят к внутренней монополизации рынка.
- Появление тенденций коррупции в момент дачи лицензии и в результате этого упадок социально-экономического благосостояния общества.

Порой государство, основываясь на законы возможностей внутренней промышленности, приходит к выводу о необходимости ограничить уровень экспорта. Иными словами, большинство развивающихся стран, под предлогом развития внутреннего производства, утверждают о необходимости производства внутри государства определенного процента товаров, на которые есть, и в ближайшем будущем будет спрос. Например, большинство развивающихся стран, с целью поддержания внутреннего производства сельскохозяйственных товаров, производства автомобилей и других сфер, используют этот механизм. Эта политика, как правило, связано с импорто - заменяющей политикой, и главная ее цель состоит в замене спрашиваемых импортных товаров на товары отечественного производства.

Главной целью Всемирной Торговой Организации является ограничение квоты на импорт и ликвидация, в основном в сфере сельского хозяйства, лицензий на импорт, который относится к нетарифным средствам. Использование этого механизма для поддержки уровня внутреннего производства в ближайшем будущем не пригодится. Поэтому многие государства, желающие нажиться за счет свободной торговли, должны будут смириться с решением Всемирно Торговой Организации о преодолении подобных препятствий.

Лицензии на импорт. Лицензии на импорт - это разрешительная бумага импортерам для выполнения ими необходимых работ для импорта. Из-за этого импортеры, до реализации импорта, должны получить для своего товара необходимую лицензию от соответствующих компетентных органов. Выдавая лицензии на импорт, правительство каждой страны имеет возможность контролировать импортируемую продукцию. Иными словами, правительство, в целях поддержания товаров внутреннего производства, аналогичного импортному товару, может контролировать ситуацию, и при необходимости сократить объем импортируемой продукции, и в течение короткого времени, может ограничить импорт товаров. Ограничивая импорт иностранной продукции, тем самым ослабляет их конкуренцию с местными товарами и создает благоприятные условия для производства местных товаров. [12]

Ограничения на импорт. Ограничение на ввоз иностранных продуктов является одним из средств, используемых для предотвращения импорта. Основываясь на этом, правительство каждой страны не позволяет импорт некоторых товаров в страну. Иногда государства, учитывая интересы экономической, политической, культурной безопасности, не допускают ввоз в свою страну конкретных товаров или товаров из конкретной страны. Эти запреты могут быть общими, временными и в виде аннулирования лицензии. [12]

Об общих запретах можем сказать, основываясь на законы международной внешней торговли, что использование таких запретов разрешается. Но причиной наложения такого запрета не должно быть покровительственная политика. Запреты такого вида также называются полными запретами. После общих запретов могут быть стороны поддерживающие ликвидацию временных и импортных лицензий, но преимущество отдается сторонам, которые не поддерживают это.

Добровольное ограничение экспорта. В некоторых случаях правительство страны-импортера заставляет экспортеров добровольно ограничить продажу их то-

варов этой стране. Этот тип воздействия покровительственной политики выглядит следующим образом: [13]

1. Это не отменяет меморандум в сфере уменьшения тарифов и ограничений количества импортированных товаров. Это вопрос очень легко можно политизировать. Таким образом, из-за трудности определения таких барьеров или из-за его двусторонности, его ликвидация в процессе свободной торговли, как преодоление других торговых барьеров, не так легка.

2. Для страны импортера растет внутренняя цена, из-за этого снижается экономическое благосостояние.

3. Использование такой политики может оказать для страны экспортера положительное и отрицательное влияние.

4. Это может натолкнуть страну-экспортера в сторону стратегии «улучшения качества» (другими словами, не меняя объема экспортируемого товара, может увеличить общую стоимость экспорта).

Процедурные механизмы. Административные барьеры, в свою очередь, являются одним из средств, ограничивающих импорт товаров, используемых для поддержания внутренней продукции. Существуют различные аспекты административных барьеров. Одним из них является импорт из одного канала. Если государство принимает решение монополично импортировать какой-то продукт или продукты, то с помощью административных барьеров может уменьшить и увеличить импорт товаров из-за границы. Правительство, в рамках монополической деятельности, может передать монополию на импорт различных или конкретных товаров конкретному лицу или компании. В таком случае будет легче контролировать импорт товаров, и в случае необходимости за счет снижения уровня импорта будет проще возродить внутреннее производство. [12]

Технические запреты. Технические барьеры также считаются одним из инструментов поддержания внутреннего производства. Технические барьеры возникают, когда импортные продукты отвечают минимуму технических показателей и стандартам. Технические барьеры делятся на несколько частей: стандарты, единые санитарные и фитосанитарные правила, брендинг, измерение и упаковка.

Про стандарты можно сказать, что большинство стран-импортеров начинают импортировать товар в случае, если стандарты импортируемого товара аналогичны с местными и международными стандартами. Международные организации по стандартизации предусматривают для каждого продукта в этой области специальные стандарты. [13]

Про другие технические барьеры можно отметить, что большинство стран, с целью защиты своих национальных интересов, в том числе для обеспечения общей санитарии, здоровья, охраны окружающей среды, создают такие барьеры. В развитых странах перечисленные нами законы строго соблюдаются. Так, эти законы создают большие препятствия для развивающихся стран экспортировать свою продукцию в развитые страны.

Государственные торговые предприятия. Государственным торговым предприятием называются предприятия, которые состоят из государственных учреждений, монополично импортирующих товары одного или нескольких видов из мирового рынка. Эти структуры, как правило, действуют как продавцы-монополисты импортной продукции на внутреннем рынке, и зарабатывают на этом большие деньги. Например, Японское Агентство Питания, держит в своих руках импорт и всю сбытовую деятельность ячменя, пшеницы и риса. А также Организация Южной Кореи по продуктам животного происхождения, и Национальная Комиссия Китая по экспорту и импорту зерновых, нефтяных и пищевых продуктов.

Государственные торговые предприятия, используя различные методы, могут быть причиной сокращения импорта в страну.

Государственные торговые организации используют несколько методов, которые могут способствовать ограничению импорта в страну. Прежде всего, это тарифы, которые в большом количестве получают государственные структуры от ввоза продукции. Так, предусмотренные в некоторых особых случаях товары закупались по низким ценам на международных рынках и продавались на внутреннем рынке по более высокой цене. Разница между закупочными ценами и ценой продажи составляет значение теневых тарифов. С другой стороны, эти государственные учреждения, в рамках особых законов могут создавать такие условия для импорта предусмотренных законодательством товаров, чтобы другим желающим везти подобные товары было экономически невыгодно. Государственные торговые учреждения сталкиваются с такой проблемой: в целом определить их роль и значение во внешнеэкономических отношениях бывает довольно трудно. Это прежде всего связано с отсутствием прозрачности в торговых операциях, которые осуществляются государственными учреждениями. Эти учреждения избегают оглашения условий своего функционирования, обосновывая это тем, что они являются частично частными, и потому неохотно передают сведения о своей деятельности в средства массовой информации. Вместе с тем эти организации не могут принимать участие в работе Всемирной Торговой Организации, в проводимых ею встречах и обсуждениях. Именно поэтому численность их постепенно уменьшается [13]

Валютная политика. Иногда в группе стран, производящих особую продукцию (к примеру, сельскохозяйственную и другую, стратегического назначения), производятся изменения в валютной стоимости, и тем самым могут ограничивать ввоз в свою страну. Следует отметить, что зачастую в разных странах, с целью повышения уровня экспорта и повышения уровня импорта используют различные возможности функционирования валютной системы. С другой стороны, падение курса национальной валюты способствует повышению цен на внутреннем рынке и, следовательно, интерес к вывозу товара сам по себе падает.

Вместе с тем валюта, которая по существу никогда не может быть однозначно стабильной, может быть использован как механизм по приведению в надлежащую норму внешнеэкономическую политику, хотя это и создает для страны многие проблемы. Именно поэтому в последние годы движение иностранной торговли в рамках свободной конкуренции создает условия для использования подобных механизмов. Речь идет о значительном росте экспорта и уменьшении импорта. Все это сопровождается поиском политиками новых подходов к проблеме. Именно поэтому во многих странах стремятся избегать подобной системы и ее возможностей [13].

Прочие нетарифные средства. Среди прочих факторов нетарифного характера следует указать следующие, которые могут мешать политике страны по экспорту и импорту продукции:

- регистрация, оформление документации и прочие пограничные препятствия;
- включение в расходы, наряду с таможенными, и прочих налогов и расходов;
- определение минимального уровня цен ввоза товаров;
- мониторинг импорта;
- поддержка картелей по ввозу продукции (неправительственная монополия);
- проведение в жизнь государственных программ по стимулированию деятельности внутреннего производства;
- применение правил ввоза-вывоза и их правильного урегулирования;
- ценовая политика страны, реализуемая в данный момент развития (к примеру, применение цен товаров, как рыночных, так и себестоимости).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Molle, W. (1990); The Economics of European Integration, Theory, practice and Policy”, Aldershot, Dartmouth.
2. The economic intelligence unit, country commerce, USA, New York (2009) // www.eiu.com
3. Chenery G. M. Leading issues in economic development. Oxford University press
4. Myrray, T. Trade preferences for developing countries. London: Macmillan, 1977
5. Salvatore, Dominick & Hatcher Tomas, Inward – oriented and Outward – oriented trade strategies, Journal of development Studies, April 1991
6. Edwards, S. (1989) “Openness Outward Orientation, Trade Liberalization and Economic Performance in Developing Countries” NBER Working Paper, 2908
7. E. Dominick Salvatore, Protectionism and world

- welfare, Robert Mondel, theory of tariff and monetary policy, London, Combridge, 1993
8. Singer, H. Heclamber, H. and Ramshwar T., New protectionism and restructuring, New Dehli, Ashish publishing house, part I, 1988
9. Ohlin B. Interregional and International Trade. // Cambridge (Mass): Harvard University Press. 1967
10. Marshall A. The Pure Theory of Foreign Trade, the Pure Theory of Domestic Values. Augustus M Kelley Pubs, 1987. - 72 p.
11. Balassa B. The Theory of Economic Integration. - Routledge Revivals, 2011.
12. ناریا داصرتقا رد اه هفرعت یقطنم یامشور، ایناگرزاب یامشورژپ و تاعلاطم مسسوم، ینازار یلع میهاریبا، 1378، نارمت
13. رد ناریا تارداص یامشورعتریغ و یامشورعت عنانوم، ایناگرزاب یامشورژپ و تاعلاطم مسسوم، یحتف ییحی، فده یاهارزاب، 1381، نارمت، ایناگرزاب

THE MECHANISM OF STATE REGULATION OF FOREIGN TRADE

© 2013

I.N. Mohammadi Giglou, doctoral student, teacher University Azad Islam (Iran)
Baku State University, Baku (Azerbaijan)

Annotation: This article explores the different types of protectionist policies and mechanisms of state regulation of foreign trade. Here, too, the mechanism of tariff protectionism, polutarifnye mechanisms, production subsidies, consisting of non-tariff mechanisms.

Keywords: foreign trade, government regulation, protectionism, tariff mechanism polutarifnye and non-tariff mechanisms.

УДК 336.717

ПРОБЛЕМЫ И УГРОЗЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ГОСУДАРСТВА

© 2013

A.З. Намитулина, кандидат экономических наук, доцент кафедры «государственные муниципальные финансы», докторант Военного университета МО РФ
Финансовый университет при Правительстве РФ, Москва (Россия)

Аннотация: Потребность в защите от нежелательных внешних воздействий и радикальных внутренних изменений, потребность в безопасности - это базовая, основополагающая потребность, как жизни отдельного человека, также общества и государства. В условиях формирования рыночной экономики сфера экономической безопасности существования расширилась, что породило постоянное и массовое неудовлетворение этой потребности, которое оказывает негативное воздействие на экономическое развитие государства, усугубляя кризисное состояние всех сфер его жизнедеятельности.

Ключевые слова: экономическая безопасность, финансовые ресурсы, рыночная экономика, механизм финансирования.

Проблемы обеспечения экономической безопасности России как неперемного условия ее возрождения привлекают к себе все более пристальное внимание политических деятелей, ученых, самых широких слоев населения.

Такое внимание отнюдь не случайно. Масштабы угроз и даже реальный урон, нанесенный экономической безопасности страны, выдвигают названные проблемы на авансцену общественной жизни. Здесь недопустимы легкомыслие и попытки преуменьшить грозящие опасности. Весьма велика и ответственна роль науки в разработке концепции экономической безопасности. Причем речь идет не просто о словесных упражнениях и не о поиске красивых формул, различного рода классификаций опасностей - внешних и внутренних, долговременных и текущих. Принципиально важно раскрыть саму суть проблемы, выявить реальные угрозы, предложить надежные и эффективные методы их отражения.

Как показывает мировой опыт, обеспечение экономической безопасности - это гарантия независимости страны, условие стабильности и эффективности жизнедеятельности общества, достижения успеха. Поэтому обеспечение экономической безопасности принадлежит к числу важнейших национальных приоритетов.

Центральное направление мирового развития в 21 веке – глобализация. Три основных вектора, под воздействием которых проходит развитие мира, это геополитика, геоэкономика и геостратегия. До второй половины двадцатого века на первом месте находилась геополити-

ка. Геополитика влияла на изменение географических границ государств, для достижения своих целей государства применяли военные методы воздействия, силой захватывая необходимые им территории. Главными игроками в геополитике являются различные государства, военные блоки союзных государств, преследующие схожие цели. Некоторые ещё пробуют решать свои проблемы с помощью военной силы (например, вторжение США в Ирак), но на первый план выходит геоэкономика, дающая возможность для мировой перестройки, лишённой открытой конфронтации, которую можно осуществить невоенными методами. Это вызвано, прежде всего, возросшей ролью транснациональных корпораций. Сегодня они, а не отдельные государства, ведут борьбу за мировые ресурсы.

Интернационализация ресурсов образно изменяет характер международного разделения труда. Сегодня процессы обмена идут не только между государствами, но и прежде всего между транснациональными структурами, мировыми воспроизводственными центрами, крупными технологическими мегаполисами. Звеньями этих центров становятся экономические структуры и системы управления, относящиеся к различным национальным экономикам.

«Стыки» взаимодействия центров есть не что иное, как экономические границы, которые могут не совпадать с национальными. По своей конфигурации мировые производственные центры подвижны, соответствующие экономические границы носят изменяющийся

характер, именно по этим границам идёт непрерывный передел мира.



Рис. 1. Преступления экономической направленности

В новых условиях хозяйствования выявились и проявились следующие *экономические угрозы*:

- разрушение единого правового экономического и политического пространства государства;
- спад промышленного и сельскохозяйственного производства;
- структурная деформация производства;
- спад инвестиционной активности;
- деградация промышленного и научно-технического потенциалов;
- хозяйственное обособление субъектов хозяйствования и финансовая суверенизация регионов;
- снижение квалификации работников;
- проявление наиболее губительных угроз;
- резкое проявление группы угроз;
- низкая собираемость налогов;
- вывод российского капитала за рубеж;
- кризисы и недостаточное финансирование банковской сферы;
- дефицит бюджета.

Чистый отток частного капитала из России в первом квартале 2011 года, по оценке ЦБ РФ, составил 21,3 миллиарда долларов. Тем не менее, Россия закончила 2011 год с чистым притоком частного капитала после почти 40 миллиардов долларов.

В январе-марте этого года банки обеспечили чистый вывоз капитала из страны в объеме 7,5 миллиарда долларов. В четвертом квартале прошлого года отток по линии банков составлял 1,8 миллиарда долларов. Иностраные активы увеличились на 6,6 миллиарда долларов, пассивы - выросли на 4,8 миллиарда долларов.

Объем чистого вывоза капитала компаниями в первом квартале 2011 года составил 13,9 миллиарда долларов против вывоза в четвертом квартале 2010 года в объеме 19,7 миллиарда долларов. В январе-марте 2011 года иностранные активы компаний возросли на 19,3 миллиарда долларов, пассивы увеличились на 11,2 миллиарда долларов.[3]

Выявились факторы экономических преступлений предприятий в сфере ОПК:

- высокая степень износа основных фондов оборонной промышленности;
- отсутствие оборотного капитала предприятий ОПК;
- проблемы организации деятельности предприятий ОПК.

В новых условиях рыночного хозяйствования целесообразно обоснование и реализация направлений повышения военно-экономической безопасности государства:

- обоснованное сокращение масштабов военной экономики на основе оптимизации ее структуры. Гонка вооружений привела к гипертрофированному росту военной экономики и деформации ее территориальной, отраслевой и функциональной структур.

- реформирование системы военно-экономических отношений. Основой данного направления должны стать: внедрение контрактных отношений между заказчиками и подрядчиками, поиска оптимального сочетания форм собственности в оборонном производстве и

военной экономике в целом;

- исследования региональных и внешних военно-экономических отношений разных уровней, поиск рациональных форм их организации в рамках государства, а так же глобальных отношений военно-экономического партнерства и противоборства.

Разрыв единого военно-экономического пространства чреват «взлетом» оборонных расходов. В условиях отсутствия реально действующей системы коллективной безопасности СНГ необходимо практически заново создавать военно-экономическую инфраструктуру в РФ поскольку оперативное оборудование территории бывшего СССР создавалось в основном в приграничных районах.[4]

Обеспечение военной и военно-экономической безопасности России является важнейшей задачей государства. Главная цель в данной области – интеграция с аналогичными системами военной и военно-экономической безопасности государств-партнеров России. Не стоит также забывать о конверсии военного производства.

На данном этапе развития нашего государства достаточно тяжело выдвигать какие – либо предложения по усилению экономической безопасности государства, поскольку власть, фактически, сосредоточена в руках правящей партии, у которой свои взгляды на ход событий в России.

Для регулирования экономической безопасности России необходимо также реализовать следующие меры:

- разработать государственную политику в области правовой защиты прав интеллектуальной собственности;
- подготовить и принять нормативные акты, обеспечивающие деятельность некоммерческих научных организаций;
- создать целостную систему государственного регулирования экспорта технологий;
- поддержать международные связи российских научных школ в приоритетных областях фундаментальных исследований;
- создать систему стимулирования частных инвестиций в НИОКР, в наукоемкое производство;
- способствовать развитию научной инфраструктуры и в первую очередь ее основы – системы научно-технической информации.

Для стабилизации экономики России также необходимо использовать все доступные государству методы налоговой, денежно - кредитной, бюджетной, таможенной, валютной, социальной и ценовой политики.

Поскольку основным доходом в нашей стране является доход от продажи природных ресурсов без обработки, необходимость переработки сырья в более дорогостоящие продукты - на лицо. Ведущую роль в экономике играют добыча и экспорт полезных ископаемых, в основном нефти и газа. До настоящего времени инвестиции концентрируются в добывающих отраслях. Процесс диверсификации экономики продвигается очень медленно, а недавнее увеличение добычи нефти и газа при росте цен на эти сырьевые товары показывает, что экономическое состояние России более чем когда-либо зависит от конъюнктуры рынка нефти и газа. Таким образом, показатели экономического роста весьма уязвимы к снижению цен на нефть, особенно в нынешней непростой геополитической обстановке.

Развитие процессов в данном направлении приобретает необратимый характер, при котором производство даже при мощной финансовой или иной поддержке уже нельзя будет восстановить. Тем самым исчезнет возможность возрождения и подъема российской экономики, а страна лишится шанса вернуться в число развитых держав. Понятно, что потратившись один раз на большую перерабатывающую базу, будет решено сразу несколько проблем. Необязательно продавать за рубеж продукты переработки природных ресурсов, поскольку страны – экспортеры все имеют свои механизмы переработки и

оборота продуктов, получаемых из сырья, достаточно всего лишь основать казенное предприятие, имеющее в своём ведении несколько перерабатывающих заводов, которые будут обеспечивать регионы отечественным топливом.[6]

Многие беды нашей страны исходят от большой зависимости дохода государственного бюджета от монополий, которые действуют по наиболее выгодной для себя стратегии, что практически очень тяжело подвергается воздействию антимонопольной политики.

Следует повысить эффективность управления собственностью – и в частном, и в государственных секторах. Необходимо провести полное расследование приватизации крупнейших российских предприятий с тем, чтобы приватизированные с крупными нарушениями предприятия, неэффективно управляемые настоящими хозяевами национализировать, а по эффективным предприятиям с прозрачной финансовой структурой урегулировать все небольшие нарушения законодательства и закрыть дела.

Таким образом, собственники будут твёрдо уверены в том, что это их собственность и государство больше не предъявит претензий за старые правонарушения.

Уменьшить существующий перекос национальной экономики в пользу экспортно-ориентированного сектора экономики путём размещения масштабных государственных заказов в ВПК, атомную, машиностроительную, авиационную и авиа космическую, химическую и фармацевтическую, электронную промышленность, и ряд других направлений, обеспечивающих создание товаров с высокой добавочной стоимостью. Необходимо обеспечить максимальную прозрачность всего инвестиционного процесса, для постоянного мониторинга и контроля.

Создавать налоговые льготы для оборонных предприятий. Всеми мерами увеличивать благосостояние населения, через повышение заработной платы бюджетникам, признание государством долга перед гражданами и предприятиями.

Построение государственной политики в области взаимодействия с национальными ТНК, путём приобретения в них блокирующего пакета за предоставление государством техники, земельных участков и определённой инфраструктуры [8].

Таким образом, чтобы создать национальную структуру своей экономики, адекватную рыночным требованиям, Россия должна пройти длительный путь определения своих приоритетов по всем направлениям и на всех уровнях общества и хозяйства. Ведь она должна не просто включиться в современную мировую экономику, а спрогнозировать свою роль и место в мировом разделении труда. Нельзя игнорировать тот факт, что никто не собирается решать российские проблемы в ущерб своим национальным интересам.

Поэтому при принятии решений для обеспечения экономической безопасности нужно с осторожностью относиться к советам со стороны других стран, которые при проведении своей внешней политики заботятся, прежде всего, о своих интересах.

В рамках мировых интернациональных структур

PROBLEMS AND THREATS TO ECONOMIC SECURITY OF THE STATE

© 2013

A.Z. Namitulina, PhD, Associate Professor Department of “state municipal finance”, PhD Defense Ministry Military University

Finance Academy under the Government of the Russian Federation, Moscow (Russia)

Annotation: The need for protection from unwanted external influences and radical internal changes, the need for security – a basic, fundamental to the needs as an individual’s life, as society and state. Under the conditions of formation of market economy economic security of existence has expanded, giving rise to a permanent and massive dissatisfaction with this demand, which has a negative impact on the economic development of the state, I will destroy usu-crisis state in all spheres of his life.

Keywords: economic security, financial resources, market economy, the financial mechanism.

формируется и перераспределяется мировой доход. Реализация экономических интересов происходит не только на мировом рынке, но и на так называемом экономическом атласе мира, в том числе на национальном геоэкономическом атласе.

Оперирование на геоэкономическом атласе требует не выжидательной торговой тактики, а наступательной, активной позиции и соответствующих механизмов реализации своих интересов. Соответственно, векторная стратегия задаёт стратегическую модель внешнеэкономических связей, целенаправленно воздействуя на формирование геоэкономической ситуации.

Национальная экономика способна к воспроизводству геоэкономически эффективно с преобразованием своего внешнеэкономического сектора из торгово-среднеческой в производственно-инвестиционную модель внешнеэкономических связей. Для этого государству надо чётко определить свои стратегические интересы, и в зависимости от них строить взаимоотношения с крупными транснациональными структурами [10].

Если государство берёт на вооружение геоэкономический вектор развития, то появляются новые виды воздействия на конкурентов, такие как экономические, экологические, демографические и т.д.

Таким образом, экономическая безопасность государства подвержена воздействию угроз, которые, в зависимости от характера, величины и включенности государства в мировое сообщество могут оказывать различное пагубное влияние.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Концепция национальной безопасности Российской Федерации. Утверждена Указом Президента РФ от 17.12.97 № 1300 в редакции Указа Президента РФ от 10.01.2000 № 24.
2. О Государственной стратегии экономической безопасности Российской Федерации (Основных положениях). Указ Президента РФ №608 от 29.04.96 г.
3. Арсентьев М. Экономическая безопасность. Обозреватель, №5, 2008. 105с.
4. Основы экономической безопасности (государство, регион, предприятие, личность)./Под ред. Олейникова Е.А. М, ЗАО “Бизнес школа “Интел-Синтез”, 2007. 344с.
5. Кононов, В.В. Кульба, С.С. Ковалевский, С.А. Косяченко. Формирование сценарных пространств и анализ динамики поведения социально – экономических систем. Препринт. М, ИПУ РАН, 2006. 35с.
6. Лаптев В.В. Введение в предпринимательское право.//М. Институт государства и права РАН.2004. 79с.
7. Тамбовцев В.Л. Экономическая безопасность хозяйственных систем: структура, проблемы. // Вестник МГУ. Серия 6 «Экономика». 2001. №3. 214с.
8. Клейн Н.И. Предпринимательское право. Курс лекций //М. Юридическая лит. 2009. 104с.
9. Ипполитов К.Х. Экономическая безопасность: Стратегия возрождения России. М., 2007. с.79.
10. Кононов Д.А., Кульба В.В., Ковалевский С.С., Косяченко С.А. Формирование сценарных пространств и анализ динамики поведения социально – экономических систем. Препринт. М, ИПУ РАН, 2006, с.56

А.А. Орлянская, аспирант кафедры мировой и региональной экономики
*Северо-Кавказский институт-филиал ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте Российской Федерации», Пятигорск (Россия)*

Аннотация: Развитие экономики сельских территорий является одним из условий прогресса проблемных регионов в экономическом пространстве России. Это возможно только на основе выявления и учета совокупности внутренних и внешних детерминант социально-экономического развития сельских территорий в воспроизводственной системе проблемных регионов.

Ключевые слова: проблемный регион, экономика сельских территорий, аграрная сфера.

Значительная протяженность территории России, разнообразие природно-климатических условий, специфика хозяйственного освоения обуславливают различия в положении отдельных регионов в системе национального разделения труда. Это обстоятельство накладывает отпечаток на протекающие воспроизводственные процессы, корректируя приоритеты и методы регионально-го управления.

Экономической реальностью для Российской Федерации является межрегиональная дифференциация, которая воспроизводится с разной степенью остроты в течение всего постсоветского этапа развития нашей страны. По данным 2010 года, разрыв среднестатистического значения валового регионального продукта (ВРП) на душу населения между Северо-Кавказским и Уральским федеральными округами составил 4,46 раза, а между Сахалинской областью и Республикой Ингушетия – почти 19 раз [1, с. 36]. В течение 15 лет с 1995 по 2009 в экономическом пространстве России остаются практически неизменными регионы-лидеры и регионы-аутсайдеры, причем рейтинг субъектов РФ по объемам ВРП на душу населения на протяжении всего периода замыкает Республика Ингушетия [2]. Данные статистики позволяют говорить о сформировавшихся проблемных территориях в экономическом пространстве нашей страны.

Одним из первых среди отечественных ученых к изучению проблемных регионов обратился А.Г. Гранберг. По его определению «проблемный регион – это территория, которая самостоятельно не в состоянии решить свои социально-экономические проблемы или реализовать свой высокий потенциал и поэтому требует активной поддержки со стороны государства» [3, с. 317].

Вопросы идентификации проблемных регионов исследовал Б.М. Штульберг. Среди проблемных регионов он выделял депрессивные и отстающие: если первые демонстрировали низкие экономические результаты вследствие накопившихся проблем и противоречий развития, то вторые традиционно отличались низкой интенсивностью хозяйственной деятельности [4, с. 3-5].

Результаты исследований обнаруживают, что межрегиональные социально-экономические диспропорции, по сути, представляют собой пространственную проекцию проблем развития отраслевой структуры российской экономики [2]. Регионы-лидеры в большинстве своем специализируются на добыче полезных ископаемых топливно-энергетического комплекса за исключением городов Москвы и Санкт-Петербурга и ряда индустриальных регионов: Московская, Ленинградская и Томская области, Республика Татарстан, Красноярский край и т.д. Регионы-аутсайдеры характеризуются низким производственным потенциалом и в основном производят продукцию агропромышленного комплекса: Кабардино-Балкарская и Карачаево-Черкесская республики, Республика Калмыкия и т.д. Соответственно важную роль в реализации воспроизводства экономики проблемных регионов играют сельские территории, как распространенный тип расселения населения в условиях доминирования сельскохозяйственного производства.

Обоснование востребованности фундаментальных

исследований экономики сельских территорий не является сложной задачей. Из 17 млн. км² территории России земли сельскохозяйственного назначения составляют около 4 млн. км² или 23,4 процента. Население сельских территорий составляет около 38 млн. человек или более четверти общей численности россиян, в том числе трудовые ресурсы – 23,6 млн. человек, плотность населения низкая – 2,3 человека на 1 км². Из 155,3 тыс. сельских населенных пунктов, 142,2 тыс. имеют постоянных жителей. В сельском расселении преобладает мелкодисперсность – численность жителей менее 200 человек имеют 72% сельских населенных пунктов, а поселения численностью свыше 2 тыс. человек составляют 2%. Уровень жизни сельского населения остается крайне низким, чему способствует увеличение разрыва между городом и селом по уровню доходов: в 2009 году среднемесячная номинальная начисленная заработная плата в сельском хозяйстве составила 52% средней заработной платы по отраслям экономики [5].

Согласно Концепции устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации на период до 2020 года, они должны выполнять ряд следующих важнейших функций в народнохозяйственном комплексе страны: производственную, демографическую, трудовые ресурсы, жилищную, пространственно-коммуникационную и социального контроля над сельской территорией [5]. Реализация данных функций возможна в полной мере лишь при условии сбалансированного воспроизводства социально-экономической системы регионов и является важнейшим условием успешного социально-экономического развития страны.

На развитие сельских территорий проблемных регионов оказывают влияние ряд ключевых детерминант, которые могут быть разделены на внутренние и внешние. В числе внешних факторов следует выделить сложившиеся диспропорции регионального воспроизводства, структурные сдвиги в аграрной сфере как ключевом направлении специализации, а также активность регионального и муниципального регулирования развития сельских территорий в проблемных регионах.

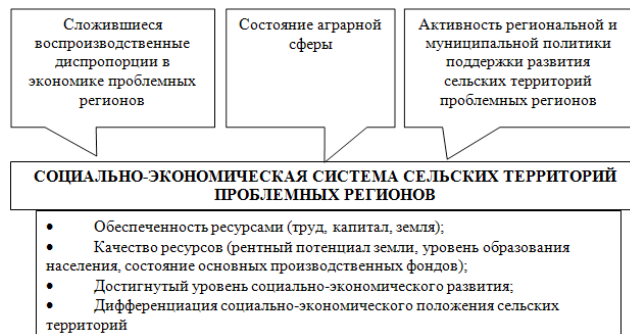


Рис. 1. Система детерминант социально-экономического развития сельских территорий проблемных регионов

Внутренние детерминанты могут быть укрупнен-

но сведены к наличию и качеству основных производственных ресурсов, а также степени эффективности их использования в воспроизводственном процессе, оценивать которую целесообразно по достигнутому уровню социально-экономического развития сельских территорий и степени единства их экономического пространства.

Важнейшей внешней фактором развития сельских территорий является состояние аграрной сферы, формирующееся под влиянием складывающихся пропорций регионального воспроизводства, а также мероприятий регионального и муниципального регулирующего воздействия.

Органичная связь производственных процессов в аграрной сфере с естественными природными циклами детерминирует скорость оборота капитала в данной отрасли, которая в свою очередь определяется продолжительностью рабочего периода. По мере увеличения рабочего периода, а, значит и периода времени, затрачиваемого на изготовление товара, часть стоимости, переносимая с основного капитала на продукт, накапливается, и замедляется ее обратный приток. При задержке обратного притока теряет способность функционировать оборотный капитал, поскольку он закреплен в продукте еще не готовом к продаже, то есть в незавершенном производстве. Многие предприниматели направляют значительные усилия на сокращение рабочего периода, но в отраслях производства, где продолжительность рабочего периода детерминируется естественными условиями, данная задача становится практически неосуществимой.

К. Маркс разделял рабочее время и время производства. По его мнению, рабочее время представляет собой время производства, в течение которого капитал связан в производственной сфере. Но не всякое время, в течение которого капитал находится в сфере производства, является рабочим временем [6, с. 269]. Это объясняется перерывами в процессе труда, обусловленными пределами естественных возможностей самой рабочей силы, а природой продукта и способом его изготовления. В течение этих перерывов предмет труда претерпевает физические, химические, физиологические изменения под воздействием относительно продолжительных естественных процессов, во время которых активность труда полностью или частично приостанавливается. В описанном случае наблюдается увеличение продолжительности воспроизводственного цикла, поскольку получение конечного продукта и дохода возможно только по окончании процесса производства. Сельское хозяйство является одной из отраслей, где разница между временем производства и рабочим временем при сравнительно продолжительном рабочем периоде заметна особенно отчетливо.

Как известно, агропромышленная сфера народного хозяйства сосредотачивает совокупность отраслей, связанных с производством продовольствия и предметов потребления из сельскохозяйственного сырья. Комплексное развитие данной сферы является залогом сбалансированности воспроизводственных процессов в регионе. При этом особое значение приобретает развитие отраслей, альтернативных агропромышленному производству, для обеспечения занятости и доходов сельскому населению в период вынужденных перерывов рабочего времени в растениеводстве и животноводстве.

При этом в составе сельского хозяйства наиболее жестко регулируется естественными природными циклами растениеводство. Смещение акцентов на развитие сельского хозяйства в структуре аграрной сферы региона и на растениеводство в сельском хозяйстве создает условия для максимального сближения рабочих периодов производства различных видов продукции, что способствует увеличению разницы между временем производства и рабочим временем, и соответственно, хронологическому согласованию периодов приложения труда и получения готового продукта.

Это в свою очередь приводит к тому, что и работники и предприниматели в сельском хозяйстве получают доходы только в определенные периоды года. В этой связи большинство трансакций концентрируются в непродолжительных временных промежутках, что влечет за собой слабость региональной рыночной системы.

Подобные противоречия имманентны экономическим системам проблемных регионов, характеризующихся аграрной специализацией народнохозяйственного комплекса. Сложившаяся ситуация приводит к снижению доходов и уровня жизни сельского населения; обращению населения к натуральному хозяйству для обеспечения выживания; сокращению объемов налоговых поступлений в структуре доходов территориальных бюджетов, сужающему возможности реализации действенной региональной и местной социально-экономической политики.

Региональное воспроизводство в этом случае будет происходить по суженному типу и характеризоваться наличием диспропорций, даже в случае высоких экономических результатов растениеводческой отрасли. Это объясняется тем, что отмечается одностороннее развитие экономической системы в ущерб сбалансированной динамике.

Изложенный экономический механизм наглядно демонстрирует тесную взаимосвязь и взаимообусловленность внешних и внутренних детерминант развития сельских территорий проблемных регионов. Структурные сдвиги в развитии аграрной сферы, а также сложившиеся диспропорции регионального воспроизводства способствуют подрыву внутреннего ресурсного потенциала сельской экономики. Вследствие снижения доходов усиливается отток трудоспособного населения, особенно квалифицированных кадров. Это в сочетании с низкой доходностью агропромышленного производства способствует снижению инвестиционной привлекательности сельских территорий проблемных регионов.

Помимо перечисленных детерминант развития экономики сельских территорий, следует отметить, что воспроизводственные процессы здесь тесно связаны с землей, что обуславливает значительную пространственную рассредоточенность населения и производства. Это, в свою очередь, создает условия для территориальной локализации воспроизводственных циклов и усиления значения муниципального уровня власти в регулировании развития местных социально-экономических систем. Одной из главных задач региональных властей становится координация органического встраивания местных воспроизводственных циклов в систему регионального воспроизводства и достижение на этой основе общего синергетического эффекта сбалансированного развития региональной экономики [7, с. 17].

Таким образом, экономика сельских территорий является важнейшей подсистемой воспроизводственной системы проблемных регионов. Развитие сельской экономики определяется рядом внешних и внутренних детерминант, находящихся в тесной взаимосвязи друг с другом. Особое значение для прогресса сельских территорий приобретает сбалансированное развитие аграрной сферы. Воспроизводственные циклы в сельской экономике характеризуются стремлением к локализации, вследствие пространственной рассредоточенности населения размещения производства, что объясняет возрастающее значение муниципального регулирующего воздействия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Магомадов Ю.Д., Орлянская А.А. Управление внешнеэкономической деятельностью как инструмент активизации экономического роста в проблемных регионах России // Стратегия устойчивого развития регионов России: Сборник материалов XII Всероссийской научно-практической конференции / Под общ. ред. С.С. Чернова. – Новосибирск: Издательство НГТУ, 2012.

2. Киселева Н.Н., Орлянская А.А. Факторы и инструменты сглаживания межрегиональной и внутрирегиональной дифференциации в России // Управление экономическими системами. – 2011. - № 12 [Электронный ресурс] – Режим доступа <http://www.uecs.ru/regionalnaya-ekonomika/item/866-2011-12-19-06-22-03>

3. Гранберг А.Г. Основы региональной экономики. – М.: Изд-во Гос. ун-та «Высшая школа экономики», 2003.

4. Штульберг Б. М. О депрессивных территориях в Российской Федерации. Пути выхода из кризиса: материалы к парламентским слушаниям / Совет по изучению производительных сил и экономических связей при Министерстве труда и социального развития РФ и Министерстве РФ по сотрудничеству с государствами - участниками СНГ. М.: СОПС, 1997.

5. Концепция устойчивого развития сельских тер-

риторий Российской Федерации на период до 2020 г. (утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 30 ноября 2010 г. № 2136-р) // Собрание законодательства РФ. - 13.12.2010. № 50. ст. 6748.

6. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. Т. 2. Кн. 2. Процесс обращения капитала / Издан под ред. Ф. Энгельса. – М.: Политиздат, 1988.

7. Киселева Н.Н., Орлянская А.А., Русина О.С. Управление социально-экономическим развитием сельских территорий аграрного региона. – Пятигорск: РИА КМВ, 2011.

Статья подготовлена в рамках Федеральной целевой программы «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» по соглашению №14. В37.21.0501.

ECONOMY OF RURAL TERRITORIES IN THE REPRODUCTIVE SYSTEM OF PROBLEM REGIONS

© 2013

*A.A. Orlyanskaya, post-graduate student of the world and regional economy department
North Caucasus Institute-branch of FBPEIHE «The Russian Academy of National Economy and Public Service at the President of the Russian Federation», Pyatigorsk (Russia)*

Annotation: Economic development of rural territories is one of the conditions of progress of problem regions in the economic space of Russia. This is only possible on the basis of identifying and addressing the totality of internal and external determinants of social and economic development rural territories in the reproductive system of problem regions.

Keywords: problem region, economy of rural territories, agrarian sphere.

УДК 330.101

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ В УСЛОВИЯХ ДЕМОКРАТИЧЕСКОГО ТРАНЗИТА

© 2013

*В.М. Оруджева, доцент кафедры политологии и социологии
Бакинский Государственный Университет, Баку (Азербайджан)*

Аннотация: В статье рассматриваются вопросы развития политической системы в рамках современных демократических процессов. Сравниваются политические процессы в развитых странах и в развивающихся странах с точки зрения достижения демократии и формирования гражданского общества. Раскрываются особенности развития политических партий как связующего звена между гражданским обществом и государством.

Ключевые слова: трансформация политических процессов, государство, гражданское общество, правовое государство, демократический транзит.

С 80-х годов XX столетия начался процесс распада СССР, выразившийся в обострении противоречий, углублении политического кризиса и экономической стагнации. Все это обусловило объективную необходимость перехода к новому типу общества. Распад социалистической системы, являясь следствием политического и идеологического кризиса, заложил тем самым основу для распада экономического базиса и изменений в социальной структуре, что стало провозвестником новой общественной системы. Изменения, охватившие собой экономические, политические, социальные и духовные сферы общественного развития, были связаны как с положительными, прогрессивными, так и негативными процессами в обществе.

Переход от тоталитаризма к демократии, от плановой экономики к рыночной обусловил коренные изменения в политической системе страны и переход от партийной диктатуры к системе демократического управления.

Формирование новых политических отношений и демократических ценностей прежде всего обусловлены изменениями в экономических и социальных структурах. В целом известно, что транзитный, т.е. переходный период знаменует собой борьбу нового со старым, конфликт между различными социальными силами. Ф.Гонсалес справедливо подчеркивает, что даже если в мире нет единой транзитной модели, есть ряд характерных особенностей, объединяющих все подобные модели. Это желание пережить переходный период, нарастание тенденций к изменениям в обществе, консенсус членов общества в данном вопросе и т.д.

Исследователи [4, 8, 9 и др.], при изучении особенностей развития политической системы общества выделяют два направления взаимодействия ее с социально-экономическими отношениями:

- в тоталитарном обществе вначале должны произойти изменения в экономических структурах и отношениях, затем реализуется переход к демократическому политическому режиму;

- политические и экономические реформы проводятся параллельно и постепенно.

Американский политолог Р.Даль считает одновременный переход посткоммунистических стран как к политическим, так и экономическим трансформациям уникальным экспериментом [5].

Для целесообразного перехода от недемократического режима к демократическому режиму, считает А. Мельвиль, необходимо учесть наличие четырех этапов в данном процессе: либерализация, разрушение прежних институтов, потерявших свою жизнеспособность, демократизация, социализация граждан в новой системе [9].

Сегодня исследователи признают наличие трех реальных фактов:

- отсутствие эффективной модели и путей развития рыночной системы для удовлетворения потребностей членов общества на высоком уровне;

- рыночная система, являясь надежной и маневренной, может приспосабливаться к различным культурам и политическим системам;

- рыночная система необходима для защиты демократии, чтобы быть ее опорой.

Как следует из сказанного, взаимосвязь экономики и политики может быть прослежена на трех уровнях. Переход к демократии требует, на наш взгляд, решения следующих взаимосвязанных проблем:

- формирование нового правительства на основе всеобщих свободных выборов;
- создание условий для реализации самостоятельной, стратегически значимой политики;
- претворение в жизнь принципа разделения властей.

Становление демократии в переходных обществах требует создания демократических политических учреждений, формирования новых средств, регулирующих политическое поведение граждан, организаций и учреждений, а также политической элиты.

В странах с переходным периодом становление демократии может происходить разными путями: 1. через реформы, спускаемые сверху; стремление руководства страны к демократии, посредством которой он предполагает остаться у власти; 2. через абдикацию, когда утрата престижа приводит к передаче власти добровольно, демократическим силам; 3. путем постепенных реформ, которые реализуются через заключение соглашения между правящей властью и оппозицией.

Д.О.Доннел и Ф.Шмиттер подчеркивают, что переход к демократии происходит в три этапа: либерализация, демократизация и социализация [10, с.73-89].

Российский политолог О.Г.Харитонов выделяет примерно такие же ступени перехода при распаде тоталитаризма к демократии: 1. либерализация политической жизни; 2. трансформация политических организаций старой политической системы; 3. создание демократических норм и институтов, основу которых составляют свободные выборы и обеспечение прав человека; 4. «социализация» членов общества в новой системе [12].

При либерализации система не меняется, сохраняя свои авторитарные качества. Правящая элита, сохраняя наличную власть, стремится усилить свое политическое влияние. Укрепление демократии в обществах переходного периода требует следующего: 1. Обеспечение права каждого члена общества в участии в политических процессах; восстановление идеи политического представительства; 2. изменение власти на всех уровнях путем всеобщих выборов; 3. создание условий для свободной самостоятельности политических партий [там же].

Либерализация политической жизни развивается по следующим направлениям: 1. Обеспечение взаимной безопасности сил, борющихся за власть; 2. Создание сильной исполнительной власти, зависимой от демократических учреждений; 3. Создание интегративной партийной системы; 4. Формирование местной представительской власти [2]. Политический кризис приводит к расшатыванию властных структур, охватывая собой социальную сферу и социально-экономические устои, к истощению ресурсов. В соответствии с характеристиками масштаба кризиса политической системы, он проходит на двух уровнях: кризис охватывает механизмы системы, правовые и конституционные процедуры и органы.

Исследователи обычно уделяют следующим двум сторонам процесса демократизации - факторам социальных структур и процедур. С.Липсет, Г.Алмонд и С.Верба к факторам социальных структур демократического процесса относят следующее: 1. достижение национального единства и сплочения; 2. наличие высокого уровня экономического развития; 3. широкое распространение норм и ценностей, составляющих основу демократических принципов; 4. вера в политическую власть [13].

Х.Линч и А.Степан для консолидирования демократии считают обязательным участие следующих факторов: 1. Формирование гражданского общества. 2. Развитие демократических учреждений и процессов. 3. Создание правового государства. 4. Создание эффективного государственного аппарата. 5. Создание соци-

альных учреждений, являющихся посредниками между государством и рынком в целях скорейшего экономического развития [4, с.255].

Наличие правовых условий для функционирования социальных учреждений и их роль в реализации интересов всех граждан составляют основу открытой политической системы.

Принятие новой Конституции, наличие новой избирательной системы, достижение консенсуса, формирование политической этики – все это, вместе взятое, способствует учреждению демократии. Различные социальные группы (владельцы собственности, банкиры, торговцы) вовлекаются в политические процессы, сходство и противоречия в их деятельности оказывает непосредственное влияние на развитие политической системы.

Известно также, что переходный период характеризуется процессом политической модернизации (переход к демократизации на основе западных образцов, сотрудничество со странами третьего мира в сфере социально-экономического развития, тесное сотрудничество с США и странами Западной Европы во всех сферах). Политическую модернизацию С.Н.Айзенштадт связывает, прежде всего, со следующим: создание политической структуры, состоящую из высокоспециализированных политических учреждений; повышение политических активностей, широкое привлечение политических групп и отдельных индивидов в политическую жизнь; ослабление традиционной политической элиты, ее модернизация [12].

При переходе к новой политической жизни применяется смешанная форма демократии с авторитаризмом. Успешные экономические реформы способствуют укреплению авторитаризма, есть ряд факторов, обуславливающих крепость авторитарного режима: способности политического лидера, его умение найти язык с оппозицией и создание на этой основе политической коалиции, избегая тем самым противостояния и последовательного осуществления собственного политического курса; реализация реформ со всей последовательностью и в соответствии с реалиями; определение времени проведения этих реформ в жизнь в зависимости от соотношения политических сил.

Процесс демократизации общества зависит, как известно, от многих факторов. Здесь, прежде всего, следует указать на рост политической активности масс, расширение избирательных прав членов общества, формирование национального самосознания и проч. На основе указанных факторов идет процесс становления партийной системы, которая сама, в свою очередь, становится мостом между гражданским обществом и государством. Таким образом, развитие общества в переходный период, осуществление демократических принципов, признание верховенства закона, защита гражданских прав и т.д. становятся прерогативой партийной деятельности.

Формирование и развитие гражданского общества в переходный период связано, как известно, с рыночной экономикой, с политической точки зрения же этот процесс связан с созданием правового государства. Правовое государство создает основу для функционирования гражданского общества, его учреждений, принципов и ценностей. Правовое государство, в свою очередь, требует создание нового механизма функционирования системы отношений между личностью и обществом, стиля мышления, экономических, социальных, нравственно-духовных основ общественного развития. Освобождение психологии человека от оков тотального мышления и догм, принятие прав человека как высшей и священной нормы есть показатели правового государства, непосредственно ведущие к гражданскому обществу.

Строительство правового государства в переходный период отличается рядом признаков: 1. право каж-

дого гражданина на свободное участие в политических процессах. 2. Соблюдение определенных правил игры между политическими партиями и группами интересов. 3. Осуществление изменений на всех уровнях власти в процессе выборов. 4. Наличие различных норм и принципов парламентаризма и плюралистической демократии.

В странах с переходным режимом переход от тоталитаризма к демократии осуществляется в следующих направлениях: 1. Обеспечение верховенства права. 2. Обеспечение основ защиты прав граждан. 3. Соблюдения принципа разделения властей. 4. Равенство всех перед законом. 5. Наличие конституционного контроля как основы государства и права.

В переходный период тенденция развития политической системы, связанная с формированием гражданского общества, исходит из двух предпосылок: 1. Ослабление тотального контроля государства за обществом, развитие демократии и политического плюрализма. 2. Формирование многоукладной системы хозяйствования, развитие предпринимательства.

Процесс демократизации создает базу и предпосылки для становления гражданского общества, его учреждений, принципов и ценностей. Развитие же гражданского общества отражает в себе уровень развития демократии.

Изменения, происходящие в социально-экономической структуре общества, оказывают серьезное влияние на систему политических отношений. Социальные группы и слои, возникающие в условиях частной собственности и рыночных отношений, выступают как новые политические субъекты. Функцией политической системы является принятие правильных стратегических решений с учетом интересов и потребностей новых социальных общностей. Стабильность системы обеспечивает баланс между различными социальными группами в процессе их деятельности. Политические системы, обладающие стабильностью в своем развитии, создают при этом необходимые условия для формирования гражданского общества.

В либеральной демократической системе имеются также группы, которые защищают свои интересы в условиях их столкновения с другими интересами, или же, напротив, в условиях сотрудничества. В условиях переходного периода властвующая политическая элита находится в конфликте с остальной частью общества, что приводит к конфликтам внутри политических группировок [2]. Плюрализм в политической сфере проявляется в наличии множества политических партий и политических учреждений, в наличии политических течений и направлений. Социальный плюрализм защищает политический плюрализм и стимулирует его.

В переходный период формирование гражданского общества реализуется в двух направлениях: легализация старых общественных групп и учреждений; самостоятельное развитие структур гражданского общества.

Таким образом, в отличие от тоталитарных и авторитарных систем, в демократическом обществе государство функционирует как учреждение, связанное со становлением гражданского общества. Демократия является сложным, и в то же время эффективным политическим режимом по обеспечению высокого уровня политического развития. С.Хантингтон отмечает, что первая волна демократизации, начавшаяся в 1920 году, завершилась победой в 30 странах. В результате второй волны демократизации в 60-х годах – 36, а в 90-х годах – еще 60 стран перешли к строительству демократического режима. В настоящее время уже в 140 странах мира идут демократические процессы. Отсюда, страны мира можно сейчас условно разделить на следующие три группы: недемократические страны, только вышедшие на путь демократического развития, страны с крепкими демократическими устоями.

Таким образом, процесс перехода к демократическим преобразованиям, который сегодня свойственен многим обществам и сопровождается различными осложнениями, неизбежен и потому требует создания новых политтехнологий с учетом как региональных, так и международных особенностей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Теория политической модернизации // <http://all-politologija.ru> 12
2. Либерализация общественно-политической жизни // <http://www.tivolijardim.com>
3. Алиев Г. Некоторые философские вопросы современных демократических процессов. Баку: 1997 (на азербайджанском языке)
4. Гаджизаде Г. Демократия: длинный путь к восхождению. Баку: 2001 (на азербайджанском языке)
5. Бжезинский З. Великое преобразование: «Демократия в 90-х». Инфрмагентство США. 1997
6. Мехтиев Р. На пути к демократии. Баку: 2008 (на азербайджанском языке)
7. Грачев М.Н. Политическая система общества. М.: 1997
8. Лейнхарт А. Демократии в многосоставных обществах. Сравнительное исследование. М.: 1997
9. Мельвиль А.Ю. Демократические транзиты. М.: 1999
10. Цыганков П.А. Современные политические режимы. Структура, типология, динамика. М.:1995
11. Эндрейн Ч. Сравнительный анализ политических систем. М.: 2000
12. Eisenstaat S.N., Curelaru M. The Form of Sociology, Paradigms and Crises. N.Y.: John Wiley, 1976 // <http://tradio-ru.org/>
13. Демократические транзиты - структурные предпосылки или процедуры? // <http://www.politology.vuzlib.org>

FEATURES OF THE POLITICAL SYSTEM IN A DEMOCRATIC TRANSITION

© 2013

V.M. Orujova, assistant professor of political science and sociology
Baku State University, Baku (Azerbaijan)

Annotation: The article examines the development of the political system in the modern democratic process. Compares the political processes in the developed countries and developing countries in terms of the achievement of democracy and civil society formation. The peculiarities of the development of political parties as a bridge between civil society and the state.

Keywords: transformation of the political process, the state, civil society, rule of law, democratic transition.

УДК 330.34

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ВЛИЯНИЯ ГЛОБАЛЬНОГО ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА НА ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ В РОССИИ

© 2013

И.М. Осколков, ассистент кафедры «Теория и методика дистанционного обучения»

Нижегородский государственный университет им Н.И. Лобачевского, Нижний Новгород (Россия)

Аннотация: В статье приводится критический анализ влияния глобального финансового и экономического кризиса на различные процессы в российской экономике. Рассматриваются аспекты валютной политики в условиях кризиса. Обосновывается необходимость повышения инвестиционной активности в России в условиях кризиса. Предлагаются направления, по которым следует искать решения анализируемой проблемы.

Ключевые слова: глобальный финансово-экономический кризис, инвестиционная активность, валютная политика, валютный курс, конкурентоспособность.

В работе [1, с. 5] сказано, что мировой экономический кризис привёл к резкому замедлению темпов роста мировой экономики по сравнению с предыдущими годами, например, периодом 2001-2007 гг. Не исключением стала и экономика России. Так, в 2009 году её валовой внутренний продукт (ВВП) сократился на 7.9%. Надо заметить, что именно в странах с так называемой переходной экономикой наблюдалось самое большое снижение ВВП (в странах СНГ – на 7%, в странах Центральной и Восточной Европы – на 4%)

[1, с. 5]. Хотя Россия сейчас всё-таки относится к странам с рыночной, а не с переходной экономикой, куда её отнесли в работе [1, с. 5].

Как показано на рисунке 1 [1, с. 8], в 2010 году, практически сразу после острой фазы мирового кризиса, более половины мирового ВВП составляли услуги, при этом, на долю сельскохозяйственной продукции пришлось всего 4%.

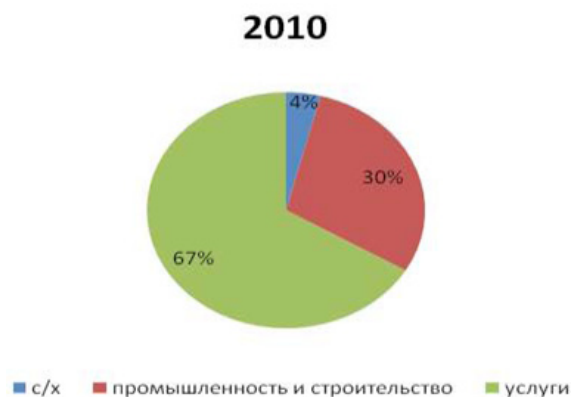


Рис. 1. Структура мирового ВВП по производству, % [1, с. 8].

Такая ситуация, бесспорно, требует активизации реального сектора экономики в рамках всего мирового хозяйства. Что, в свою очередь, ставит вопрос активизации инвестиционной деятельности в условиях глобального мирового устройства.

На рисунке 2 [1, с. 9] показано, что в этом же 2010 году, потребление, в структуре использования мирового ВВП, государством и населением составило 78%. При этом норма накопления осталась на довольно высоком уровне (22%) [1, с. 9].

Надо заметить, что норма накопления в структуре использования мирового ВВП, уже многие годы медленно снижается, но можно сказать, что находится почти на одном уровне (изменения в пределах 2-х процентов). Так, в 1990 году норма накопления составляла 23.7%, в 2000 году – 22.2%, в 2010 году – 22.1%. Вместе с тем, повышается эффективность этого накопления. Тем самым, увеличивается доля накоплений, направляемых в наукоемкие отрасли, в инновационную сферу, а так же в отрасли с низкой капиталоемкостью. Это будет способствовать ускорению модернизации внеоборотных активов промышленности, то есть активизации инвестиционных

процессов, главным образом, в экономически развитых странах [1, с. 9-10].



Рис. 2. Структура мирового ВВП по использованию, % [1, с. 9].

Сильное влияние на структуру мировых инвестиционных процессов оказывает мировая проблема дисбаланса производства и потребления. Так, во многих странах потребление превышает производство. В свою очередь, те страны, в которых производство превышает потребление, например, Германия, Япония, Китай, превратились в основных мировых кредиторов, инвесторов, которые размещают временно свободные финансовые ресурсы по всему миру. Хотя этот дисбаланс должен сокращаться, возможно, медленными темпами [1, с. 11].

Если посмотреть принятые в различных странах антикризисные меры, к которым относятся помощь финансовой системе, крупным компаниям, стимулирование спроса со стороны населения и увеличение государственных расходов, то можно сказать, что все эти меры, в той или иной степени, способствуют активизации инвестиционных процессов [1, с. 13-14].

Существенное влияние на экономический рост во многих странах оказывают колебания валютных курсов, особенно, в период экономических кризисов. Различают даже такое понятие, как «валютная война». Так, до наступления глобального экономического кризиса курс доллара США, как одной из основных мировых резервных валют, по отношению к другим валютам, например, юаню, медленно снижался.

В период кризиса, курсы доллара США и евро по отношению к другим валютам выросли, что естественно, так как инвесторы переводили свои активы в более надёжные валюты. В 2010 году курс доллара по отношению к другим валютам вернулся, примерно, на докризисный уровень. Такие колебания валютных курсов влияют на международную ценовую конкурентоспособность национальных производств.

При этом, различные страны, проводя валютную политику, оказывают влияние на курс национальной валюты, главным образом, осуществляя девизную валютную политику. Но валютные интервенции Центральных банков предполагают использование золотовалютных

резервов страны, которые имеются в ограниченном объёме. Кроме этого, валютные интервенции оказывают влияние на курс национальной валюты лишь в краткосрочном периоде. Всё это свидетельствует об ограниченных возможностях влияния государств на курс своих национальных валют [1, с. 14-15].

Курс российского рубля по отношению к мировым резервным валютам не является исключением в приведённых выше рассуждениях. На рисунке 3 [2] представлена динамика курса доллара США по отношению к российскому рублю, из которой видно, что в предкризисный период курс доллара снижался, а в кризис резко вырос. В период выхода из кризиса курс доллара медленно снижался.

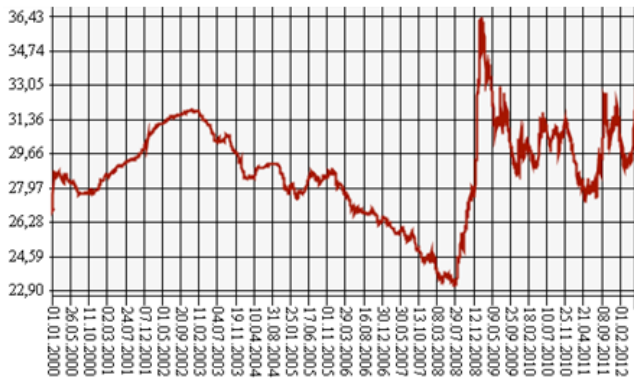


Рис. 3. Динамика курса валюты: 'Доллар США' с 01.2000 по 06.2012 [2].

Похожая ситуация наблюдается и с курсом евро по отношению к российскому рублю, что видно из рисунка 4 [2].

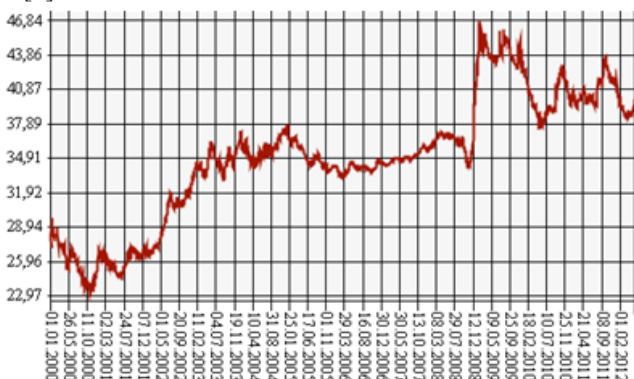


Рис. 4. Динамика курса валюты: 'Евро' с 01.2000 по 06.2012 [2].

Получается, что на международную ценовую конкурентоспособность российских товаров и услуг в период глобального экономического кризиса, кроме всего прочего, существенное влияние оказывает резкое колебание курса рубля по отношению к мировым резервным валютам.

Вообще, девальвация и ревальвация рубля происходят постоянно на валютном рынке, что создаёт необходимость их учёта при определении уровня международной ценовой конкурентоспособности отечественной продукции.

Как сказано в работе [1, с. 15] такое существенное влияние глобального экономического кризиса на экономический рост в России (как указано выше, в 2009 году ВВП России снизился на 7.9%) вызвано, главным образом, дисбалансом экономики России и, в частности, её экспорта в сторону сырьевых отраслей.

Так, в 2009 году доля сырьевых товаров в структуре российского экспорта составила 66.7%. А так, как большая часть реального сектора экономики страны относится к сырьевым отраслям, причём, ориентированным

на экспорт, то понятно, что колебания цен на мировых сырьевых рынках и снижение спроса на сырьё вызвали спад производства и, как следствие, снижение доходной части бюджета страны. Этот спад вызвал ухудшение ситуации во всех остальных отраслях российской экономики [1, с. 15-16].

При этом, потребление в России обеспечивается, в большей степени, за счёт импорта потребительских товаров (продуктов питания, одежды, бытовой техники и так далее). Если стимулировать внутренний спрос в России, то он вызовет рост импорта, как потребительских, так и инвестиционных товаров, и, соответственно, рост цен на эти товары [1, с. 16].

В качестве выхода из сложившейся ситуации в работе [1, с. 16] предлагается целевое стимулирование внутреннего спроса, то есть побудить отечественных покупателей приобретать товары отечественного производства.

Это конечно правильно, но нельзя забывать, что, в условиях цивилизованной рыночной экономики, покупатель выберет лучший товар среди имеющихся на рынке альтернатив, то есть более конкурентоспособную продукцию.

Поэтому отечественные товары должны быть конкурентоспособными по сравнению с зарубежными аналогами, то есть иметь лучшее или сопоставимое качество при более низкой цене.

Значит, отечественные товаропроизводители должны ориентироваться на международную конкурентоспособность своей продукции. В тоже время, не секрет, что основные фонды реального сектора экономики России сильно изношены.

В этих условиях, для целевого стимулирования внутреннего спроса в России необходима модернизация производственной базы, осуществляемая путём реализации различных инвестиционных программ и проектов. При этом, управление инвестиционными проектами должно быть ориентировано на повышение международной конкурентоспособности продукции этих проектов, чтобы уже на самых ранних стадиях создания новых производств закладывались высокие стандарты, планируемой к производству в будущем, отечественной продукции.

Описанная выше ситуация с дисбалансом в структуре российского экспорта и импорта, естественно, служит важной предпосылкой повышения уровня инфляции в стране. Конечно, в зарубежных странах тоже имеют место проблемы с инфляцией.

Так, если сравнить индекс потребительских цен в России с таковым в странах Европейского союза (ЕС), то будет следующая картина.

Как видно из рисунка 5 [3], индекс потребительских цен в России за первые четыре месяца 2012 года был больше, чем в странах ЕС за этот же период.

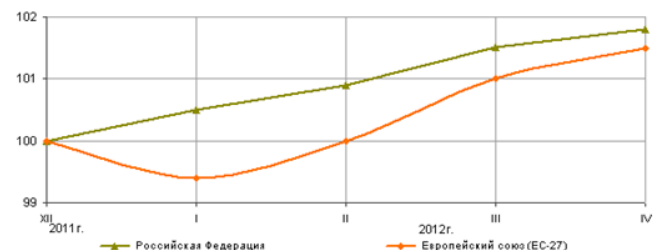


Рис. 5. Индексы потребительских цен в Российской Федерации и Европейском союзе (в % к декабрю 2011 г.) [3].

Если сравнить индекс потребительских цен по продуктам питания, то в России этот показатель за первые четыре месяца 2012 года ниже, чем, например, в Венгрии, Германии, Литве, Польше и Финляндии, как показано на рисунке 6 [3].

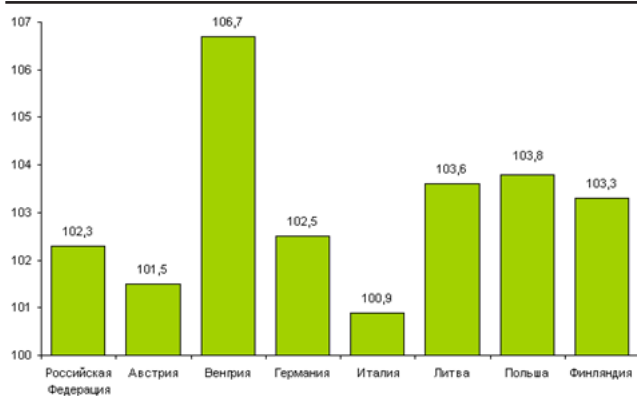


Рис. 6. Индексы потребительских цен на продукты питания в Российской Федерации и отдельных странах Европейского союза в апреле 2012 года (в % к декабрю 2011 г.) [3].

При этом, если сравнивать в целом с ЕС, то по основным группам продуктов питания индекс потребительских цен в России выше, чем в ЕС, что видно из рисунка 7 [3].

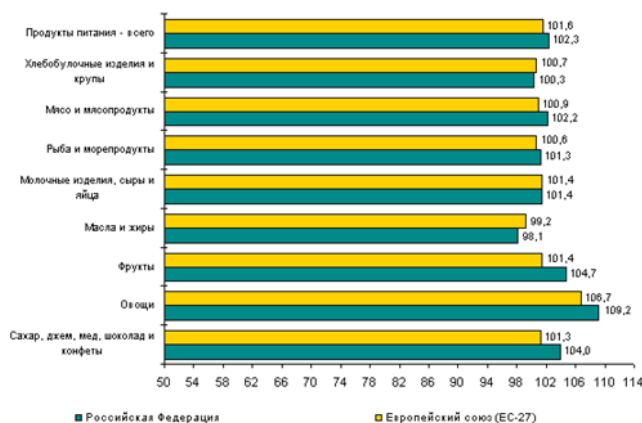


Рис. 7. Индексы потребительских цен на основные группы продуктов питания в Российской Федерации и Европейском союзе в апреле 2012 года (в % к декабрю 2011 г.) [3].

Нужно отметить, что на хлебобулочные изделия и крупы индекс потребительских цен в России за первые четыре месяца 2012 года ниже, чем в таких странах ЕС, как Австрия, Германия, Италия и так далее, что видно из рисунка 8 [3].

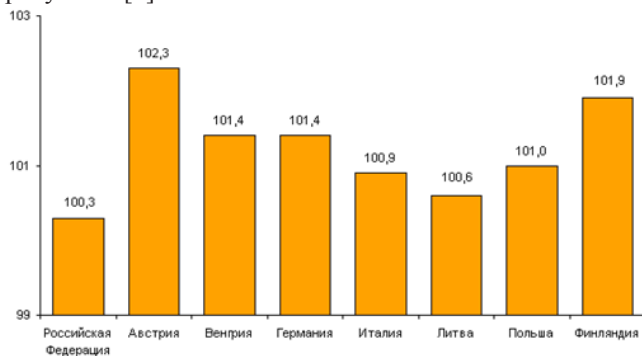


Рис. 8. Индексы потребительских цен на хлебобулочные изделия и крупы в Российской Федерации и отдельных странах Европейского союза в апреле 2012 года (в % к декабрю 2011 г.) [3].

По мнению экспертов, высказанному в докладе [4, с. 7-8], в России достаточно высокий уровень инфляции. Это подтверждает, представленная выше, информация. Поэтому, важнейшим приоритетом государственной политики России в сфере инфляции на период 2012-2014 гг. выступает снижение темпов роста потребительских цен до такого уровня, чтобы этот рост не превышал 5% в год. Ведь известно, что высокие темпы инфляции приводят к ухудшению делового и инвестиционного климата в стране, повышению процентных ставок и нежеланию инвесторов реализовывать долгосрочные инвестиционные проекты в таких условиях [4, с. 7-8].

Тем самым, высокие темпы инфляции, имеющие место в современной России, негативно влияют на динамику реальных инвестиций в стране, что требует модернизации инструментария управления этими инвестициями, адаптированного к сложившимся, трудным для инвесторов, экономическим условиям.

Учитывая вышесказанное, представляется целесообразным обозначить следующие направления, по которым, на наш взгляд, целесообразно разрабатывать решения анализируемой проблемы:

1. Необходима модернизация российской экономики, снижение её сырьевой зависимости, путём реализации большого количества различных инвестиционных проектов и программ, в том числе, инновационных проектов.

2. В современных условиях, в процессе модернизации экономики, необходимо учитывать влияние глобализации мировой экономики, в том числе, глобальной конкуренции, проявляющееся в таких явлениях, как глобальный финансово-экономический кризис, членство страны во Всемирной торговой организации и других.

3. В процессе управления инвестиционными проектами необходимо учитывать международную ценовую конкурентоспособность продукции данных проектов.

Таким образом, экономика России сильно зависит от глобальных процессов в мировой экономике. Как видим из приведённого выше анализа, большое значение имеют проблемы совершенствования управления реальными инвестициями в условиях глобализации мировой экономики, в том числе, глобальной конкуренции.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Мировая экономика: выход из кризиса / Под ред. Г.И. Мачавариани. – М.: ИМЭМО РАН, 2010. – 100 с.
2. Центральный банк Российской Федерации (Банк России) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cbr.ru>, свободный.
3. Федеральная служба государственной статистики. СПРАВКА Об индексах потребительских цен в России и зарубежных странах в апреле 2012 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>, свободный.
4. Россия и мир: 2012. Экономика и внешняя политика. Ежегодный прогноз / Рук. проекта – А.А. Дынкин, В.Г. Барановский. – М.: ИМЭМО РАН, 2011. – 157 с.

SOME ASPECTS OF INFLUENCE WORLD FINANCIAL AND ECONOMIC CRISIS
ON ECONOMIC GROWTH IN RUSSIA

© 2013

I.M. Oskolkov, assistant to chair «Theory and technique of distance training»
Nizhny Novgorod state university to them N.I.Lobachevsky, Nizhny Novgorod (Russia)

Annotation: In article the critical analysis of influence of a world financial and economic crisis on various processes is provided in the Russian economy. Aspects of monetarist policies in the conditions of crisis are considered. Need of increase of investment activity for Russia in the conditions of crisis locates. The directions in which it is necessary to look for solutions of an analyzed problem are offered.

Keywords: world financial and economic crisis, investment activity, monetarist policies, currency rate, competitiveness.

УДК 351.851:352:37.01'013/014(477.42)

СПЕЦИФИКА РЕАЛИЗАЦИИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ЦИКЛА В УСЛОВИЯХ РОСТА
ВЛИЯНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ ФАКТОРОВ НА СИСТЕМУ УПРАВЛЕНИЯ ОБЩИМ
СРЕДНИМ ОБРАЗОВАНИЕМ

© 2013

A.V. Pastovenskii, кандидат педагогических наук, начальник управления образования и науки
Житомирская областная государственная администрация, Житомир (Украина)

Аннотация: В статье проанализированы особенности управленческого цикла в условиях роста влияния общественных факторов на управление образовательными системами. Сделан вывод, что управленческий цикл в условиях развития общественно-государственного управления средним образованием должен осуществляться разветвленно, с учетом и максимальным согласованием интересов всех заинтересованных сторон в решении проблем, возникающих перед образовательными системами.

Ключевые слова: управленческий цикл, общественно-государственное управление общим средним образованием, общественные факторы, разветвленная структура.

Демократические перемены в обществе вызывают поиск новых моделей принятия управленческих решений в системе общего среднего образования, в которых органично сочетаются средства государственного и общественного воздействия.

Исследованию этих процессов посвящены работы М. Барбера, Д. Дьюи, Э. Энтвистла, Э. Гутмана, Д. Конанта, Дж. Ст. Милля, Т. Найта, А. Нейла, Р. Вестбрука, Г. Балыхина, В. Бочкарева, Г. Ельниковой, Л. Калининой, В. Князева, С. Крысюка, А. Моисеева, А. Пинского, К. Ушакова и др.

Проблема принятия управленческого решения широко исследуется представителями философской, социологической, психологической, экономической наук. Специфике решения управленческих задач в сфере образования посвящены работы В. Ерошина, В. Лазарева, М. М. Поташника, Е. Степанова, П. Третьякова, С. Тряпицына, Т. И. Шамовой и др.

Вместе с тем, до сих пор еще недостаточно полно исследована специфика реализации управленческого цикла в условиях роста влияния общественных факторов.

Цель данной статьи – проанализировать особенности управленческого цикла в условиях развития общественно-государственного управления средним образованием.

В современной науке под управленческим циклом понимают логическую последовательность действий, сгруппированных в отдельные фазы, стадии или блоки, направленные на решение управленческой задачи. Е. Миронов разработал обобщенную модель управленческого цикла, которая состоит из следующих этапов: подготовка (уточнение проблемы; постановка целей, сбор информации), решение (принятие решения, планирование); реализация (выполнения плана), оценка (анализ) [1].

Ю. Д. Красовский описывает управленческий цикл руководителя как систему таких последовательных действий: информационная подготовка решения; принятие управленческого решения; запуск решения; организация выполнения, контроль за выполнением, оценка конечных результатов [2].

Аналогичную модель управленческого цикла предложили А. Н. Мардас, О. А. Мардас, согласно которой процесс управления разбит на 5 стадий: анализ ситуации, определение целей [3], наработки и принятия ре-

шений, планирование действий, руководство мероприятиями, контроль за выполнением принятых решений и реализацией планов [4].

М. Маскон, М. Альберт и Ф. Хедоури предлагают управленческий цикл из 4 этапов, которые представляют последовательную реализацию основных функций управления: планирование, организация; мотивация, контроль [5].

Болгарский ученый М. Марков [6] считает, что управленческий цикл состоит из следующих этапов: цель; проблемная ситуация [7]; управленческое решение; исковое состояние.

По мнению Я. Зеленецкого (Польша) [8], управленческий (по автору – организационный) цикл состоит из целеполагания, планирования процесса деятельности [9], изыскания ресурсов и создание необходимой организационно-технической базы, реализации, контроля.

Примеры можно было бы приводить и дальше, однако, при всем разнообразии упомянутых моделей, характерными их особенностями являются линейность, т.е. постепенное и четкое выполнение руководителем (подчеркнем, именно руководителем, менеджером, управленцем и т.д.) действий, направленных на решение управленческой задачи. Члены коллектива в различных моделях на определенных этапах (фазах) в той или иной степени вовлекаются в решение проблемы, но главные решения принимает именно руководитель, исходя из своего понимания проблемной ситуации и того факта, что оптимальное решение существует и его нужно только найти.

Такие управленческие циклы можно считать линейными. В частности, модель Я. Зеленецкого графически можно изобразить следующим образом (рис. 1).



Рис. 1. Схема линейного управленческого цикла

Как показывает анализ, подобные управленческие решения принимаются на основе традиционного (жесткого) системного подхода. Поэтому управленческие циклы в рассмотренных выше моделях имеют четкие аналогии с методиками жесткого системного подхода.

Например, С. Оптнер [10] предлагает методику ре-

шения проблемных ситуаций в системах, которая состоит из следующих этапов: идентификация симптомов, определение актуальности проблемы, определение цели; раскрытие структуры системы и ее дефектных элементов, определение структуры возможностей; нахождение, оценка и выбор альтернатив; нахождение решений и обеспечение их признания коллективом исполнителей и руководством; запуск процесса реализации решений и управления этим процессом; оценка последствий решений. Как видим, методика С. Оптнера (а также аналогичные методики Э. Квэйда, Е. Голубкова и т.д.) много внимания уделяет разработке и анализу альтернатив принятия решений.

В методике Ю. Черняка [11] больше внимания уделяется структуризации целей. Согласно предложенной им методике для решения проблемных ситуаций должны быть осуществлены следующие действия:

- анализ проблемы; определение системы;
- анализ структуры системы формирование общей цели и основного критерия;
- декомпозиция цели;
- выявление потребности в ресурсах, процессах;
- выявление ресурсов и процессов;
- композиция цели;
- прогноз и анализ будущих условий;
- оценка целей и средств;
- отбор варианта;
- диагноз существующей системы;
- построение комплексной программы;
- проектирование организации для достижения целей.

С. Янг [12] особое внимание уделяет процессу реализации принятого решения. Его методика включает в себя следующие действия: определение целей организации; выявление ее проблем, исследование проблем и установление диагноза; поиск решений; оценка всех альтернатив и выбор наилучшей; согласование решений в организации и их утверждение; подготовка к внедрению решения; управление процессом внедрения; проверка эффективности решения.

Однако, несмотря на определенные различия, рассмотренные методики традиционного системного подхода сходны в главном (как и проанализированные управленческие циклы) – исследуемые системы здесь рассматриваются как унитарные, характеризующиеся высокой степенью единства относительно целей, ценностей и установок. В рамках такого подхода усилия направляются преимущественно на оптимизацию функционирования систем по четко регламентированным условиям и этапом ее осуществления, что достаточно детально проанализировано Ю. Бабанским для педагогических систем [13].

Однако для сложных социальных систем, к которым относятся и образовательные, жесткий системный подход и разработанные на его основе управленческие циклы не всегда дают возможность принимать необходимые для эффективного развития этих систем управленческие решения.

Традиционный подход не может быть корректно применен при изучении общественных явлений. Более того, во многих случаях системные ограничения могут существенно исказить реальную ситуацию. Ведь социальные системы в качестве активных элементов включают индивидов и группы, которые имеют собственные цели, взгляды, установки, определяющие выбор решений и действий, индивидуальное и коллективное поведение которых в конце концов определяет существенные аспекты поведения системы в целом.

Американский исследователь У. Черчмен [14] одним из первых обратил внимание на возможную плюралистичность картин мира участников социальных систем. Поэтому, по его убеждению (с чем мы полностью согласны), разработка проекта развития социальной системы требует гарантированного участия в нем представи-

телей всех заинтересованных сторон. Согласование их интересов – сложный процесс, который никогда не заканчивается, но именно такой подход позволяет принять верное решение.

Ученый утверждает, что к успеху проекта ведет тщательное соблюдение следующих принципов: оппонирования (в слабоструктурированных проблемах можно разобраться, если рассматривать их с разных точек зрения), участия (в процессе принятия решений должны участвовать представители всех заинтересованных сторон); интегративности (в процессе обсуждения различные точки зрения должны синтезироваться на более высоком уровне, что приводит к выработке общего плана действий); обучения (в результате участники процесса системного анализа начинают лучше понимать свою организацию и ее проблемы).

П. Чекленд и Р. Акофф [15] подчеркивают, что для успешного функционирования и развития организация, в первую очередь, должна стать демократической, а в процессе принятия решений, особенно в вопросах планирования работы, должны участвовать все заинтересованные лица.

Заметим, что на современном этапе идеи демократического (партиципативного) управления находят на западе все больше сторонников и все шире внедряются в практику.

Разработанная в 70-х годах прошлого века П. Чеклендом методология, которую называют методологией «мягких» систем (ММС), как раз и разрабатывалась для выявления различных точек зрения и постепенного достижения взаимопонимания между индивидами и группами социальной системы. Именно в этом заключается ее принципиальное отличие от традиционного жесткого подхода.

Учитывая приведенное выше, для эффективного управления общим средним образованием как областью социальной системы [16] необходимо обеспечить участие в управлении им всех заинтересованных сторон, в том числе государственных (министерства, управления, инспекции и т.д.), органов местного самоуправления (советы, исполкомы, комиссии и т.д.), образовательных (педсоветы, методические объединения, ассоциации лидеров образования, руководителей школ и т.д.), а также общественности (органы учебного и родительского самоуправления, ассоциации, клубы, объединения работодателей, творческие союзы, научные учреждения, благотворительные фонды, центры образовательных технологий, ресурсные центры, фонды и т.д.).

В то же время, по нашему мнению, непосредственное участие многочисленных общественных структур в управлении учебными заведениями может осложнить управленческий процесс. Поэтому целесообразнее, чтобы предложения педагогов, родителей, учеников, общественных организаций обобщались соответственно педагогическими, родительскими, ученическими, попечительскими советами, а затем представлялись общественным управленческим структурам (советам учебных заведений или общим собраниям, советам образовательных округов), которым на законодательном уровне должны быть делегированы соответствующие управленческие функции на решение важнейших вопросов развития образовательных систем, в частности, выбора учебных программ, утверждения учебных планов, смет, штатных расписаний, стимулирования труда педагогов и т.д.

Причем, в условиях развития общественно-государственного управления средним образованием одной из главных задач должно стать решение вопроса оптимального распределения полномочий между органами местного самоуправления, государственными и общественными структурами.

Схему влияния упомянутых структур на систему управления общим средним образованием можно изобразить следующим образом (рис. 2).

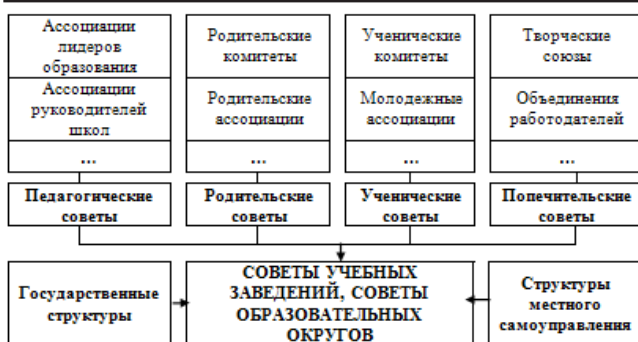


Рис. 2. Схема воздействия на систему управления общим средним образованием заинтересованных в ее развитии структур

Установим определенную иерархию структур, которые могут принимать участие в управлении общим средним образованием.

Будем считать объединения педагогов, родителей, учащихся, общественности, участвующих в процессе совершенствования и развития образовательных систем, управленческими структурами первого уровня, педагогические, ученические, родительские, попечительские советы, которые определенным образом координируют деятельность соответствующих первичных структур в вопросах образования, – управленческими структурами второго уровня, советы учебных заведений, образовательных округов, принимающих важнейшие решения по развитию образовательных систем, – управленческими структурами третьего уровня.

Отметим, что в условиях преобладающего влияния общественных факторов на принятие решений в сфере образования к управленческим структурам второго уровня с определенными ограничениями можно относить государственные структуры и органы местного самоуправления, которые определяют для образовательных систем нормативно-правовые условия их функционирования и развития, но могут не принимать непосредственного участия в управлении конкретными образовательными системами.

Поэтому для того, чтобы любой этап (фаза, стадия, блок) управленческого цикла мог быть успешно реализован в условиях общественно-государственного управления общим средним образованием, согласно мягкому системному подходу, управленческой структуре третьего уровня (совет школы, образовательного округа) необходимо получить соответствующие предложения от управленческих структур второго уровня (которым, соответственно, нужно получить аналогичную информацию от управленческих структур первого уровня), проработать предоставленную информацию, синтезировать ее на более высоком уровне и полученную аналитику снова предоставить соответственно управленческим структурам второго и первого уровней для согласования и предоставления на этой основе новых предложений. После этой фазы должен реализовываться следующий этап (фаза, стадия) управленческого цикла и т.д.

То есть, управленческий цикл в образовательных системах в условиях общественно-государственного управления ими должен иметь разветвленную структуру, что можно изобразить следующим образом (рис. 3), где S^1 – управленческие структуры первого уровня, S^2 – управленческие структуры второго уровня, S^3 – управленческие структуры третьего уровня.

Рассмотрим специфику управленческого цикла в условиях развития общественно-государственного управления средним образованием несколько подробнее.

Для решения возникшей проблемы управленческие структуры первого уровня (методические объединения, органы ученического и родительского самоуправления, объединения работодателей, творческие союзы, благо-

творительные фонды и т.д.) предоставляют информацию с анализом ситуации и варианты путей решения существующей проблемы, исходя из своих корпоративных возможностей, ценностей и установок, в управленческие структуры второго уровня. Педагогические, родительские, ученические, попечительские советы по направлениям обрабатывают полученную информацию, согласовывают интересы различных структур первого уровня и предоставляют соответствующую аналитику управленческим структурам третьего уровня. Советы заведений (образовательных округов) синтезируют полученную информацию о существующей ситуации на более высоком уровне с учетом позиций государственных и самоуправленческих структур, согласовывают возможные разногласия, вырабатывают комплексные задания по решению проблемы и передают интегрированные наработки назад в структуры второго уровня, а последние – структурам первого уровня для окончательного согласования и использования в работе.

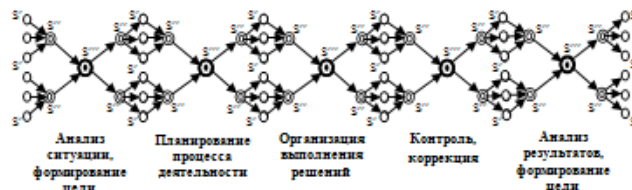


Рис. 3. Схема разветвленного управленческого цикла в условиях развития общественно-государственного управления общим средним образованием

После этого реализуется следующий этап управленческого цикла – планирование процесса деятельности, который вновь осуществляется по разветвленному алгоритму от структур низшего уровня к высшим и наоборот – предоставление предложений, их согласования, синтез и выработка интегрального плана действий.

Аналогичным образом осуществляется выполнение решений, контроль, коррекция, анализ результатов, формирование следующей цели и новых задач – на основе постоянного обмена информацией и согласования позиций управленческих структур разных уровней, их активного участия во всех фазах управленческого цикла.

Стоит заметить, что в управленческом цикле могут быть предусмотрены другие этапы, стадии или фазы, но главный принцип остается неизменным – управленческий процесс осуществляется разветвленно с учетом и максимальным согласованием интересов, установок и ценностной управленческих структур, групп и индивидов, активного участия всех заинтересованных сторон в решении проблем, возникающих перед образовательными системами.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Миронов Е. А. Управленческий цикл как технология сотрудничества [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.coverdale.ru/pdf/article2.pdf>.
2. Красовский Ю. Д. Организационное поведение: Учеб. пособие для вузов. – 2-е изд., перераб. и доп. / Ю. Д. Красовский. – М.: ЮНИТА-ДАНА, 2003. – 511 с.
3. Коростелев А.А. Аналитическая деятельность : целевое содержание на основе ТАРРОС «Landrail» // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. 2012. № 4. С. 388-395.
4. Мардас А. Н., Мардас О. А. Организационный менеджмент / А. Н Мардас, О. А Мардас. – СПб: Питер, 2003. – 336 с.
5. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. Пер. с англ. / М. Х Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М.: Дело, 1995. – 704 с.
6. Марков М. Технология и эффективность социального управления: Пер. с болг. / М. Марков. – М.: Прогресс, 1982. – 267 с.
7. Коростелев А.А. Аналитическая деятельность :

выявление противоречий на основе ТАРРОС «Landrail» // Вектор науки ТГУ. Серия: Педагогика, психология. 2012. № 3. С. 123-127.

8. Зеленецкий Я. Организация трудовых коллективов / Я. Зеленецкий. – М.: Прогресс, 1976. – 280 с.

9. Коростелев А.А. Аналитическая деятельность : плано-организационное содержание на основе ТАРРОС «Landrail» // Вестник Гуманитарного института ТГУ. 2012. № 2. С. 54-59.

10. Оптнер С. Л. Системный анализ для решения деловых и промышленных проблем. – Пер. с англ. / С. Л. Оптнер. – М.: Советское радио, 1969. – 216 с.

11. Черняк Ю. И. Системный анализ в управлении экономикой / Ю. И. Черняк. – М.: Экономика, 1975. – 191 с.

12. Янг С. Системное управление организацией. Пер. с англ. / С. Янг. – М.: «Советское радио», 1972. – 456 с.

13. Бабанский Ю. К. Проблемы повышения эффективности педагогических исследований: (Дидактический аспект) / Ю. К. Бабанский. – М.: Педагогика, 1982. – 192 с.

14. Плотинский Ю. М. Модели социальных процессов: Учебное пособие для высших учебных заведений. Изд. 2-е, перераб. и доп. / Ю. М. Плотинский. – М.: Логос, 2001. – 296 с.

15. Акофф Р. Планирование будущего корпорации. Перев. с англ. / Р. Акофф. – М.: Прогресс, 1985. – 328 с.

16. Коростелев А. А. Стратиграфия уровней управления в социальных и образовательных системах // Вектор науки ТГУ. Серия: Педагогика, психология. 2010. № 3. С. 75-78.

THE PECULIARITIES OF REALIZATION OF CONTROL CYCLE IN THE CONDITIONS OF INCREASING THE INFLUENCE OF PUBLIC FACTORS ON THE SYSTEM OF SECONDARY EDUCATION MANAGEMENT

© 2013

A.V. Pastovensky, candidate of pedagogical sciences, Head of Education and Science Department, Zhytomyr Regional State Administration, Zhytomyr (Ukraine)

Annotation: The peculiarities of control cycle in the conditions of increasing the influence of public factors on secondary education management are analyzed in the article. The conclusion is made, that a control cycle in the conditions of the development of public and state secondary education management must have ramified structure, being oriented at maximal concordance of the interests of all parties in resolving the problems arising in educational systems.

Keywords: control cycle, public and state secondary education management, public factors, ramified structure.

УДК 336.71

НАПРАВЛЕНИЯ РЕГУЛИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ УЧАСТНИКОВ ФОНДОВОГО РЫНКА

© 2013

A.B. Ramazanov, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Государственные и муниципальные финансы» Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань (Россия)

Аннотация: В статье показана необходимость регулирования инвестиционной деятельности банков, выявлены текущие проблемы в регулировании. Рассмотрены вопросы создания мегарегулятора, предложена система регулирования финансовой инфраструктуры России. В связи с низкой инвестиционной активностью участников отечественного фондового рынка даны рекомендации по улучшению регулирования инвестиционных операций.

Ключевые слова: регулирование; инвестиционная деятельность; коммерческие банки; рынок ценных бумаг; финансовые инструменты; мегарегулятор.

Ускоренное экономическое развитие отечественной экономики во многом зависит от инвестиционной активности ее субъектов, регулирование которой может привести как к ограничению, так и к расширению данной активности. Последние годы характеризуются расширением деятельности коммерческих банков на рынке ценных бумаг [1], и неоправданные меры государственного регулирования могут снизить положительный эффект от данных операций.

В связи с усложнившейся структурой финансовой системы, кризисными явлениями в экономике страны, смешиванием надзорных полномочий со стороны различных федеральных органов Министерство финансов РФ вынашивает идею о создании мегарегулятора - структуры, которая надзирала бы сразу за всеми участниками финансового сектора. При этом обозначается возможная дата появления мегарегулятора - конец 2013 или начало 2014 года.

Возможны несколько вариантов, предполагают эксперты. Первый - передать Центробанку все полномочия Федеральной службы по финансовым рынкам, которая занимается фондовым и страховым рынками. Второй - возложить функции по контролю за банками на ФСФР. Третий - создание совершенно нового ведомства [2].

Мы считаем, что Правительство РФ одобрит первый вариант, при этом, на наш взгляд, идея создания единого мегарегулятора мало изменит ситуацию на финансовом рынке России. В частности, поэтапное текущее упразднение текущих органов регулирования финансового

рынка (например, ранее - ФССН (федеральная служба страхового надзора), а далее - ФСФР) впоследствии выльется в создание аналогичных по функционалу структурных подразделений в рамках мегарегулятора.

Очевидно, что принимаемые Правительством РФ шаги больше направлены не на развитие финансовой системы страны посредством кардинальных структурных перемен, а на изменение «внешней оболочки» с целью увеличения инвестиционной привлекательности России перед иностранными инвесторами.

Нами видится следующая структура государственного регулирования финансовой системы России (рисунок 1).

На основании представленных на рисунке 1 сведений охарактеризуем наше видение регулирования отечественной финансовой системы:

- при Президенте РФ создается постоянно действующий орган (Совет) по развитию финансового рынка, координирующий деятельность законодательных и исполнительных органов власти, а также саморегулируемых организаций;

- ФСФР должно быть отнесено к ведению Минфина РФ, поскольку данное министерство, по своей сути, являясь регулятором финансовой системы и осуществляя надзор и регулирование деятельности инвестиционных банков, производит координацию и содействие домохозяйствам и хозяйствующим субъектам (отличным от банков) при активности на финансовом рынке;

- за Банком России сохраняется функция контроля

над деятельностью коммерческих банков и небанковских кредитных организаций (включенных на схеме в прочие хозяйствующие субъекты);

- органы регулирования коммерческих и инвестиционных банков различны. К инвестиционным банкам нами отнесены коммерческие банки, которые свыше половины доходов получают от операций на фондовом рынке;

- саморегулируемые организации продолжают свое функционирование, участвуя в обсуждении законопроектов, предлагая свои рекомендации исполнительным и законодательным органам власти в части регулирования сферы финансового рынка, помимо этого они принимают меры по повышению финансовой грамотности населения и прочих хозяйствующих субъектов.

Предлагаемая нами схема (рис. 1) позволяет сохранить основную текущую структуру регулирования финансового рынка России. Перевод ФСФР в подчинение Минфина РФ и создание Совета по развитию финансового рынка при Президенте РФ не требуют кардинальных организационно-правовых перемен и позволяют сохранить стабильность финансовой системы России и усилить координацию ветвей власти по развитию отечественного финансового рынка.



Рис. 1. Концептуальная схема регулирования финансовой системы РФ

Развитие отечественной финансовой системы затрудняется разнообразными негативными факторами, такими как кризисные явления в экономике, преобладание сделок спекулятивной направленности, отсутствие должного регулирования со стороны государства.

П.Ф. Колесов приводит следующие основные недостатки существующей модели регулирования инвестиционной деятельности в России [3]:

1. Недостаточный приток прямых иностранных инвестиций.
2. Слабое стимулирование привлечения частных инвестиций.
3. Недостаточный объем государственного инвестирования реального сектора экономики.
4. Инвестирование государством и иностранными инвесторами в основном сырьевых отраслей экономики (газ, нефть, электроэнергия, лес).
5. Низкая эффективность инвестиций из-за высокой инфляции и транзакционных издержек, связанных в первую очередь с высокими ценами монополистов.
6. Большая доля государственных ценных бумаг в активах государственных банков.

Фактически представленные П.Ф. Колесовым недостатки отображают проявления и последствия неразвитости финансовой системы России, связанные с обслуживанием интересов государственных компаний и основанные на сырьевой зависимости государственного бюджета.

С целью избежания вышеизложенных недостатков государственное регулирование инвестиционной активности участников финансовой системы должно ориентироваться не только на надзорно-контрольные меро-

приятия, но и на поощрение развития соответствующей инфраструктуры, инструментария, составляющих основы эффективного механизма перераспределения инвестиционных ресурсов.

Согласно Стратегии развития финансового рынка России до 2020 года рынок ценных бумаг является приоритетным сегментом государственного воздействия.

На текущий момент в России инфраструктуру рынка ценных бумаг фактически составляют две основные биржи: Московская биржа (ММВБ-РТС) [4] и Московская фондовая биржа [5].

Деятельность физических лиц на фондовом рынке связана с их обслуживанием брокерами либо доверительным управлением их активами. Юридические лица, как правило, прибегают преимущественно к трастовым услугам инвестиционных компаний.

Существующие интернет-системы торговли, предоставляемые брокерскими компаниями, позволяют клиенту компании в домашних условиях совершить необходимые сделки с ценными бумагами. Данные программные комплексы торговли призваны обеспечить проведение технического анализа, основная цель которого состоит в помощи выбора оптимального времени для открытия или закрытия позиции. К сожалению, этот аспект не способствует ориентации клиентов брокерских компаний на инвестиционные операции, а понуждает к совершению спекулятивных сделок с надеждой извлечения краткосрочной прибыли.

На наш взгляд, регулирование деятельности участников фондового рынка должно быть нацелено на стимулирование совершения инвестиционных сделок. Для данных сделок должны быть предусмотрены налоговые льготы вплоть до полной отмены налогов, например, для операций на сумму не более 300 000 рублей. К критериям инвестиционных сделок следует отнести:

- 1) минимальная продолжительность операции (с момента приобретения актива до его продажи необходимо истечение минимального срока в один месяц, при этом следует предусмотреть форс-мажорные обстоятельства);
- 2) реальность сделки, т.е. сделка должна сопровождаться поставкой реального актива.

С целью активизации и поощрения инвестиционной активности участников рынка программный комплекс торговли финансовыми инструментами для сделок длительностью свыше одного месяца должен предусматривать формирование портфеля ценных бумаг с возможностью автоматического подбора состава и количества инструментов по заданным участниками торгов критериям, таким как:

- срок создания портфеля (минимум один месяц);
- сумма денежных средств, направляемых на создание портфеля;
- ожидаемая минимальная доходность портфеля.

Повышать инвестиционную активность участников финансового рынка необходимо также с помощью института государственно-частного партнерства. Необходимо предложить соответствующий механизм данного взаимодействия, базисом которого выступит инвестиционный механизм Российского Фонда Прямых Инвестиций (РФПИ) [6].

РФПИ вместе с соинвесторами вкладывает средства в акционерный капитал компаний из быстрорастущих секторов экономики. При этом Фонд планирует выход из инвестиций в горизонте пяти-семи лет.

Целевой объем каждой инвестиции со стороны РФПИ составляет от 50 до 500 миллионов долларов и подразумевает средний размер акционерного финансирования проекта от 100 миллионов до 1 миллиарда долларов с учетом соинвестиций. Размер доли РФПИ в проекте не должен превышать 50%, на размер доли соинвестора ограничений не существует. При реализации всех проектов РФПИ и соинвестор заключают соглашение о совместном инвестировании, определяющее принципы управления проектом. Основная цель РФПИ в совмест-

ных с соинвесторами проектах – обеспечение высокой доходности на вложенные средства.

Как известно, основными участниками фондового рынка России являются коммерческие банки, располагающие необходимым кадровым обеспечением и финансовыми ресурсами. При этом, являясь финансовыми посредниками, они взаимодействуют с рядовыми физическими и юридическими лицами, как правило, неактивными участниками рынка ценных бумаг.

Схематично механизм государственно-частного партнерства, направленный на активизацию инвестиционной деятельности субъектов экономики, представим следующим образом (рисунок 2).

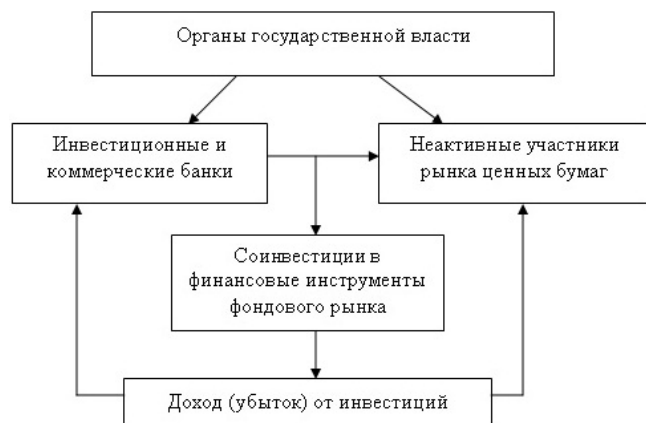


Рис.2. Механизм государственно-частного партнерства, направленный на активизацию инвестиционной деятельности субъектов экономики

Центральный банк РФ Указанием от 28 февраля 2012 г. №2789-У «Об упорядочении отдельных актов Банка России» фактически отменил регулирование общих фондов банковского управления (ОФБУ), запретив банкам с 2013 года создавать новые ОФБУ. И хотя в письме ЦБ говорится, что прекращение действия 63-й инструкции не влияет на действительность уже заключенных договоров доверительного управления, фактически это

означает, что действующие ОФБУ должны доработать до окончания действия договоров и закрыться. Как известно, инвестиционная декларация банковских фондов довольно широка – средства ОФБУ можно вкладывать и в иностранную валюту, и в драгметаллы, и в производные ценные бумаги. Реализация представленного на рисунке 2 механизма фактически представляет собой аналог ОФБУ, в рамках которого банки, действуя на базе лицензий профессионального участника рынка ценных бумаг, при необходимой поддержке регулятора могут осуществлять совместные с юридическими и физическими лицами инвестиции в разнообразные активы фондового рынка, при этом инвесторы принимают на себя солидарные риски от вложений.

Изложенные выше рекомендации по регулированию инвестиционной деятельности банков при их комплексном внедрении позволят повысить инвестиционную привлекательность и качество отечественного фондового рынка.

Дальнейшие изыскания по регулированию инвестиционной деятельности банков необходимо связать с регулированием создания оптимальных по риску и доходности инвестиционных финансовых инструментов, а также расширением инфраструктуры фондового рынка.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Официальный интернет-сайт Банка России. URL: <http://cbr.ru/>
2. Официальный интернет-сайт Российской газеты. URL: <http://www.rg.ru/2012/09/14/megaregulator-site.html>
3. Колесов П.Ф. Влияние государственного регулирования инвестиционной деятельности на уровень конкурентоспособности российских банков. // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – Июнь, 2012 [Электронный ресурс]. URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2012/06/1036>
4. Официальный интернет-сайт Московской биржи. URL: <http://rts.micex.ru/>
5. Официальный интернет-сайт Московской фондовой биржи. URL: <http://www.mse.ru/>
6. Официальный интернет-сайт Российского Фонда Прямых Инвестиций. URL: <http://rdif.ru>

DIRECTIONS OF REGULATION OF THE INVESTMENT ACTIVITY OF STOCK MARKET PARTICIPANTS

© 2013

A.V. Ramazanov, candidate of economical sciences, assistant professor of the chair «State and municipal finance» Kazan (Volga) Federal University, Kazan (Russia)

Annotation: The article shows the necessity of regulation of the investment activity of banks, identified current problems in regulation. The questions of development of mega-regulator, the proposed system of regulation of the financial infrastructure of Russia. In connection with the low investment activity of the participants of the domestic stock market are given recommendation on the improvement of the regulation of investment operations.

Keywords: regulation; investment activity; commercial banks; the securities market; financial instruments; the megaregulator.

УДК 658.62

КЛАССИФИКАЦИЯ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ ПО СЕГМЕНТАМ РОССИЙСКОГО РОЗНИЧНОГО РЫНКА

© 2013

О.Н. Романенкова, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Маркетинг и логистика» Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва (Россия)

Аннотация: Анализируются показатели розничной торговли российского ретейла в различных сегментах. Рассматриваются существующие виды барьеров, с помощью которых предпочитают ограничивать конкуренцию розничные сети, а также детально проанализированы выделенные автором четыре основных сегмента согласно направлениям бизнес-деятельности.

Ключевые слова: оборот розничной торговли, управление сетевым ретейлом, классификация торговых сетей, лидеры сегмента.

В последние годы оборот розничной торговли в России демонстрирует устойчивый рост. В 2007—2008 гг. ежегодно показатели увеличивались больше чем на четверть. В 2009 г. произошло лишь незначительное за-

медление темпов роста до 4,9%. По итогам 2010 г. оборот розничной торговли составил 16 435,8 млрд. руб., что на 12,6% больше показателя предыдущего года. В феврале 2011 г. он достиг 1 346,2 млрд. руб., что в то-

варной массе составляет 103,3% к соответствующему периоду предыдущего года.[1]

Розничная торговля — социальный процесс, направленный на удовлетворение потребностей людей путем свободного обмена товарами и услугами, представляющими ценность для покупателя.

Розничные сети (ритейлер) создаются в интересах как продавцов, так и, прежде всего, производителей, стремящихся занять свою долю рынка сбыта и обеспечить себе гарантированный сбыт производимой продукции. Основным критерием эффективности является объем продукции, продаваемый через конкретную розничную сеть. Важную роль играют еще два дополнительных критерия: доля рынка и узнаваемость торговых брендов. Именно они обеспечивают объемы продаж и самым непосредственным образом влияют на них.

Если выполнение последнего достигается массовой рекламной кампанией, то на первые два существенно влияет количество магазинов в сети и их возможности по продаже товара. Но, поскольку рынок имеет определенный уровень спроса, то не всегда увеличение количества магазинов ведет к росту объема продаж всей сети. Часто ритейлер открывает новые точки и форматы для занятия географических позиций, дабы не дать конкурентам проникнуть в свободные ниши.[2]

При создании розничной сети следует правильно сочетать различные формы торговли, отводя каждой свое место в зависимости от ее специфики. Весь товар, в конечном счете, продается через розницу (или интернет-магазины с доставкой клиенту), именно она является основой торговли. Розничную сеть следует рассматривать как единый канал товародвижения со всеми его атрибутами — определенным типом товара, его рекламным обеспечением и участниками канала, продвигающими товар на рынок конечного потребителя.

Торговые сети с небольшим ресурсным запасом вынуждены экономить его. Поэтому они предпочитают ограничивать конкуренцию с помощью:

- системы рекомендованных цен;
- географического деления;
- ограничения прав продажи в узком кругу посредников;
- грамотной организации рекламной кампании.

Управление торговыми розничными сетями — целостная система управленческих решений по рыночному участию компании через обособленную сеть независимых торговцев под знаком единого бренда с единой маркетинговой стратегией.

Управление сетевым маркетингом из единого центра позволяет увеличивать выручку в результате снижения совокупных затрат на маркетинговые коммуникации, осуществлять оптимизацию маршрутов движения и экономное использование мобильного транспорта, организовывать кампании PR в целях успешного позиционирования и укрепления репутации. Единые стандарты цен и качественного обслуживания создают круг постоянных покупателей и привлекают новых. В результате сеть растет и развивается.

Маркетинг корпоративных сетей торговли — комплексная система элементов, направленная на увеличение объема сбыта и корпоративного влияния в целевом сегменте для формирования института лояльных клиентов [3].

Главное в системе управления сетевым маркетингом — непротиворечивость целей основных партнеров по бизнесу, понимание взаимных интересов и стремление к усилению конкурентных позиций.

Цель сетевого торгового маркетинга — максимальное удовлетворение запросов клиентов и достижение прочных позиций на рынках сбыта в результате слаженной работы корпоративной сети магазинов.

Концепция сетевого торгового маркетинга направлена на привлечение покупателей с различными доходами за счет гибкой ценовой политики, удобства территори-

ального расположения, эффективных коммуникаций, корпоративных стандартов обслуживания.

Потребители в нашей стране не слишком различают форматы магазинов, чему способствовали сами ритейлеры — в погоне за разнородным клиентом позиционирование размывается, в рамках одной сети и одного бренда появляется множество различных магазинов.

В России первые магазины сетевой торговли появились в 1993 г. В первую очередь они охватили продуктовый рынок в рамках всем известных сетей компаний «Копейка», «Перекресток», «Рамстор», «Седьмой континент». Признанные лидеры сетевой торговли в РФ — это магазины «Эльдорадо», салоны связи «Евросеть», гипермаркеты «МЕТРО», «Ашан», супермаркеты «АТАК», «М.Видео», «Лента», дискаунтеры «Магнит», «Пятерочка», мультиформатные компании «Перекресток», «Седьмой Континент», «Копейка».

Корпоративная торговая сеть — целостная система оценочных показателей (выручки и затрат) работы организации розничной торговли, направленной на оказание услуг населению с целью максимального удовлетворения запросов клиентов и достижения прочных позиций на рынках сбыта.

Сетевые показатели корпоративных торговых предприятий — показатели, характеризующие объединение по количеству магазинов, формату, ассортименту, ценообразованию, коммуникационному обеспечению и т.д.

Ниже представлена классификация торговых сетей по сегментам российского розничного рынка, которая будет особенно полезна для оптовых продавцов-посредников. Согласно направлениям бизнес-деятельности выделяются четыре основных сегмента.

1. Retail R (российские продуктовые розничные сети). Объемы в сегменте: российский рынок розничной торговли продовольственными товарами оценивается приблизительно (2006 г.) в 100 млрд. долл. Розничный оборот г. Москвы составил около 20 млрд. долл. В среднем столичные ритейлеры увеличили свой оборот в 2004 г. на 58,1%, тогда как у региональных этот показатель в пять–семь раз меньше. В настоящее время на современные форматы розничной торговли приходится 29% рынка (для сравнения: в странах Западной Европы этот процент в 2—2,5 раза выше). По мнению экспертов, через два-три года современные форматы способны занять до 50% московского рынка.

Лидеры в сегменте: «Пятерочка» (1105 млн. долл., 460 магазинов), «Магнит» (997 млн. долл., 1019 магазинов), «Перекресток» (766 млн. долл., 97 магазинов), «Седьмой Континент» (495,8 млн. долл., 85 магазинов), «Лента» (451 млн. долл., 49 магазинов), «Копейка» (420 млн. долл., 72 магазина), «Виктория» (385 млн. долл., 100 магазинов), «Патэрсон» (250 млн. долл., 45 магазинов). Первые пять компаний занимают примерно 5 % общего рынка розничной торговли и около 12% рынка «цивилизованной розничной торговли».

Особенности сегмента: российские продуктовые розничные сети активно развиваются, и в ближайшее время будут контролировать до 40—50% общего рынка розничной торговли. Однако с точки зрения логистики эти компании ориентированы на создание собственных распределительных центров или перекаладывание логистических расходов на своих поставщиков.

2. Розничные торговые центры. Объемы в сегменте: емкость российского рынка DIY оценивается приблизительно в 5–6 млрд. долл., из которых на рынок г. Москвы приходится около 2–2,5 млрд. долл. Емкость петербургского рынка товаров для дома — около 500 млн. долл., объем рынка растет на 30–40% в год, однако эксперты говорят о приближающейся стагнации. Рост сетевых структур будет происходить за счет перехода покупателей со строительных рынков. До 70% рынка приходится на строительные рынки («Каширский двор» — 18%, «Синдика-О» — 9%, «Ярмарка 41 км» — 6%, «Трактор-Терминал» — 3%). В перспективе, строительные рынки

будут перемещаться в крытые помещения.

Лидеры в сегменте: «Старик Хоттабыч» (150 млн. долл.), Leroy Merlin (2 магазина, 6,57 млрд. евро), OBI (75 млн. долл.), Marktkauf (35 млн. долл.), «Твой Дом», «ТвойДоДыр». Доля рынка, занимаемая лидерами — первые четыре компании занимают примерно 15% рынка, оставшаяся часть приходится на строительные рынки и мелкие магазины.

Особенности сегмента — доля ведущих компаний в обозримом будущем станет возрастать за счет вытеснения более мелких игроков и строительных рынков. В перспективе выход на рынок западных сетей: Kingfisher (владеет более 550 магазинами в странах Европы и Азии под брендами B&Q, Castorama, Brico Deport и Screwfix Direct; оборот в 2004 г. составил около 16 млрд. долл.), Kesko (купили сеть «Строймастер» в Санкт-Петербурге, сеть магазинов DIY под марками K-Rauta и Rautia в Финляндии, Швеции, Эстонии, Латвии и Литве насчитывает 234 магазина; их оборот в 2004 г. составил около 1,1 млрд. евро).

3. Retail Z (западные продуктовые розничные сети). Объемы в сегменте: X5 Retail Group N.V. (оборот в 2006 г. 3,551 млрд. долл.), AUCHAN (620 млн. долл.), METRO (1500 млн. долл.), REAL (оборот 8,2 млрд евро), Wall-Mart (оборот 250 млрд. долл.).

Лидеры в сегменте — X5 Retail Group N.V., METRO, AUCHAN. Доля рынка, занимаемая лидерами: три компании занимают примерно 3% общего рынка розничной торговли.

Особенности сегмента: западные продуктовые сети активно развиваются в России. В отличие от российских продуктовых розничных сетей, часть западных компаний активно пользуется услугами логистических операторов (AUCHAN — FM Logistic). В перспективе активный захват российского рынка западными сетями Carrefour (оборот 90 млрд. долл.), Aldi (оборот 35 млрд. долл.), Lidl (оборот 22 млрд. долл.), Rewe (оборот 50 млрд. долл.), Intermarche (оборот 40 млрд. долл.).

4. Consumer electronics (Hi-Tech products), Telecom (производители, торговые сети и дистрибуторы высокотехнологичной продукции и бытовой электроники). Объемы в сегменте (домашняя техника и компьютеры): объем розничного рынка домашней техники с учетом компьютеров в 2006 г. оценивается в 11–13 млрд. долл. Объемы в сегменте (сотовые телефоны): объем рынка розничных продаж сотовых телефонов в 2005 г. составил 36 млн. шт., или 5,5 млрд. долл. В конце 2004 г. доля десяти крупнейших розничных сетей достигала 40%, в конце 2005 г. первая десятка контролировала уже 65% рынка. Доли основных ретейлеров на сотовом рынке в 2006 г. распределялись следующим образом: сохраняет лидерство «Евросеть» (около 20%), за ней следует ее главный конкурент «Связной» (около 13%), далее Dixis, «Беталинк», Divizion, «Телефорум», «Сверен» и «Цифроград» (около 7%). В России по франчайзинговой схеме работают 15–20% магазинов по продаже сотовых телефонов. На региональные рынки приходится до 75% от всего объема продаж мобильных телефонов. Рынок ждет консолидация и укрупнение лидеров. Доли по производителям: Samsung — 25,28% рынка, Motorola — 21,26%, Nokia — 19,69%, Sony Ericsson — 11,5%, Siemens — 9,29%, LG — 6,17%, Philips — 1,77%, Pantech — 1,47%, Alcatel — 0,87%, Panasonic — 0,82%. Объем серого рынка равнялся 8,7%.

Лидеры в сегменте: «Эльдорадо» (2,471 млрд. долл.), «М.Видео» (962 млн. долл.), «Техносила» (450 млн. долл.), «Мир» (330 млн. долл.), «Евросеть» (970 млн. долл., 1650 салонов), «Связной» (663,3 млн. долл.), Dixis (313,6 млн. долл., 212 салонов), «Эльдорадо», «М-Видео», Electrolux, Voxtel, 3 Com, Philipsound, «ТехноСила», «МИР», Евросеть», «Связной», «Бета Линк», Dixis, «Media Markt/Saturn», Robert Bosch, Philips, Samsung, Sony, LG, Electrolux, Merloni, Panasonic, Nokia, Motorola, «Шнайдер», «Электрик», «Kodak».

Доля рынка, занимаемая лидерами: первые четыре компании занимают около 35 % рынка.

Особенности сегмента — доля ведущих компаний в обозримом будущем будет возрастать за счет вытеснения более мелких игроков и неорганизованной торговли. Сегмент можно считать полностью охваченным.

Для решения задачи завоевания преимущественной доли рынка в условиях жесткого противодействия конкурентов рекомендуется использовать категориальную методику установления цены. Данное ценообразование формируется по разбивке товаров на четыре категории:

1) категория А — товары по сверхнизким ценам; в нее входят наиболее часто покупаемые товары (traffic builder) и часть брендов-лидеров, которые относятся к KVI (от английского *Known Value Item* — товары известной стоимости.); по этим товарам предполагается поддерживать цены ниже, чем существующая минимальная цена у конкурентов;

2) категория В — ежедневно низкие цены EDLP (ценовая стратегия «низкие цены каждый день» - от английского *Every Day Low Prices*); к ней отнесены товары, обладающие значительной «эластичностью» спроса, а также марки лидеры, по которым минимальный порог цены «на полках» зафиксирован в договорах; по этим товарам предполагается поддерживать цены не выше, чем «в среднем» у конкурентов; механизм расчета цены на товар таков: определяется среднее арифметическое двух минимальных цен на этот товар среди «прямых» конкурентов;

3) категория С — с допущением метода ценового диапазона (EDLP); в нее попадает весь остальной товар, не вошедший в вышеописанные группы, за исключением собственных торговых марок; механизм расчета цены будет основываться на среднем арифметическом цен всех прямых конкурентов, а конечная цена на такой товар не должна быть выше, чем на 5% от расчетной;

4) категория D — в эту категорию попадают private label и non-food; цены на товары private label фиксируются на определенный период, ориентированы на эластичность спроса на данные товары и определяются на основе следующих принципов: цена на полке на 5–10% ниже цены брендов, а торговая наценка на 10–15% выше торговой наценки на бренды.

На самом деле розничная атмосфера в России — одна из самых динамично развивающихся и привлекательных в мире. Минпромторг России утвердил стратегию развития торговли в РФ на 2011–2015 гг. и период до 2020 г., которая направлена на создание современного высококонкурентного рынка в данной сфере. С приказом об утверждении стратегии можно ознакомиться на сайте министерства. Цель стратегии — максимально полное удовлетворение потребностей населения в услугах торговли путем создания эффективной товаропроводящей инфраструктуры, соответствующей требованиям инновационного сценария развития экономики РФ.

Стратегия развития торговли РФ предполагает увеличение доли современных форматов в розничном обороте страны до 60–80% к 2020 г. против 35% в 2008 г., а доли пяти крупнейших игроков — до 35–50%. Предполагается также, что обеспеченность площадями современного формата из расчета на тысячу человек должна вырасти с 73 м² в 2008 г. до 120–150 м² в 2015 г., и до 200–300 м² в 2020 г. В стратегии показаны среднегодовые темпы роста оборота оптовой торговли в РФ: с 2000 г. они составляли 8,5% в год, в то время как розничной — только 9,7%. Объемы оборота в 2010 г. достигли показателя в 31,5 трлн. руб. для оптовой торговли и 16,4 трлн. руб. — для розничной. Ожидается, что реализация стратегии позволит увеличить к 2015 г. оборот оптовой и розничной торговли до 80,1 - 84,2 трлн. руб. При этом доля сетевой торговли в обороте розничной торговли достигнет к 2015 г. 35-45% и 55-65% к 2020 г. против 20% в 2008 г.

Реализация стратегии осуществляется в три этапа. На

первом этапе развивалась институциональная база. Все мероприятия, которые осуществлялись на первом этапе, не потребовали дополнительного государственного финансирования и были направлены на совершенствование институциональной базы для эффективного развития отрасли.

Ожидается, что второй этап (2012—2013 гг.) будет характеризоваться активным ростом отрасли, обусловленным общим восстановлением экономики, снижением административных барьеров, реализацией региональных программ развития торговли.

В начале третьего этапа (2014—2019 гг.) будет проведен анализ тенденций развития внешней среды и эффективности реализации стратегии. Как отмечается, результаты проведенного анализа станут основанием для внесения в документ необходимых корректировок.

По данным Росстата, оборот розничной торговли в России в январе—мае 2011 г. составил 7 трлн. 182,4 млрд. руб., что на 5,2% больше по сравнению с аналогичным периодом 2010 г. В мае 2011 г. оборот розничной торговли равнялся 1 трлн. 525,4 млрд. руб., что больше на 5,5% по сравнению с маем 2010 г. и на 2,4% по сравнению с апрелем 2011 г. В структуре оборота розничной торговли в мае текущего года 51,7% составляли непродовольственные, 48,3% — продовольственные товары. Удельный вес торговых организаций и частных

предпринимателей, работающих в стационарной торговой сети, в общем объеме оборота розничной торговли в мае 2011 г. составлял 88,8%, а доля рынков и ярмарок — 11,2%.

Одно из основных различий между отечественными и западными сетевыми структурами состоит в том, что последние, обладая огромными финансовыми ресурсами, могут вести агрессивную маркетинговую политику. Открытие магазинов в других странах является главным направлением развития западных торговых сетей, причем проникновение на рынок осуществляется как путем покупки существующих магазинов, так и посредством строительства своих собственных. В связи с этим ведущие московские объединенные торговые сети активно продолжают региональную экспансию.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. РБК Исследования — URL: <http://marketing.rbc.ru>
2. Кареев А. В. Больше товаров хороших и разных // Российское предпринимательство. 2007. №8 (2). С. 77.
3. Романенкова О.Н., Сияева И.М. Маркетинг инноваций в сфере торговли: теория, методология, практика: Монография. - М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2012. - 189 с.
4. <http://www.mooyo-delo.ru/> - Всероссийское торговое издание «Мое дело. Магазин».

CLASSIFICATION RETAILERS SEGMENT RUSSIAN RETAIL MARKET

© 2013

O.N. Romanenkova, candidate of economical sciences, assistant professor of the chair «Marketing and Logistics»
Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow (Russia)

Annotation: Analyzes the performance of the Russian retail retailers in various segments. Examines existing types of barriers in which prefer to restrict competition retailers, analyzed in detail by the author selected four main segments according to the direction of business.

Keywords: retail trade, retail management, classification of retail, segment leader.

УДК 338.465

КОМПЕТЕНТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ АЛТАЙСКОГО КРАЯ

© 2013

Ю.Ю. Савченко, кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента
*Рубцовский институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный университет»,
Рубцовск (Россия)*

Аннотация: Особое значение в условиях экономики нового типа приобретает создание вузом личностно-профессиональных, командных и корпоративных компетенций, отражающих состояние потребительского рынка и основные тенденции его развития, что позволяет субъектам бизнеса эффективно удовлетворять свои потребности.

Ключевые слова: образовательные учреждения, вуз, создание инновационных компетенций, интеграционные процессы между вузами и бизнесом.

Продукты вуза должны разрабатываться с учетом технологии кастомизации, гармонично соединяя типовые технологии с индивидуальным подходом к каждому заказчику, применяя индивидуально-ориентированные и компетентно-ориентированные технологии, прежде всего, при создании «опережающего» продукта. Одновременно следует выполнять диагностику состояния и прогнозирование перспектив развития потенциальных потребителей продуктов вуза, оценивать их стратегические ориентиры, положение и перспективы на рынке. Мониторинг на основе диагностики и аналитической деятельности вуза создает необходимые обратные связи синергетического управления при сравнительно широкой доступности информации.

Системный анализ с позиций синергетики поможет вузу детально рассмотреть характеристики конкретной, сложной, открытой социально-экономической системы региона и ее внешней среды, определить направления исследований и разработок, позволяющих при наличии процессов интеграции преодолевать спады и кризисные явления, реализовать инновационные преобразования, создавая качественно новый уровень развития региона за счет повышения продуктивности, конкурентоспособ-

ность, улучшения динамических способностей бизнес-сообщества региона путем создания новые ключевые компетенции.

Формируемая вузом гибкая и мобильная система создания инновационных компетенций, интегрированная в новые инфраструктурные элементы и формы взаимодействия науки, вузов и бизнеса, ориентированная решение проблем инновационного развития региона, предполагает особую организацию концепция маркетинговой деятельности и разработки маркетингового инструментария, способного обеспечить процессы создания и продвижения продукта вуза.

Создание продуктов вуза должно происходить через реализацию синергетического управления в интегрированной структуре, представленной на рисунке 1.1. При этом каждый из субъектов (рис. 1.1, 1.2), используя многочисленные и разнообразные коммуникации, может стать активным участником процесса, в том числе играть роль аттрактора, хотя, в большинстве случаев основными активными участниками управления остаются вузы.

Формируемые инновационные структуры складывается по поводу непротиворечиво совмещаемых ин-

тересов инновационного развития субъектов бизнеса, органов власти и общества и адекватного ему развития компетенций создаваемых вузом.

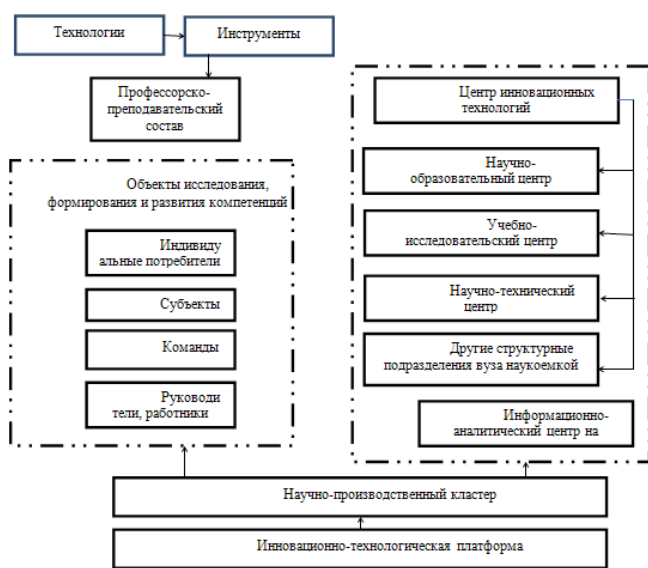


Рис. 1.1. Продукт вуза в условиях формирования и развития интеграционных процессов «наука-образование-бизнес»

Активность бизнеса в создании инновационных структур остается неоправданно низкой. Исключение связано с периодической активизацией органов власти, заинтересованных в повышении квалификации служащих и компетенций своих служб для решения конкретных проблем, уже проявившихся в настоящем, но без стратегического, перспективного планирования компетенций. Основные показатели выполнения научных исследований и разработок организациями Алтайского края за 2010 и 2011 год представлены в таблицах 1.1, 1.2.

Анализ выполнения научных исследований и разработок по секторам показал, что большая их часть выполняется в предпринимательском и государственном секторах (48,8% и 38,7% соответственно).

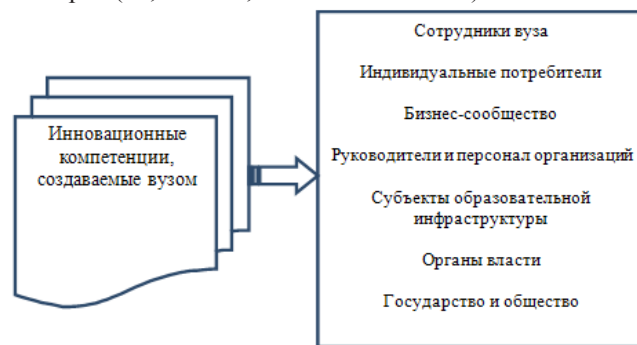


Рис. 1.2. Субъекты, участвующие в создании интегрированных структур «наука-образование-бизнес»

Таблица 1.1. Основные показатели выполнения научных исследований и разработок организациями Алтайского края за 2010 год

	2010 год			2009 год	
	тысяч рублей	в % к		тысяч рублей	в % к итогу
		итого	2009		
Всего	941771,3	100	115,3	816744,4	100
по видам затрат					
в том числе:	802332,2	85,2	106,9	750574,3	91,9
внутренние затраты на исследования и разработки					
внутренние текущие затраты (без амортизации)	765801,7	81,3	107,0	715648,6	87,6
из них:					
затраты на оплату труда	481550,9	51,1	103,9	463275,6	56,7
в т. ч. работникам, выполнявшим научные исследования и разработки	390867,8	41,5	102,8	380337,9	46,6
капитальные затраты	36530,5	3,9	104,6	34925,7	4,3
внешние затраты на исследования и разработки	139439,1	14,8	в 2,1 р.	66170,1	8,1
из общего итога:					
внутренние затраты на исследования и разработки за счет средств федерального бюджета	399699,5	42,4	116,2	343972,1	42,1
по секторам деятельности					
в том числе:	364300,9	38,7	99,3	366737,0	44,9
государственный сектор					
предпринимательский сектор	459845,8	48,8	134,1	342843,5	42,0
сектор высшего профессионального образования	117394,6	12,5	110,7	106094,8	13,0
сектор некоммерческих организаций	230,0	0,0	21,5	1069,1	0,1
по типам организаций					
в том числе:	589329,2	62,6	103,4	570221,8	69,9
научно-исследовательские институты					
проектные, проектно-исследовательские организации строительства	2116,3	0,2	82,7	2559,5	0,3
конструкторские, проектно-конструкторские, технологические организации	86580,2	9,2	в 1,9 р.	45995,4	5,6
промышленные предприятия	136121,2	14,4	в 1,6 р.	83253,4	10,2
университеты и другие высшие учебные заведения	117394,6	12,5	110,7	106094,8	13,0
добровольные научные и профессиональные общества и ассоциации; общественные организации	-	-	-	1019,1	0,1
прочие	10229,8	1,1	134,6	7600,4	0,9
Число организаций, выполнявших научные исследования и разработки, единиц	38	х	100	38	х

Таблица 1.2

Основные показатели выполнения научных исследований и разработок организациями Алтайского края за 2011 год

	2011 год			2010 год	
	тысяч рублей	в % к		тысяч рублей	в % к итогу
		итого	2010		
Всего	1076856,0	100	112,9	954082,2	100
по видам затрат в том числе:					
внутренние затраты на исследования и разработки	963631,2	89,5	119,0	809643,6	84,9
внутренние текущие затраты (без амортизации)	950018,1	88,2	122,9	773112,5	81,0
из них					
затраты на оплату труда	530596,2	49,3	111,0	478064,2	50,1
из них работникам, выполнявшим научные исследования и разработки	408723,2	37,9	105,8	386181,9	40,5
капитальные затраты	13613,1	1,3	37,3	36531,1	3,8
внешние затраты на исследования и разработки	113224,8	10,5	78,4	144438,6	15,1
из общего итога					
внутренние затраты на исследования и разработки за счет средств федерального бюджета	448786,6	41,7	117,9	380679,9	39,9
по секторам деятельности в том числе:					
государственный сектор	383413,3	35,6	104,5	366966,4	38,5
предпринимательский сектор	553029,8	51,4	117,8	469487,5	49,2
сектор высшего профессионального образования	140412,9	13,0	119,6	117398,3	12,3
сектор некоммерческих организаций	-	-	-	230,0	0,0
по типам организаций в том числе:					
научно-исследовательские институты	670679,9	62,3	110,2	608362,4	63,7
проектные, проектно-исследовательские организации строительства	4179,5	0,4	в 2 р.	2116,3	0,2
конструкторские, проектно-конструкторские, технологические организации	32250,9	3,0	47,2	68267,5	7,2
промышленные предприятия	215084,7	20,0	145,6	147707,9	15,5
университеты и другие высшие учебные заведения	140412,9	13,0	119,6	117398,3	12,3
прочие	14248,1	1,3	139,3	10229,8	1,1
Число организаций выполнявших научные исследования и разработки, единиц	38	х	100	38	х

Таблица 1.3

Среднесписочная численность работников, выполнявших научные исследования и разработки в 2010 году

	Январь-декабрь 2010			Справочно: январь-декабрь 2009	
	человек	в % к		человек	в % к итогу
		итого	январю-декабрю 2009		
Всего	1817	100	88,9	2044	100
по типам организаций в том числе:					
научно-исследовательские институты	1317	72,5	82,7	1592	77,9
проектные, проектно-исследовательские организации строительства	6	0,3	100	6	0,3
конструкторские, проектно-конструкторские, технологические организации	48	2,6	96,0	50	2,4
промышленные предприятия	289	16,0	121,9	237	11,6
университеты и другие высшие учебные заведения	151	8,3	101,3	149	7,3
добровольные научные и профессиональные общества и ассоциации; общественные организации	-	-	-	3	0,1
прочие	6	0,3	85,7	7	0,4
по секторам деятельности в том числе:					
государственный сектор	766	42,2	97,0	790	38,6
предпринимательский сектор	897	49,4	81,7	1098	53,7
сектор высшего профессионального образования	151	8,3	101,3	149	7,3
сектор некоммерческих организаций	3	0,1	42,9	7	0,4

На долю высшего профессионального образования приходится лишь 12,5%. Бесспорно, это негативная тенденция, которая позволяет говорить о том, что вузы уделяют недостаточное внимание научным и исследовательским разработкам.

ду параллельного и многообъектного формирования и развития компетенций в разных направлениях (рис. 1.3), в том числе мониторинга региональных процессов, их результатов, полноты удовлетворения потребностей целевых аудиторий – индивидуальных потребителей и

Таблица 1.4
Среднесписочная численность работников, выполнявших научные исследования и разработки в 2011 году

	Январь-декабрь 2011			Справочно: 2010	
	человек	в % к			человек
		итогу	2010		
Всего	1847	100	94,5	1955	100
по типам организаций					
в том числе:					
научно-исследовательские институты	1159	62,8	80,2	1445	73,9
проектные, проектно-исследовательские организации строительства	6	0,3	В 2р.	3	0,2
конструкторские, проектно-конструкторские, технологические организации	60	3,2	125,0	48	2,4
промышленные предприятия	377	20,4	124,0	304	15,5
университеты и другие высшие учебные заведения	242	13,1	в 1,6 р.	148	7,6
прочие	3	0,2	42,9	7	0,4
по секторам деятельности					
в том числе:					
государственный сектор	741	40,1	90,3	821	41,9
предпринимательский сектор	864	46,8	87,9	983	50,3
сектор высшего профессионального образования	242	13,1	в 1,6 р.	148	7,6
сектор некоммерческих организаций	-	-	-	3	0,2

Аналогичные тенденции сохранились и в 2011-2012 годах. В реализации процессов интеграции не проявляется и заинтересованность вузов, поскольку это требует внедрения проектного и программного управления для создания и дальнейшего совершенствования организационного, маркетингового, технического и технологического обеспечения синергетического управления.

Вместе с этим руководству вуза следует предпринимать шаги по формированию новой организационной культуры и культуры управления, поддерживающей создание инноваций, развитие интеллектуального капитала вуза и компетенций профессорско-преподавательского состава, включая и их предпринимательские компетенции.

Непременным условием интеграционных процессов между вузами и бизнесом должно стать непрерывное формирование компетенций работников вуза; это обязательное условие выживания и развития вуза, но финансируемым вузом с учетом стратегических и тактических перспектив, а также интересов, мотивов и способностей работника.

Анализ среднесписочная численность работников, выполнявших научные исследования и разработки в Алтайском крае в 2010 году представлен в таблице 1.3. Доля сотрудников высших образовательных учреждений, выполнявших научно-исследовательские разработки, составляет всего 8,3% от общего числа занятых в этой области. Большую часть среднесписочная численность работников, выполнявших научные исследования и разработки составляют работники научно-исследовательских институтов (72,5%), что свидетельствует об оторванности сферы образования от науки и бизнеса. Данные тренды сохранились в развитии экономики края и в 2011 году (табл. 1.3).

Внутри системы (вуза) будут формироваться команды аттракторов, обладающих особо высоким потенциалом и междисциплинарными профессиональными, научными, инновационными и предпринимательскими компетенциями, и структурируют отношения по пово-

бизнес-сообщества.

Формируемые компетенции профессорско-преподавательского состава и вуза в целом позволят обеспечить его интеллектуальное лидерство на рынке. В качестве положительного факта стоит отметить то, что используя высококвалифицированный персонал, обладающий необходимым набором компетенций и мотивированным на активную работу в сфере инноваций, вуз может обойтись без наращивания организационных структур и излишнего аппарата. Но от руководителей вуза потребуются поддержка и развитие синергетического управления и различных форм самоорганизации и самодиагностики.

Выгоды синергетического управления при создании инновационных компетенций проявляются посредством самоорганизующегося процесса активной интеграции участников учебно-научно-производственной интеграции, результатами которой станут (рис. 1.3):

- создание новых компетенций;
- коммерциализация инноваций, превращение знания в товар, научно-техническую продукцию, инновацию;
- повышение интеллектуального потенциала всех участников интеграционного процесса через развитие компетенций;

- позитивная динамика вуза и субъектов бизнеса, инновационные изменения в них, улучшение перспектив развития всех участников.

Выход на рынок предприятий станет дополнительным источником доходов для вуза. Именно поэтому вузу важно развивать партнерские отношения с бизнес-сообществом и органами власти.

В этом направлении накоплен определенный опыт и в полной мере может быть реализован практико-ориентированный подход в процессе создания компетенций вуза.

Но разнообразие деятельности партнеров вуза оказывается всегда большим, требования к компетенциям разными, в том числе весьма высокими, что актуализирует проблему индивидуализации компетенций и применения кастомизации при проектировании и коммер-

специализации инноваций.



Рис. 1.3. Взаимосвязь компетенций формируемых вузом

Определить исходный уровень состояния заказчика и желаемого набора компетенций, сроков их формирования и критериев оценки остается сложной диагностической задачей, решение которой можно найти только в каждом конкретном случае.

В реализации процессов проблемно-ориентированного формирования и развития компетенций, в том числе компетенций и динамических способностей субъектов бизнеса, бесспорно, должны участвовать вузы. При этом вузам, во-первых, необходимо использовать не

только традиционные для сферы образования инструменты маркетинга, но и внедрять в свою деятельность новые, ориентированные не только на потребительский рынок, но и на рынок предприятий, методы маркетинга.

Во-вторых, как показали результаты исследования, целесообразно обеспечить приобретение сотрудниками вузов дополнительных компетенций и выполнения расширенного набора функций, связанных с научно-исследовательскими разработками, что позволит им выйти на рынок предприятий с инновационными продуктами в виде ключевых компетенций для субъектов бизнеса. Последнее существенно улучшит позиции вузов на рынке и позволит им стать инновационными центрами развития экономики региона на основе развития интеграции с бизнес-сообществом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бутова Т.Г. Особенности маркетинга в российской сфере образования [Электронный ресурс] / Т.Г. Бутова Е.Г. Григорьева URL: www.marketing.spb.ru/conf/2002-01-edu/index.html
2. Идрисов А. Стратегия, основанная на ключевых компетенциях и динамических способностях компании / А. Идрисов // Режим доступа: <http://www.management.com.ua>.
3. Ефремов В. С., Ханьков И. А. Ключевая компетенция организации как объект стратегического анализа «Менеджмент в России и за рубежом» № 2, 2002.

COMPETENCE-ORIENTED TECHNOLOGY TO INCREASE COMPETITIVENESS OF EDUCATIONAL INSTITUTIONS IN ALTAI REGION

© 2013

Y. Y. Savchenko, candidate of economic sciences, associate professor of the management department, *Rubtsovsk Institute (affiliate) the Altai State University, Rubtsovsk (Russia)*

Annotation: Increasing importance in modern economic situation has an ability of educational institutions to grow student-professional, team and corporate competencies that reflect the state of the consumer market and the main trends in its development to allow business entities to effectively meet their needs.

Keywords: educational institution, the university, the creation of innovative competencies, integration processes between universities and business.

УДК 339.137

КТО КОГО? ЗАРУБЕЖНОЕ И ОТЕЧЕСТВЕННОЕ МАШИНОСТРОЕНИЕ

© 2013

T. S. Samsonova, аспирант кафедры маркетинга Финансового университета при правительстве РФ ООО «АгроМир», Смоленск (Россия)

Аннотация: В нынешней сложной рыночной ситуации, экономическая мощь любого предприятия, определяется принципами конкурентоспособности товаров и услуг, основным из которых является соответствие свойств товара требованиям потребителей, таким образом, в условиях жесткой конкуренции необходимо создавать условия для повышения конкурентоспособности отечественного сельскохозяйственного производства.

Ключевые слова: конкурентоспособность, сельскохозяйственное машиностроение, зарубежные производители, отечественное машиностроение.

«Умение меняться быстрее конкурентов-важнейшее конкурентное преимущество»

Ф. Котлер

АПК любой страны определяется развитым сельскохозяйственным машиностроением. Замена ручного труда машинами является залогом повышения объемов, а так же и качества производимой сельскохозяйственной продукции. В то же время, не обеспеченность отрасли необходимым количеством сельскохозяйственной техники является серьезной преградой для развития сельского хозяйства любой страны.

Россия – это огромный потенциал для развития сельского хозяйства. Россия входит в список одних из крупнейших зерносеющих и зерноперерабатывающих регионов мира она располагает 9% мировой пашни, 55% черноземных почв, 20% запасов мировой пресной воды. Исходя из этого, будущее АПК России – в применении инновационных, высокоэффективных и высокопроизводительных технологий. А для достижения конкурентоспособности российского продовольствия инновационные технологии являются основой [7].

Обеспечение аграриев надежными сельскохозяйственными машинами позволит применять в АПК России современные технологии. Даст возможность минимизировать влияние нестабильных погодных условий и получать устойчивые урожаи, что, в итоге, благоприятно отразится на продовольствии страны.

Основные тенденции развития сельскохозяйственного оборудования:

- создание и развитие на предприятиях собственной службы маркетинга, в данном случае выигрыш достигается в повышении конкурентоспособности продукции на рынке;
- переподготовка персонала и ориентир его на запросы и потребности клиентов;
- внедрение и развитие инновационных технологий в производстве сельскохозяйственного оборудования с учетом особенностей АПК российских регионов;
- систематизирование целенаправленной государственной политики «Развития АПК», с целью обеспечения модернизации и инновационного развития АПК;
- развитие инвестиционных проектов предприятий

РФ;

- расширение лизинговой деятельности, в свою очередь приведет к развитию конкуренции в данной области, что тем самым способствует повышению лизингового обслуживания, снижению стоимости на технику и оборудование для сельхозпроизводителей;

- усиление поддержки отечественного сельхозмашиностроения.

Вклад отечественного машиностроения в ВВП России сегодня составляет 0,08%. Низкая доля объясняется рядом причин – экономической и производственной ситуацией предприятий данной сферы деятельности и агропромышленного комплекса в целом. Невысокая платежеспособность российских сельхозпроизводителей ведет к снижению продаж отечественными заводами необходимой техники и оборудования. Так же, техника российского производства во многом уступает зарубежным производителям. И как итог – производственные мощности российских заводов загружены на 30-40%.

года», при постоянной поддержке государства, существует большая возможность укрепить позиции отечественного сельхозмашиностроения, придать дополнительный импульс для создания новых машин и оборудования, отвечающих требованиям сельхозпроизводителей, завоевания новых рынков.

Это означает, что государство может в своей экономической политике руководствоваться интересами национальных производителей и проводить курс на снижение зависимости российского АПК от импорта техники и технологий, наблюдавшейся многие годы на российском рынке сельскохозяйственной техники [7].

Основными странами-производителями сельхозтехники являются США, Германия, Франция и Италия. В таблице 1 представлены основные производители сельскохозяйственной техники с товарным ассортиментом, так же на рисунке 1, представлены образцы моделей зарубежного производства.

Таблица 1

Товарный ассортимент зарубежных производителей сельскохозяйственной техники и оборудования

№	Товарный ассортимент	Производители сельхозтехники				
		ACGO США	John Deere США	CLAAS Германия	CNH Италия	SDF Италия
1.	Тракторы	+	+	+	+	+
2.	Комбайны	+	+	+	+	+
3.	Самоходные измельчители	+	+	+	+	-
4.	Почвообрабатывающие агрегаты	+	+	-	+	-
5.	Сеялки	+	+	-	+	-
6.	Машины для внесения удобрений	+	+	-	+	-
7.	Машины для защиты растений	+	+	-	+	-
8.	Машины для уборки соломы	+	+	+	+	-
9.	Машины для уборки травы на силос	+	+	+	+	-

Развитие отечественной производственной базы сельского хозяйства несет в себе технологические риски вызванные отставанием от экономически развитых стран на уровне технологического развития. Многие годы тенденция падения приобретения сельскохозяйственными товаропроизводителями новой техники остается непреодолимой, износ ее самых востребованных видов достигает 70%. В 2009 г. коэффициент обновления тракторов составлял 2%, зерноуборочных комбайнов - 4,3, кормоуборочных комбайнов - 3,5%, что более чем в 2-3 раза ниже потребности. При этом отечественное сельскохозяйственное машиностроение находится фактически в упадке. Одной из основных причин такого состояния является низкая доходность сельскохозяйственного производства [1].

Развитие сельскохозяйственного машиностроения может стать отраслью, которая даст «новую жизнь» агропромышленному комплексу России. Для этого есть все предпосылки.

Во-первых, в России имеются предприятия сельхозмашиностроения в комбайно- и тракторостроении, производстве посевных и почвообрабатывающих машин и другой сельскохозяйственной техники и оборудования.

Во-вторых, Россия это - колоссальный потенциал для рынка сельскохозяйственной техники. Все зарубежные сельхозпроизводители заинтересованы в завоевании рынка России и увеличении своей доли, и тем самым пытаются наращивать продажи техники по средствам открытия производства зарубежных брендов на территории РФ и создания разветвленных дилерских сетей.

В-третьих, при принятии «Стратегии развития сельскохозяйственного машиностроения России до 2020

Экономические показатели основных мировых лидеров в сельхозмашиностроении во многом превышают показатели производства сельскохозяйственной техники всей отрасли в России. Объемы выручки зарубежных конкурентов в десятки раз превышает, объемы выручки даже самых крупных отечественных производителей.

В таблице 2 приведены основные показатели зарубежных производителей рынка сельскохозяйственного оборудования в 2009 г. [6].

Таблица 2

Основные показатели зарубежных производителей в 2009г.

Производитель	Выручка, млрд., долл.	Доля экспорта в выручке, %
John Deere, США	18,12	46
CNH, Италия	10,5	69
ACGO, США	6,63	78
CLAAS, Германия	4,06	76

Таким образом, ситуация с замещением импортом отечественного сельхозмашиностроения абсолютно неприемлема, так как:

- в России сохранились производственные мощности в области сельхозмашиностроения по разработке и выпуску ряда машин и оборудования для АПК;

- отечественный рынок сельскохозяйственных машин имеет большой потенциал, и отдавать его зарубежным производителям экономически и политически нецелесообразно.

- национальная продовольственная безопасность страны зависит от развития отечественного сельхозмашиностроения России [7].



Трактор производства немецкой компании CLAAS



Комбайн компании John Deere, США

Рис. 1. Модели сельскохозяйственной техники зарубежного производства

Основная причина – недостаточная материально-техническая база значительного числа российских предприятий для выпуска машин конкурентоспособных по качеству и, как следствие, невозможность удовлетворить потребности отечественного сельхозпроизводителя в современной ресурсосберегающей технике мирового уровня.

Качество в международной организации по стандартизации (ИСО) определяется, как степень соответствия характеристик товара, услуг, процесса или системы существующим или предполагаемым потребностям потребителя. В редакции качество представляет собой уровень соответствия присущих характеристик товара требованиям потребителя. Под характеристиками понимают особые свойства товара, под требованиями - « потребность или ожидание, которое установлено, либо прогнозируемое [4].

Таким образом, необходима ускоренная модернизация производства сельскохозяйственного оборудования для выпуска новой конкурентоспособной техники с учетом требований сельхозпроизводителей.

Процесс повышения конкурентоспособности является достаточно емким и сложным для любого предприятия, так как связан с принятием эффективных управленческих решений, анализом решений основанных на предыдущем опыте, с созданием новых специфических моделей и механизмов, путем повышения производ-

ственных мощностей предприятия, развития социального и организационного, финансово-экономического, научно-технического, производственно-технологического потенциалов предприятий.

К факторам повышения конкурентоспособности предприятия в условиях современной рыночной экономики можно относиться:

- высококвалифицированные трудовые ресурсы, ведь именно персонал, а не то что производит предприятие является одним из главных успехов его деятельности. Практика зарубежных компаний говорит о том, что необходимо повышать роль управления персоналом на предприятии в общей системе факторов, обеспечивающих конкурентоспособность предприятия.[2] К сожалению, на российском рынке роль персонала в деятельности предприятия недооценивается и не учитывается тот факт, что эффективное управление это один из важнейших экономических ресурсов предприятия, влияющих на ее прибыль, развитие и конкурентоспособность. Очень немногочисленные отечественные предприятия, в том числе крупные заводы заботятся о мотивации и стимулировании персонала, об удержании своих сотрудников и улучшении условий работы, от этого на предприятиях создается постоянная «текучка кадров». В этом плане европейские производители, таких стран как Япония, Америка, Германия, намного впереди российских производителей. В первую очередь руководителям предприятий и менеджеру по работе с персоналом необходимо обратить внимание на мотивацию своих сотрудников, систему стимулирования, так как персонал должен быть обеспечен соответствующими условиями труда, отдыха, социальной защищенностью, высоким уровнем заработных плат, так как люди являются наиболее важным фактором развития любого предприятия.

- внедрение системы управления качеством на предприятии. Сегодня, когда на рынке представлено огромное разнообразие товаров и услуг различных производителей, и у потребителя есть из чего выбрать, в связи с этим возникает существенный определитель развития предприятия это качество выпускаемого товара и услуг. В том случае, если предприятие выходит на международный рынок, его продукция должна не только быть качественной, но и отвечать международным стандартам, а также должна иметь сертификат соответствия системы качества международному стандарту. Для соответствия международному стандарту на предприятии должно планироваться создание новой организационной структуры, все этапы производственного цикла от идеи товара и его сбыта должны быть перестроены в соответствии со стандартами [5].

- инновационная политика, ее внедрение и развитие. Основная цель инновации - усовершенствование продукции и способов ее производства, которая дает возможность предприятиям конкурировать не только на отечественных, но и на зарубежных рынках. Полное удовлетворение возникающих потребностей потребителя одна из главных задач инновационной политики. Современная инновационная политика в условиях рыночной экономики представляет собой совокупность финансовых, управленческих, научно-технических, производственных, и других мер, направленных на производство, реализацию и продвижения нового или улучшенного товара и услуги на рынок сбыта.[3]. Для предприятия, которое стремится обеспечить конкурентоспособность и долгосрочную эффективность товара и услуг важно следить за развитием научно-техническим прогрессом, заранее предусматривать инновационные возможности, комплексно управлять всем инновационным циклом.

Исходя из вышеизложенного, повышение конкурентоспособности отечественного машиностроения в условиях конкуренции должно стать доминантным при формировании маркетинговой стратегии.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алтухов А. «Риски и возможности их преодоления в сельском хозяйстве» Финансовая аналитика. <http://finanal.ru/009/>
 2. Бородин К.Г. Конкурентоспособность в рыночной экономике - М.: ТЕИС, 2007. - 125 с.]
 3. Ливенцев Н.Н. Международные экономические отношения - М.: РОССПЭН, 2001. - 512 с.

4. Розова Н.К. Маркетинг – М. СПб, 2010.-208 с.
 5. Фатхудинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса. Москва: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг». 2002.
 6. Сайты и годовые отчеты компаний, данные Ассоциации «Росагромаш»
 7. www.soyuzagromash.info

FOREIGN ENGINEERING VS DOMESTIC ENGINEERING

© 2013

T.S. Samsonova, graduate Department of Marketing of Financial University under the Government of the Russian Federation
 LLC “AgroMir”, Smolensk (Russia)

Annotation: Today, in the current difficult market situation, economic strength of any factory is determined by the principles of competitiveness of goods and services, the main of which is concordance between characteristics of goods and customers’ demands. That’s why, in the atmosphere of tough competition, we need to create conditions for competitive increasing of domestic agricultural production.

Keywords: competitiveness, agricultural machinery engineering (production), foreign producers, domestic machinery engineering (production).

УДК 336.64

ИССЛЕДОВАНИЕ КРИТИЧЕСКИХ ПАРАМЕТРОВ СИСТЕМЫ «ЗАЕМЩИК – КРЕДИТОР»

© 2013

A.M. Телиженко, доктор экономических наук, профессор кафедры управления, заведующий кафедры управления

Н.О. Байстрюченко, кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры управления

Ю.А. Мирошниченко, кандидат экономических наук, ассистент кафедры управления
 Сумский государственный университет, Сумы (Украина)

Аннотация: В статье предложено развитие теоретических и научно-методических положений оценки финансовой устойчивости промышленных предприятий в системе «заемщик-кредитор». Предложена унификация методик определения платежеспособности заемщиков.

Ключевые слова: кредитор, заемщик, капитал, лимит кредитования, финансовая устойчивость.

Введение

В работах [1, 5, 6] показано, что повышение эффективности взаимодействия предприятий и банков, с одной стороны, способствует развитию финансово-кредитной системы страны, а с другой, – стимулирует инвестиционно и инновационную активность хозяйствующих субъектов.

Существуют различные подходы к формированию механизма устойчивого взаимодействия банков и предприятий в условиях нестабильной экономики, к классификации факторов, влияющих на стабильность системы «заемщик – кредитор», к методам корректировки финансовых результатов деятельности субъектов хозяйствования с учетом инфляции, к снижению финансовых рисков предприятий [5, 6]. Вместе с тем, требуют дополнительного исследования вопросы взаимного влияния повышения финансовой устойчивости предприятий на снижение рисков банков, их количественная оценка, а также унификация методик определения платежеспособности заемщиков.

Цель статьи – развитие теоретических и научно-методических положений оценки финансовой устойчивости промышленных предприятий в системе «заемщик – кредитор».

Организационно-экономические взаимодействия в системе «кредитор-заемщик»

Взаимодействие «кредитор – заемщик» представляет собой сложную систему, эффективность функционирования которой определяется многими факторами, одними из которых является взаимоотношение банковской системы и заемщика в процессе предоставления кредита и его возмещения.

Критериями эффективности взаимодействия в системе «кредитор – заемщик» могут служить как показатели финансовой устойчивости предприятий, так и финансовая устойчивость банков в их взаимосвязи. При этом, как предприятие, так и банк являются не просто системами, а сложными открытыми социально-экономическими

системами, поскольку все переменные, процессы, действия и результаты их деятельности зависят от внешней среды которую они сами и формируют.

На рис. 1 схематически представлено место кредитной деятельности банка в отношениях между экономическими субъектами, а также представлен механизм изъятия части отдачи на капитал у товаропроизводителей.



$S+K$ – текущая платёжеспособность общества в её номинальном исчислении; S – объём эмитированной в обращение денежной массы, K – общий объём кредитной задолженности, сумма финансовых средств в их номинальном выражении, которой располагает данное физическое/юридическое лицо; a – ставка ссудного процента по кредиту; $W(t)$ – рост стоимости объема производимой продукции в следствии ссуды; $U(t)$ – скорость перетекания ссуды в доходы населения

Рис. 1. Место кредитной деятельности банка в отношениях между экономическими субъектами

Функции $U(t)$, $W(t)$, объём кредита K и объём возврата кредита $(1+a)K$ при неизменности значения S связаны во времени друг с другом соотношением [2]:

$$\int_a^{\tau} U(t)dt \leq K < (1+r)K \leq \int_a^{\tau} W(t)dt \text{ при } \tau \rightarrow \infty \quad (1)$$

Экономическое содержание соотношения заключается в том, что уровень цен (а так же и заявляемая продавцами стоимость товарной массы) под воздействием ссудного процента растёт быстрее, чем покупательная способность населения под воздействием кредита.

заемщика возратить кредит. Сравнительная характеристика методик представленная в табл. 1.

На основании проведенного анализа, нами сделаны следующие выводы. Важнейшей составляющей комплексной оценки качества заемщика является система

Таблица 1

Сравнительная характеристика основных методик оценки кредитоспособности заемщика

Методика	Основные положения	Преимущества	Недостатки
Рейтинговая система оценки рисков по кредитам юридических лиц	Позволяет получить балл кредита и рекомендовать решение о возможности кредитования в результате оценки пяти составляющих: общей характеристики клиента; финансового состояния клиента; характеристики объекта кредитования; обеспечение кредита; юридических аспектов	Вместе с оценкой финансового состояния заемщика определяется максимальная сумма, в пределах которой банк, с наименьшим для себя риском, может кредитовать заемщика; наиболее полно отвечает рекомендациям НБУ	Использование коэффициентов, которые дают общую характеристику динамики результатов хозяйственной деятельности заемщика, при отсутствии анализа взаимного влияния показателей друг на друга и без анализа качества этих показателей
Определение кредитного рейтинга заемщика	Оценка проводится в два этапа: определение кредитного рейтинга заемщика проводится на основе расчета финансовых коэффициентов; анализ баланса заемщика проводится с целью определения его кредитоспособности	Главным компонентом анализа является определение способности потенциального заемщика обеспечивать положительный денежный поток; в части оценки объективных показателей почти полностью отвечает рекомендациям НБУ	Отсутствие четкой взаимосвязи между результатами анализа финансового состояния предприятия и присвоением кредитного рейтинга заемщику; предусматривает только количественный анализ финансового состояния потенциального заемщика на основе объективных показателей без учета субъективных параметров его деятельности
Рейтинговая система оценки кредитоспособности заемщика	Процесс анализа кредитоспособности состоит из четырех стадий: анализ ликвидности; оборотности текущих активов; платежеспособности; прибыльности; По итогам расчета показателей определяется суммарное количество баллов, на основании которого заемщику присваивается определенный класс кредитоспособности	Производится оценка финансовой независимости предприятия и его ликвидности; соответствует рекомендациям НБУ	Не предусматривает анализ и оценку взаимного влияния показателей; отсутствует структурный (качественный) анализ дебиторской и кредиторской задолженности; качественная оценка заемщика не включает анализ субъективных факторов кредитоспособности

Развитие методических подходов к определению лимита кредитования заемщика

В процессе кредитования одним из важнейших критических переменных является «лимит кредитования заемщика». Под лимитом кредитования понимают предельную сумму кредита, которую может получить заемщик за все время действия кредитного договора [7]

Проблема определения лимита кредитования обусловлена, с одной стороны, потребностью клиента в заемных средствах, а с другой, – его потенциальной возможностью возратить кредит.

В работе [8] рассмотрены основные методики оценки качества потенциальных заемщиков, которые позволяют получить качественную характеристику способности

расчета лимитов кредитования. Она совмещает в себе один из методов защиты коммерческого банка от кредитного риска – путем установления лимитов кредитования для заемщиков и оценку финансового состояния заемщиков – путем расчета соответствующих финансовых коэффициентов, которые характеризуют: финансовую устойчивость, ликвидность, рентабельность и эффективность деятельности заемщика. На практике существуют три группы подходов к определению лимита кредитования предприятия: традиционный подход, нетрадиционный подход и подход на основе VAR – технологии.

Сравнительная характеристика данных подходов к определению лимита кредитования представлена в табл. 2.

Таблица 2

Преимущества и недостатки основных подходов к определению лимита кредитования предприятия

Подход	Сторонники	Сущность	Преимущества	Недостатки
Традиционный подход	В.В. Витлинский, О.В. Пернаржавский, Я.С. Наконечный, Г.И. Великованенко	Лимит кредитования определяется как доля от стоимости обеспечения – обусловленного актива заемщика	Простота расчета; при расчете лимита кредитования учитывается ликвидность залогового имущества, возможность контроля банка за ним	Коэффициент лимитации, чаще всего, оценивают экспертным методом, а не устанавливают расчетным методом; в расчете не учитывается кредитный риск; не учитывается фактор времени
Нетрадиционный подход	Н.Г. Типенко, Ю.П. Соловьев, В.Б. Панич, И.Т. Фаррахов	Лимит рассчитывается по традиционной формуле, при условии, что за базовый принят лимит, установленный «надежному кредитору»	Расчет лимитов кредитования проводится одновременно на весь пул заемщиков; учитывается динамика финансового состояния заемщиков в прошлом и возможные взаимосвязи между ними	Методика существенно жестче традиционных способов расчета; коэффициент лимитации, чаще всего, оценивают экспертным методом, а не рассчитывают с помощью точных расчетных методов
Подход на основе VAR – технологии	Т.В. Струченкова, И.В. Волошин и др.	Определение лимита кредитования основывается на наихудшей стоимости залога, или другого обязательства, на момент погашения кредита	Подход учитывает срок предоставления кредита, тенденцию изменения и волатильность стоимости актива	Подход допускает строгий, обоснованный расчетный метод определения коэффициента лимитации для случая, когда банк имеет историческую информацию относительно стоимости залога

На наш взгляд, при определении лимита кредитования необходимо использовать «точные методы расчета», которые позволяют наиболее полно использовать потенциал банка и получить максимальный процентный доход от кредитования. Вместе с тем, существующие методы оценки лимитов кредитования предусматривают определенную универсальность подхода коммерческих банков к заемщикам и не учитывают виды экономической деятельности предприятий.

В связи с этим, нами предлагается схема определения индивидуального финансово-экономического состояния предприятий-заемщиков для более обоснованного определения лимита кредитования (рис. 2).

Для целей построения модели расчета лимита кредитования считаем целесообразным разработать сценарии показателей, которые характеризуют состояние предприятий Украины: оптимистичный, реалистичный и пессимистический.

При этом, нами предлагается учитывать: ликвидность производственных запасов ($L_{пз}$) (высокая, средняя, низкая), отношения с покупателями продукции ($O_{покуп}$) (стойкие, нормальные, неустойчивые), отношения с поставщиками продукции ($O_{пост}$) (стойкие, нормальные, неустойчивые), ликвидность финансовых вложений ($L_{фи}$) (высокая, средняя, низкая).

Таблица 3
 Сценарии набора показателей, характеризующих состояние предприятий экономики Украины

Оптимистический вариант	Реалистичный вариант	Пессимистический вариант
$L_{пз}$ – высокая $O_{покуп}$ – стойкое $O_{пост}$ – стойкое $L_{фи}$ – высокое	$L_{пз}$ – средняя $O_{покуп}$ – нормальная $O_{пост}$ – нормальная $L_{фи}$ – средняя	$L_{пз}$ – низкая $O_{покуп}$ – неустойчивое $O_{пост}$ – неустойчивое $L_{фи}$ – низкая

Для условий украинской экономики, на наш взгляд, следует применять реалистичный вариант. В связи с этим, при моделировании лимита кредитования использованы следующие коэффициенты: период отсрочки – 14 дней, средняя реализация запасов – 40%, величина задолженности, возможная к сокращению соответствует значению до 20% дебиторской задолженности, величина задолженности, возможная к наращиванию – до 20% кредиторской задолженности (2):

$$\begin{cases} K_{оп} = 14 \\ K_{пз} = 0,4 \\ K_{сз} = 0,2 \\ K_{нз} = 0,2 \end{cases} \quad (2)$$

где, $K_{оп}$ – период отсрочки платежа, дней; $K_{пз}$ – коэффициент реализации запасов, %; $K_{сз}$ – коэффициент снижения задолженности, %; $K_{нз}$ – коэффициент наращивания задолженности, %



Рис. 2. Алгоритм анализа финансовой устойчивости заемщика

В общем виде модель определения лимита кредитования можно записать так:

$$Limit = \sum_{i=1}^n \alpha_i x_i \quad (3)$$

где, $Limit$ – лимит кредитования предприятия; α_i – коэффициент, соответствующий учетному расчетному показателю. в модели; x_i – расчетный показатель лимита кредитования; u – номер расчетного показателя.

Критерием оптимума модели является максимум лимита кредитования

$$Limit(a_1x_1 + a_2x_2 + a_3x_3 + a_4x_4 + a_5x_5 + a_6x_6 + a_7x_7 + a_8x_8) \rightarrow \max \quad (4)$$

при $x_i \geq 0$

где $Limit$ – лимит кредитования предприятия, x_1 – дневная выручка предприятия за период, x_2 – чистая прибыль, x_3 – запасы, x_4 – дебиторская задолженность, x_5 – кредиторская задолженность, x_6 – финансовые инвестиции, x_7 – денежные средства, x_8 – налоговые платежи.

В результате нами получены следующие зависимости (табл. 4):

Таблица 4
 Расчетные модели для определения лимита кредитования

Отрасль	Модель
Производство машин и оборудования	$Limit = -5,143 - 0,1218 \cdot x_1 + 0,8897 \cdot x_2 + 0,0454 \cdot x_3 + 2,0237 \cdot x_4$
Химическая промышленность	$Limit = -79,4849 + 0,0442 \cdot x_1 + 0,1239 \cdot x_2 + 0,6259 \cdot x_3$

Таким образом, лимит кредитования предприятия, в основном, не зависит ни от чистой прибыли, ни от налоговых платежей, ни от финансовых инвестиций предприятия, то есть не зависят от внешних факторов. Однако, сила действия факторов, определяющих лимит кредитования предприятия зависит от его отраслевой принадлежности. Так, для предприятий по производству машин и оборудования существенное влияние на размер лимита кредитования оказывают следующие факторы: выручка, запасы, кредиторская задолженность и денежные средства. Для предприятий химической промышленности: выручка, запасы и дебиторская задолженность.

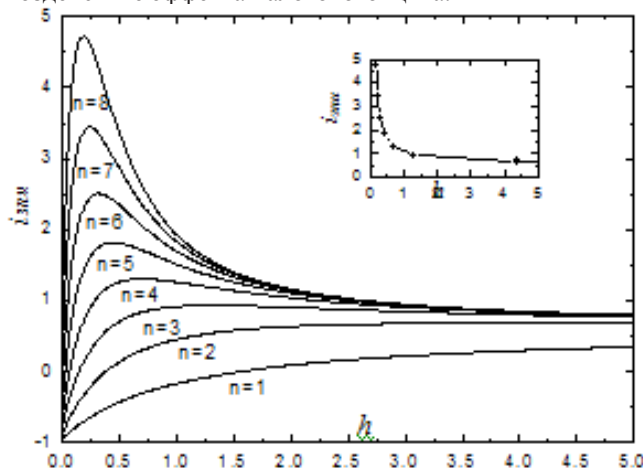
В то же время, внутри отрасли между разными предприятиями существенных отличий не наблюдается. Поэтому предложенные модели можно использовать для расчета лимита кредитования внутри одной отрасли.

Исследование доходности заемного капитала при оценке инвестиционного проекта

Наиболее приемлемыми для исследования доходности инвестиций являются методические подходы, изложенные в [3], так как выделение в расчетных соотношениях отдельно собственных и заемных средств дает возможность осуществлять более глубокий анализ влияния условий финансирования инвестиционного проекта на показатели его эффективности. На основе данного подхода в [4] нами были проведены расчеты и сделаны выводы о существовании критического значения инфляции, при котором величина доходности заемных средств, инвестированных в проект, достигает своего максимального значения. Практический интерес определения данного показателя заключается в подборе таких условий реализации проекта, при котором доходность привлеченных средств была бы максимальной (рис. 3).

Анализ проведенных вычислений позволяет сделать следующие выводы: реальная доходность заемных средств, инвестированных в проект, возрастает при низких значениях индекса инфляции, однако при дальнейшем росте инфляции доходность заемных средств начинает уменьшаться (рис. 3). Данное явление можно объяснить с двух позиций: а) при низких уровнях инфляции скорость генерации инвестиционным проектом массы денежных средств (под воздействием роста инфляции)

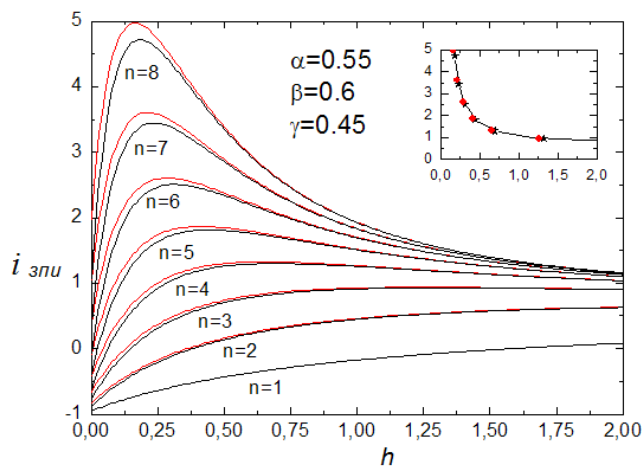
выше скорости роста процентов по кредиту. При дальнейшем увеличении индекса инфляции соотношение указанных скоростей меняется на противоположное; б) воздействие эффекта налогового щита.



(во вкладке точки на графике соответствуют максимальному уровню доходности и уровню инфляции при изменяющемся параметре периода реализации (n))

Рис. 3. Изменение доходности заемных средств (i_{znu}) с учетом инфляционных процессов (h)

Данные выводы получены при условии, что вся сумма кредитных средств будет возвращена инвестору единовременно через n лет. При схеме возврата заемных средств, согласно которой кредит возвращается равными долями, начиная с первого года реализации проекта и до его завершения, полученные выводы подтверждаются. Однако при данной схеме заемные средства обеспечивают большую доходность, а критическое значение инфляции, максимизирующее прибыльность кредита, уменьшается (рис. 4).



(а – стоимость заемных средств, которая характеризуется величиной годовой процентной ставки; g – процент годовых при реинвестировании прибыли; b – годовая норма прибыли проекта)

(Кредит возвращается: единовременно через n лет, равными долями в течении n лет)

Рис. 4. Изменение доходности заемных средств предприятия с учетом инфляционных процессов

При достижении годовой нормой прибыли проекта некоторого критического значения функция становится вырожденной и поведение кривой доходности заемного капитала меняется: рост данного показателя падает при любых значениях уровня инфляции, оптимума параметра h не наблюдается (рис. 5).

Следует учитывать, что на критическое значение

инфляции, максимизирующей доходность заемных средств, также влияет: изменение и непредсказуемость инфляции во времени, соотношение собственных и заемных средств, привлеченных для реализации инвестиционного проекта, соотношение значений стоимости заемных средств, ставки реинвестирования и ставки налога на прибыль, цикличность динамики народохозяйственной конъюнктуры, кредитной активности и цены залога, величина лага между осуществлением затрат и получением дохода от реализации проекта

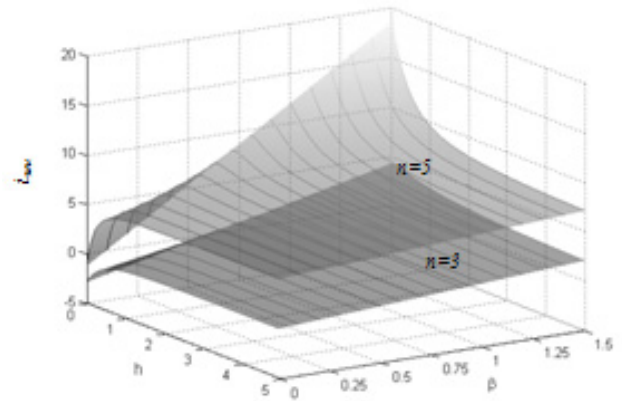


Рис. 5. Анализ доходности заемных средств (i_{znu}) с учетом изменения уровня инфляции и нормы прибыльности проекта ($g = const, a = const$)

Выводы

Таким образом, исследование влияния кредитной деятельности банков на эффективность функционирования экономики страны, позволяет сделать вывод, что указанное явление неоднозначно, и, в зависимости от конкретных условий, может рассматриваться как положительный или отрицательный результат. Решение проблем участия банков в инвестиционном процессе лежит в необходимости создания комплекса правовых и экономических условий, которые сделали бы действительно безопасными и выгодными вложения капитала в реальный сектор экономики, что напрямую зависит от обдуманной, проработанной и своевременной деятельности Правительства и НБУ.

Критериями эффективности взаимодействия в системе «кредитор – заемщик» могут служить как показатели финансовой устойчивости предприятий, так и финансовая устойчивость банков в их взаимосвязи. В процессе кредитования одним из важнейших критических переменных является «лимит кредитования заемщика». Проблема определения лимита кредитования обусловлена, с одной стороны, потребностью клиента в заемных средствах, а с другой, – его потенциальной возможностью вернуть кредит.

На наш взгляд, при определении лимита кредитования необходимо использовать «точные методы расчета», которые позволяют наиболее полно использовать потенциал банка и получить максимальный процентный доход от кредитования. Для целей построения модели расчета лимита кредитования считаем целесообразным разработать сценарии показателей, которые характеризуют состояние предприятий Украины: оптимистичный, реалистичный и пессимистический.

В результате анализа лимита кредитования для предприятий по производству машин и оборудования и химической промышленности нами установлено, что в основном размер кредитования не зависит от ни от чистой прибыли, ни от налоговых платежей, ни от финансовых инвестиций предприятия. Однако, сила действия факторов, определяющих лимит кредитования предприятия зависит от его отраслевой принадлежности. Так, для предприятий по производству машин и оборудования существенное влияние на размер лимита кредитования

оказывают следующие факторы: выручка, запасы, кредиторская задолженность и денежные средства. Для предприятий химической промышленности: выручка, запасы и дебиторская задолженность.

Нами были проведены расчеты и сделаны выводы о существовании критического значения инфляции, при котором величина доходности заемных средств, инвестированных в проект, достигает своего максимального значения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Байстриченко, Н. О. Характер конфликту інтересів в залежності від структури капіталу підприємства [Текст] / Н. О. Байстриченко // Сучасний менеджмент і економічний розвиток : реферативний збірник матеріалів постійно діючої міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 1 березня 2012 - 29 серпня 2012 р., м. Суми / Відп. за вип. О.М. Телиженко. — Суми : СумДУ, 2012. — №2. — С. 6

2. Грыжу экономики следует вырезать// Серия Внутренний предиктор СССР. — С.-Петербург, — 1998 г. — 99 с.

3. Савчук А.В. Анализ эффективности инвестиционных проектов и экономических условий их реализации. — Одесса, Институт проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины, 2000. — 176 с.

4. Телиженко А.М., Мирошниченко Ю.А. Управление

ние инвестициями фирмы: исследование доходности собственного и заемного капитала // Проблемы і перспективи розвитку банківської системи України: Збірник наукових праць. Т. 17 – Суми: УАБС НБУ, – 2006 р. – С. 31 – 39

5. Телиженко, А. М. Разработка комплексной системы формирования и использования собственного и заемного капитала фирмы [Текст] / А. М. Телиженко, Н. О. Федоренко, Ю. А. Мирошниченко // Актуальні проблеми економіки. — 2008. — № 2. — С. 209 – 220

6. Телиженко, А. М. Управление финансовыми ресурсами: определение зоны оптимальных значений структуры капитала [Текст] / А. М. Телиженко, Н. О. Федоренко // Управління розвитком: Збірник наукових статей Харківського національного економічного університету. — 2006. — № 7 спецвипуск : Міжнародна науково-практична конференція «Актуальні проблеми управління економічними процесами промислових підприємств», 14-15 листопада 2006 року. — С. 172-174.

7. Фаррахов И.Т. Расчет лимитов кредитования. Нетрадиционный подход // Аналитический банковский журнал / И.Т. Фаррахов. —4(83). — 2002

8. Федоренко, Н. О. Совершенствование методических подходов к расчету лимита кредитования предприятия [Текст] / Н. О. Федоренко // Тези доповідей і повідомлень Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасний стан і проблеми інвестиційного розвитку» — Донецьк, 2007

INVESTIGATION OF CRITICAL PARAMETERS FOR THE SYSTEM «BORROWER - LENDER»

© 2013

O.M. Telizhenko, doctor of economical sciences, professor of the Management Department, Head of the Management Department

N.O. Baystryuchenko, candidate of economical sciences, senior lecturer of the Management Department

I.A. Myroshnychenko, candidate of economical sciences, assistant professor of the Management Department
Sumy State University, Sumy (Ukraine)

Annotation: The article suggests development of theoretical and methodological approaches one valuating the financial stability for an industrial enterprise in the system “borrower-lender.” Unification of methods for determining the borrower’s solvency are proposed.

Keywords: lender, borrower, capital, credit limit, financial stability.

УДК 336.71

ОЦЕНКА ЛИКВИДНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ ПО НОРМАТИВАМ ЛИКВИДНОСТИ ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКА РОССИИ

© 2013

Е.А. Учаева, студентка кафедры «Финансы и кредит»

О.Г. Коваленко, кандидат экономических наук, доцент, кафедры «Финансы и кредит»

Тольяттинский государственный университет, Тольятти (Россия)

Аннотация: В статье рассматривается сущность ликвидности коммерческого банка. Представлены типы и подходы к характеристике ликвидности коммерческого банка. Описываются действующая в настоящее время Российская банковская надзорная практика и действующие банковские нормативы ликвидности.

Ключевые слова: ликвидность; коммерческий банк; банк России; активы; кредитный портфель.

В современное время в России большое внимание уделяется вопросам устойчивости банковской системы в целом и ее отдельных звеньев - банков. Зачастую, желая получить большую прибыль на растущих рынках, банки попросту забывали о своей собственной безопасности. В условиях финансового спада подобные упущения привели к многомиллиардным потерям банков и других финансовых институтов.

Одним из ключевых понятий, которое характеризует устойчивость банка, доверие к нему клиентов является ликвидность коммерческого банка.

Ликвидность в буквальном смысле означает легкость реализации, продажи, превращения материальных ценностей и прочих активов в денежные средства. Не редко ликвидность коммерческого банка определяют, как способность банка в полном объеме отвечать по своим обязательствам перед контрагентами. Именно этот по-

казатель является условием для нормального функционирования коммерческого банка и характеризует успешность или не успешность его деятельности [1].

Функциональное значение ликвидности выражается в том, что банк, обладающий достаточным уровнем ликвидности, в состоянии удовлетворять денежный спрос клиентов, производящих платежи по своим счетам или выступающих с просьбой получения кредита, а также в случае изъятия вкладчиками своих вкладов удовлетворить их требования. Отсутствие проблем с ликвидностью является важной характеристикой для клиентов стремящихся избежать риска недобросовестности со стороны кредитного учреждения в осуществлении клиентских платежей, так как ликвидность непосредственно связана с репутацией банка. Высокая ликвидность для клиентов означает, что они смогут вернуть размещенные средства или воспользоваться кредитами, а для

акционеров – что при наступлении неблагоприятных событий не нужно будет срочно продавать свою долю [2].

Существует несколько типов ликвидности. Различают ликвидность, накопленную банком и покупную. Накопленная ликвидность банка включает в себя денежную наличность (деньги в кассе и на корреспондентских счетах), а также активы, которые можно быстро превратить в наличность (например, ценные бумаги). Покупная ликвидность (вновь приобретенная) характеризуется межбанковскими кредитами, которые можно получить с межбанковского рынка и возможными кредитами от основного регулятора банковской деятельности (в России - Центральный банк Российской Федерации) [3].

В современной литературе описываются два подхода к характеристике ликвидности. Ликвидность можно рассматривать как запас и поток. Как запас ликвидность характеризует на определенный момент способность банка ответить по своим текущим обязательствам, в особенности по счетам до востребования.

Как поток ликвидность оценивает способность коммерческого банка в определенный промежуток времени изменять установленный уровень ликвидности или предотвращать снижение достигнутого необходимого уровня ликвидности за счет управления статьями актива и пассива баланса банка, привлечения дополнительных средств, увеличения доходов, ведущих к повышению финансовой устойчивости.

Действующая в настоящее время Российская банковская надзорная практика основывается на анализе ликвидности как запаса. Именно так излагается Инструкция Банка России № 139-И «Об обязательных нормативах банков» вступившей в силу с 1 января 2013 года. Это новый нормативный документ, который заменил инструкцию № 110-И, отмененную в конце 2012 года. В Инструкции Банка России № 139-И установлены три

тельств банка до востребования. Под высоколиквидными активами понимают финансовые активы банка, которые должны быть получены в течение ближайшего календарного дня и могут быть немедленно востребованы банком. Предельное числовое значение норматива $H2 \geq 15\%$;

$H3$ — норматив текущей ликвидности банка. Регулирует риск потери банком ликвидности в течение ближайших к дате расчета норматива 30 календарных дней. Определяется как отношение суммы ликвидных активов к сумме обязательств кредитной организации по счетам до востребования и на срок 30 дней. Предельное значение норматива $H3 \geq 50\%$;

$H4$ — норматив долгосрочной ликвидности банка. Регулирует риск потери банком ликвидности в результате размещения средств в долгосрочные активы. Рассчитывается как отношение кредитных требований банка сроком погашения свыше года к собственному капиталу банка и обязательствам банка сроком погашения свыше 1 года. Предельное числовое значение норматива $H4 \leq 120\%$.

30 апреля 2008 г. ЦБ РФ выпустил Указание № 2005-У «Об оценке экономического положения банков» (01.10.2012 были внесены изменения – Указ № 2894-У О внесении изменений в Указание Банка России от 30 апреля 2008 года № 2005-У «Об оценке экономического положения банков»).

Оценка ликвидности в соответствии с данным Указанием определяется по результатам оценок показателей общей краткосрочной ликвидности, мгновенной ликвидности, текущей ликвидности, структуры привлеченных средств, зависимости от межбанковского рынка, риска собственных вексельных обязательств, небанковских ссуд, усреднения обязательных резервов, обязательных резервов и риска на крупных кредиторов и вкладчиков (табл. 1) [3].

Таблица 1

Группа показателей оценки ликвидности

№ п/п	Наименование показателя	Условное обозначение	Значения (%)				Вес
			1 балл	2 балла	3 балла	4 балла	
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Показатель общей краткосрочной ликвидности	ПЛ1	≥ 30	[20;30)	[10;20)	< 10	2
2	Показатель мгновенной ликвидности	ПЛ2	≥ 17	[16;17)	[15;16)	< 15	3
3	Показатель текущей ликвидности	ПЛ3	≥ 55	[52;55)	[50;52)	< 50	3
4	Показатель структуры привлеченных средств	ПЛ4	≤ 25	(25; 40]	(40; 50)	> 50	2
5	Показатель зависимости от межбанковского рынка	ПЛ5	≤ 8	(8; 18]	(18; 27]	> 27	2
6	Показатель риска собственных вексельных обязательств	ПЛ6	≤ 45	(45; 75]	(75;90]	> 90	2
7	Показатель небанковских ссуд	ПЛ7	≤ 85	(85; 120]	(120; 140]	> 140	1
8	Показатель усреднения обязательных резервов	ПЛ8				наличие факта <*>	2
9	Показатель обязательных резервов	ПЛ9		1 - 2 дня	3 - 7 дней	≥ 7 дней	2
10	Показатель риска на крупных кредиторов и вкладчиков	ПЛ10	≤ 80	(80; 180]	(180; 270]	> 270	2
11	Показатель не исполненных банком требований перед кредиторами	ПЛ11		1 раз в течение 1 дня	1 раз в течение 2 - 3 дней	более 3 дней либо ≤ 3 дней 2 и более раз	3

обязательных норматива – $H2$, $H3$, и $H4$, расчет которых базируется на балансовых данных за прошлые даты.

$H2$ — норматив мгновенной ликвидности банка. Регулирует риск потери банком ликвидности в течение одного операционного дня. Определяется как отношение суммы высоколиквидных активов к сумме обяза-

Расчет и оценка групп показателей оценки капитала, активов и ликвидности производится на первое число каждого месяца. Расчет и оценка группы показателей оценки доходности производится на первое число каждого квартала.

Рассмотрим краткую характеристику представлен-

ных показателей. Показатель общей краткосрочной ликвидности (ПЛ1) определяется как процентное отношение ликвидных активов к привлеченным средствам по следующей формуле:

$$ПЛ1 = \frac{Лат}{О - (Одл - Офл)} \times 100\% \quad (1)$$

где: Лат - ликвидные активы банка.

О - общий объем обязательств банка.

Одл - обязательства банка со сроком погашения (востребования) свыше 1 года.

Офл - средства клиентов - физических лиц со сроком погашения (востребования) свыше 1 года.

Показатель мгновенной ликвидности (ПЛ2) представляет собой фактическое значение обязательного норматива Н2 «Норматив мгновенной ликвидности банка».

Показатель текущей ликвидности (ПЛ3) представляет собой фактическое значение обязательного норматива Н3 «Норматив текущей ликвидности банка», рассчитанное в соответствии с Инструкцией Банка России N 110-И.

Показатель структуры привлеченных средств (ПЛ4) определяется как процентное отношение обязательств (пассивов) до востребования и привлеченных средств по следующей формуле:

$$ПЛ4 = \frac{Овм}{ПС} \times 100\% \quad (2)$$

где:

Овм - обязательства (пассивы) до востребования.

ПС - привлеченные средства.

Показатель зависимости от межбанковского рынка (ПЛ5) определяется как процентное отношение разницы привлеченных и размещенных межбанковских кредитов (депозитов) и привлеченных средств по следующей формуле:

$$ПЛ5 = \frac{ПСбк - СЗбк}{ПС} \times 100\% \quad (3)$$

где:

ПСбк - полученные межбанковские кредиты (депозиты)

СЗбк - предоставленные межбанковские кредиты (депозиты).

Показатель риска собственных вексельных обязательств (ПЛ6) определяется как процентное отношение суммы выпущенных банком векселей и банковских акцептов к собственным средствам (капиталу) по следующей формуле:

$$ПЛ6 = \frac{Ов}{К} \times 100\% \quad (4)$$

где:

Ов - выпущенные банком векселя и банковские акцепты.

Показатель небанковских ссуд (ПЛ7) определяется как процентное отношение ссуд, предоставленных клиентам - некредитным организациям, и остатков средств на счетах клиентов - некредитных организаций по следующей формуле:

$$ПЛ7 = \frac{СЗнб}{ПСнб + ПСдо} \times 100\% \quad (5)$$

где:

СЗнб - ссуды, предоставленные клиентам - некредитным организациям (включая ссуды, предоставленные физическим лицам). Определяется как разница значений показателей СЗ и СЗбк;

ПСнб - показатель "Средства клиентов (некредитных организаций)"

ПСдо - показатель "Выпущенные долговые обязательства"

Показатель усреднения обязательных резервов (ПЛ8)

характеризует отсутствие или наличие у банка факта невыполнения обязанности по усреднению обязательных резервов и оценивается за квартал, предшествующий отчетной дате, на которую рассчитываются группы показателей оценки капитала, активов, доходности и ликвидности.

В случае неиспользования банком в анализируемом периоде усреднения обязательных резервов либо отсутствия факта невыполнения обязанности по усреднению обязательных резервов показатель ПЛ8 не рассчитывается и не включается в расчет обобщающего результата по группе показателей оценки ликвидности.

Показатель риска на крупных кредиторов и вкладчиков (ПЛ10) определяется как процентное отношение суммы обязательств банка по кредиторам и вкладчикам (группам связанных кредиторов и вкладчиков) - некредитным организациям, доля которых в совокупной величине аналогичных обязательств банка составляет 10 и более процентов, к ликвидным активам по следующей формуле:

$$ПЛ10 = \frac{Овкк}{Лат} \times 100\% \quad (6)$$

где:

Овкк - сумма обязательств банка по кредиторам и вкладчикам (группам связанных кредиторов и вкладчиков) - некредитным организациям, доля каждого из которых в совокупной величине аналогичных обязательств банка составляет 10 и более процентов.

Показатель не исполненных банком требований перед кредиторами (ПЛ11) характеризует отсутствие или наличие у банка неисполненных требований отдельных кредиторов по денежным обязательствам, включая требования Банка России и обязанности по уплате обязательных платежей и оценивается в календарных днях длительности неуплаты в течение 6 месяцев, предшествующих отчетной дате, на которую рассчитываются группы показателей оценки капитала, активов, доходности и ликвидности.

Показатель ПЛ11 не рассчитывается и исключается из расчета обобщающего результата по группе показателей оценки ликвидности, если у банка в анализируемом периоде отсутствуют факты неисполнения требований

Показатель обязательных резервов (ПЛ9) характеризует отсутствие у банка неисполнения обязанности по выполнению резервных требований и оценивается в календарных днях длительности неуплаты за квартал, предшествующий отчетной дате, на которую рассчитываются группы показателей оценки капитала, активов, доходности и ликвидности.

В случае отсутствия у банка в анализируемом периоде фактов неуплаченного недовзноса в обязательные резервы показатель ПЛ9 не рассчитывается и исключается из расчета обобщающего результата по группе показателей оценки ликвидности.

Для оценки общей ликвидности рассчитывается обобщающий результат по группе показателей оценки ликвидности (РГЛ), который представляет собой среднее взвешенное значение коэффициентов. Расчет обобщающего результата производится по следующей формуле:

$$РГЛ = \frac{\sum_{i=1}^n (балл_i \times вес_i)}{\sum_{i=1}^n вес_i} \quad (7)$$

где: балл_i - оценка от 1 до 4 соответствующего показателя

вес_i - оценка по шкале относительной значимости от 1 до 3

n - количество показателей, принимаемых в расчет РГЛ (n ≤ 11). Количество показателей, принимаемых в расчет РГЛ, может меняться в зависимости от включения в расчет (исключения из расчета) показателей.

Обобщающий результат характеризует состояние ликвидности следующим образом:
равный 1 - "хорошее";

равный 2 - “удовлетворительное”;
равный 3 - “сомнительное”;
равный 4 - “неудовлетворительное”.

Таким образом, показатели, рассматриваемые в Указание ЦБ РФ № 2005-У, предусматривают учет большего количества показателей ликвидности и выведение их обобщающего показателя, характеризующего уровень ликвидности по банку в целом.

Рассмотрим состояние некоторых показателей ликвидности кредитных организаций России в период 2011-2012г. по данным ЦБ России.

По данным таблицы видно, что нормативы ликвидности являются избыточными, так как превышают их предельные значения. Однако необходимо отметить снижение значений показателей в рассматриваемом периоде.

Таблица 2

Показатели ликвидности кредитных организаций (в %)

Наименование показателя	01.01. 2011	01.01. 2012	01.09. 2012	Пре-дельное значение
Отношение высоколиквидных активов к совокупным активам	13,5	11,8	10,1	
Отношение ликвидных активов к совокупным активам	26,8	23,9	22,0	
Норматив краткосрочной ликвидности (Н2)	64,8	60,1	59,8	Min15
Норматив краткосрочной ликвидности(Н3)	94,3	81,6	87,2	Min 50
Норматив долгосрочной ликвидности (Н4)	77,6	82,0	84,8	Max 120
Отношение средств клиентов к совокупным ссудам	109,5	105,3	98,2	

Большей тенденцией к снижению подвержен показатель «отношение средств клиентов к совокупным ссудам», вследствие замедления притока депозитов населения и ростом потребительского кредитования. По данным ЦБ РФ в абсолютном выражении рост кредитов физических лиц составил 177,1 млрд.руб., рост корпора-

тивных кредитов -116,1 млрд.руб., а рост вкладов - всего 25 млрд.руб.

Такая несбалансированность между кредитным и депозитным портфелем ведет к увеличению системных рисков. Динамика отношения активов к кредитному портфелю банка представлена на рисунке 1.

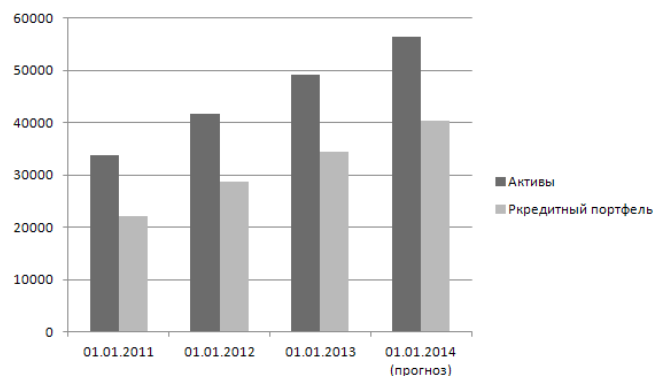


Рис. 1. Динамика банковского сектора

По данным «Эксперт РА» В 2013 году средний по системе норматив Н1 снизится на 1 п.п., но не опустится ниже 12%. Новые правила расчета собственных средств (в соответствии с Базелем III), а также ожидаемое ухудшение качества кредитного портфеля окажут существенное влияние на показатели ликвидности. Однако, предполагается, что темпы снижения Н1 по сравнению с 2012-м годом замедлятся. Этому во многом будут способствовать новые требования к структуре капитала, которые уже сегодня стимулируют банки более активно привлекать депозиты.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Деньги, кредит, банки : учебник кол.авторов ; под ред. засл.деят.науки РФ, д-ра экон.наук, проф. О.И.Лаврушина.- 4-е изд., стер. –М. : КРОНУС, 2010. -320 с.
2. Банковское дело: Учебник для вузов. 2-е изд. / Под ред. Г.Белоглазовой, Л. Кроливецкой. – Спб.: Питер, 2010. -400 с.
3. Коваленко О.Г. Экономическое содержание активных операций и их значение в банковской деятельности// Проблемы современной экономики (II) / Международная научная конференция / Челябинск, 2012. – с. 87-93
4. <http://www.cbr.ru>
5. <http://www.raexpert.ru>

ASSESSMENT OF THE LIQUIDITY OF THE COMMERCIAL BANKS ACCORDING TO THE STANDARDS OF THE LIQUIDITY OF THE CENTRAL BANK OF RUSSIA

© 2013

E.A. Uchaeva, student of the Department «Finance and credit»
O.G. Kovalenko, candidate of the economic science, associate Professor
of the Department «Finance and credit»
Togliatti state university, Togliatti (Russia)

Annotation: The article considers the essence of the liquidity of the commercial Bank. Are the types of and approaches to the characteristics of the liquidity of commercial banks. Describes the current Russian banking Supervisory practices and operational Bank liquidity standards.

Keywords: liquidity; commercial Bank; the Bank of Russia; assets; credit portfolio.

Аннотация: В статье проведен анализ деятельности Правительства Оренбургской области во взаимодействии с региональным банком ОАО «БАНК ОРЕНБУРГ». В статье дается ответ на вопрос, почему такое взаимодействие Правительства и банка стало успешным, предлагается включить такой вид государственно – частного партнерства в методику обеспечения экономической безопасности субъекта РФ. Проведенный анализ позволяет сделать вывод, что власти субъекта РФ способны значительно повлиять на уровень экономической безопасности региона за счет продуманной целенаправленной политики по удержанию работников бюджетной сферы. Такую политику можно считать составной частью единой методики обеспечения экономической безопасности.

Ключевые слова: единство и целостность России, экономическая безопасность региона, региональный банк, уровень жизни населения.

Россия сегодня все больше становится полноправным участником процесса глобализации; вступление в ВТО стало еще одним крупным шагом в этом направлении. Наряду с бесспорными преимуществами глобализации, такими как снижение цен на импортные товары, импорт современных технологий, усиление конкурентной борьбы на внутреннем рынке, что приводит, как правило, к повышению качества и снижению цен на различные товары и услуги, у этого процесса есть и оборотная сторона: глобализация несет в себе для каждого ее участника угрозу потери самостоятельности со всеми вытекающими отсюда последствиями, если своевременно не предпринять меры превентивного характера, которые позволят защитить основные интересы страны – участницы процесса.

Для государства важно сохранить единство и целостность страны в ситуации, когда границы становятся более открытыми для всего иностранного, а и во всё новые сферы нашей жизни проникают иностранные компании. Для населения главное – динамика уровня его жизни, возможность самореализации, комфортное ощущение себя в родном государстве. Без этих важных понятий нет смысла рассчитывать на проявление со стороны населения таких чувств, как гордость за свое государство, патриотизм. Одновременная реализация целей и государства, и населения является непременным условием обеспечения и безопасности страны в целом и экономической безопасности как ее непременной составляющей.

Рассуждения, приведенные выше в отношении государства, безусловно, верны и в приложении к отдельным субъектам Федерации. Безопасность государства неразрывно связана с безопасностью регионов страны. Регионы могут считаться защищенными, если способны обеспечивать высокий уровень жизни населения, высокий уровень здравоохранения, образования и медицинского обслуживания, удовлетворение всех жизненных потребностей своих жителей.

Главным критерием, в таком случае, можно считать удовлетворенность населения региона действиями властей региона, направленными на повышение уровня жизни собственного населения, поскольку он интегрирует многие социально – экономические показатели (уровень образования, количество безработных, показатели рождаемости и смертности, продолжительность жизни и др.).

Важную роль в обеспечении экономической безопасности регионов играют банки. Сегодня все юридические лица обязаны иметь в банках открытые счета, для осуществления взаиморасчетов с контрагентами, исполнения обязательств перед бюджетом, выплат в пользу работников. Многие физические лица также пользуются банковскими продуктами: открывают счета, вклады, имеют банковские карты, берут всевозможные кредиты и пр.

Целью настоящей статьи является определение роли сильного регионального банка в механизме обеспече-

ния экономической безопасности субъекта Российской Федерации, с точки зрения возможности включения такого рода государственно – частного партнерства в общую методику обеспечения экономической безопасности региона.

Собственное жильё является важнейшей потребностью большинства людей. После удовлетворения физиологических потребностей в воде и пище на первый план выходит естественная потребность в жилище. Зачастую реализации этой естественной потребности посвящается большая часть активной трудовой деятельности многих людей.

Нередки случаи, когда активно работающие, трудолюбивые люди долго живут в съемном жилье и лишь к 45 – 50 годам покупают свою первую квартиру. Приобретению жилья в более раннем возрасте может способствовать система ипотечного кредитования населения. О том, как ее можно использовать для внесения определенного вклада в механизм обеспечения экономической безопасности региона на примере Оренбургской области, пойдет речь в данной статье.

Программы ипотечного кредитования сегодня предлагает большинство банков, работающих с физическими лицами. Но, к сожалению, эти программы чаще всего доступны лишь незначительной части населения, нуждающегося в собственном жилье. С целью заработать на собственное жильё многие низкооплачиваемые работники будут стремиться покинуть свои рабочие места в поисках более высокооплачиваемой работы. К сожалению, к категории низкооплачиваемых работников в Оренбургской области относятся многие работники бюджетной сферы, в том числе учителя городских и сельских школ, преподаватели вузов. Естественно, что плодотворный труд этих специалистов жизненно необходим Оренбургской области, ведь они работают с будущим региона – с его молодым поколением.

При рассмотрении вопроса ипотечного кредитования важнейшими для заемщика показателями являются сумма ежемесячных платежей, которая зависит от ставки по кредиту, размера первоначального взноса, срока кредитования.

По состоянию на 31 октября 2012 года средние процентные ставки по ипотечному кредиту в ведущих Российских банках представлены в таблице 1.

Таблица 1
Средние процентные ставки по ипотечному кредиту в ведущих Российских банках

Название банка	Процентная ставка в расчете на 10 лет	Процентная ставка в расчете на 15 лет
Сбербанк	15 %	15, 25 %
ВТБ24	17, 6 %	17 %
Альфа - банк	14, 05 %	14 %
Русский стандарт	12 %	12 %
Райффайзенбанк	15, 05 %	15 %

Рассмотрим вопрос доступности рыночных ипотечных кредитов для типичных представителей работников бюджетной сферы – школьных учителей. По состоянию на 31 октября 2012 года, стоимость однокомнатной квартиры на рынке г. Оренбурга составляла 1 800 000 руб. При среднем размере первоначального взноса в 15-20 % от стоимости квартиры сумма кредита на приобретение однокомнатной квартиры составит около 1 500 000 руб. При ипотечном кредите на 15 лет, процентной ставке по кредиту 14 % и условии погашения кредита аннуитетными платежами, сумма ежемесячной платы за кредит составит около 20 000 руб. (если точно - 19 976,12 руб.).

В то же время, по данным министерства образования Оренбургской области, на начало 2012 года средняя заработная плата учителей составила 14 359 руб./мес. !!!

При этом, по данным правительства Оренбургской области, прожиточный минимум на 3 квартал 2012 года для трудоспособного населения составляет 5 784 руб., для детей – 5 356 руб. То есть для погашения ипотечного кредита по рыночным ставкам семья из двух родителей-учителей с одним ребенком должна иметь ежемесячный доход не ниже 37 000 рублей (при фактическом порядка 29 000 руб.).

Очевидно, что при существующих рыночных процентных ставках ипотечные кредиты являются недоступными для учителей. А, значит, в поисках возможностей для приобретения недвижимости для своей семьи учителя будут искать работу с более высокой оплатой труда в других областях деятельности, например, в столичных школах, где оплата труда учителя в среднем более 55 500 рублей в месяц.

Автору настоящей статьи известен пример эффективного решения Правительством Оренбургской области проблемы утечки кадров из бюджетной сферы через подконтрольный ему банк - ОАО «БАНК ОРЕНБУРГ». В 2011 году правительство Оренбургской области внесло 400 млн. руб. в уставный капитал ОАО «БАНК ОРЕНБУРГ» для последующего их использования только на ипотечное кредитование работников бюджетной сферы. Одобрение каждого кредита на приобретение недвижимости работниками бюджетной сферы в ОАО «БАНК ОРЕНБУРГ» осуществляется по критериям, одобренным советом директоров банка. Процентная ставка по кредиту составляет 3 % годовых.

При кредите на 15 лет под 3 % годовых сумма ежемесячного платежа составляет чуть менее 10 000 рублей (9 944,38 руб., если быть точным).

Отсюда несложно сделать вывод, что программа кредитования при поддержке Правительства Оренбургской области на условиях 3 % годовых становится действительно доступной для учителей.

Как видно из приведенного примера, помощь Правительства субъекта позволяет существенно снизить ежемесячные выплаты по кредиту, что делает возможным получение кредита малообеспеченными слоями населения. В нашем случае – работниками общеобразовательных школ г. Оренбурга.

Стоит отметить, что такого рода социальное партнерство выгодно для каждой из трех сторон. Правительство Оренбургской области получает стабильность ситуации в бюджетной сфере, предпринимая конкретные шаги для косвенного улучшения жилищных условий «бюджетников». Работники имеют возможность приобрести жилье на свои зарплаты, а банк, несмотря на отсутствие коммерческой выгоды, получает хороший имиджевый эффект от социальных кредитов – в глазах клиентов становится банком, заботящимся о людях, привлекает клиентов по другим услугам.

Есть еще один, по моему мнению, важный социальный аспект от ипотечного кредитования малообеспеченных слоев населения под низкий процент. Этот аспект касается не только непосредственно кредитующих жителей региона, но и других жителей региона, у которых есть дети.

Сегодня в области образования кандидатами на открытые вакансии являются в основном женщины, потому что заработная плата слишком низкая для «кормильцев» семьи – мужчин. Именно женщины могут привить детям такие качества, как любовь, умение прощать, этику и этикет, любовь к книге, радость от встреч с хорошим учителем и др.

В то же время, из истории нам хорошо известно, что в Древней Греции, в Древнем Риме, в Спарте (применительно к мальчикам), в царской России большинство педагогов были мужчинами. Так было совершенно не случайно. Наши предшественники прекрасно знали, что дети способны перенять у мужчин патриотизм, стойкость, умение быть сильными в сложных ситуациях, честолюбие, любовь к Родине. Несомненно, что от массового возвращения в учебные заведения мужчин – педагогов выиграют и родители, и дети, и государство.

Как в современной основной ячейке общества – полноценной семье – воспитанием ребенка справедливо занимаются и мужчины, и женщины, (способные дать ребенку много полезного для его (ее) развития), так и в современной школе представляется необходимым, чтобы дети имели возможность получать знания и воспитываться не только женщинами – педагогами, но и мужчинами – педагогами.

Если исполнительная власть региона показывает своими действиями, что она заинтересована в социальной защите учителей, то новые мужчины-педагоги придут, а старые останутся в системе школьного образования и будут учить наших детей. Представляется логичным предположить, что государство через такую политику в отношении работников бюджетной сферы, привлечет к взаимодействию правительства субъектов федерации, использующих сильные региональные банки. Такое взаимодействие будет способствовать более целостному развитию наших детей как личностей, даст им более широкие горизонты для будущей самореализации и полноценного воспитания.

Таким образом, можно резюмировать, что сильный региональный банк способен влиять на региональную финансовую безопасность, как составную часть экономической безопасности региона в целом. Степень этого влияния зависит от размеров финансирования ипотечных кредитных программ на льготных условиях Правительством субъекта федерации, и от охвата территории субъекта федерации региональным банком. Методика обеспечения экономической безопасности региона включает в том числе и работу с работниками бюджетной сферы, для сохранения ведущих кадров по ключевым направлениям работы (в т.ч. школы, вузы, колледжи). Правительство Оренбургской области может стремиться расширять возможности ипотечного кредитования слабо защищенных слоев населения. Увеличенное финансирование программ поддержки малообеспеченных слоев граждан, представителей важнейших с точки зрения воспитания и образования будущих поколений профессий, будет способствовать удержанию учителей в школах, росту уровня образования, появлению очень квалифицированных женщин и мужчин – педагогов в школах, повышению удовлетворенности населения субъекта федерации качеством жизни в регионе.

Кажется естественным, что в продолжение такой важной и нужной инициативы, как ипотечное кредитование учителей на льготных условиях через региональный банк, Правительство Оренбургской области также будет стремиться изыскивать финансовые возможности для расширения категорий граждан, попадающих под программу льготного ипотечного кредитования. Представляется логичным еще один вывод: взять такой пример взаимовыгодного взаимодействия государства и коммерческой структуры на вооружение, возможно, следует и главам других субъектов РФ. Ведь сила региона – в здоровых, счастливых и уверенных людях – жи-

телях этого региона. А безопасность России – в силе и единстве ее регионов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Купрещенко Н.П. Противодействие теневой экономике в системе обеспечения экономической безопасности России (теоретико – методологический подход). М.: АЭБ – 2008.
2. Banki.ru. Аналитический отчет «Ипотечное кредитование в банках РФ за 10 месяцев 2012 года»
3. Портал сделок с недвижимостью в Оренбургской

области. Информация представлена из раздела «Недвижимость и цены. Покупка. Оренбург» http://orenburg-056.buyreklama.ru/orenburg/obyavleniya-kvartiry_n2=1440.

4. Сайт Правительства Оренбургской области. Раздел «Социальная сфера». Статья с заголовком «В сентябре т.г. среднемесячная заработная плата учителей в Оренбургской области превысила 17 тысяч рублей».
5. Портал «Электронный мониторинг системы образования регионов России. Раздел «Москва». <http://www.kpmpo.ru/kpmpo/statistic/monitor/obj/68200/level/2/table/t1013>.

METHODS ENSURING ECONOMIC SECURITY OF THE RF SUBJECTS THROUGH A STRONG REGIONAL BANK

© 2013

S.V. Zoller, Associate Chair of Economic safety and economics
Moscow University Russian Interior Ministry, Moscow (Russia)

Annotation: The analysis of the activities of the Government of the Orenburg region, in cooperation with regional bank JSC “Bank ORENBURG.” In this article we answer the question of why such an interaction of the Government and the bank was successful, it is proposed to include this kind of public - private partnerships in the methodology of economic security of the subject of the Russian Federation. Our analysis suggests that the regional authorities of can significantly affect the level of economic security in the region by careful deliberate policy to retain public employees. Such policy can be considered as part of a unified methodology of economic security.

Keywords: unity and integrity of Russia, the economic security of the region, a regional bank, the standard of living of the population.

УДК 336.717

ОСОБЕННОСТИ И НЕОБХОДИМОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

© 2013

А.А. Щипцов, соискатель
Университет российской академии образования, Москва (Россия)

Аннотация: Стратегически устойчивое развитие промышленных предприятий невозможно без постоянного и непрерывного проведения инноваций. В условиях экономической конкуренции необходимо постоянно повышать уровень своего развития, обновлять, улучшать и преобразовывать выпускаемую им продукцию, совершенствовать и модернизировать производство. Это возможно осуществить на базе инноваций. Однако на текущий период на российских промышленных предприятиях не происходит обновления товарной номенклатуры, а инновационная активность остается недостаточно высокой. Такое положение дел негативно сказывается на развитии промышленного предприятия, а также его подразделений. Таким образом, в современных условиях рыночных отношений, необходим практический подход для решения проблем в инновационной сфере.

Ключевые слова: инновации, промышленные предприятия, инновационная политика, эффективность экономической деятельности.

В условиях системного кризиса производства развитие инноваций на предприятиях особенно актуально, оно должно охватывать различные сферы деятельности, связанные с инновационными циклами, объединения методы исследования, технологии и систему управления предприятием. Зарубежный опыт по внедрению инноваций на производственных предприятиях должен активно применяться в российских условиях в отношении самостоятельных субъектов экономики, факторов и движущих сил инновационного процесса со стороны компаний. В то же время инновационные процессы и их влияние на состояние экономики и общества характеризуются существенными различиями. Исследования, относительно организации инноваций на промышленных предприятиях, возможностей активизации инновационной деятельности являются новым направлением научной мысли. Для внедрения инноваций на промышленных предприятиях необходимо разработать методику определения социально-экономической эффективности новой техники, управления научно-техническим прогрессом и эффективностью. Инновационный путь развития требует активизации промышленной деятельности на уровне хозяйствующих субъектов - это создание соответствующих научно-технических разработок, инвестиций. Для начала внедрения инноваций в условиях промышленной деятельности необходимо учитывать следующие факторы:

- акцентировать внимание на управляемости процесса, т.е. возможности оказывать на него воздействия;
- наличие общих зависимостей между определенными факторами и условиями инновации на уровне промышленного предприятия.

Основной задачей современного социально-экономического развития производственного предприятия является выход на инновационную траекторию, максимальное использование принципиально новых факторов роста. Такой подход позволит реорганизовать предприятия на основе наукоёмкого производства. Для выбора наиболее эффективного инструментария управления инновационной деятельностью предприятия и оценки инновационного потенциала, необходимо разработать пути повышения инновационной активности на предприятиях промышленного сектора. Это позволит повысить конкурентоспособность предприятия, оперативно определять внутренние возможности к инновационной деятельности, обнаруживать скрытые резервы развития организации в целях повышения эффективности ее коммерческой деятельности. [1] Для реализации инновационной стратегии на промышленных предприятиях необходимо совершенствование существующих и поиск новых методических подходов к организации инновационной деятельности на предприятии с учетом состояния внешней и внутренней среды, текущей конъюнктуры и задач стратегического развития экономики в условиях рынка. Для адаптации инновационных программ необходимо проанализировать систему управления ин-

нованиями промышленных предприятий, определить тенденции развития инновационной деятельности в российских условиях. Кроме того, необходимо разработать алгоритм организации инновационной деятельности на промышленном предприятии, создать модель инновационного процесса, разработать программу по управления инновациями. Для создания эффективной модели внедрения инноваций на производственном предприятии необходимо оценить такие показатели как: конкурентоспособность, результативность, источник появления, источник финансирования, степень риска, источник создания, затраты. [3] Также необходима методика рационального распределения средств предприятий, для планирования реализации инновационных проектов. Модель комплексного инновационного процесса позволит сократить время разработки и вывода новшества на рынок, а также повысить эффективность данного процесса. Методика эффективного управления инновационной деятельностью на промышленном предприятии должна содержать оценочную систему показателей эффективности организации инновационной деятельности. В современных рыночных условиях обеспечение инновационной ориентации промышленных предприятий повысит потребление выпускаемой продукцией и поможет сбалансированности и эффективности функционирования рынков в целом. При таком подходе инновации можно считать залогом устойчивого экономического развития.

Внедрение инноваций может оказаться высоко рискованным только для тех производственных предприятий, которые не обладают хорошо продуманной и разработанной моделью и методикой внедрения инновационных программ развития. Залогом успешного внедрения и модели организации инновационной деятельности предприятия и инновационного процесса может стать реструктуризация промышленного предприятия. Реструктуризация на предприятиях промышленного сектора может представлять собой процесс комплексного изменения методов и условий функционирования компании в соответствии с внешними условиями рынка и стратегией ее развития. [4] В качестве инструмента совершенствования инновационной деятельности реструктуризация может затрагивать инновационный процесс производства новых продуктов и операций, их реализацию, продвижение и распространение. Однако реструктуризация сложный экономический процесс и проводить ее следует с учетом всех внешнеэкономических факторов развития предприятия промышленного сектора.

Принятие решения о совершенствовании инновационной деятельности предприятия, в том числе о совершенствовании модели её организации и разработке модели комплексного инновационного процесса, требует оценки экономической эффективности проводимых мероприятий. Для определения эффективности необходимо разработать методику определения качества инновационной деятельности промышленного предприятия как сбалансированной системы показателей. Система показателей инновационной деятельности поможет предприятию проанализировать его способность к инновационной работе, качество осуществления этой работы, инновационную активность предприятия, конкурентоспособность продукции.

Таким образом, система показателей инноваций создает базу для принятия управленческих решений, выражая стратегические интересы предприятия и мотивируя персонал к инициативной работе. Также необходимо учитывать, что даже самая совершенная система показателей является уязвимой перед влиянием внутренних факторов восприимчивости персонала к инновациям.

Анализ промышленных предприятий, которые удачно осуществляют инновационную деятельность, показывает, что основой успеха является хорошо организованный механизм внедрения инновационных процессов.

Условием для внедрения инноваций является наличие эффективной системы маркетинга и сбыта, которая осуществляет связь предприятия с конечными потребителями по качеству производимых товаров. [5] Новшества возникают на базе новых знаний, а покупателям нужны новые выгоды.

Таким образом, правильно проведенная промышленным предприятием инновационная политика повышает его конкурентоспособность на рынке. Интенсивность инновационной деятельности предприятия определяет для него больше конкурентных преимуществ. Инновационная активность предприятия характеризуется эффективностью и регулярностью инноваций, динамикой действий по созданию и практической реализации новшеств. Чем выше инновационная активность предприятия, тем целесообразнее его функционирование и существование.

Таким образом, инновационная активность как мера интенсивности осуществления инноваций на предприятии - это современная стратегическая характеристика его эффективности. Использование инноваций поможет промышленным предприятиям ускорить свой рост, освоить новые рынки, создать новые рабочие места. Основным источником финансирования инновационной деятельности на промышленных предприятиях являются финансовые ресурсы. В таком случае, основой финансово-экономической проблемы, является недостаток собственных денежных средств.

Дефицит собственных средств, которые являются основным источником финансирования инноваций, приводит к проблеме развития производственно-технологической базы. Однако одной из главных проблем внедрения инноваций является не финансово-экономические проблема, а управление инновационными процессами, отсутствие способности организовать их разработку и реализацию. [2] Квалификация руководителя становится важнейшим фактором обеспечения эффективности инновационного процесса. Правильно выбранная структура позволяет обеспечить предприятию полную занятость персонала, гибкость в использовании ресурсов и соответствие требованиям рынка.

Таким образом, необходима реорганизация системы управления инновационной деятельностью предприятия. Управлять такой деятельностью значительно сложнее, чем текущим, повторяющимся производством. Необходимо совершенствовать модель организации инновационной деятельности. Для этого промышленному предприятию необходимо пройти несколько этапов:

- выбор и реализации инновационной стратегии предприятия, основу которого составляют материально-технические, финансовые, кадровые, информационные и другие виды ресурсов;

- комплексный подход для промышленного предприятия;

- для распределения риска необходимо формирование инновационного портфеля, создание инновационной программы предприятия и постоянное перераспределение средств из завершенных инновационных проектов в разрабатываемые.

Подходы к моделированию инновационного процесса требуют тщательной разработки модели инновационной политики и стратегии ее внедрения как объекта управления и средства перспективного развития производства в различные периоды времени. Комплексный инновационный процесс на производственном предприятии позволит оценить рыночные, научно-технические, производственные и финансовые перспективы новшества.

Кроме того, объединить ответственность между исполнителями инновационного проекта. Также необходимо управленческое понимание, что нововведения являются стратегическими, так как от них зависит вся дальнейшая деятельность предприятия. Для успешного внедрения и последующего функционирования усовер-

шенствованной модели организации инновационной деятельности предприятия и разработанной модели комплексного инновационного процесса требуется совершенствование инновационной деятельности предприятия. Также принятие решения о внедрении инноваций на промышленном предприятии, в том числе принятие решения о совершенствовании модели её организации, требует оценки экономической эффективности проводимых мероприятий. Для этого необходима разработка методики определения эффективности инновационной деятельности промышленного предприятия как оценочной системы показателей. [4]

Предприятия используют различные подходы для измерения своей инновационной активности, некоторые из них имеют целостную систему показателей инновационной деятельности, которая сочетается со стратегическими интересами предприятия. Чаще всего оценка эффективности инноваций на промышленных предприятиях осуществляется с использованием «классических» финансовых показателей. Однако система показателей инновационной деятельности также должна включать не только финансовые, но и качественные показатели, динамика изменений которых поможет вовремя выявить проблемы в системе управления инновациями и принять меры до наступления кризиса. Система должна стать частью внутрикорпоративной системы показателей и периодически пересматриваться с учётом изменений окружающей среды предприятия. Для эффективной оценки показателей можно использовать сбалансированную систему показателей для оценки инновационной деятельности предприятия. Сбалансированная система показателей включает в себя несколько экономических

показателей и может применяться на любом промышленном предприятии, осуществляющем инновационную деятельность.

Данная система показателей поможет предприятию проанализировать его способность к инновационной работе, качество осуществления этой работы, а также позволит оценить инновационную активность предприятия, конкурентоспособность продукции.

Таким образом, применение комплексного подхода внедрения инноваций на предприятиях промышленного сектора приведет к динамичному развитию предприятия, укреплению конкурентоспособности, укреплению маркетинговой политики.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Архипова В.Ф., Голумидова А.В., Экономическая эффективность инвестиций в строительную сферу: Учебное пособие Владимир: ВлГУ, 2010. 73с.
2. Балабанов И.Т. Инновационный менеджмент. СПб.: Изд-во «Питер», 2009. 208с.
3. Повышение инновационной активности экономики России. РАН, Институт экономики, Москва. 2004. 212с.
4. Теплова Т.В. Финансовый менеджмент: управление капиталом и инвестициями: Учеб. Пособие -М.:ГУ ВШЭ, 2000. 504с.
5. Trajtenberg M. Economic Analysis of Product Innovation Cambridge, Massachusetts : Harvard University Press, 1999
6. Shumpeter J/ Business Cycles, vol I and II N.Y.:McGraw - Hill, 1939
7. Roman D.Science, Tecnhology and Innovation: A System Approach -Ohio, 1980, с.291

FEATURES AND NEED INTRODUCTION OF INNOVATION IN ENTERPRISES

© 2013

A.A. Schiptsov, applicant

University of the Russian Academy of Education, Moscow (Russia)

Annotation: Strategically sustainable development of industrial enterprises is impossible without constant innovation and continuous conduct. In terms of economic competition must continually improve their level of development, to update, improve and transform its products, improve and modernize production. This could be done based on the innovation. However, for the current period to the Russian industrial enterprises not updated product mix, and innovation activity is not high enough. This situation has a negative impact on the development of an industrial enterprise and its subsidiaries. Thus, in the current market conditions, you need a hands-on approach to solving problems in the area of innovation.

Keywords: innovation, industry, innovation policy, the effectiveness of economic activity.

НАШИ АВТОРЫ

Абасов Фариз Рафик оглу, докторант кафедры экономики и управления
Адрес: Бакинский Государственный Университет, 1148, Азербайджан, Баку, ул. З.Халилова, 23.
Тел.: +99455 701 79 97
E-mail: q.abbasova@mail.ru

Абрамова Оксана Анатольевна, аспирант
Адрес: Финансовый университет при правительстве РФ, г. Москва, проспект Мира, 101
Тел.: + 7 (905) 160-10-40
E-mail: oksasha_we@mail.ru

Анисимова Юлия Алексеевна, старший преподаватель кафедры «Финансы и кредит»
Адрес: Тольяттинский государственный университет, 445667, г. Тольятти, ул. Ушакова, 57
Тел: (8482) 539381
E-mail: U.Anisimova@tlttsu.ru

Артемов Андрей Васильевич, Дирекция по экономике и планированию
Адрес: ОАО АВТОВАЗ, 445024, Россия, Тольятти, Южное шоссе, 36
Тел.: 8 (8482) 691001
E-mail: avartemiev2013@yandex.ru

Байстрюченко Наталья Олеговна, кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры управления
Адрес: Сумский государственный университет, 40007, Украина, г. Сумы, ул. Римского-Корсакова, 2
Тел. + 380660919116
E-mail: nataliya_sumy@mail.ru

Богданова Анна Владимировна, кандидат педагогических наук, начальник отдела менеджмента качества и оптимизации бизнес-процессов
Адрес: Тольяттинский государственный университет, 445667, Россия, г. Тольятти, улица Белорусская, дом 14
Тел.: (8482)53-91-39
E-mail: ann-glazova@yandex.ru

Бутенко Виктория Васильевна, ассистент кафедры экономической теории и истории экономической мысли
Адрес Одесский национальный университет имени И.И. Мечникова 65082, Украина, г. Одесса, ул. Дворянская 2
Тел. +30987656368
E-mail: vika.onu@mail.ru

Гаврилова Мария Ивановна, старший преподаватель
Адрес: Тольяттинский филиал Московского государственного университета пищевых производств, 445026, Россия, г. Тольятти, улица Свердлова, дом 39
Тел.: (8482) 67-44-48
E-mail: kseniya101@mail.ru

Гакашев Марат Миратович, ассистент, аспирант Пермского национального исследовательского политехнического университета
Адрес: Пермский национальный исследовательский политехнический университет, 614990, Россия, Пермь, Комсомольский проспект, дом 29
Тел.: 8-952-33-96-646
E-mail: marat.gakashev@yandex.ru

Глазова Вера Федоровна, доцент кафедры информатики и вычислительной техники (секция Информатика)
Адрес: Тольяттинский государственный университет, 445667, Россия, г. Тольятти, улица Белорусская, дом 14
Тел.: (8482) 53-92-12
E-mail: vf-g@yandex.ru

Головач Надежда Андреевна, студентка кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»
Адрес: Тольяттинский государственный университет, 445667, г. Тольятти, ул. Ушакова, 57
Тел: (8482) 761215
E-mail: golovatch.nadya@yandex.ru

Голощапова Людмила Вячеславовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «финансов, кредита и налогообложения»
Адрес: Курский государственный университет, 305000, Россия, Курск, ул. Радищева, 33
Тел.: 8 (910) 3130171
E-mail: cool.lvg2012@yandex.ru

Горбунов Дмитрий Викторович, кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой «Финансы и кредит»
Адрес: Тольяттинский государственный университет, 445667, Россия, Тольятти, ул. Ушакова, 57
Тел.: 8 (8482) 53-91-83
E-mail: kovalenkoog@yandex.ru

Гришова Инна Юрьевна, доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры учета, анализа и аудита
Адрес: Одесский национальный политехнический университет, 65044, Украина, г. Одесса, проспект Шевченко, 1
Тел.: +380672606147
E-mail: rimmagrish@te.net.ua

Гукасова Нина Рафаэловна, старший преподаватель кафедры мировой и региональной экономики, аспирант
Адрес: Северо-Кавказский институт-филиал РАНХиГС, 357528, Россия, Ставропольский край, г. Пятигорск, ул. Февральская, 54
Тел.: 8 (961) 464-49-81
E-mail: gukasovan@mail.ru

Густоваров Артем Игоревич - аспирант 3-го года обучения кафедры «Маркетинг и логистика»

Адрес: Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, 125993, Россия, Москва, Ленинградский проспект, 49

Тел.: 8 (499) 270-22-35

E-mail: aguss@yandex.ru

Добрякова Елена Александровна, аспирант кафедры «Маркетинг и Логистика»

Адрес: Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, 125993, Россия, Москва, Ленинградский проспект, 49

Тел.: 8 (499) 951-3-951; 8 (916) 395-17-70

E-mail: Elena.Dobryakova@volkswagen.ru

Ештокин Максим Викторович, аспирант кафедры маркетинга и управления персоналом

Адрес: Курский государственный университет, 305000, Россия, г. Курск, ул. Радищева 33.

E-mail.: Maksim-grek2006@yandex.ru

Забардаст Али, докторант кафедры экономической информатики, преподаватель профессионально-технического колледжа г. Сама, университет Азад Ислам, Урмия, Иран

Адрес: Бакинский Государственный Университет, 1148, Азербайджан, Баку, ул. З.Халилова, 23.

Тел.: +99455 701 79 97

E-mail: q.abbasova@mail.ru

Задорожнюк Наталия Алексеевна, кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры «Экономических систем и маркетинга»

Адрес: Одесский национальный политехнический университет, 65044, Украина, г. Одесса, проспект Шевченко, 1

Тел.: (048) 718-91-46

E-mail: zadorozhnyuk.nat@mail.ru

Зубова Мария Николаевна, студентка кафедры «Финансы и кредит»

Адрес: Тольяттинский государственный университет, 445667, г. Тольятти, ул. Ушакова, 57

Тел.: 8-927-78-62-745

E-mail: mn_zubova@mail.ru

Исмаилова Нигяр Нуреддин кызы, преподаватель кафедры библиотекovedения

Адрес: Бакинский Государственный Университет, 1148, Азербайджан, Баку, ул. З.Халилова, 23

Тел.: +99455 701 79 97

E-mail: q.abbasova@mail.ru

Каменнова Юлия Олеговна, старший преподаватель кафедры «Налогового дела, бухгалтерского учета аудита», аспирант

Адрес: НОУ ВПО «Самарская гуманитарная академия» 443011, г. Самара, ул. 8-ая Радиальная, 2

Тел.: +7 (846) 926-26-40

E-mail: zai4eno4ek88@mail.ru

Кетнер Инна Александровна, старший преподаватель кафедры «Маркетинг и логистика»

Адрес: Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, 125993, Россия, Москва, Ленинградский проспект, 49

Тел.: 8 (499) 270-22-35

E-mail: iketner@yandex.ru

Коваленко Оксана Григорьевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Финансы и кредит»

Адрес: Тольяттинский государственный университет, 445667, Россия, Тольятти, ул. Ушакова, 57

Тел.: 8 (8482) 53-91-83

E-mail: kovalenkoog@yandex.ru

Кожин Антон Владимирович, студент

Адрес: Тольяттинский государственный университет, 445667, Россия, Тольятти, ул. Белорусская, 14

Тел.: 89372106961

E-mail: anton_kozhin@mail.ru

Коккин Александр Семёнович, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Финансы и финансовый менеджмент»

Адрес: Нижегородский государственный университет им Н.И. Лобачевского, 603950, Россия, Нижний Новгород,

ул. Б. Покровская, 37

Тел.: 8 (831) 430-28-54

E-mail: kockin@mail.ru

Конорев Виктор Васильевич, кандидат экономических наук, доцент кафедры «финансов, кредита и налогообложения»

Адрес: Курский государственный университет, 305000, Россия, Курск, ул. Радищева, 33

Тел.: 8 (910) 2183636

E-mail: zarab79@mail.ru

Курбанов Азад Иса оглу, доцент кафедры библиотекovedения

Адрес: Бакинский Государственный Университет, 1148, Азербайджан, Баку, ул. З.Халилова, 23.

Тел.: +99455 701 79 97

E-mail: q.abbasova@mail.ru

Курилов Кирилл Юрьевич, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Финансы и кредит»

Адрес: Тольяттинский государственный университет, 445667, Россия, Тольятти, ул. Белорусская, 14

Тел.: 89171221837

E-mail: aakurilova@yandex.ru

Курилова Анастасия Александровна, доктор экономических наук, профессор кафедры «Финансы и кредит»
Адрес: Тольяттинский государственный университет, 445667, Россия, Тольятти, ул. Белорусская, 14
Тел.: 89171223879
E-mail: aakurilova@yandex.ru

Кязими Пярвиз Физули оглу, доктор философии по истории, преподаватель кафедры библиотековедения
Адрес: Бакинский Государственный Университет, 1148, Азербайджан, Баку, ул. З.Халилова, 23.
Тел.: +99455 701 79 97
E-mail: q.abbasova@mail.ru

Лиса Наталья Владимировна, ассистент кафедры «Финансы и кредит»
Адрес: Уманский национальный университет садоводства, 20305, Украина, Черкасская обл., г. Умань, ул. Институтская, 1
Тел.: +380672606147
E-mail: udau@udau.edu.ua

Максимов Юрий Александрович, соискатель отдела инновационной логистики
Адрес: Институт исследования и конъюнктуры оптового рынка (ИТКОР), 125319, г. Москва, ул. Черняховского, д.16
Тел.: 8-905-767-35-53
E-mail: ssl40@mail.ru

Мёнккёнен Анастасия, финансовый менеджер
Адрес: MAVENTA Ltd, Финляндия, Хельсинки
E-mail: anastasia.monkkonen@gmail.com

Мингалева Жанна Аркадьевна, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры экономики и управления на предприятии, профессор кафедры предпринимательского права Пермского государственного национального исследовательского университета
Адрес: Пермский национальный исследовательский политехнический университет, 614990, Россия, Пермь, Комсомольский проспект, дом 29
Тел.: (342) 2198-729
E-mail: mingal1@pstu.ru

Мирошниченко Юлия Александровна, кандидат экономических наук, ассистент кафедры управления
Адрес: Сумский государственный университет, 40007, Украина, г. Сумы, ул. Римского-Корсакова, 2
Тел. + 380667914879
E-mail: elfida@ukr.net

Московец Алексей Владимирович, аспирант кафедры
Адрес: Северо-Кавказский институт-филиал ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», 357528, г. Пятигорск, ул. Февральская, 54
Тел.: (8793) 98-99-45
E-mail.: mosckovetz.alexei@yandex.ru

Мухаммеди Гиглоу Ислам Нусрет оглу, докторант, преподаватель Университета Азад Ислам (Иран)
Адрес: Бакинский Государственный Университет, 1148, Азербайджан, Баку, ул. З. Халилова, 23
Телефон +99455 701 79 97
E-mail: q.abbasova@mail.ru

Намитуллина Анжела Зафитовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Государственные и муниципальные финансы»
Адрес: Финансовый университет при Президенте Российской Федерации, 101000, г. Москва, Малый Златоустинский переулок, д. 7, стр. 1
Тел.: 8 (495) 625-29-26
E-mail: anamitulina@yandex.ru

Орлянская Анна Александровна, аспирант
Адрес: Северо-Кавказский институт-филиал ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», 357528, г. Пятигорск, ул. Февральская, 54
Тел.: (8793) 98-99-45
E-mail.: orlyanna@yandex.ru

Оруджева Весханум Мейлакулу кызы, доцент кафедры политологии и социологии
Адрес: Бакинский Государственный Университет, 1148, Азербайджан, Баку, ул. З. Халилова, 23
Телефон +99455 701 79 97
E-mail: q.abbasova@mail.ru

Осколков Илья Михайлович, ассистент кафедры «Теория и методика дистанционного обучения»
Адрес: Нижегородский государственный университет им Н.И. Лобачевского, 603950, Россия, Нижний Новгород, пр. Гагарина, 23
Тел.: 8 (83171) 2-23-66
E-mail: oskolkoff.ilya@yandex.ru

Пастовенский Александр Викторович, кандидат педагогических наук, начальник управления образования и науки
Адрес: Управление образования и науки Житомирской областной государственной администрации, 10014, Украина, г. Житомир, пл. С. П. Королева, 12
Тел.: 0973934576
E-mail: ztedu@ukr.net

Рамазанов Альберт Вильданович, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Государственные и муниципальные финансы»
Адрес: Казанский (Приволжский) федеральный университет, 420008, Россия, Казань, ул. Кремлевская, 18
Тел.: 8 (843) 233-71-09
E-mail: rav83@mail.ru

Романенкова Ольга Николаевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Маркетинг и логистика»
Адрес: Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, 125993, Россия, Москва, Ленинградский проспект, 49
Тел.: 8 (499) 270-22-35
E-mail: 10olga05@gmail.com

Савченко Юлия Юрьевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента
Адрес: Рубцовский институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный университет», 658225, Россия, г. Рубцовск, пр-т Ленина, 200Б
Тел.: (38557) 4-45-35
E-mail: yuliya161278@yandex.ru

Самсонова Тамара Сергеевна, аспирант кафедра маркетинга Финансового университета при правительстве РФ
Адрес: ООО «АгроМир», г. Смоленск, ул. Бородинская д. 4
Тел.: (4812) 35-63-48
E-mail: tomas_8808@mail.ru

Телиженко Александр Михайлович, доктор экономических наук, профессор кафедры управления, заведующий кафедрой управления
Адрес: Сумский государственный университет, 40007, Украина, г. Сумы, ул. Римского-Корсакова, 2
Тел. + 380667642071
E-mail: altel@ukr.net

Учаева Екатерина Анатольевна, студент кафедры «Финансы и кредит»
Адрес: Тольяттинский государственный университет, 445667, Россия, Тольятти, ул. Ушакова, 57
Тел.: 8 (8482) 53-91-83
E-mail: kovalenkoog@yandex.ru

Цоллер Станислав Владимирович, адъюнкт кафедры экономической безопасности и экономики
Адрес: Московский университет МВД России 111674, г. Москва, ул. Рождественская 21, корпус 6, квартира 33
Тел.: 8-926-916-01-43
E-mail: Zoller87@yandex.ru

Щипцов Алексей Александрович, соискатель
Адрес: Университет российской академии образования, 119180, г. Москва, ул. Большая Полянка, 58
Тел.: 8 (495) 237-27-228
E-mail.: shchipilex@mail.ru

OUR AUTHORS

Abasov Fariz Rafik oqlu, doctoral student in economics and management
Address: Baku State University, 1148, Azerbaijan, Baku, Z.Halilov street, 23.
Tel.: +99455 701 79 97
E-mail: q.abbasova@mail.ru

Abramova Oksana Anatolevna, post-graduate
Address: Financial University under the Government of Russian Federation, Moscow, Prospekt Mira, 101
Tel.: + 7 (905) 160-10-40
E-mail: oksasha_we@mail.ru

Anisimova Iuliia Alekseevna, teacher of the chair «Finance and Credit»
Address: Togliatti State University, 445667, Togliatti, Ushakov's street, 57
Tel: (8482) 539381
E-mail: U.Anisimova@tlttsu.ru

Artemiev Andrey Vasilievich, Directorate for economy and planning
Address: JSC AVTOVAZ, 445024, Russia, Tolyatti, Yuzhnoye shosse, 36
Tel.: 8 (8482) 691001
E-mail: avartemiev2013@yandex.ru

Baystryuchenko Natalya Olegovna, candidate of economical sciences, senior lecturer of the Management Department
Address: Sumy State University, 40007, Ukraine, Sumy, st. Rimsky-Korsakov, 2
Тел. + 380660919116
E-mail: nataliya_sumy@mail.ru

Bogdanova Anna Vladimirovna, candidate of pedagogical sciences, the chief of department of quality management and optimisation of business processes
Address: Togliatti State University, 445667, Russia, Togliatti, Belorusskaya st., 14
Tel.: (8482) 53-91-39
E-mail: ann-glazova@yandex.ru

Butenko Victoria Vasiljevna, assistant of department of economic theory and history of economic idea
Address: Odessa National University named after I. I. Mechnykov, str Noble 2, Odessa, Ukraine, 65082
Tel.: +30987656368
E-mail: vika.onu@mail.ru

Dobryakova Elena Aleksandrovna, graduate student of the chair «Marketing and Logistics»
Address: Financial University under the Government of the Russian Federation, 125993, Russia, Moscow, Leningradsky prospekt, 49
Tel.: 8 (499) 951-3-951; 8 (916) 395-17-70
E-mail: Elena.Dobryakova@volkswagen.ru

Eshtokin Maxim Viktorovich, post-graduate student of the chair of marketing and human resource management
Address: Kursk State University, 305000, Russia, Kursk, Radishchev St. 33
E-mail.: Maksim-grek2006@yandex.ru

Gakashev Marat Miratovich, assistant, post-graduate student
Address: Perm National Research Polytechnic University, 614990, Russia, Perm, 29 Komsomolsky Av.
Tel.: 8-952-33-96-646
E-mail: marat.gakashev@yandex.ru

Gavrilova Maria Ivanovna, senior lecturer
Address: Togliatti branch of Moscow State University Food Production, 445026, Russia, Togliatti, Sverdlov Street, Building 39
Tel.: (8482) 67-44-48
E-mail: kseniya101@mail.ru

Glazova Vera Fyodorovna, associate Professor of Department of Informatics and computer engineering (section of Informatics)
Address: Togliatti State University, 445667, Russia, Togliatti, Belorusskaya st., 14
Tel.: (8482) 53-92-12
E-mail: vf-g@yandex.ru

Goloshchapova Lyudmila Vyacheslavovna, candidate of economic sciences, associate professor of chair «chair of finance, credit and taxation»
Address: Kursk State University, 305000, Kursk, Radishchev St. 33
Ph.: 8 (910) 3130171
E-mail: cool.lvg2012@yandex.ru

Golovach Nadezhda Andreevna, student of department is “Accounting and Audit”
Address: Togliatti State University, 445667, Togliatti, Ushakov's street, 57
Tel: (8482) 761215
E-mail: golovatch.nadya@yandex.ru

Gorbunov Dmitry Viktorovich, candidate of economical sciences, assistant professor, head of the Department of «Finance and credit»
Address: Togliatti State University, 445667, Russia, Togliatti, Ushakova, 57
Tel.: 8 (8482) 53-91-83
E-mail: kovalenkoog@yandex.ru

Grishova Inna Iurevna, PhD, professor of accounting, analysis and audit
Address: Odessa National Polytechnic University, Boulevard of Shevchenko, 1, Odessa, Ukraine, 65044
Tel.: +380672606147
E-mail: rimmagrish@te.net.ua

Gukasova Nina Rafaelovna, senior lecturer of the Department of global and regional economy, post-graduate student
Address: North Caucasus institute-branch of RANEPА, 357528, Russia, Stavropol region, Pyatigorsk, st. Fevral'skaya, 54
Tel.: 8 (961) 464-49-81
E-mail: gukasovan@mail.ru

Gustovarov Artem Igorevich, 3-rd year postgraduate student of the chair «Marketing and Logistics»
Address: Financial University under the Government of the Russian Federation, 125993, Russia, Moscow, Leningradsky prospekt, 49
Tel.: 8 (499) 270-22-35
E-mail: aguss@yandex.ru

Ismailova Nigar Noureddine kizi, the teacher of library science
Address: Baku State University, 1148, Azerbaijan, Baku, Z.Halilov street, 23.
Tel.: +99455 701 79 97
E-mail: q.abbasova@mail.ru

Kamennova Julia Olegovna, senior teacher of faculty «Tax Affairs, accounting audit», post-graduate student
Address: Samara Academy of Humanities, 443011, str. Samara, ul. 8-th Radial, 2
Tel: +7 (846) 926-26-40
E-mail: zai4eno4ek88@mail.ru

Ketner Inna Aleksandrovna, teacher of the chair «Marketing and Logistics»
Address: Financial University under the Government of the Russian Federation, 125993, Russia, Moscow, Leningradsky prospekt, 49
Tel.: 8 (499) 270-22-35
E-mail: iketner@yandex.ru

Kokin Alexander Semyonovich, doctor of economics, professor, head of the department «Finance and financial management»
Address: Nizhny Novgorod state university to them N.I.Lobachevsky, 603950, Russia, Nizhny Novgorod, B. Pokrovskaya St., 37
Tel.: 8 (831) 430-28-54
E-mail: kockin@mail.ru

Konorev Victor Vasilyevich, candidate of economic sciences, associate professor of chair «Finance, credit and taxation»
Address: Kursk State University, 305000, Kursk, Radishchev St. 33
Ph.: 8 (910) 2183636
E-mail: zarab79@mail.ru

Kovalenko Oksana Grigorievna, candidate of economic sciences, associate professor, department of «Finance and credit»
Address: Togliatti State University, 445667, Russia, Moscow, ul. Ushakov, 57
Тел.: 8 (8482) 53-91-83
E-mail: kovalenkoog@yandex.ru

Kozhin Anton Vladimirovich, a student
Address: Togliatti State University, 445667, Russia, Tolyatti, ul. Belarusian, 14
Tel.: 89372106961
E-mail: anton_kozhin@mail.ru

Kurbanov Azad Isa oglu, assistant professor of library science
Address: Baku State University, 1148, Azerbaijan, Baku, Z.Halilov street, 23.
Tel.: +99455 701 79 97
E-mail: q.abbasova@mail.ru

Kurilov Kirill Yuryevich, Ph.D., assistant professor of «Finance and Credit»
Address: Togliatti State University, 445667, Russia, Moscow, ul. Belarusian, 14
Tel.: 89171221837
E-mail: aakurilova@yandex.ru

Kurilova Anastasia Alexandrovna, Ph.D., professor of «Finance and Credit»
Address: Togliatti State University, 445667, Russia, Moscow, ul. Belarusian, 14
Tel.: 89171223879
E-mail: aakurilova@yandex.ru

Kyazymi Parviz Fizuli oglu, PhD in history, library science lecturer
Address: Baku State University, 1148, Azerbaijan, Baku, Z.Halilov street, 23.
Tel.: +99455 701 79 97
E-mail: q.abbasova@mail.ru

Lysa Natalia Vladimirovna, assistant of the department of Finance and Credit
Address: Uman National University of Horticulture, 20305, Ukraine, Uman, Instityyskai street, 1
Тел.: +380672606147
E-mail: udau@udau.edu.ua

Maksimov Yuriy Aleksandrovich, the applicant of the Department of innovative logistics research
Address: Institute and state of the wholesale market, 125319, Russia, str. Chernyakhovsky, 16
Tel.: 8-905-767-35-53
E-mail: ssl40@mail.ru

Mingaleva Zhanna Arkadiyevna, Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of Economics and Enterprise Management, Professor of Business Law of the Perm State National Research University
Address: Perm National Research Polytechnic University, 614990, Russia, Perm, 29 Komsomolsky Av.
Tel.: (342) 2198-729
E-mail: mingal1@pstu.ru

Mohammadi Giglou Islam Nusrat oglu, doctoral student, teacher University Azad Islam (Iran)
Address: Baku State University, 1148, Azerbaijan, Baku, st. Z. Halilov, 23
Phone: +99455 701 79 97
E-mail: q.abbasova@mail.ru

Mönkkönen Anastasia, financial manager
Address: MAVENTA Ltd, Finland, Helsinki, Klaavuntie 15A6
Tel.: +358 563 3972
E-mail: anastasia.monkkonen@gmail.com

Moskovetz Alexey Vladimirovich, post-graduate student
Address: North Caucasus institute-branch of federal budgetary public educational institution of higher education «The Russian Academy of National Economy and Public Service at the President of the Russian Federation», 357528, Russia, Pyatigorsk, st. Fevral'skaya, 54
Tel.: (8793) 98-99-45
E-mail: mosckovetz.alexei@yandex.ru

Myroshnychenko Iuliia Alexandrovna, candidate of economical sciences, assistant professor of the Management Department
Address: Sumy State University, 40007, Ukraine, Sumy, st. Rimsky-Korsakov, 2
Тел. + 380667914879
E-mail: elfida@ukr.net

Namitulina Angela Zafitovna, candidate of economic sciences, the associate professor “The public and municipal finances”
Address: Financial University at the President of the Russian Federation, 101000, Moscow, Maly Zlatoustinsky Lane, 7, p. 1
Tel.: 8 (495) 625-29-26
E-mail: anamitulina@yandex.ru

Orlyanskaya Anna Aleksandrovna, post-graduate student
Address: North Caucasus institute-branch of federal budgetary public educational institution of higher education «The Russian Academy of National Economy and Public Service at the President of the Russian Federation», 357528, Russia, Pyatigorsk, st. Fevral'skaya, 54
Tel.: (8793) 98-99-45
E-mail: orlyanna@yandex.ru

Orujova Veskhanum Meylakulu kizi, assistant professor of political science and sociology
Address: Baku State University, 1148, Azerbaijan, Baku, st. Z. Halilov, 23
Phone: +99455 701 79 97
Email: q.abbasova@mail.ru

Oskolkov Ilya Mikhaylovich, assistant to chair «Theory and technique of distance training»
Address: Nizhny Novgorod state university to them N.I. Lobachevsky, 603950, Russia, Nizhny Novgorod, Gagarin Ave., 23
Tel.: 8 (83171) 2-23-66
E-mail: oskolkoff.ilya@yandex.ru

Pastovensky Alexander Viktorovich, candidate of pedagogical sciences, head of education and science
Address: Department of Education and Science of the Zhytomyr Regional State Administration, 10014, Ukraine, Zhitomir, S. P. Korolev Square, 12
Tel.: 0973934576
E-mail: ztedu@ukr.net

Ramazanov Albert Vil'danovich, candidate of economical sciences, assistant professor of the chair «State and municipal finance»
Address: Kazan (Volga) Federal University, 420008, Russia, Kazan, Kreml'yovskaya, 18
Tel.: 8 (843) 233-71-09
E-mail: rav83@mail.ru

Romanenkova Olga Nikolaevna, candidate of economical sciences, assistant professor of the chair «Marketing and Logistics»
Address: Financial University under the Government of the Russian Federation, 125993, Russia, Moscow, Leningradsky prospekt, 49
Tel.: 8 (499) 270-22-35
E-mail: 10olga05@gmail.com

Samsonova Tamara Sergeevna, graduate Department of Marketing of Financial University under the Government of the Russian Federation;
Address: LLC “AgroMir”, Smolensk, Borodinskaya St., Russia
Tel.: (4812) 35-63-48
E-mail: tomas_8808@mail.ru

Savchenko Yulia Yurievna, candidate of economic sciences, associate professor of the management department
Address: Rubtsovsk Institute (affiliate) the Altai State University, 658225, Russia, Rubtsovsk, Lenina av., 200B
Tel.: (38557) 4-45-35
E-mail: yuliya161278@yandex.ru

Schiptsov Aleksey Aleksandrovich, applicant
Address: University of the Russian Academy of Education, 119180, Moscow, Bolshaya Polyanka, 58
Tel.: 8 (495) 237-27-228
E-mail: shchipilex@mail.ru

Telizhenko Oleksandr Mykhailovych, doctor of economical sciences, professor of the Management Department, Head of the Management Department
Address: Sumy State University, 40007, Ukraine, Sumy, st. Rimsky-Korsakov, 2
Tel. +380667642071
E-mail: altel@ukr.net

Uchaeva Ekaterina Anatolievna, student of the Department «Finance and credit»
Address: Togliatti State University, 445667, Russia, Togliatti, Ushakova, 57
Tel.: 8 (8482) 53-91-83
E-mail: katerina_tlt@list.ru

Zadorozhniuk Natalia Alekseevna, candidate of economic sciences, senior lecturer in «Economic systems and marketing»
Address: Odessa National Polytechnic University, 65044, Odessa, Ukraine, Shevchenko avenue, 1
Tel.: (048) 718-91-46
E-mail: zadorozhnyuk.nat@mail.ru

Zebardast Ali, Degree of the Department of Economic Informatics, Sama technical and vocational training college, Islamic Azad University, Uremia, Iran.
Address: Baku State University, 1148, Azerbaijan, Baku, Z. Halilov street, 23.
Tel.: +99455 701 79 97
E-mail: q.abbasova@mail.ru

Zoller Stanislav Vladimirovich, associate chair of economic safety and economics
Address: Moscow University Russian Interior Ministry, 111674, Moscow, ul. Rojdestvenskaya 21, Building 6, Apartment 33
Tel.: 8-926-916-01-43
E-mail: Zoller87@yandex.ru

Zubova Maria Nicolaevna, a student of the Department «Finance and Credit»
Address: Togliatti State University, 445667, Togliatti, Ushakov's street, 57.
Tel.: 8-927-78-62-745
E-mail: mn_zubova@mail.ru