

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ЭКОНОМИКА РОССИИ В XXI ВЕКЕ

Сборник научных трудов
XI Международной научно-практической конференции
«Экономические науки и прикладные исследования:
фундаментальные проблемы модернизации
экономики России», посвященной 110-летию экономического
образования в Томском политехническом университете

ТОМ II

18-22 ноября 2014 г.

Томск 2014

УДК 330.11
ББК У9(2)0л0
Э40

Э40

Экономика России в XXI веке: сборник научных трудов XI Международной научно-практической конференции «Экономические науки и прикладные исследования: фундаментальные проблемы модернизации экономики России», посвященной 110-летию экономического образования в Томском политехническом университете / под ред. Г.А. Барышевой, Л.М. Борисовой. Томский политехнический университет. – Т. II. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2014. – 468 с.

В сборнике представлен широкий круг исследований ученых-экономистов, преподавателей, аспирантов, студентов и молодых ученых городов России и зарубежья.

Сборник посвящен теоретическим и практическим аспектам функционирования экономики России. Особое внимание уделено вопросам инновационного развития современных экономических систем, функционирования предприятий в рамках национальной инновационной системы и исследованию влияния научно-образовательного потенциала нации на конкурентоспособность экономики страны.

**УДК 330.11
ББК У9(2)0л0**

Выражаем искреннюю благодарность нашим партнерам за помощь, оказанную в проведении конференции: ОАО «Газпромбанк», ОАО «Сбербанк России», ОАО «Банк ВТБ», СК «Коместра-Томь», а также информационному партнеру – Издательскому дому «Экономическая газета».

Редакционная коллегия

Г.А. Барышева, д-р. экон. наук, профессор ТПУ;
Ю.С. Нехорошев, д-р. экон. наук, профессор ТПУ;
Л.М. Борисова, канд. экон. наук, доцент ТПУ;
О.Ю. Корнева, канд. экон. наук, доцент ТПУ;
С.А. Дукарт, канд. ист. наук, доцент ТПУ;
Л.Ю. Спицына, канд. экон. наук, доцент ТПУ;
Е.А. Фролова, канд. экон. наук, доцент ТПУ;
А.С. Громова, старший преподаватель ТПУ;
Е.А. Титенко, ассистент ТПУ;
Ю.В. Фертикова, аспирант ТПУ.

© ФГАОУ ВО НИ ТПУ, 2014
© Издательство Томского
политехнического университета, 2014

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ: ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ И ПРОБЛЕМЫ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ

Р.Ю. Абраменко

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: abramenkoru@gmail.com

Научный руководитель: Соболева Е.Н., канд. экон. наук, доцент

В статье рассматриваются проблемы выбора и обоснования стратегических направлений инвестиционной политики предприятия.

К одному из основных двигателей роста и качественного развития компании относится ее инвестиционная активность. Благодаря эффективным капитальным затратам достигаются желаемые показатели роста, а также возрастает отдача от вложенных инвестиций. Очевидно, что усовершенствование текущего технического оснащения компании ведет к увеличению показателей эффективности производственного процесса, а инвестиционные вложения в разработку новых продуктов или в усовершенствование характеристик уже имеющегося продукта способствуют укреплению рыночных позиций компании, появлению сильных конкурентных преимуществ и, как следствие, увеличению стоимости всего бизнеса [1].

В основе формирования инвестиционной политики предприятия должен быть заложен системный подход, согласно которому необходимо осуществить комплекс мероприятий, включающих, в том числе, выбор приоритетов, экономическую оценку направлений инвестирования.

Российская практика ведения финансовой отчетности основывается преимущественно на бухгалтерских (учетных) показателях деятельности. В то время как анализ инвестиционной активности предполагает финансовый подход к анализу деятельности компании. Проблема заключается в том, что бухгалтерский подход отражает контроль над текущими операциями и решениями, в то время как финансовый подход предполагает принятие стратегических решений, а также позволяет провести оценку гибкости инвестиционных и финансовых перспектив [2]. В частности, лишь для очень небольшого круга российских компаний представляется возможным получить информацию о движении денежных средств от операционной, финансовой и инвестиционной деятельности.

Важность выявления приоритетов обусловлена необходимостью концентрации ограниченных инвестиционных ресурсов на наиболее важных проблемах предприятия, способных обеспечить решение проблем функционирования или повышение его конкурентных преимуществ.

Одно из обоснований активной инвестиционной деятельности организации связывают с так называемым этапом «возрождения» компании, то есть условным переходом со стадии старения на новый виток корпоративного жизненного цикла. В первую очередь речь идет об обновлении активных элементов основного капитала. Их моральное старение приводит к потенциальным затратам, возникающим в ре-

зультате необходимости внедрения новых разработок и появления качественно других, более производительных средств производства [3]. В данном случае компания должна просчитать, в какой момент будет необходима досрочная замена капитальных активов до их полного физического износа. Таким образом, новый финансовый цикл предприятия начинается именно с момента реализации инвестиционного проекта, например такого, как замена устаревшего оборудования или вложения в научно-исследовательские работы.

Новые разработки, а точнее именно инновации, часто рассматриваются в качестве отправной точки финансового цикла целой отрасли (а вместе с ней и компаний, существующих с момента образования этой отрасли). Так, Джованович и Макдональд, анализируя отрасль автомобильных покрышек в США с 1906 по 1971 год с помощью формальной математической модели, пришли к выводам, что, несмотря на нерадужные перспективы для компаний этой отрасли, фирмы, успевшие первыми внедрить новые разработки в 1910-1920 годах, существенно выиграла в темпах роста выпуска и стоимости компании.

Ошибки в выборе стратегических направлений инвестиционной политики могут привести к нерациональному расходованию инвестиционных ресурсов, что в конечном итоге снижает эффективность инвестиционного процесса на предприятии [4].

Приоритеты инвестирования представляют собой совокупность наиболее перспективных направлений развития предприятия, обеспечивающих достижения его стратегических целей.

Оценка экономической эффективности инвестиций состоит в том, чтобы выяснить, в какой мере решения, предусмотренные инвестиционными проектами по выбранным направлениям инвестирования соответствуют экономическим интересам инвестора, позволяет отклонить нежизнеспособные или низкоэффективные решения, определить какого финансового результата можно ожидать от проекта, насколько он устойчив по отношению к неизбежным отклонениям условий реализации проекта от принятых при расчете. Эти расчеты необходимы и для взаимодействия с внешним миром: привлечения акционеров, кредиторов, во многих случаях получения поддержки от органов власти [5].

В управлении инвестициями так или иначе участвуют такие подразделения предприятия, как: финансовое, договоров и маркетинга, бухгалтерия; производственно-технические, строительные, снабженческо-сбытовые службы [6]. На сегодняшний день необходимым условием успешной реализации инвестиционных проектов является интеграция всех участников процесса управления. Представляется важным создание по возможности единой структуры управления инвестициями в рамках существующей организационной структуры управления предприятием.

Также довольно типична ситуация, когда предприятия упускают значительную часть дохода, имея при этом высокие кредиторскую и дебиторскую задолженности. В таком случае четко организованное бюджетирование способно решить проблему. Бюджет предприятия играет три основные роли: направляющую, регулирующую и контролирующую, таким образом являясь детальным планом инвестиционной деятельности.

Список использованной литературы.

1. Колчина Н.В. Финансы предприятий: учебное пособие / Н.В. Колчина. – К: «Юнити», 2006 г. - 184 с.
2. Козырев, В.М. Основы современной экономики. – М.: «Финансы и статистика», 2006 г. - 368 с.
3. Крейнина, М.Н. Финансовый менеджмент: учебное пособие / М.Н. Крейнина. – Издательство «Дело и сервис», 2007 г. – 304 с.
4. Любушин, Н.П. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: учебное пособие / Н.П. Любушин. – М.: ЮНИТИ, 2007 г. - 471 с.
5. Смоляк С.А., Виленский П.Л., Лившиц В.Н. Оценка эффективности инвестиционных проектов: Теория и практика. Учебное пособие. – М.: Дело, 2004.
6. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: Учебник для вузов: Пер. с англ. // Под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998.

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ РАСЧЕТАМИ С ПЕРСОНАЛОМ ПО ОПЛАТЕ ТРУДА ПОСРЕДСТВОМ ВНЕДРЕНИЯ ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА

А.О. Акчелова

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: al.akchelova@gmail.ru

Научный руководитель: Плучевская Э.В., канд. экон. наук, доцент

В данной статье рассмотрены понятие документооборота, его роль на предприятии, взаимодействие бухгалтерии с другими предприятиями через документооборот, а также проблемы, возникающие при взаимодействии, понятие системы электронного документооборота, преимущества и недостатки электронного документооборота.

Документооборот в бухгалтерском учете представляет собой путь, который совершает документ, от создания или получения от других подразделений первичных документов, принятия их к учету, до обработки и передачи документов в архив. Эта система документирования хозяйственной деятельности обеспечивает полноту отражения в бухгалтерском учете всех фактов хозяйственной деятельности. Цель организации документооборота является описание совокупности операций обеспечивающих движение документов в бизнес-процессах предприятия, т.е. от формирования первичных документов до формирования отчетных документов Документооборот является одним из главных процессов в компании [1].

Для понимания как осуществляется работа документооборота на предприятии рассмотрим, как осуществляется документооборот между бухгалтерским отделом и другими типовыми подразделениями организации.



Рис. 1. Взаимодействие бухгалтерского отдела с подразделениями

Таблица 1 - Описание связей между бухгалтерским отделом и другими подразделениями

№	Название подразделения	Описание связи	Проблемы
1	Отдел кадров	Документы необходимые для учета копии всех кадровых документов, табель для расчета заработной платы, командировок, больничных, списки на оформление отпусков, инвалидности, по сокращению штатов, документы на прием, увольнение, табели по учету рабочего времени и многие другие документы	Не правильное заполнение реквизитов, потеря документов, документы переданы в бухгалтерию не вовремя, непонимание зачем нужен тот или иной документ
2	Отдел продаж	Предоставления определенных документов, заполненных определенным образом, в определенные сроки, оригиналы документов, доверенность на получение товара	
3	Юридический отдел	Предоставление договора для визирования в бухгалтерию, консультации, при проверках, по заполнению первичных документов (счет – фактуры, накладные, акты выполненных работ, акты сверок)	Социальный аспект

В любом крупном предприятии есть проблемы взаимодействия между бухгалтерии и другими подразделениями. Как видно из таблицы, что неправильное начисление заработной платы персоналу в основном происходит из-за неэффективности работы документооборота.

Одной из главных задач бухгалтерии является учет заработной платы персонала предприятия. Эта задача для бухгалтера является наиболее трудоемкой и ответственной работой. Большие изменения заработной платы могут отрицательно повлиять на рост эффективности труда и предприятия, из-за этого могут возникнуть противоречия и напряженность между отделами на предприятии. Одно из главных мест в системе предприятия является учет труда и заработной платы. Важными задачами учета является в сроки производить расчет оплаты труда персонала, сюда в ходят начисления заработной платы, отпусков, больничных и многих других выплат, также задачами являются правильно и в назначенный срок относить в себестоимость продукции суммы назначенной заработной платы, составление отчетности, для целей анализа собирать и группировать показатели по заработной плате и труду, производить расчеты для пенсионного фонда и фонда занятости. Оперативный контроль за качеством и количеством труда должен обеспечить учет труда и заработной платы.

С помощью внедрение документооборота могут исчезнуть значительные проблемы, которые влияют на правильность назначения заработной платы. В настоящее время в основном все предприятия начинают переходить в систему электронного документооборота.

«Википедия» определяет систему автоматизации документооборота или систему электронного документооборота, как автоматизированная многопользовательская система, сопровождающая процесс управления работой иерархической организации с целью обеспечения выполнения этой организацией своих функций. При этом предполагается, что процесс управления опирается на человеко-читаемые документы, содержащие инструкции для сотрудников организации, необходимые к исполнению [2].

Рассмотрим принципы электронного документооборота. Авторы статьи «Система автоматизации документооборота» называют основные принципы электронного документооборота, которыми являются:

- однократная регистрация документа, позволяющая однозначно идентифицировать документ.
- возможность параллельного выполнения операций, позволяющая сократить время движения документов и повышения оперативности их исполнения
- непрерывность движения документа, позволяющая идентифицировать ответственного за исполнение документа (задачи) в каждый момент времени жизни документа (процесса).
- единая (или согласованная распределённая) база документной информации, позволяющая исключить возможность дублирования документов.
- эффективно организованная система поиска документа, позволяющая находить документ, обладая минимальной информацией о нём.
- развитая система отчётности по различным статусам и атрибутам документов, позволяющая контролировать движение документов по процессам документооборота и принимать управленческие решения, основываясь на данных из отчётов [2].

Электронный документооборот имеет как плюсы, так и минусы для организации, рассмотрим их. Как пишут авторы сайта «Системы и проекты», преимущества электронного документооборота являются:

- быстрый способ найти определенную категорию документов;
- контроль над документооборотом;
- отсутствие «человеческого фактора»;
- общий доступ к документу и позволение работать над ним несколькими сотрудниками одновременно;
- уменьшение материальных расходов предприятия;
- организация безопасной работы сотрудников с документами [3].

Авторы статьи «Электронный документооборот: плюсы и минусы», пишут, что недостатками электронного документооборота являются:

- потеря данных из-за технических неполадок;
- пересмотр текущих процессов и операций (цифровая подпись или электронная платежная система)
- умение сотрудников пользоваться системой электронного документооборота [4].

Можно сделать вывод о том, что количество недостатков электронного документооборота являются небольшим, они являются критическими и могут существенно повлиять на решение руководителя предприятия. Это говорит о том, что перед тем как ввести систему электронного документооборота руководителю предприятия нужно продумать ряд вопросов, например, какие последствия ожидают от отказа бумажных документов или как это внедрение повлияет на персонал, могут ли специалисты организации пользоваться системой электронного документооборота. Безусловно, этот процесс является трудоёмким и может потребоваться много времени для ввода системы электронного документооборота на предприятия.

С появлением систем электронного документооборота на предприятии работа с документами осуществляется быстрее, что означает, что при внедрении систем электронного документооборота увеличивается доля электронных документов в общем документообороте, а это несомненный и важный показатель эффективности на предприятии.

Существует ряд стандартных применений систем электронного документооборота, например, автоматизация работы. Единая система электронного документооборота включает в себя решение таких задач, как бухгалтерский документооборот, работа с отчетами командировками, с авансовыми отчетами, с отчетами продаж, закупок, складской документооборот, что позволяет комплексно решать задачи взаимодействия и передачи информации. Система электронного документооборота позволяет устанавливать правила учета начислений, управленческого учета заработной платы, а также различных надбавок и бонусов, которые характерны для современных торговых и производственных предприятий, а также возможность описывать дополнительные начисления, например, можно описать любое количество дополнительных отпусков с различным отражением в учете.

Назначение системы электронного документооборота состоит не в уничтожении бумажных документов, ведь некоторые документы нужны в бумажном виде, а в создании эффективной среды управления и функционирования организации. Информационную систему используют в органах государственной власти различных уровней, его структурных подразделениях, органов местного самоуправления и ведомственных организаций. Информационная система увеличивает эффективность и качество работы сотрудников с документами, способствуя улучшению организации в едином информационном пространстве.

Автоматизация расчетов заработной платы сотрудникам организации с помощью информационной системы может увеличить эффективность назначения выплат, так как могут исчезнуть такие проблемы, как потеря важных документов, своевременность предоставления документов, человеческого фактора и многие другие.

Документооборот является главным элементом функционирования предприятия, поэтому правильность его организованности влияет на эффективность организации. Таким образом, система электронного документооборота не является универсальным инструментом решения проблем каждого предприятия, но правильное, систематическое глубокое, всестороннее его применение позволяет увеличить эффективность документооборота между подразделениями, а, следовательно, и всей организации.

Список использованной литературы.

1. Климова М.А. Документы и документооборот в бухгалтерском учете // Налоговый вестник. - 2006. - Приложение к журналу.

2. Википедия. Свободная энциклопедия: Система автоматизации документооборота [Электронный ресурс] // Википедия. Свободная энциклопедия: Система автоматизации документооборота. URL:

https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%B0_%D0%B0%D0%B2%D1%82%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8_%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%BE%D0%BE%D0%B1%D0%BE%D1%

3. Группа компаний «Системы и Проекты»: Преимущества системы электронного документооборота. [Электронный ресурс] // URL: <http://www.mdi.ru/articles/el-docs/managment-buisness-processes/preimuschestva-sistemy-elektronnogo-dokumentooborota>

4. Смартсорсинг. Сообщество руководителей ИТ – компаний, ИТ – подразделений и сервисных центров: Электронный документооборот: плюсы и минусы. [Электронный ресурс] // URL: http://smartsourcing.ru/blogs/it_i_biznes/2098 (дата обращения 30.09.2014 г.)

БЕНЧМАРКИНГ КАК УСЛОВИЕ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ФИРМЫ

М.К. Архипенко

Томский государственный университет, г. Томск

E-mail: masha.arhipenko@yandex.ru

Показано влияние бенчмаркинга на стратегическую политику компаний. Анализируются противоречия процедуры бенчмаркинга, а именно преимущества и перспективы, но также в работе были показаны недостатки и ловушки бенчмаркинга. Приведены примеры влияния бенчмаркинга на конкурентоспособность фирм в разных отраслях экономики.

Цель исследовательской работы: выявить влияние бенчмаркинга на развитие конкурентоспособности компаний. В соответствии с целью работы можно выделить следующие задачи: показать теоретические аспекты развития бенчмаркинга; проанализировать роль бенчмаркинга в маркетинговых исследованиях; выявить противоречивость бенчмаркинговых проектов и ознакомиться с оценкой их эффективности.

Теоретические аспекты

Начиная с конца XX века, бенчмаркинг является дискуссионной темой, которую обсуждали и обсуждают как зарубежные, так и отечественные экономисты и маркетологи: П. Друкер, С. Займан, Дж. С. Харрингтон, М. Е. Портер, Р. К. Кэмп, И. А. Аренков, Г. Л. Багиев, А. М. Годин, И. П. Данилов, В. В. Панюкова, Ю. Н. Самойлов, Б. В. Сребник, В. М. Тарасевич, В. Н. Халезов. Основной вопрос: как он влияет на стратегическую политику компаний? Всегда ли выгодна процедура бенчмаркинга? Приводит ли это к повышению конкурентоспособности фирмы?

Сегодня, правительства многих стран провозгласили повышение конкурентоспособности основной задачей экономической политики. Так как в условиях: международной открытости экономик развитых стран и наличных процессах глобализа-

ции, научно-технического прогресса, предприятиям приходится выживать на рынках, из-за того что, предложение значительно расширяется, количество аналогов увеличивается. Таким образом, фирмы конкурируют между собой, чтобы продлить свое пребывание в той или иной отрасли.

В настоящее время бенчмаркинг широко применяется в различных фирмах, таких как: «Ford», «ТОУОТА», «BMW», ОАО «АВТОВАЗ», «General Motors», «Херох», ОАО «РЖД» и др. Вследствие, «International Benchmarking Clearinghouse» определил следующие причины популярности этого инструмента:

- глобальная конкуренция – в результате процессов глобализации, появилась необходимость анализирования деятельности успешных предприятий, с целью выжить на рынке;

- осознанная необходимость использования мировых достижений в области производственных и бизнес-технологий - чтобы не прогореть, компании вынуждены внедрять ноу-хау в свою деятельность;

- вознаграждение за качество – поощрение фирм-эталонов, которые делятся конкурентными преимуществами своих товаров с другими компаниями, а также активно применяют в своей работе бенчмаркинг. Т.о, этот маркетинговый инструмент все более широко внедряется в практику рыночной деятельности. Для начала дадим определение бенчмаркингу. Что же он из себя представляет?

Бенчмаркинг (от англ. bench mark - начало отсчета, отметка уровня, стандарт) - это метод контроля, особая управленческая процедура, механизм анализирования работ предприятий, добившихся колоссального успеха в своей сфере деятельности и внедрение чужого опыта (технологий, стандартов и методов работы) на другие фирмы - аналоги.

Пример реализации бенчмаркинга: американская авиакомпания Southwest Airlines решила увеличить показатели прибыли. Менеджеры фирмы провели опрос среди клиентов и пришли к выводу, что многие недовольны расписанием и количеством рейсов. Затем менеджеры стали думать, как добиться максимума из имеющихся возможностей. Они провели расчеты, сколько времени тратиться на техническое обслуживание, заправку самолета, и на прочие показатели. Впоследствии стало понятно, что нужно уменьшить продолжительность нахождения самолета на земле, не нарушая технических норм. Менеджеры решили обратиться к опыту других авиакомпаний, и в результате они выяснили, что по времени обслуживания самолетов, их фирма, Southwest Airlines, и так вне конкуренции. Но главная цель предприятия, получение прибыли, осталась, не решена. Тогда кто-то из работников вспомнил, что в автогонках «Формулы-1» основным показателем является самое быстрое обслуживание транспортного средства. Впоследствии менеджеры авиакомпании заимствовали принципы командной работы. В результате удалось сократить время обслуживания с 45 до 15 минут, и увеличить количество рейсов [9, с.33].

Таблица 1 – Факторы и условия, влияющие на процесс проведения бенчмаркинга

Внешние факторы, их проявление почти не зависит от организации [4]	Внутренние факторы определяются руководством фирмы [3]
<ul style="list-style-type: none"> • государственная политика в отношении экспорта и импорта; • уровень экономического развития страны; • эффективность функционирования рынков капитала и качество финансовых услуг; • уровень развития инфраструктуры в стране; • развитие научно-технологического потенциала; • наличие и уровень квалификации трудовых ресурсов; • таможенная политика и связанные с ней импортные пошлины, квоты; • система государственного страхования; • государственная система стандартизации и сертификации продукции и систем ее создания; • государственный надзор и контроль за соблюдением: обязательных требований стандартов, правил обязательной сертификации продукции и систем, метрологический контроль; • основные характеристики рынка: его тип и емкость; наличие и возможности конкурентов. 	<ul style="list-style-type: none"> • степень защищенности конфиденциальной информации; • масштабы применения современных информационных технологий; • использование сети Интернет для поиска партнеров по бенчмаркингу; • репутация предприятия; • своевременность проведения бенчмаркинга; • «Жесткие» (объективные) факторы: • нахождение бенчмаркингового проекта в конкретных рамках; • цели должны быть ясно определены на начальном этапе проведения бенчмаркинга; • наличие комплекса мероприятий, направленных на поддержку и обеспечение бенчмаркинга; • географическое месторасположение; • объем работы соответствует целям, ресурсам и уровню опыта фирмы; • подробное и детальное планирование времени; • контроль за соблюдением требований системы качества; • понимание взаимосвязи бенчмаркинга с другими инициативами, направленными на совершенствование компании; • учет существующих и потенциальных бюджетных ограничений. • «Мягкие» (субъективные) факторы: • благоприятствующий сотрудничеству «климат»; • ориентирование сотрудников на достижение положительных результатов; • осознание важности качества на всех уровнях организации производства; • креативный подход к способам управления и решения проблем; • соблюдение этики предпринимательства.

Таким образом, бенчмаркинг должен восприниматься организациями, как сложный алгоритм и основной инструмент повышения конкурентоспособности, качества товаров и услуг в любой сфере деятельности.

Американский экономист Майкл Портер связывал факторы конкурентоспособности с факторами производства. Вследствие, все факторы, обеспечивающие конкурентные преимущества организации, он объединил в большие группы [7]:

1. Людские ресурсы – стоимость рабочей силы, квалификация и количество.
2. Физические ресурсы – количество, качество, стоимость участков и географическое положение страны базирования предприятия.
3. Ресурс знаний – объем научной, технической и рыночной информации, влияющей на конкурентоспособность продукции.

4. Денежные ресурсы количество и стоимость капитала, который может быть использован на финансирование отдельной фирмы.

5. Инфраструктура – тип, качество имеющейся инфраструктуры и плата за пользование ею, влияющие на характер конкуренции: транспортная система страны, система связи, перевод платежей и средств из банка в банк внутри и за пределы страны, жилищный фонд и его привлекательность с точки зрения проживания и работы.

Важнейшим понятием является конкурентное преимущество – это совокупность характеристик внутренних бизнес-процессов, свойств продукции, обеспечивающие превосходство компании над своими соперниками. Достижение конкурентных преимуществ и получение большей прибыли, напрямую зависит от выбранной конкурентной стратегии.

Майкл Портер предложил следующие основные подходы к обеспечению конкурентоспособных преимуществ [6]:

1. Стратегия абсолютного лидерства в издержках или лидерство в цене. Данный подход состоит в достижении абсолютного лидерства в издержках на основе совокупности экономических мер, то есть за счет организационных и производственных ноу-хау компании. Для обеспечения лидерства в издержках, необходимо: активно увеличивать объемы производства, чтобы в последствии реализовывать эффект масштаба; экономить на ассортименте при создании различной продукции; обеспечивать жесткий контроль производственных и накладных расходов; избегать мелких операций с клиентами. Использование данной стратегии обеспечит фирму следующими преимуществами: защита от поставщиков; защита от покупателей продукции (они могут сбивать цены только до уровня цен конкурентов); препятствие для вступления на рынок конкурентов; выгодное положение по отношению к товарам-заменителям.

2. Стратегия дифференциации товаров и услуг. Предполагается, что компания создает продукцию, которая впоследствии воспринимается, в рамках всей отрасли, как нечто уникальное. Дифференциация может быть достигнута в разных формах: по дизайну, бренду технологии, функциональным возможностям, по обслуживанию потребителей, по дилерской сети, престижу и другие направления. В результате реализации данной стратегии фирма получает следующие преимущества: рост чистой прибыли, защиту от конкурентного соперничества, лояльность потребителей, так как они становятся зависимыми от определенной торговой марки, продукта.

3. Стратегия фокусирования. Данная стратегия предполагает, что компания концентрируется на определенной нише рынка, виде продукции или группе потребителей. Эта стратегия целесообразна, если есть цель удовлетворить необычную потребность покупателей за счёт создания и продвижения на рынок специализированного товара. Также можно создать специфическую систему доступа к продукту, например, новаторскую систему продажи или доставки продукта и таким образом создать конкурентное преимущество. Также, эту стратегию можно «усилить» стратегией издержек и стратегией дифференциации, но при условии, что они не будут взаимосвязанными.

4. Стратегия «голубого океана» или первопроходца включает в себя создание предпринимателем, компанией пространства или продукции свободных от конкуренции.

5. Позиция застревания на середине. Выбор одной из трех базовых стратегий обеспечит организации конкурентные преимущества, но при использовании данных

подходов в совокупности может привести к позиции «застрявшей на середине», что неизбежно повлечет потерю доли рынка, низкие прибыли и противоречивые организационные структуры.

В результате, хотелось бы отметить, что существует множество способов для обеспечения конкурентоспособности предприятий, и как понять, какой подход лучше применить? В совокупности, с какими механизмами? Далее рассмотрим применение процедуры бенчмаркинга. Как же он способен повлиять на конкурентоспособность фирм?

Роль бенчмаркинга в маркетинговых исследованиях

Так как же все-таки находятся эффективные решения в области конкуренции?

Для этого необходимо исследовать, знать и внедрять опыт фирм-эталонов, которые смогли достичь больших успехов в разных видах деятельности. Многие предприятия не считают бенчмаркинг инновационным инструментом маркетинговых исследований, ведь его применяли, как метод конкурентного анализа. Однако именно бенчмаркинг способствовал развитию исследований конкурентоспособности. Эти исследования ограничивались анализом соперников, их товарами и услугами, финансовыми и экономическими данными, издержками и внутренней организации бизнес-процессов. Впоследствии на основе полученной информации выявлялись различия между конкурирующими предприятиями, но это не объясняло, каким образом можно преодолеть эти различия или как улучшить свое положение на рынке.

Таким образом, менеджеры фирм поняли, что бенчмаркинг играет немаловажную роль, он способен, применяя анализ и сравнение деятельности разных фирм, понять причины различий и обеспечить их способами преодоления. Также бенчмаркинг детализировано указывает на проблемы в деятельности организации, это позволяет руководителям увидеть неполадки с издержками и качеством, конкурентоспособностью предприятия.

Далее рассмотрим непосредственное влияние бенчмаркинга на конкурентоспособность фирм в разных отраслях и сферах экономики:

1. В добывающей промышленной отрасли, конкурентные преимущества могут обеспечить факторы бенчмаркинга, такие как, географическое месторасположение-количество, качество природных запасов, находящиеся во владении фирмы, обеспечат рост качества ее товаров и услуг, тем самым привлекут потребителей; имидж, репутация предприятия, данные показатели возрастают, если фирма участвует в благотворительности, спонсирует мероприятия, либо выступает в качестве эталона в бенчмаркинговых проектах других компаний, все это способствует росту лояльных покупателей, развитию самой фирмы и росту конкурентоспособных преимуществ. Например, отечественная компания «Газпром» давно использует бенчмаркинг, выступает спонсором Международных соревнований по биатлону, ведущих хоккейных клубов, футбольного клуба «Зенит», реализует программу «Газпром детям» и др. [1]. Таким образом, «Газпром» вне конкуренции и является фирмой, добившейся больших успехов в нефтегазовой отрасли.

2. В общественной сфере, правительственные учреждения, больницы и университеты все чаще обращаются к бенчмаркингу своих услуг для улучшения своих процессов и систем. Было признано, что эффективные общественные услуги играют важную роль в улучшении конкурентоспособности частного сектора, посредством сокращения бюрократического бремени на бизнес, рост публичности фирмы, рост узнаваемости услуг. Бенчмаркинг обеспечивает стимулы, требуемые для изменений

в осуществлении как ключевых, так и не ключевых видов деятельности для поднятия стандартов общественных услуг, посредством распространения наилучшего опыта.

3. Со временем бенчмаркинг доказал свою состоятельность в производственной сфере. Его философия используется во многих компаниях, в том числе в «Kodak», «IBM», «Ford Motor», «General Electric» [3].

4. Технология бенчмаркинга активно используется в интернете для достижения конкурентного преимущества перед сайтами лидерами «Google», «Facebook», «Яндекс».

В результате, бенчмаркинг действительно обеспечивает управляемость маркетинговых и производственных функций, по своему определению бенчмаркинг, исследуя и внедряя опыт лучших фирм, приводит к увеличению прибыли, с минимальными издержками, удовлетворению потребностей потребителей и формированию полезной конкуренции.

Поэтому можно говорить о том, что бенчмаркинг становится искусством обнаружения самого лучшего в деятельности успешных фирм, адаптации полученной информации и внедрение ее в свои организации.

Бенчмаркинг, также имеет большое значение в сфере маркетингового планирования, которое устанавливает направления эволюции бизнеса. Ведь именно на основе результатов процедуры бенчмаркинга формируются цели и главенствующие принципы. Благодаря бенчмаркингу существенно изменился подход принятия решений в маркетинге. Раньше маркетинговые решения формировались исключительно, основываясь на интуиции руководства и результатах маркетинговых исследований. Затем создавали маркетинговую стратегию организации. Но как уже было сказано ранее, таких методов, в настоящее время, не достаточно для успешного функционирования фирм, не хватало доказательной базы для принятия той или иной стратегии, не было уверенности, что выбранная стратегия маркетинга поможет бизнесу.

Вследствие, менеджеры, используя бенчмаркинг в создание маркетинговых стратегий, исследуют проблему несоответствия внутренних бизнес-процессов фирмы, требованиям рынка, а затем руководители пытаются найти решения по реорганизации деятельности предприятия и адаптации его к правилам рынка.

Таким образом, можно говорить о том, что бенчмаркинг занимает не последнюю роль в маркетинговых исследованиях, т.к. выбрав оптимальную стратегию для фирмы, он позволяет сократить издержки, повысить конкурентоспособность, увеличить прибыль и улучшить динамику структуры предприятия. Именно благодаря успешности проведения процедуры бенчмаркинга, он нашел широкое распространение в разных сферах деятельности (финансовый менеджмент, логистика, управление персоналом, маркетинг и др.).

Противоречивость бенчмаркинг-проектов и оценка их эффективности

Разнонаправленные тенденции процесса бенчмаркинга могут быть представлены в следующем виде: исполнение стратегии кооперации с соперниками в рамках бенчмаркинга одновременно со стратегией борьбы с ними. Также проведение одновременного увольнения сотрудников и приема на работу нового персонала для совершенствования внутренней деятельности фирм.

У всякого экономического процесса, есть свои плюсы и минусы, попробуем охарактеризовать бенчмаркинг-проекты, с точки зрения их реализации организациями.

Преимущества или возможности:

- + способствует росту показателей конкурентных преимуществ организаций;
 - + предприятия становятся более эффективной экономической структурой в какой-либо отрасли рынка, используя бенчмаркинг-проекты;
 - + маркетинговые функции, торговые операции, процессы производства становятся более управляемыми, если компания внедряет лучшие методы и технологии фирм-эталонов;
 - + получение прямых и косвенных выгод: обеспечивается процесс непрерывного совершенствования, благодаря анализу компании [13];
 - + развитие коммуникаций с компаниями-партнерами, конкурентами, фирмами-эталонами;
 - + понятие бенчмаркинга легко для восприятия, проведение бенчмаркинг-проектов возможно при базовом уровне знаний маркетинга;
 - + проведение бенчмаркинга может себе позволить любой хозяйствующий субъект различной сферы деятельности, т.к. он не требует больших финансовых и временных затрат;
 - + после проведения бенчмаркинг-исследований, некоторое время, сохраняется информационная прозрачность, прогнозируемость и управляемость рынка;
 - + большой выбор фирм-эталонов, которые могут стать объектом исследования, что значительно облегчает поиски;
 - + использование бенчмаркинга дает возможность фирме догнать своих конкурентов;
 - + поэтапные изменения в работе и инновациях;
 - + возникают предпосылки систематического наблюдения за производительностью компании, возможность контроля всех внутренних процессов;
 - + способ для создания благоприятного имиджа, т.е. фирмы, используя бенчмаркинг, получают информацию об успешном опыте фирм-эталонов, затем эти предприятия могут поделиться информацией о своих успехах с другими, вследствие, чем больше ты помогаешь, тем лучше репутация.
- Также к преимуществам бенчмаркинга можно отнести его перспективы, которые появляются впоследствии применения данного маркетингового инструмента:
- + формирование в России новых бенчмаркинг-консультационных центров, таким образом, большее количество компаний будет обмениваться своим опытом;
 - + расширение клиринговой сферы, создание клиринговых палат в каждом субъекте федерации, для облегчения поиска фирмы-эталона;
 - + ускорение процессов выхода бизнеса (особенно малого и среднего) из тени;
 - + повышение конкурентоспособности и качества менеджмента предприятий;
 - + образование национальной и региональных баз данных лучшей бизнес-практики;
 - + развитие российской экономики за счет успешной деятельности компаний, успех к которым «пришел» после проведения бенчмаркинг-исследований;
 - + обучение современным подходам к управлению организацией, всех менеджеров, которые скептически относились к бенчмаркингу. [5]

Таким образом, отечественный бизнес в перспективе станет более открытым и стойким к международной конкуренции.

Недостатки или риски:

- существует опасность слепого копирования, т.е. предприятия, проводившие бенчмаркинговые исследования, обработали полученные данные, но на этапе внедрения информации, не адаптировали показатели под особенности фирмы, вследствие, проделанная работа была сделана зря;

- нежелание некоторых предприятий делиться своим успешным опытом и выступать в роли компании-учителя;

- конкурентный бенчмаркинг может помочь фирме догнать своих соперников, но не обойти их;

- долгосрочная процедура. Исследование бизнес-процессов успешных фирм может занять определенное количество времени, затем время уйдет на анализ полученной информации, далее все нужно адаптировать к своей фирме. Таким образом, когда исследование подойдет к кульминации вдруг ситуация на рынке изменится и придется повторить алгоритм бенчмаркингового исследования;

- использование метода бенчмаркинга бывает невозможно по причине того, что некоторые компании засекречивают информацию о внутренних бизнес-процессах, пользуясь статусом конфиденциальности и закрытости;

- возникают сложности в получении реальной информации об исследуемой фирме, этому могут препятствовать системы финансового учета компании, налогообложения, а также и сами фирмы, выступающие в роли эталона, они могут предоставить недостоверные данные;

- несоблюдение существующих кодексов правил проведения бенчмаркинга, что может стать причиной судебного преследования компании. Такие кодексы, утвержденные правительством США и Европейской комиссией, существуют в настоящее время как в США, Европе, так и в России [3];

- во время проведения бенчмаркинга может возникнуть ситуация превышения издержек над полученными результатами.

Также к недостаткам бенчмаркинга можно отнести вероятность попадания фирмой, проводившей бенчмаркинговые исследования, в одну или несколько ловушек бенчмаркинга, которых нелегко избежать:

1. Информационная ловушка. Организация при использовании бенчмаркинга собирает информацию о фирмах-эталонах. Впоследствии, если окажется, что полученных данных слишком много, то можно стать жертвой двух феноменов. Во-первых, «познавательная ловушка» разрушает опыт фирмы принимать какие-либо решения, касающиеся бизнес-процессов организации, так как изобилие информации способно подавить даже самый свежий опыт предприятия, потому что фирмы принимают решение, опираясь только на то, что проанализировали. Во-вторых, при избытке информации может возникнуть ситуация «аналитического паралича», когда организация не сможет утвердить ни одного решения даже при наличии большого количества информации.

2. Человеческая ловушка. Большинство людей (работников фирм) боятся перемен, и поэтому предпочитают стабильность. Но при внедрение опыта компаний-эталонов, полученного в результате применения бенчмаркинга, эти изменения неизбежны. Вследствие, может возникнуть опасность, что персонал воспротивиться переменам, даже если они будут во благо, как для компании, так и

для ее сотрудников. В таком случае, даже беседы менеджеров с работниками не помогут, ведь сопротивление новациям не поддается контролю здравого смысла, скорее это запрограммировано на генетическом уровне у большинства людей. Таким образом, ловушка человеческого фактора и сопротивления изменениям – незаметна и убийственна для новых идей [10].

3. Маркетинговая ловушка появляется из-за того, что не отрегулирован мониторинг ситуации на рынке. Часто организации, оказывающие консультационные услуги фирмам, получают от своих клиентов требование анализа конкурентов, но в настоящее время, до сих пор не существует ни одной российской фирмы, где подробно прописана и формализована процедура анализа фирм-конкурентов.

4. Ловушка обучения. Ее наглядно демонстрирует школьное выражение «дай списать», потому что существует возможность не решать задачи, не повторять ошибки, а выбрать готовую контрольную работу, которая была оценена не просто на «5», а «5+». Таким образом, фирма, реализующая процесс бенчмаркинга, фактически не придумывает никаких способов решения задач, повышения своей работоспособности и конкурентных преимуществ. Ведь все это можно «списать» у Запада, который решил «контрольную работу» лет десять назад [2].

5. Концептуальная ловушка является одной из самых опасных ловушек для новаторских идей. Изменяя, что-либо поверхностно фирма может утешать себя иллюзиями, что она идет в ногу со временем. Ведь это намного легче, нежели заниматься интерактивным планированием (идеальное и детальное построение будущего организации). [16]

Чтобы определить какое влияние оказывает бенчмаркинговое исследование, проводят оценку эффективности бенчмаркинга. Эффективность бенчмаркинговых проектов можно определить по следующим критериям:

- по приросту ключевых показателей эффективности (рентабельность, товарооборот, товарооборот на 1 кв. м торговой площади, товарооборот на 1 руб. основных фондов);

- по темпам прироста основных показателей деятельности организации (прибыль, товарооборот) [11].

Также выявить показатель эффективности результатов бенчмаркингово исследования, можно используя следующую формулу:

$$(1) \quad \mathcal{E}_\delta = \frac{PTO_1 - PTO_0}{IO_1 + IO_0 + \mathcal{Z}_\delta}$$

где \mathcal{E}_δ - показатель эффективности процесса бенчмаркинга;

PTO_1 - товарооборот после реализации процесса бенчмаркинга;

PTO_0 - товарооборот до реализации процесса бенчмаркинга;

IO_1 - издержки обращения после реализации процесса бенчмаркинга;

IO_0 - издержки обращения до реализации процесса бенчмаркинга;

Z_6 - затраты на реализацию процесса бенчмаркинга [11].

Таким образом, данная формула является аналитическим доказательством эффективности процесса бенчмаркинга. Так как он позволяет фирмам не тратить значительные суммы для повышения показателей конкурентоспособности, внедряя в свою деятельность инновации, которые дали положительный результат в других организациях.

Таким образом, используя систему оценки эффективности бенчмаркинга, компании корректируют свою деятельность, т.е. планируют получение идентичных положительных показателей работы, быстро реагируют на негативные влияния извне, сравнивают работу разных конкурентов и обеспечивают более эффективную деятельность бенчмаркинговых проектов.

В заключение, исследовательской работы, хотелось бы отметить реальные доказательства эффективности деятельности бенчмаркинга.

Начиная с 1994 года, эталонное сравнение применяли 88% европейских и 76% американских компаний. [5] В 2002 году ПрайсоутерхаусКуперс привел в пример следующие данные: фирмы, использующие бенчмаркинг для измерения своей деловой эффективности, увеличивают производительность на 49% и темпы роста продаж на 69%, в отличие от организаций той же отрасли не применяющих методы бенчмаркинга. Фундаментом для развития бенчмаркинга в нашей стране явилось введение Российской премии качества, это говорит о том, что теперь оценка проведения бенчмаркинговых процессов реализуется не только на микро-уровне (внутри компании), но и на макро- (в масштабах страны), мега- уровнях (в масштабах мира) [13]. Также вступление Всероссийской организации качества в глобальную сеть бенчмаркинга, говорит о развитии этого инструмента в нашей стране и о том, что российские менеджеры признали эффективность бенчмаркинга.

Список использованной литературы.

1. Газпром. Помощь делами [Электронный ресурс] // URL: <http://www.gazprom.ru/social/> (дата обращения: 21.05.2014 г.).
2. История процесса бенчмаркинга [Электронный ресурс] // URL: http://www.treko.ru/show_article_218 (дата обращения: 16.03.2014 г.).
3. Клуб бенчмаркинга «Деловое совершенство» [Электронный ресурс] // URL: http://www.benchmarkingclub.ru/pilcher_ds05_2006_6.html (дата обращения: 20.05.2014 г.).
4. Конкурентоспособность предприятия [Электронный ресурс] // URL: <http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/konkurentosposobnost-organizacii.html> (дата обращения: 01.05.2014 г.).
5. Перспективы бенчмаркинга в России [Электронный ресурс] // URL: http://www.iteam.ru/publications/marketing/section_22/article_2291/ (дата обращения: 16.03.2014 г.).
6. Портер М. Е. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов. Пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 454 с.
7. Портер М. Е. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. Пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 715 с.
8. Постол В. И. Менеджмент знаний: ловушки бенчмаркинга // Вестник Томского государственного университета. Философия, социология, политология. –

2013. – № 2. – С. 89-92. [Электронный ресурс] // URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000456627> (дата обращения: 15.03.2014 г.).

9. Сребник Б. В. Маркетинг: Учеб. пособие для вузов. – М.: Высш. шк., 2005. – 360 с.

10. Тамберг В. Пять ловушек внедрения [Электронный ресурс] // URL: http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/brand/rollout_mistakes.htm (дата обращения: 20.05.2014 г.).

11. Халезов В. Н. Повышение конкурентоспособности торгового предприятия на основе метода бенчмаркинга [Электронный ресурс] // URL: <http://uecs.ru/uecs30-302011/item/501-2011-06-30-05-20-29> (дата обращения: 06.05.2014 г.).

12. Юданов А. Ю. Опыт конкуренции в России: причины успехов и неудач. – М.: Финансовая компания "ИНТРАСТ", 2007. – 464 с.

13. Global Benchmarking Network [Электронный ресурс] // URL: <http://www.globalbenchmarking.ipk.fraunhofer.de/benchmarking/benefits-of-benchmarking/> (дата обращения: 07.05.2014 г.).

ОПРЕДЕЛЕНИЕ КРИТЕРИЕВ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ДЛЯ СОТРУДНИКОВ БАНКА

Ю.В. Афонина

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: afonina_yulia@mail.ru

Научный руководитель: Плучевская Э.В., канд. экон. наук, доцент

В процессе работы были затронуты факторы, которые влияют на эффективность работы банковских сотрудников и рассмотрены критерии, которые помогут повысить уровень эффективности работы сотрудников банка.

Проблемы, связанные с усилением воздействия повышения эффективности на результаты труда, особенно остро стоят в сфере, использующей высококвалифицированный и интеллектуальный труд работников. Поэтому особенно важно соответствующим образом подходить к вопросу повышения эффективности труда банковских работников.

Интенсивное развитие банков, в условиях жесткой конкуренции, требует от работников повышенной производительности, освоение новых (более эффективных) технологий и качественного предоставления банковских услуг.

В процессе работы сотрудников банка затрагивают факторы, непосредственно влияющие на эффективность работы:

- регулярный контроль текущего уровня знаний сотрудников;
- неравномерная загруженность в течение дня (месяца, года);
- высокая степень ответственности за проведенные операции и принятые решения;
- длительная работа на компьютере и монотонность;
- работа в режиме сверхурочного времени;
- строгая регламентация всех трудовых процессов;

- негативные психологические состояния (стресс, раздражительность, сильное утомление, и т. д.).

Необходимо разрабатывать систему критериев эффективности работы для сотрудников банка с учетом особенностей банковской работы.

Оплата труда имеет самую высокую степень влияния на эффективность работы. Существуют различные типы схем оплаты труда банковских работников, помимо должностного оклада:

1. Премии. Осуществление денежных выплат за выполнение работником (подразделением или банком в целом) определенных задач банка.

2. Комиссионные – получение процента от суммы сделок (относится прежде всего к кредитным менеджерам). Комиссионные могут быть использованы как в сочетании с базовым окладом, так и независимо от него, полностью составлять заработную плату сотрудника.

3. Специальные индивидуальные вознаграждения в качестве признания ценности того или иного сотрудника. Например, премии за верность компании, которыми награждают работников, проработавших в банке определенное количество времени.

4. Программы разделения прибыли. Данные программы предполагают получение сотрудником определенного процента прибыли компании.

Материальные выплаты, зависящие непосредственно или косвенно от результатов труда, выступают весовым фактором эффективности работы. Сотрудники должны иметь ясное представление за что они получают вознаграждение. Премии, бонусы, разовые выплаты легче поставить в зависимость от работы банковских служащих. Но при этом необходимо учитывать периодичность выплат. В случае, если бонусы будут выплачиваться редко, психологически они перестают расцениваться как реальная часть дохода. А если бонусы будут выплачиваться часто, но в небольшом размере, то это хоть и повысит удовлетворенность трудом, но не окажет существенного влияния на эффективность работы. Поэтому необходимо чередовать размер и периодичность выплат, учитывая степень ответственности и сложности работы банковских служащих.

Материальная мотивация обязательно должна подкрепляться другими инструментами.

Наиболее значимым для работников считается наличие в кредитной организации социального пакета, который может быть представлен в денежной и неденежной форме.

Социальный пакет может включать:

а) дополнительные пособия (за неотработанное время):

- отпуск;
- оплата больничных листов;
- выплаты при увольнении;
- пособия по безработице;

б) выплата страховок:

- страхование жизни;
- страхование от несчастных случаев;
- медицинское страхование, страхование нетрудоспособности и др.

с) льготные услуги:

- персональные услуги (льготное кредитование для сотрудников)

- программы материальной помощи, оплата мобильной связи, предоставление личного автомобиля и пр.);
- льготы (отпуск по уходу за детьми, оплата обучения, бесплатное питание и пр.)

д) пенсионные программы

Эффективность работы банковских работников неразрывно связана с развитием благоприятного социально-психологического климата в коллективе. Работа в дружном, сплоченном коллективе положительно отражается на результатах совместной деятельности. Благоприятный социально-психологический климат характеризуется доверием, оптимизмом, взаимной поддержкой и вниманием со стороны коллег. Коллективная работа – одна из особенностей банковской работы, поэтому улучшению социально-психологического климата необходимо уделять большое внимание.

Положительно на банковскую деятельность влияют благоприятные условия труда. Выделяют следующие факторы условий труда:

- санитарно-гигиенические – температурный режим, освещение, влажность, атмосферное давление, вибрация, различные виды излучений, загрязненность пылью и т. п.
- социально-психологические – организация рабочего места, темп работы, режим труда и отдыха, физическая нагрузка, монотонность работы, нервно-психическое напряжение, функциональные качества оборудования и т. п.

- эстетические – архитектурно-художественное оформление интерьера (мебель, озеленение, цветовая гамма, предметы декоративно-прикладного искусства).

Для создания хороших условий труда необходимо учитывать все вышеперечисленные факторы.

Достаточно действенным инструментом в системе эффективности работы банковских служащих считаются моральные стимулы. Они могут осуществляться по двум направлениям:

- Поощрение – знаки внимания, символы отличия, комплименты, похвала, грамоты, награды и т. д.
- Пороицание – замечания, выговоры, штрафы и т. д.

Для того, чтобы моральный стимулы имели ощутимый эффект, необходим индивидуальный подход к каждому сотруднику и широкий спектр всевозможных мер стимулирования.

Одним из вариантов морального стимулирования может быть привлечение сотрудников к управлению банком. Вовлеченные в процесс работы, они почувствуют свою сопричастность и ощутят личную роль в общем успехе банка.

На эффективность работы персонала банка большое влияние оказывает развитие корпоративной культуры, которая предполагает признание миссии, целей и ценностей банка работником, а также его активное участие в разработке стратегических целей и действия для их реализации. Благодаря сильной корпоративной культуре организация создает систему социальной стабильности, помогает сплачивать коллектив, создавая благоприятный психологический климат.

Резервы усиления эффективности работы сотрудников банка есть в области продвижения по службе и ротации кадров. Перспективы карьерного роста – очень важный фактор, который позволяет сохранить сотрудников на местах, и стимулирует их уверенно работать дальше. Повышение квалификации банковских работников эффективно тогда, когда носит регулярный характер. Считается, что для поддержа-

ния эффективности работы персонала на должном уровне и устранения в этой связи только лишь фактора однообразия банковских операций, необходимо подвергать ротации банковский персонал каждые три года.

Система эффективности работы банковских работников должна сочетать интересы банка в целом, отдельных подразделений и конкретных сотрудников и стимулировать достижение высоких финансовых результатов работы банка. А правильное сочетание материальных и нематериальных рычагов эффективности работы будет способствовать созданию эффективной системы мотивации труда.

В основе банковской работы – нацеленные на развитие и достижение результата сотрудники, и есть та движущая сила, обеспечивающая эффективную деятельность и успех банка.

Список использованной литературы.

1. Ильясов С.М. О мотивации персонала коммерческого банка // Банковское дело. – 2014. – № 4. – С.68–71.
2. Дряхлов Н., Куприянов Е. Системы мотивации персонала в Западной Европе и США // Проблемы теории и практики управления. – 2002. – № 2. – С. 83–88.
3. Волгина, О.Н. Особенности и механизмы мотивации труда в финансово-кредитных организациях [Электронный ресурс] // Российская газета RG.RU. 2013. URL: http://www.cfin.ru/books/examen/descr_hr_in_banks.shtml (дата обращения: 11.10.2014 г.).
4. Кузнецова Н.Б. Оценка трудового вклада и эффективности труда работников / Молодой ученый. – 2013. – №1. – С. 136–138.

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПРОВЕДЕНИЯ РАБОТ ПО РЕКОНСТРУКЦИИ ФУНДАМЕНТА ЛЕНТОЧНОЙ ПИЛОРАМЫ

А.Ф. Бархатов, А.С. Зайковская

Томский политехнический университет, г. Томск
E-mail: zaikovskaya.anastasia@gmail.com

Надежность работы любого механического агрегата, будет зависеть от величины вибрации, которая пагубно сказывается на его техническом состоянии. При вибрации отдельные детали и узлы испытывают воздействие знакопеременных нагрузок. В результате этого понижается прочность деталей и в конечном итоге может наступить разрушение. Через подшипники, опоры и фундаментные рамы вибрация от агрегата передается на фундамент. При этом происходит ослабление соединения этих узлов между собой, нарушается общая жесткость конструкции. От фундамента вибрация передается на грунт. В результате механического воздействия происходит нарушение природной структуры грунта. Рассмотрим данный вопрос на примере ленточной пилорамы.

На ленточной пилораме в основном возникает механическая вибрация, обусловленная неуравновешенностью вращающихся частей, дефектами геометрии вала, плохой установкой машин на фундаменте, дефектами в подшипниках и т.п. Искривление ротора электродвигателя из-за несимметричности нагрева (например, межвитковое замыкание в обмотке возбуждения) или несимметричного охлаждения

также рассматривается как механическая причина вибрации связанная с неуровненностью [2].

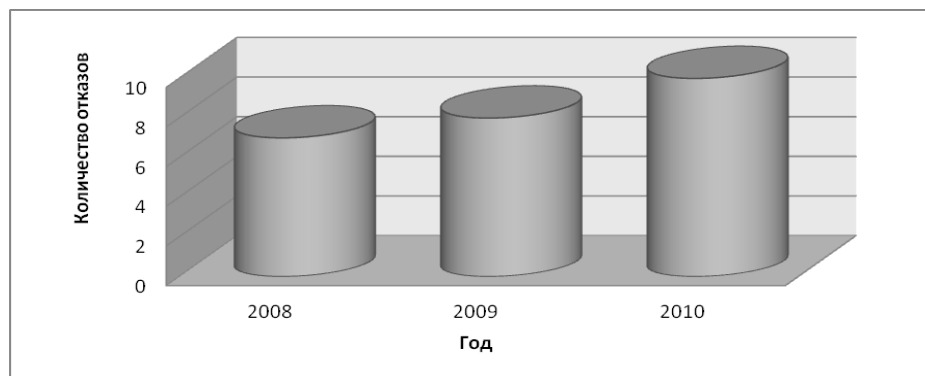


Рис. 1. Динамика отказов с 2008 по 2010 гг. по экспертным оценкам специалистов деревообрабатывающего предприятия ООО «Самусь»

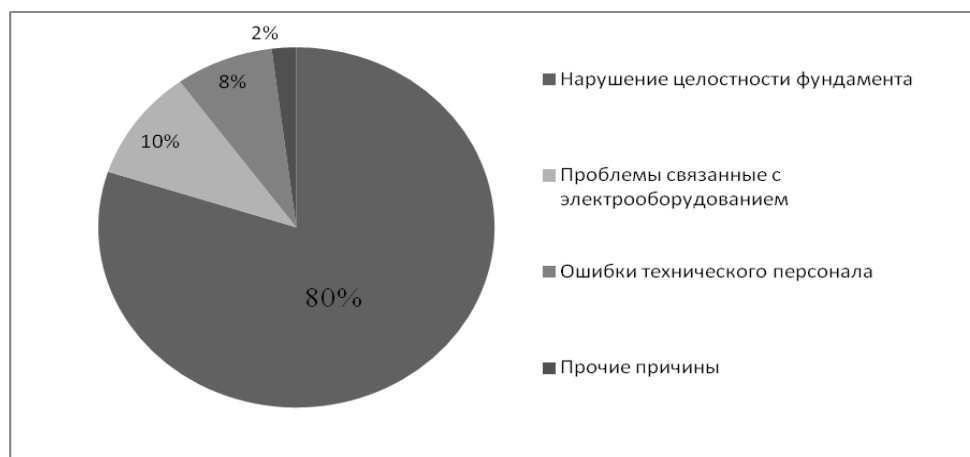


Рис. 2. Удельный вес основных причин отказов на ленточных пилорамах по экспертным оценкам специалистов деревообрабатывающего предприятия ООО «Самусь»

В процессе эксплуатации ленточной пилорамы происходит колебания резьбовых соединений на рельсах и деформация бетона. Вибрация передается от агрегата на фундамент, а от фундамента на грунт (рис.3). Это приводит к необходимости остановки производства и проведению ремонтных работ.

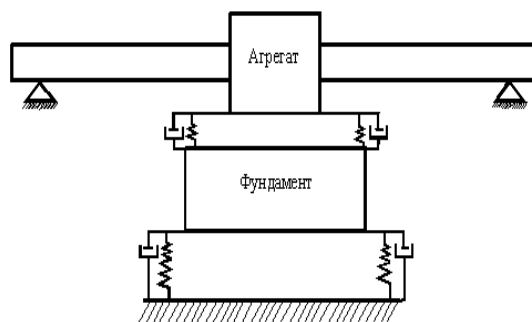


Рис.3 Схема взаимодействия пилорамы и грунта

Межремонтный период ленточной пилорамы по экспертным оценкам специалистов деревообрабатывающего предприятия ООО «Самусь» составляет полгода, а продолжительность ремонта – около 2 дней затраты на ремонт составляют порядка 50 тыс. р. в ценах 2010 г. Данные затраты включают в себя:

- оплата услуг ремонтных служб 30 тыс.р.;
- закупка запасных частей 20 тыс.р.

Так деревообрабатывающим предприятием ООО «Самусь» за 2010 год было потрачено 400 тыс. р. на проведения ремонта. Помимо этого предприятием была недополучена прибыль из-за простоя в течение 16 дней в размере 240 тыс.р.

Повышение надежности фундамента ленточной пилорамы является важной и актуальной проблемой.

Для увеличения межремонтного периода предлагается усилить конструкцию фундамента. Для гашения вибрации между рельсами и фундаментом актуально применить демпфирующие прокладки, которые будут работать по принципу амортизаторов. Для увеличения жесткости конструкции и снижение уровня вибрации воздействующего на грунт целесообразно использовать закладные (которые представляют собой металлический каркас из трех швеллеров №30). Данная конструкция позволит максимально погасить вибрацию и повысить надежность фундамента.

Экономическое обоснование данного технического решения свидетельствует, о том, что затраты на внедрение новой усиленной конструкции фундамента составляют порядка 80 тыс. руб. в ценах 2010 г. Затраты на проведение одного планового ремонта фундамента без учета недополученной прибыли составляют 50 тыс. руб. в ценах 2010 г. Недополученная прибыль составляет 30 тыс.р. при условии, что продолжительность ремонта составляет 2 дня. То есть период окупаемости данного мероприятия на одной ленточной пилораме составляет полгода. Учитывая, что например в 2010 г. предприятие потратило 400 тыс. р. на ремонт и 240 тыс. р. потеряло в результате недополученной прибыли, то экономический эффект при условии внедрения данной технологии в 2010 г. мог бы составить 560 тыс.р. Так проведенная реконструкция фундамента на другом деревообрабатывающем предприятии показало, что по данной методике не было произведено ни одного планового ремонта фундамента за последние три года.

Данная рекомендация позволяют не только обеспечить безотказную работу пилорамы, но и сэкономить средства на ремонте. Применение рекомендуемой конструкции фундамента на одном из производств, показало следующие результаты: за 3 года работы не было произведено ни одного планового ремонта фундамента.

Список использованной литературы.

1. Механика грунтов, основания и фундаменты: Учебное пособие / Сост.: П.П. Ипанов, Л.А. Строкова. – Томск: Изд-во ТПУ, 2002. – 228 с.
2. Трубопроводный транспорт нефти: Учебник для вузов: В 2 т. / Г. Г. Васильев, Г. Е. Коробков, А. А. Коршак и др.; Под ред. С. М. Вайнштока. – М.: Недра, 2002-2004. – 621 с.
3. Соколов А.П., Нестеренко В.П. Динамические реакции вращающихся тел. Методические указания к самостоятельной работе по курсу «Теоретическая механика» для студентов МСФ, ТЭФ. – Томск: Изд-во ТПУ, 1994. – 22 с.

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ НЕФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ В РОССИИ

В.Е. Богданова

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: bogdanchick@sibmail.com

Научный руководитель: Лившиц В.И., канд. экон. наук, доцент

Рассмотрены стадии развития нефинансовой отчетности, определены стандарты отчетности. Выделены обстоятельства, стимулирующие развитие нефинансовой отчетности в России. Определена роль институтов независимой оценки для нефинансовой отчетности. Раскрыты особенности отчетности в России.

Информационная открытость компаний отражает как общее состояние деловой среды, так и уровень развития систем корпоративного управления. Одним из инструментов, способствующим росту качества управленческих процессов и повышению прозрачности деятельности компаний является нефинансовая отчетность.

Цель статьи – выявить особенности развития нефинансовой отчетности в России.

Нефинансовая отчетность – это отчетность, охватывающая одновременно экономические, экологические и социальные аспекты деятельности компании, раскрывающая информацию о ее нефинансовых инициативах и вкладе в устойчивое развитие окружающего мира.

Отчетность, в практическом наглядном виде, впервые зародилась в Европе в 70-х годах XX века. [1] Такие раритетные тексты сейчас можно найти лишь в архивах компаний. Это были небольшие по объему документы, посвященные ограниченному кругу вопросов, в которых компании объясняли целевой аудитории, что и почему они делали. Нередко эти публикации появлялись в связи с конфликтными ситуациями, возникавшими либо внутри компании (среди работников, с участием профсоюзов), либо снаружи (претензии, предъявленные общественными организациями, жителями тех или иных территорий, критические выступления в прессе).

Со временем содержание отчетов становилось все более разнообразным, они начали активно использоваться компаниями в целях PR. На этой стадии нефинансовая отчетность задержалась надолго. Несмотря на призывы экспертного сообщества отказаться от такого подхода, едва ли PR-функция отчетов будет утрачена и в будущем, однако надо признать, что сегодня компании с большим опытом отчетности гораздо более тонко и аккуратно используют отчеты в этих целях.

В 90-х годах сформировался подход, согласно которому деятельность в области корпоративной ответственности или устойчивого развития должна иметь системный характер, т.е. управляться так же, как и другие бизнес-процессы. Многие крупные компании разработали собственные системы управления этой деятельностью. Именно тогда определилась важнейшая внутренняя функция нефинансовых отчетов – это инструмент планирования и оценки деятельности.

В России началом активной фазы нефинансовой отчетности принято считать 2000 год. В стране начинает увеличиваться рост числа компаний, публикующих нефинансовую отчетность, расширяться практика использования универсальных показателей и комплексного подхода к оценке нефинансовой деятельности предприятия.

На сегодняшний день, в Национальном Регистре нефинансовых отчетов зарегистрировано 148 компаний, предоставивших 532 отчета, которые были выпущены в период с 2000 г. В их числе: 49 экологических отчетов, 238 социальных отчетов, 169 отчетов в области устойчивого развития, 54 интегрированных и 22 отраслевых отчетов. Наибольшее количество отчетов представлено энергетическим (119) и нефтегазовым (103) сектором. [2]

В настоящее время существует около 20 различных стандартов нефинансовой отчетности. [3] На практике наибольшее распространение получили следующие стандарты:

- GRI (состоит из трех основных элементов: экономика предприятия, экологическая и социальная политика);
- AA10001 (предполагает упорядочение социальных инициатив компании и повышение их эффективности);
- SA 8000 (большой акцент делается в сторону трудовых отношений, где устанавливаются нормы ответственности работодателя в области условий труда);
- ISO 14 000 (отображает социальную ответственность компании в соблюдении экологических требований).

Основными представителями нефинансовой отчетности в России на сегодняшний день являются крупные частные компании. Средние частные компании, муниципалитеты и компании с государственным участием пока еще только пытаются определиться в данной области и понять, насколько им необходима нефинансовая отчетность. Все еще велико непонимание роли и места нефинансовой отчетности в технологии корпоративного управления и как следствие, непонимание и недооценка эффекта от подготовки нефинансовой отчетности. Многие компании находятся в начале поиска эффективных форм нефинансовой отчетности и инструментов ее продвижения.

Несмотря на то, что некоторые крупные российские компании публикуют социальные отчеты, для современного бизнеса в России составление отчетов по международным стандартам не является обязательным. Но, существуют некоторые обстоятельства, стимулирующие развитие нефинансовой отчетности по МСФО:

- отчетность необходима для привлечения зарубежных инвесторов, т.к. нефинансовый отчет может существенно улучшить позиции компании на переговорах (например, показатели экологической и в целом социальной устойчивости компании);
- нефинансовый отчет свидетельствует об открытости компании, а, следовательно, дает выход российской компании на международный фондовый рынок;
- социальный отчет – это эффективное средство повышения качества управления в компании, которое позволяет систематизировать реализуемые социальные программы.

В России имеет место, преимущественно, формальный, шаблонный подход к соблюдению требований стандартов и руководств нефинансовой отчетности и продвижению нефинансовой отчетности.

Компании оценивают нефинансовую отчетность преимущественно исходя из краткосрочных целей, и не соотносят процесс подготовки нефинансовой отчетности с преобразованием системы управления (путем встраивания в нее экологических и социальных вопросов).

На протяжении последних лет проявился интерес государства к нефинансовой отчетности компаний с государственным участием, что оказывает позитивное влияние на один из наименее прозрачных для общества сегментов российского бизнеса.

Следует отметить, что вместе с нефинансовой отчетностью в России развиваются и институты независимой оценки и подтверждения отчетов, в том числе в новой, развивающейся форме его внешней оценки – форме общественного заверения. Когда компания делает шаг навстречу открытости, решается на независимую оценку общественности, используя публичные процедуры верификации, она демонстрирует серьезное отношение к отчету и той информации, которую представляет внешнему сообществу. Тем не менее, большинство российских компаний воспринимают нефинансовую отчетность как акцию, не влияющую на реальную стратегию деятельности компании. Так, в 2010 году вообще не подвергались независимой проверке 40% нефинансовых отчетов, 36% проходили заверение с участием разных типов верификаторов (ученые, представители некоммерческих организаций), 10% отчетов имели профессиональное аудиторское заключение и лишь 14% применяли обе формы заверения. [3]

Нефинансовые отчеты стали всего лишь инструментом взаимодействия крупнейших российских компаний с «узким кругом» заинтересованных сторон, получающих финансовый выигрыш от развития процесса. Роль внешнего заверения отчета достаточно высока, по мнению многих экспертов, она будет расти, поэтому важно, чтобы продолжали развиваться разные виды независимого подтверждения, как профессиональное, так и общественное, которые дополняют друг друга и, решая различные задачи, помогают компаниям в их взаимодействии с внешним сообществом.

От компании, выпускающей нефинансовый отчет, ожидается не только демонстрация своих успехов, но и освещение проблемных моментов. Хотя может казаться, что это создает временную угрозу для репутации компании, в долгосрочной перспективе подобный риск компенсируется значительными преимуществами: более глубоким анализом результатов деятельности компании в области устойчивого развития, повышением доверия заинтересованных сторон, усовершенствованием системы управления рисками и ростом эффективности работы организации.

Расширение практики нефинансовой отчетности в России можно наблюдать в следующих результатах:

- растет количество компаний, которые выпускают нефинансовые отчеты (отчеты о корпоративной социальной ответственности, экологические, социальные отчеты и др.);
- расширяется отраслевая принадлежность отчитывающихся компаний;
- увеличивается число компаний, раскрывающих информацию в отчетах по триединому итогу (экономическая, экологическая и социальная результативность);
- улучшается качество предоставляемой в отчетах информации;

Исходя из выше сказанного, можно выделить следующие особенности развития нефинансовой отчетности в России: активное использование отчетности началось сравнительно недавно, преимущественно крупными российскими компаниями, отчетность регулируется четырьмя основными стандартами, и международный рынок вынуждает российские компании вести нефинансовую отчетность в соответствии с МСФО. Кроме того, следует отметить, что наблюдается тенденция к обязательности составления нефинансовой отчетности компаниями, и государство заинтересовано в развитии этой отчетности, но российские компании недооценивают ее роль. Вследствие увеличивающегося числа нефинансовой отчетности развиваются

институты независимой оценки. В целом нефинансовая отчетность в корпоративном секторе в России развивается поступательно, в соответствии с мировыми тенденциями, становится все более распространенной практикой.

Список использованной литературы.

1. Нефинансовая отчетность [Электронный ресурс] // Сайт Агентства социальной информации «Социальная ответственность бизнеса». 2012. URL: <http://www.soc-otvet.ru/asi/nonfinancialreporting> (дата обращения: 1.10.2014 г.).

2. Нефинансовая отчетность [Электронный ресурс] // Российский союз промышленников и предпринимателей. 2014. URL: <http://rspp.ru/simplepage/475> (дата обращения: 3.10.2014 г.).

3. Доклад о состоянии делового климата в России в 2010-2013 годах [Электронный ресурс] // Российский союз промышленников и предпринимателей. 2014. URL: <http://media.rspp.ru/document/1/0/5/052e120269d00aa294ee8c2aa1c311df.pdf> (дата обращения: 3.10.2014 г.).

4. Социальная отчетность корпораций [Электронный ресурс] // МСФО ФМ. 2013. URL: <http://www.msfofm.ru/library/191-social-responcibility-of-companies> (дата обращения: 29.09.2014 г.).

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ СЕТЕВОЙ ЭКОНОМИКИ

Л.М. Борисова

Томский политехнический университет, г. Томск
E-mail: unexx@rambler.ru

В наше время возникновение сетевых особенностей в экономике связывают с развитием информационных технологий, что приводит к эволюции современных экономических систем, развитию рыночных механизмов регулирования и сетевых организационных структур. Другими словами, сетевые экономические отношения играют особую роль в процессе координации экономических взаимодействий. Данные изменения обостряют проблему экономической безопасности предприятия в условиях развития межорганизационных взаимодействий формального и неформального характера с позиции сетевой экономики.

Реалии современной хозяйственной жизни вызывают существенные изменения в координации экономических взаимодействий. Нарастание динамики экономических процессов и увеличение плотности экономических отношений определяют возрастание роли новых механизмов координации. Усиливаются процессы институционализации экономических взаимодействий, происходит самоорганизация экономических взаимодействий на фоне запаздывания формальных экономических институтов. При этом возрастает роль сетевых экономических отношений, которые оказывают существенное влияние на экономическую безопасность предприятия.

Использование сетевого принципа организации деятельности предприятия позволяет обеспечить эффективное его функционирование как системы в целом и его элементов в отдельности.

В любой социально-экономической системе субъекты вступают во взаимодействия. Устойчивое повторение этих взаимодействий приводит к формированию определенных правил и принципов. В свою очередь сформированные правила и принципы можно рассматривать как механизм координации экономических взаимодействий.

Новые модели действия и информационные сети позволяют облегчить действия в пределах и между предприятиями практически во всех отраслях. Возможности, свойственные информационной сети для маркетинга продуктов производства могут также помочь предприятиям малого и среднего бизнеса (ПМСБ), ранее обслуживавших только местных клиентов. Предприятия могут формировать сети для производства предметов потребления и услуг, которые позволят им дать более гибкий ответ на изменения спроса.

1. Чтобы улучшить свою конкурентоспособность и усилить деятельность, организации должны демонтировать жесткую иерархическую структуру и работать в сети. Основываясь на взаимном доверии, они могут сократить накладку в деятельности и объединять свое специализированное ноу-хау с развитием производства продукта и процессом покупки, таким образом улучшая свою способность быстро реагировать на изменения в эксплуатационной среде и на изменяющиеся потребности своих клиентов.

2. Предприятия, организации и общественные службы должны совместно продвигать создание сетей в пределах и между различными отраслями. Социальные партнеры должны поддержать своих членов в таком обновлении. Модели экономики сети должны далее развиваться через экспериментирование и исследования. В то же время, необходимо прилагать усилия для исследования путей удаления препятствий по применению моделей действия.

3. Условия, способствующие предпринимательству и деловой организации сети, должны продвигаться с созданием электронного обслуживания и сделок для потребностей ПМСБ. Должны быть приняты меры по продвижению использования информационных сетей как каналов для международного маркетинга.

4. С целью развития спроса и предложения на труд и гибких рабочих методов, организации должны обеспечить полноценное использование возможностей, предлагаемых телекоммуникациями, и стремиться идентифицировать и развивать рабочие места, которые позволяют использовать телекоммуникации. В то же время, должны быть приняты меры по поощрению развития услуг вербовки для телекоммуникационных работ и временных рабочих телекоммуникаций.

В таблице проведено сравнение иерархических и сетевых экономических отношений по таким критериям как: связи, организация, основа взаимодействия, ответственность. Подобный сравнительный анализ позволяет более точно понять, что значит «демонтировать жесткую иерархическую структуру и работать в сети».

Таблица 1 – Сравнение иерархических и сетевых экономических отношений

Критерий сравнения	Иерархия	Сеть
1. Связи	Вертикальные	Горизонтальные
2. Организация	Сверху	Снизу/самоорганизация
3. Основа взаимодействия	Подчинение	Сотрудничество/доверие
4. Ответственность	Возложенная	Воспринятая

Иерархия использует сетевые отношения в качестве «средств стабилизации». При этом, сетевые структуры способны модифицировать иерархические вертикальные отношения, повышая их гибкость. А при определенных условиях в кризисных ситуациях сети способны заменить собой иерархию и со временем трансформироваться в новую вертикаль. Возникает невидимая сеть поддержки, позволяющая предприятию выжить в кризисных ситуациях.

В условиях сетевой экономики ключевыми факторами экономической безопасности предприятий выступают: степень инновационности бизнес-модели, возможности и скорость адаптации бизнес-модели и стратегии в постоянно меняющихся условиях внутренней и внешней среды, число компетенций и звеньев цепочки ценности, уровень технологического лидерства, использование передовых методов эффективного воздействия на целевой сегмент потребителей для обеспечения роста прибыли, наличие и развитие электронной цепочки, обеспечивающей лидерство за счет дифференциации, по издержкам или на основе оптимальных издержек.

Данные факторы говорят о том, что с одной стороны рост сложности системы сетевых взаимодействий порождает рост количества рисков, а с другой – делает объекты более устойчивыми и мобильными, что положительно отражается на их безопасности. Соответственно, с учетом изменения функционирования предприятия в новых условиях и с ростом количества рисков, показатели оценивающие безопасность и эффективность предприятия немного меняют свое направление и состав. Что касается прежних показателей, то они по-прежнему имеют место.

На сегодняшний день не существует общепринятой в мире и достаточно достоверной методики определения экономической эффективности и безопасности предприятия в условиях сетевой экономики. Можно выделить основные показатели обеспечения экономической безопасности предприятия в условиях сетевого взаимодействия, используя в том числе показатели информационной безопасности.

Разделим показатели на три основные группы:

- 1) показатели оценки эффективности инвестиционного проекта;
- 2) показатели оценки стоимости бизнеса;
- 3) показатели экономического обоснования затрат на информационную безопасность.

К *первой группе* показателей относятся:

- стартовые инвестиции (единовременные, а также, возможно, и распределенные во времени, т. е. неоднократные), израсходованные на создание инновационного проекта;
- эксплуатационные расходы, связанные с обеспечением нормального постоянного функционирования предприятия;
- соотношение инвестиционных и эксплуатационных затрат;
- показатели, общепринятые в мире и в России для оценки эффективности инвестиционных проектов или бизнес-проектов (чистая приведенная стоимость, дисконтированный срок окупаемости, внутренняя норма доходности, индекс рентабельности, модифицированная внутренняя норма доходности и др.).
- маркетинговые исследования рынка, реклама, презентации новых товаров и услуг и др.

Вторая группа показателей. С помощью показателей стоимостной оценки бизнеса определяется рыночная стоимость предприятия. Эта стоимость представля-

ет собой наиболее вероятную цену, согласно которой объект оценки может быть продан на открытом рынке в условиях имеющей место конкуренции. Причем стороны действуют разумно и располагают необходимой информацией, а на величине бизнес-сделки не могут отразиться какие-либо чрезвычайные обстоятельства.

Оценка предприятия профессиональными экспертами включает в себя три взаимодополняющие составляющие:

- оценку будущей экономической выгоды (объема прибыли);
- оценку рейтингового места на фондовом рынке компании;
- стоимостную оценку материально-технической и технологической базы.

Показатели *третьей группы* включают в себя совокупные показатели [1]:

- показателя ROI (Return on Investment – отдача от инвестиций) или ROSI (отдача от инвестиций в информационную безопасность) за определенный период времени. Однако, применяя показатель ROI для расчета эффективности вложений в информационную безопасность, следует понимать, что прямого влияния на рост доходов система информационной безопасности не имеет. Поэтому, как правило, не стоит ожидать увеличения выручки компании после инвестиций в сферу информационной защищенности;

- показателя TCO (Total Cost of Ownership – совокупной стоимости владения активами). Показатель TCO определяется как сумма прямых и косвенных затрат, которые несет владелец системы на протяжении всего жизненного цикла эксплуатируемой системы. Как правило, считается, нормальный жизненный цикл составляет в среднем от 3 до 5 лет.

- Payback (окупаемость, период времени, необходимый чтобы доходы, полученные в результате инвестиций, покрыли затраты на эти инвестиции).

Среди прочих TCO является весьма важным критерием, что обусловлено следующим. Во-первых, он дает возможность обосновать расходы на информационную безопасность. Во-вторых, позволяет оперативно решать задачи контроля и коррекции показателей экономической эффективности деятельности службы безопасности, т.к. делает «измеримой» оценку экономической эффективности системы защиты информации.

Немаловажный аспект – при оценке стоимости внедрения какого-либо решения большое внимание уделяется стоимости его приобретения (капитальные затраты), а то, сколько денег позволяет сэкономить его эксплуатация, как правило, остается в тени.

Экономия происходит не только за счет снижения прямых затрат (применения новых технологий и алгоритмов, повышающих производительность и позволяющих получить больших требуемых результатов в единицу времени), но и за счет снижения косвенных издержек (к примеру, электроэнергия, аренда, техническое сопровождение, обучение персонала). Функциональность продукта сильно влияет на второй тип затрат (косвенные затраты).

Параметр TCO, в данном случае, позиционируется как инструмент, позволяющий выбирать лучшее решение из имеющихся аналогичных вариантов.

Однако у показателя TCO есть и недостатки. Например, при выборе из двух проектов, которые оба ведут к снижению издержек, и вопрос какой из них выбрать при прочих равных условиях остается открытым. Поэтому, для полноценного анализа и принятия решения используются все приведенные показатели.

Показатель Payback (окупаемость) характеризует период времени, необходимый чтобы доходы, полученные в результате инвестиций, покрыли затраты на эти самые инвестиции. Иначе говоря, если деньги на проект заемные, то возврат произойдет через срок, который называется payback. Доход от инвестиции должен быть «чистым», поскольку вкладывается конечная и собственная «чистая» сумма денег.

Окупаемость оценивает также и риски невозврата инвестиций – т.е. чем больше период окупаемости, тем больше риски (например, если окупаемость приближается к времени жизни системы - то риски считаются очень большими). Однако, показатель окупаемость тоже не универсален: в целом, он не показывает инвестиционную привлекательность проекта с точки зрения дальнейшего дохода (т.е. после истечения срока окупаемости). Если окупаемость равна одному году, это не означает, что проект через два года и более лет будет приносить доход на том же уровне.

Правильное использование инструментов финансового планирования и параметров оценки эффективности внедряемых проектов позволяют выбрать наиболее оптимальное решение и существенно сэкономить на финансовых затратах компании в информационную безопасность.

В результате анализа показателей специалисты имеют возможность сделать обоснованный выбор в пользу того или иного проекта, а так же прогнозировать перспективы своей деятельности на обозримый срок вперед, что существенно снижает риски и способствует стабильному функционированию предприятия.

Итак, наиболее оптимальным выбором будет тот проект, в котором присутствует комбинация следующих показателей:

1. Наиболее низкий TCO (снижение затрат на содержание проекта системы защиты);
2. Увеличение ROI (процента возврата финансовых вложений в проект);
3. Уменьшение Payback – как можно меньший период, желательно, не больше года, т.к. это позволит обосновать вложения в рамках годового бюджета.

Приведенные выше показатели и методика расчета, безусловно, не являются конечными, существует еще множество дополнительных критериев позволяющих проверить оптимальность принятого решения и определения экономической безопасности предприятия в условиях сетевой экономики.

Список использованной литературы.

1. Планирование затрат на информационную безопасность [Электронный ресурс] / URL: http://www.anti-alware.ru/analytics/Technology_Analysis/economic_planning#part3 (дата обращения: 06.06.2014 г.).

К ВОПРОСУ О ГАРМОНИЗАЦИИ РОССИЙСКОЙ БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ И ОТЧЕТНОСТИ, СОСТАВЛЕННОЙ В СООТВЕТСТВИИ С МЕЖДУНАРОДНЫМИ СТАНДАРТАМИ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ

И.А. Брюханенко

Финансовый университет при Правительстве РФ, филиал в г.Омске

E-mail: bia_ir@mail.ru

Дается анализ вопросов формирования и раскрытия информации в бухгалтерской отчетности исходя из основных обеспечивающих принципов, осмысление которых становится важным для развития национальной учетной системы в условиях формирования единого информационного пространства в рамках международной стандартизации учета и отчетности.

Информационное обеспечение целей управления в России происходит на фоне международной стандартизации учета, обусловленной глобализацией экономики. Во всем мире бухгалтерский учет понимается как язык бизнеса. Восприятие учетной информации как основы делового предпринимательского языка усиливает заинтересованность в ее качестве. Качественные характеристики являются теми необходимыми атрибутами, которые делают представляемую в отчетности информацию полезной и способной оказать влияние на принятие пользователями обоснованных управленческих решений. Несмотря на противоречие интересов, полезность имеет аналогичное значение для всех участников рыночных отношений и означает, что данные являются достоверными, сопоставимыми, представлены в доступном виде.

За годы реформирования учета в России накоплен немалый опыт практической реализации системы принципов и рекомендаций формирования внешней отчетности [1]. При этом сохраняются также неразрешенные проблемы, одна из которых – формирование, представление и раскрытие данных в бухгалтерской отчетности.

Учитывая, что в отечественной учетной теории и практике понятие «бухгалтерский учет» включает систему сбора, переработки, накапливания и хранения информации, имея в виду и текущий учет, и отчетность, объектами гармонизации являются и бухгалтерский учет, и бухгалтерская отчетность.

При гармонизации российской системы стандартизации учета и отчетности с зарубежным опытом также осуществляется ориентация на МСФО, как наиболее широко используемую систему финансовой отчетности. Согласно МСФО информация, содержащаяся в финансовой отчетности, должна быть нейтральной. Это вытекает из цели финансовой отчетности – обеспечение потребностей неограниченного круга пользователей [2, с. 85]. Кроме того, финансовая отчетность, являющаяся производной от понятия «бухгалтерский учет» в значении «accounting», включает помимо основных отчетных форм информацию в виде пояснений и расшифровок, которую в отечественной теории и практике принято называть управленческой. Именно они дают внешнему пользователю существенную часть необходимой для анализа содержания годового отчета информации.

Отечественная бухгалтерская отчетность имеет принципиальные отличия от отчетности, подготавливаемой в соответствии с международными стандартами учета и отчетности. Ключевым различием продолжает оставаться исторически обу-

словленная разница в конечных целях использования финансовой информации. Так как группы заинтересованных пользователей имели различные интересы и потребности в отчетной информации, принципы, лежащие в основе составления отчетственной бухгалтерской отчетности и отчетности по МСФО, изначально развивались в различных направлениях.

Бухгалтерская отчетность традиционно основывается на концепции следования требованиям национального бухгалтерского законодательства, а финансовая отчетность – на концепции рисков финансового капитала, которые и определяют принципы формирования и раскрытия отчетной информации. Формирование бухгалтерской отчетности на основе оценки имущества и обязательств по исторической стоимости, а именно такая идеология представления отчетных данных содержится в национальных правилах, является преобладающей для значительного числа отечественных внешних пользователей – органов арбитража, статистики, налоговой системы, контроля за соблюдением антидемпингового законодательства, комитетов по управлению имуществом.

Формирование и раскрытие информации в финансовой отчетности по МСФО предполагает:

- использование оценок, отличных от применяемых при составлении бухгалтерской отчетности (в частности, справедливой стоимости, дисконтированной стоимости);

- отражение активов, контролируемых компанией, при отсутствии первичных документов, подтверждающих право собственности, но при условии соответствия определению актива и критериям его признания, а также исключение из отчетности активов, от которых не ожидается экономических выгод в будущем;

- отражение конструктивных (документально не подтвержденных) обязательств, возникших из практики делового оборота, а также исключение обязательств, не поддающихся надежной оценке.

Принципиальными отличиями реализации общепризнанных принципов для российской бухгалтерской отчетности являются:

- соблюдение принципа приоритета экономического содержания над правовой формой. Для российского учета и отчетности важно единство между экономическим содержанием и правовой формой, а в отдельных случаях приоритет юридической формы над экономической составляющей;

- обеспечение принципа прозрачности, предполагающего предоставление полезной информации широкому кругу пользователей.

Не находит пока еще должной реализации в практике отечественного учета требование приоритета содержания перед формой. Международные стандарты финансовой отчетности фактически не содержат строго императивных норм. Спецификой российской системы бухгалтерского учета, сложившейся на протяжении длительного периода развития национальной экономики, является административный характер регулирования. Недостаточная проработка основ построения системы регулирования приводит к тому, что условно правильная норма может вызвать в практическом применении достаточно существенные последствия в отношении формирования информации. Например, исходя из содержания нормативных документов ввод отдельных видов основных средств в эксплуатацию должен осуществляться при наличии документов, подтверждающих государственную регистрацию.

Возникающее противоречие может быть охарактеризовано как противоречие между юридической формой операции – невозможностью признания объекта в ка-

честве реального актива (ресурса, приносящего доход организации) из-за отсутствия юридической регистрации – и ее экономического содержания. Допущение имущественной обособленности, принятое в качестве основополагающего в российских нормативных актах, вступает в противоречие с требованием приоритета экономического содержания перед правовой формой, и, как следствие, приводит к завышению активов и занижению признанных расходов.

В российской учетной практике, по сути, произошла трансформация принципов в следующие правила ведения учета и составления отчетности:

- значительное обеспечение соблюдения интересов государственных контролирующих органов;

- контроль активов на основе вещного и обязательственного права;

- признание доходов и расходов на основе консерватизма, но только при наличии оправдательных документов.

Особенности практической реализации и сложности применения в российском бухгалтерском учете принципов, основанных на рекомендациях международных концептуальных основ, определяются:

- нормативным регулированием большинства вопросов учета и составления представления отчетности (например, РПБУ достаточно детализированы и обязательны для исполнения);

- наличием реального фактора налогового регулирования, и, соответственно, нацеленностью бухгалтерской отчетности в значительной степени на удовлетворение требований государственных налоговых органов, которые, имеют в своих руках рычаги, способные оказать влияние на формирование достоверной информации;

- пока еще недостаточным участием профессиональных организаций и заинтересованной общественности в регулировании бухгалтерского учета.

Причиной выполнения принципов в зарубежной практике является тот факт, что следование им для компании выступает основным способом достижения цели, поставленной перед отчетностью – удовлетворение информационных запросов различных заинтересованных пользователей.

Существенным различием в подходе к другому важному элементу метода бухгалтерского учета – отчетности, является использование в российской практике единого формата бухгалтерской отчетности, рекомендованного Министерством финансов Российской Федерации. Невозможно разработать представление отчетных данных в едином формате, структуре и по содержанию, соответственно запросам всех пользователей. Средние и крупные российские организации обязаны составлять и представлять в установленные адреса и сроки бухгалтерскую отчетность в одном формате, в то время как круг пользователей и их потребности в информации различаются.

Существует еще одна серьезная проблема подготовки бухгалтерской отчетности в едином формате. Несмотря на то, что в число заинтересованных пользователей учетной и отчетной информации в России входят не только государственные органы, но также и другие пользователи, их влияние на формирование данных бухгалтерской отчетности в настоящее время невелико.

Недооценка значения разницы в конечных целях использования финансовой информации различными потребителями привела к противоречию. Развивая отечественный бухгалтерский учет как информационную систему, описывающую достоверную картину финансово-хозяйственной жизни организации, упор делается на приоритет соблюдения интересов государства.

Группа пользователей, в которую входят государственные налоговые органы, имеет в своих руках рычаги, влияющие на формирование показателя прибыли. Разрыв в методологии, связанный с установленным главой 25 Налогового кодекса Российской Федерации порядком признания отдельных видов доходов и расходов, привел к отсутствию заинтересованности хозяйствующего субъекта в подготовке бухгалтерской отчетности, отличной от налоговой, что отражается на качестве первой [3]. С точки зрения налоговых органов в бухгалтерской отчетности основной упор должен быть сделан на количественный аспект учетной информации, что объясняется интересом, прежде всего, к суммам начисленных и перечисленных налогов. Хозяйствующий субъект, следуя требованию рациональности, оказался не заинтересованным в подготовке бухгалтерской отчетности, отличной от налоговой, за которую есть ответственность, что отражается на качестве первой, так как бухгалтерский и налоговый финансовые результаты различны.

Бухгалтерская отчетность, таким образом, может быть квалифицирована как отчетность, составляемая в специальных целях. Это снижает достоверность и снижает информативность бухгалтерской отчетности, не обеспечивает того качества экономического анализа, которое необходимо для принятия обоснованных управленческих решений.

В этой связи необходимость защиты их интересов приобретает особую значимость. Анализ современных особенностей и специфики отечественной учетной практики позволяет заключить, что существует настоятельная потребность в подготовке отчетной информации о деятельности хозяйствующего субъекта по разным правилам:

- для внешних пользователей (обычно по консолидированной группе организаций) отчетную информацию следует готовить на основе оценки активов по справедливой стоимости и обязательств по ожидаемой сумме погашения долга (дисконтированной стоимости). При подготовке отчетности принимать во внимание активы, которые способны приносить доход;

- для внутренних пользователей при отчетную информацию следует формировать на основе оценки имущества по исторической стоимости, а обязательства принимать в сумме фактически признанной задолженности.

Для преодоления дисбаланса между интересами государственных налоговых органов и иных пользователей бухгалтерской информации внешняя отчетность должна разбиваться на виды: консолидированная финансовая отчетность, индивидуальная бухгалтерская отчетность и отчетность для специальных целей (в том числе, налоговая, статистическая, внебюджетных фондов).

Федеральным законом от 27.07.2010 № 208-ФЗ «О консолидированной финансовой отчетности» законодательно закреплён статус финансовой отчетности, установлены круг пользователей и общий порядок ее подготовки и представления [4]. Организация, отчитывающаяся в формате финансовой отчетности, должна соответствовать критериям большой социально-экономической значимости: иметь большое число учредителей и сложную структуру собственного капитала, большое число кредиторов или значительные размеры привлеченного капитала инвесторов, значительные масштабы деятельности и т.п. Целью составления такой отчетности является формирование и раскрытие полезной и достоверной информации о финансовом положении, финансовых результатах деятельности организации за отчетный период, размерах и формах полученных экономических выгод, источниках финансирования и направлениях их использования. Формирование

консолидированной финансовой отчетности предполагает использование справедливой стоимости.

В формате индивидуальной отчетности могут отчитываться организации, имеющие незначительные масштабы деятельности и социальную значимость, а также характеризующиеся простотой управления (например, производственные кооперативы, хозяйственные товарищества, некоммерческие организации, унитарные предприятия, но также могут быть отдельные публичные акционерные общества и непубличные акционерные общества). При составлении индивидуальной бухгалтерской отчетности можно ориентироваться на использование исторической стоимости.

Виды отчетности в специальных целях и правила ее формирования и должны определяться государственными органами.

Основным аргументом в пользу необходимости обособления отдельных видов отчетности прежде всего должна стать точность формируемого показателя прибыли. Суждение о точности показателя прибыли как основного показателя деятельности организации в условиях рынка возможно лишь с точки зрения пользователей [5, с.230].

По своей экономической сути бухгалтерская отчетность исторически базируется на концепции соответствия требованиям национального бухгалтерского законодательства, а финансовая отчетность исходит из принципов формирования и раскрытия данных согласно концепции рисков финансового капитала.

Следует также отметить, что если в развитие бухгалтерской информации встраивается система показателей с использованием рыночных оценок, прогнозных величин, то в практике экономически развитых стран такая отчетность именуется финансовой и представляет собой следующую ступень составляемой ныне бухгалтерской отчетности, информативность которой существенно превышает традиционные возможности в области финансового анализа.

Таким образом, несмотря на разные информационные возможности, финансовая отчетность, по сути, остается бухгалтерской, поскольку ее фундаментом являются общепринятые принципы бухгалтерского учета. Разделение бухгалтерской отчетности на отдельные виды позволит без ущерба интересов государственных органов привлекать к разработке учетных стандартов профессиональное сообщество и тем самым обеспечит разумное соотношение между регламентацией учета из единого центра и правом выбора экономического субъекта. Такой подход соответствует подходам международной стандартизации учета и отчетности.

Список использованной литературы.

1. Постановление Правительства РФ от 06.03.1998 № 283 «Об утверждении Программы реформирования бухгалтерского учета в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности» // СПС «Консультант-Плюс».
2. Международные стандарты финансовой отчетности. – М.: Аскери-АССА, 2008. – 1100 с.
3. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.200 № 117-ФЗ (ред. от 04.10.2014) // СПС «Консультант-Плюс».
4. Федеральный закон от 27.07.2010 № 208-ФЗ «О консолидированной финансовой отчетности» // СПС «Консультант-Плюс».

5. Брюханенко И.А. К вопросу о принципах формирования бухгалтерской прибыли // Вестник Омского университета. Серия: Экономика. – 2014. – №1. – С. 230-234.

УПРАВЛЕНИЕ ЗАТРАТАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Е.А. Быценко

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: eab11@tpu.ru

Научный руководитель: Плучевская Э.В., канд. экон. наук, доцент

В данной статье отражены вопросы, связанные с управлением затратами на предприятии. Дается четкое определение управленческого учета, описываются его основные преимущества, цели и необходимость в использовании на российских предприятиях. Сформулированы основные критерии, которые должна обеспечивать данная система. Особое внимание уделяется вопросу о внедрении системы управленческого учета на предприятии. Выделяются такие методы учета себестоимости продукции, как ABC-костинг и таргет-костинг. Подробно описываются главные особенности этих методов, выделяются основные преимущества их использования.

Целью данной статьи является анализ системы управления затратами предприятия.

Задачи статьи: дать определение системы управленческого учета, выявить ее основные преимущества и рассмотреть необходимость ее внедрения. Дать определение методам расчета себестоимости продукции: ABC-костинг и таргет-костинг. Проанализировать особенности подсчета себестоимости продукции в этих методах.

Одной из наиболее актуальных проблем большинства российских предприятий является неконтролируемый и необоснованный рост затрат. Чтобы решить данную проблему, в первую очередь, компаниям необходима четкая программа по управлению затратами, которые всегда соотносятся с конкретными задачами, к которым можно отнести: оказание определенной услуги (например дополнительного образования), выполнение работ и т.д. Соотношение между доходами и расходами предприятия в конечном счете определяет перспективы развития в будущем, прибыльность и его финансовое состояние, именно поэтому управление затратами является важным направлением управленческой деятельности. Система контроля и регулирования затрат на производстве обеспечивает снижение затрат и рост эффективности производства.

Все крупные предприятия ведут три основных вида учёта: бухгалтерский, налоговый и управленческий, которые всегда связаны между собой, но при этом каждый имеет индивидуальные особенности. В условиях современных мировых тенденций информатизации общества, особую актуальность представляет проблема ориентации учета на управление, внедрение и обеспечение на предприятиях функционирования управленческого учета [2]. Управленческая отчетность должна обеспечивать внутренних пользователей предприятия качественной учетной информацией, которая необходима для принятия обоснованных решений по различным вопросам управления. Таким образом, можно сделать вывод, что потребность в учетной информации - это основная причина создания этого вида отчетности.

Управленческий учет на предприятии необходим для обоснования управленческих решений на предприятии менеджерами всех уровней, оперативного представления полной и достоверной информации. Объектами управленческого учета являются: затраты предприятия, процессы и результаты деятельности предприятия; себестоимость продукции или услуги; подразделения предприятия. Основными источниками получения такой информации, являются отчетные бухгалтерского учета (аналитические и синтетические счета, журналы-ордера, ведомости и в необходимых случаях первичные документы); данные о затратах на производство и реализацию продукции (работ, услуг) [4].

В настоящее время экономисты затрудняются дать единый ответ о сущности, назначении управленческого учета и его месте в системе управления, что приводит к медленному процессу внедрения учета в производственную деятельность российских предприятий. Следует отметить, что главной особенностью учета является учет издержек и управление ими в процессе производства и реализации продукции. Общепринятого стандарта управленческого учета не существует, именно поэтому каждому предприятию необходимо разработать индивидуальную систему, которая была бы удобной для оперативного принятия управленческих решений. Система учета должна обеспечить: знание когда, где и в каких объемах расходуются ресурсы предприятия; прогноз для чего необходимы финансовые ресурсы и дополнительные материальные; высокий уровень отдачи от использования ресурсов [3].

Можно выделить основные преимущества эффективной системы управленческого учета:

- ✓ производство конкурентоспособной продукции за счет низких издержек и низких цен;
- ✓ наличие достоверной информации о себестоимости отдельных видов продукции, их месте на конкурентном рынке;
- ✓ предоставление объективных данных для составления бюджета предприятия;
- ✓ возможность использовать гибкое ценообразование [7].

Чтобы приступить к внедрению управленческого учета на предприятии, в первую очередь необходимо определить, кто должен возглавить эту работу, целесообразно поручить ее финансовому директору предприятия, возложив на него решение следующих задач:

1. разработать системы подсчета затрат производства. Данная задача потребует провести долговременный и качественный анализ всех производственных подразделений предприятия, чтобы изучить механизмы образования затрат на каждом участке;
2. создать компьютерную систему учета и анализа данных о деятельности предприятия. При этом процессе очень важно привлечь квалифицированный персонал, ведь далеко не в каждой компании есть специалисты, которые могут выполнить весь комплекс работ, связанных с постановкой управленческого учета;
3. разработать наиболее динамичный метод расчета себестоимости и в дальнейшем применять его на практике [5].

Затраты, относимые на себестоимость формируют себестоимость готового продукта или услуги и учитываются как запасы предприятия и списываются на расходы только после реализации готовой продукции или оказания услуги. Рассматривая методы расчета себестоимости, следует выделить дифференцированный метод учета себестоимости, который известен как Activity Based Costing (ABC-костинг).

Данный метод появился в середине 1970-х годов в Японии, в настоящее время его используют крупнейшие японские, европейские и американские предприятия в различных отраслях промышленности. В основе ABC лежит утверждение, что «деятельность потребляет ресурсы, а продукция потребляет деятельность», т.е. продукция является деятельностью, которая связана с потреблением ресурсов, учет затрат по которым ведется на соответствующих счетах. Начальная стадия применения ABC-определить последовательность работ на предприятии, она проводится путем разделения сложных работ на более простые составляющие. Следующий этап применения данного метода состоит в расчете кост-драйверов¹ и показателей потребления ими каждого ресурса, при этом показатель умножается на каждую единицу выхода работы. В конечном счете, получается сумма потребления конкретной работы конкретным продуктом. Себестоимостью будет являться сумма потребления продуктом всех работ. Данные расчеты будут составлять третий этап применения дифференцированного метода. В конечном счете, ABC способен повысить конкурентоспособность предприятия, обеспечить оперативной и достоверной информацией менеджеров всех уровней предприятия. Несмотря на все преимущества данного метода, он до сих пор не получил широкого применения на российских предприятиях. В основном это связано с трудностью внедрения данного метода, не смотря на простоту основной идеи, к тому же многие руководители все же не представляют преимущества метода [1]. Особенностью ABC является то, что процесс распределения косвенных затрат включает определение стоимости процесса, как набор видов деятельности, необходимых для получения готового продукта. Главное преимущество данного метода перед другими в том, что он дает возможность более точно определить себестоимость единицы продукции, а также выявить неэффективное расходование ресурсовой. Таргет-костинг также является методом управления себестоимостью продукции. Данный метод, как и предыдущий зародился в Японии в 1960-х годах, впервые в практику его внедрила корпорация Toyota в 1965 г. Таргет-костинг - система, обеспечивающая процесс снижения затрат на стадиях разработки и проектирования абсолютно новой модели, полной модификации модели или незначительной ее модернизации. Концепция является не просто процедурой целевого калькулирования себестоимости, а целостной концепцией управления, которая способна поддерживать стратегию снижения затрат и определять целевую себестоимость в соответствии с рыночными реалиями [8]. Необходимо рассмотреть влияние систем таргет- и кайзен-костинг на кривые затрат и цен (рис 1).

¹ Кост-драйвер-центр затрат, товар или услуга, в котором могут возникать или поглощаться затраты.

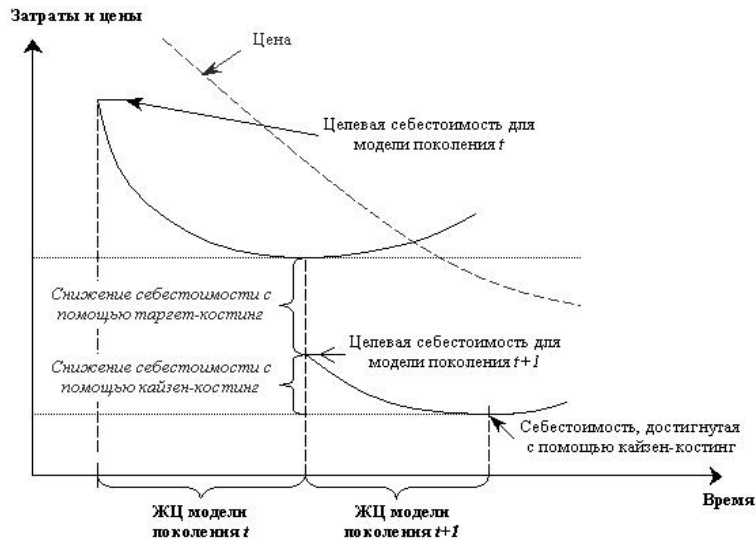


Рис. 1. Влияние систем таргет- и кайзен-костинг на кривые затрат и цен

Кайзен-костинг является системой, которая способна обеспечивать процесс сокращения затрат на стадии производства уже существующей модели. Совместное использование таргет-костинг и кайзен-костинг составляет всеобщую систему управления затратами, которая приводит к постоянному стремлению системы на уменьшение затрат через минимизацию потерь. Совместное использование данных моделей довольно успешно применяется японскими компаниями. Данная концепция предусматривает расчет себестоимости продукта, исходя из уже заранее установленной цены реализации, которая, в свою очередь, определяется с помощью маркетинговых исследований, т.е. является ожидаемой рыночной ценой продукта или услуги. Процесс таргет-костинг обладает следующими свойствами: применяется на стадиях разработки и проектирования продукции; для его использования требуется сотрудничество многих подразделений; работает лучше при широкой номенклатуре выпускаемой продукции и мелкосерийном производстве [1].

Существует множество важных задач, которые решаются при использовании управленческого учета. В любых случаях выбор индивидуален и зависит от целей самой организации, от того, какой рыночной стратегии придерживается ее руководство, какая ситуация сложилась в бизнес-среде, насколько стандартизованы процессы принятия решений в самой организации. На наш взгляд, система управленческого учета служит главным интересам эффективного управления, поэтому решение о целесообразности ее ведения следует принимать исходя из того, как он оценивает затраты и выгоды от ее функционирования. Система данного учета является наиболее эффективной, если она позволяет организации достигать поставленные цели с наименьшими затратами на функционирование самой системы. Ведение управленческого учета на предприятии является одним из самых эффективных способов решения проблем, возникающих перед организацией, ведь им довольно давно и с большим успехом пользуются наши зарубежные коллеги-экономисты [6].

В заключении хочется отметить, что все больше российских компаний стремятся выйти на международный уровень, чтобы привлечь иностранное финансирование на выгодных условиях, найти зарубежных инвесторов и партнеров, расширить свои рынки сбыта и постараться поднять собственный статус. В этой связи они

решают вопрос подготовки информативной, а самое главное, достоверной финансовой отчетности в соответствии с международными стандартами, поскольку данные, формирующиеся в рамках российских стандартов бухгалтерского учета, часто не отвечает современному уровню требований со стороны менеджеров высшего звена, инвесторов. Таким образом, внедрение системы управленческого учета на предприятии необходимо и требует серьезного подхода к его организации, что гарантирует большую вероятность успеха деятельности предприятия в дальнейшем.

Список использованной литературы.

1. Вахрушина М.А. Бухгалтерский управленческий учет: учеб. Для студентов вузов. – 6-е изд., испр. – Москва: Омега-Л, 2007. – 570 с.
2. Войко Д.В. Сущность управленческого учета и его место в управлении предприятием // Управленческий учет. – 2009. – №3.
3. Карпова Т.П. Управленческий учет: Учебник для вузов. – 2-е изд.. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 351 с.
4. Мансуров П.М. Управленческий учет: учебное пособие / Ульяновск: УлГТУ, 2010. – 175 с.
5. Управленческий учет [Электронный ресурс] // Центр Управления Финансами Center YF. URL: <http://www.center-yf.ru/data/Buhgalteru/Upravlencheskii-uchet.php> (дата обращения 1.10.2014г.).
6. Зачем нужен управленческий учет на предприятии? [Электронный ресурс] // Технологии корпоративного управления. Портал iTeam. URL: http://www.iteam.ru/publications/finances/section_50/article_4095/ (дата обращения 1.10.2014г.).
7. Основные положения управленческого учета на предприятии [Электронный ресурс] // Центр дистанционного образования Eliterium. URL: http://www.elitarium.ru/2010/10/01/upravlencheskij_uchet.html (дата обращения 1.10.2014г.).
8. Маленькими шагами к большому успеху: кайзен-костинг [Электронный ресурс] // Корпоративный менеджмент. URL: http://www.cfin.ru/ias/kaizen_costing.shtml (дата обращения 1.10.2014г.).

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ УСН В 2014 ГОДУ

Д.С. Волонихина

Томский Политехнический Университет, г. Томск.

E-mail: Lokky90@inbox.ru

Научный руководитель: Арцер Т.В., канд. экон. наук, доцент

Упрощенная система налогообложения (УСН) была введена с целью развития малого и среднего бизнеса. Эта система дает возможность, свести составление отчетности к минимуму. Переход на упрощенную систему налогообложения является добровольным, но чаще всего эта система налогообложения подходит для новых организаций и предпринимателей, отвечающих требованиям статьи 346.12 НК РФ.

Тема является актуальной, так как специальные режимы налогообложения являются популярными среди малых предприятий и индивидуальных

предпринимателей, в то же время требуют постоянного отслеживания и безошибочного применения изменений законодательства.

Целью статьи является – изучить и проанализировать изменения в упрощенной системе налогообложения, которые произошли в 2014 году.

В ходе работы были поставлены следующие задачи:

1. Изучить изменения в применении упрощенной системы налогообложения в 2014 году.

2. Оценить положительные и отрицательные аспекты нововведений в УСН.

Применение упрощенной системы налогообложения дает возможность организациям и индивидуальным предпринимателям множество экономических выгод. УСН имеет множество преимуществ, которые позволяют облегчить налоговые нагрузки. Так же особый порядок ведения бухгалтерского учета, и уменьшения количества необходимой отчетности позволяет предпринимателям сократить сумму своих расходов в налоговые органы [1].

Для организации и индивидуальных предпринимателей существуют условия, которые предусмотрены действующим законодательством:

1. В связи с изменением в 2014 году коэффициента-дефлятора, который составил 1,067, доходы полученные предприятием не должны превышать 64,02 млн. руб.

2. Численность работников за налоговый период не более 100 человек.

3. Остаточная стоимость основного оборудования и нематериальных активов не более 100 млн. руб.

4. Доля участия в организации других предприятий – не выше 25%.

Согласно Налоговому Кодексу Российской Федерации (НК РФ), для организаций существует два варианта облагаемых объектов:

- «Доходы», ставка, которого составляет 6%
- «Доходы, уменьшенные на величину расходов», ставка 15%.

При первом случае, налог будет составлять 6 % от прибыли предприятия. При определении доходов учитывается вся прибыль от коммерческой деятельности и некоторые виды других доходов ст.249 и ст.250 НК РФ. Доходы, определенные ст.251 НК РФ, а также те, что подлежат обложению налогом на прибыль, не подлежат учету при УСН. Датой получения организацией дохода считается тот день, когда денежные средства поступили в кассу или на банковский счет.

Второй же случай, связан с подсчетом получаемых организацией доходов и расходов. Выплата налогов производится: из суммы доходов вычитается суммы расходов, и от полученной разницы берется 15%. При расчете суммы налога процентная ставка в зависимости от конкретного региона российского государства, может колебаться в пределах 1-15 процентов. Применяя этот режим налогообложения, следует знать, что расходами считаются все те средства, что были истрачены на аренду, оплату работ и услуг и покупку продукции (ст.346.16 НК РФ). Однако все эти затраты могут быть признаны таковыми только после того, как организация их фактически оплатила.

Однако этот метод предполагает ведение более сложной отчетной документации. В этом случае необходимо постоянное ведение книги расходов и доходов, в которой нужно отражать все выполненные финансовые операции [2].

Предприятия, которыми применяется упрощенная система налогообложения, должны понимать, что основные средства будут учитываться несколько иным

способом, нежели при общем режиме. Важно, что такой учет осуществляют только те предприятия, что выбрали объект налогообложения «доходы за минусом расходов».

Организации, которые избрали в качестве объекта налогообложения ставку 15%, производят списание основных средств на затраты в течение одного налогового периода (года). При этом учет расходов на покупку основных средств разрешено производить при условии, что:

- организация уплачивает налог как разницу между прибылью и расходами;
- все расходы оплачены;
- приобретенные основные средства поставлены на учет.

Еще одной особенностью при УСН в 2014 году является то, что основные средства списываются на расходы равными долями на протяжении года, в котором приобретались. Делать это следует в последний день каждого квартала. Очень часто основные средства вызывают трудности у тех организаций, что применяют УСН не с момента своей регистрации.

Несмотря на облегченное ведение бухгалтерского и налогового учета, для обществ, применяющих упрощенку в 2014 году, предусмотрен ряд обязательной отчетной документации.

Так в налоговую инспекцию предоставляются:

- декларация по УСН – единожды в год, до 31 марта;
- данные о среднесписочной численности работников – раз в год, до двадцатого января.

В Фонд социального страхования должна ежеквартально подаваться форма 4-ФСС РФВ.

В Пенсионный фонд – индивидуальные сведения по персонификации и отчет по форме РСВ 1.

А так же нужно вести бухгалтерский учет в общем порядке, кассовые операции и сдавать бухгалтерскую отчетность [3].

В заключении хотелось бы отметить, что упрощенная система налогообложения имеет ряд преимуществ для предпринимателей. Это и облегчение налоговой нагрузки, и особый порядок ведения бухгалтерского учета, и уменьшения количества необходимой отчетности. Однако в 2014 году были введены изменения, которые предприятия должны соблюдать.

Список использованной литературы.

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 04.10.2014) [Электронный ресурс] // URL: <http://www.consultant.ru/popular/nalog>.

2. Бюджетный кодекс Российской Федерации (по состоянию на 01 января 2012г.) // Информационно-правовой портал Гарант.

3. ПБУ «Бухгалтерская отчетность организации» 4/99

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ НЕФТЕДОБЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

П.А. Глик

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: glik.pavel@mail.ru

Научный руководитель: Ивашкина Е.Н., доктор тех. наук, профессор

Проанализированы основные проблемы нефтедобычи в современных условиях. Оценено влияние географических, физико-химических и других технико-экономических факторов на развитие отечественных предприятий нефтедобычи. Исследован отечественный рынок нефти и нефтепродуктов с учетом экономических тенденций прошлых лет. Оценена доля нефтедобывающих и нефтеперерабатывающих компаний в развитии экономики и топливно-энергетического комплекса страны. Рассмотрены дальнейшие перспективы развития отечественных нефтедобывающих компаний.

В современном мире производители сталкиваются с рядом весьма неоднородных и порой противоречащих друг другу проблем и ставят перед собой такие же задачи. Противоречия связаны в большей мере с тем, что цели предприятия могут не соответствовать реалиям действительности.

Например, для нефтехимической промышленности при наращивании объемов производств производитель столкнется с тем, что наряду с увеличением затрат на закупку сырья, увеличенной амортизации оборудования возникнет проблема экологичного производства. Проблема основана на том, что при малых объемах производства вредных выбросов предельно немного, что обеспечивает стабильное функционирование завода без какого-либо тщательного вмешательства сотрудников пожарной безопасности, экологов, лесо- и водоохраны, кроме как плановых проверок. В случае укрупнения предприятия внимание возрастает в геометрической прогрессии, что приводит в конечном итоге к принятию дополнительных мер по качественной очистке отходов. Но эта проблема не самая главная при разворачивании предприятий. Одной из самых серьезных сложностей, с которой сталкиваются предприятия, является несоответствие качества выпускаемой продукции требованиям, предъявляемым со стороны метрологических, стандартизационных и сертификационных организаций [1].

Несоответствия требованиям связаны в основном с повышенной частотой изменения и ужесточения самих требований в условиях увеличенного интереса мировых организаций по экологизации планеты путем экологизации производства. Переход на бензин евростандарта Евро-4 и Евро-5 не был воспринят отечественными производителями с большим энтузиазмом. Причиной тому послужила модернизация оборудования, 60 % которого работает еще с 80–90-х годов и в принципе не может выпускать продукцию более высокого качества без соответствующих технических доработок [2].

Целью работы является оценка сложности технико-экономических проблем предприятия и определение наиболее оптимального и благоприятного пути решения данных проблем. В качестве объекта исследования были взяты отрасли нефтеперерабатывающего типа, как наиболее значимые на современном этапе развития энергетики (дальнейшее развитие энергетического комплекса намечено в сторону привлечения большего внимания природному газу).

Для нефтехимических отраслей с каждым днем проблем становится все больше и больше. Нефтяные запасы постепенно истощаются, что приводит к последовательному удорожанию не только самой нефти как целевого сырья для дальнейших производств, но и удорожанию технологии добычи как таковой нефти. Наряду с этим качество нефти становится все хуже и хуже, поскольку увеличивается объем образования водонефтяных эмульсий, разделение которых весьма трудоемко и во все недешево [3]. Повышают налоги на использование и разработку месторождений, но самые большие затраты приходится на подготовку к транспортировке и саму транспортировку. Для подготовки необходимы современные аппараты и оборудование, которое позволит выпустить сырье для нефтехимии соответствующего качества – соответствующих требований. Очевидно, что для более тяжелой, вязкой, обводненной нефти потребуются создание дополнительных условий для качественной подготовки. А здесь дополнительные расходы. Сама транспортировка обусловлена удаленностью нефтеперерабатывающих заводов (НПЗ) от места добычи нефти, порой это тысячи километров.

Ввиду перечисленных проблем и расходов целесообразно оценить себестоимость нефти, а также определить срок возвращения вложенных инвестиций в проект и окупаемость месторождения с учетом срока его разработки.

Для каждого месторождения это строго свои значения, обусловленные спецификой расположения нефтедобывающей компании, ее размеров, объемов добычи и т.д.

При формировании в Российской Федерации системы рыночных отношений отечественная нефтяная промышленность перешла на новый виток своего развития, что и породило определенный ряд проблем в данной отрасли [1].

Следует отметить, что сегодня нефтяная отрасль является одной из лидирующих в отечественной экономике, и Россия является незыблемым лидером по экспорту. В настоящее время высокие доходы от экспорта нефти и нефтепродуктов дают возможность крупным российским нефтяным компаниям получать значительные прибыли, которые и обеспечивают определенную долю в доходах государственного бюджета, а также пополнение валютных резервов Центрального банка страны.

Поэтому всплывают диаметрально противоположные точки зрения: с одной стороны, современный российский ТЭК – это главный результат деятельности российской экономики, а, с другой стороны, – российский ТЭК – это существование определенных проблем в отечественной экономике.

Рассмотрим отдельные проблемы нефтяной отрасли, имеющие место в современной российской экономике.

Представляется возможным уделить внимание низким темпам развития отечественной минерально-сырьевой базы [3].

Поддержание среднесуточного дебита одной скважины, дающей продукцию на уровне 10 тонн, возможно в последние годы за счёт активного внедрения и применения методов интенсификации добычи, а также за счет ввода в разработку новых крупных месторождений, таких как: Ванкорское нефтегазовое месторождение (расположено на севере Красноярского края и открыто в 1991 г., запасы нефти превышают 260 миллионов тонн, газа – около 90 миллиардов м³, разработка началась в 2008 г.), Еты-Пуровское нефтяное месторождение (расположено в Ямало-Ненецком автономном округе, в районе города Ноябрьска, и открыто в 1982 г., разработка началась в 2003 г., запасы нефти составляют около 40 миллионов тонн), Верх-Тарское нефтеносное месторождение (расположенное на северо-западе Новосибир-

ской области, открыто в 1970 г., разработка началась в 2000 г., запасы нефти составляют около 68 миллионов тонн).

Благодаря активному освоению нефтяных месторождений на Востоке России произошло наращивание объемов эксплуатационного бурения скважин: в 2011 г. и 2012 г. было пройдено, соответственно, 18 млн. м и 19,8 млн. м, по сравнению с годами ранее, когда уровень проходки составлял 14 млн. м.

К 2012 г. объем разведочного бурения у российских компаний остается на низком уровне. В 2012 г. наибольшую проходку разведочного бурения можно отметить в ОАО «Сургутнефтегаз» (0,22 млн. м) и ОАО «ЛУКОЙЛ» (0,18 млн. м). Эти же российские компании проводят и наибольший объем работ по эксплуатационному бурению (4,69 млн. м и 3,4 млн. м, соответственно, ОАО «Сургутнефтегаз» и ОАО «ЛУКОЙЛ»). Также, на лидирующих позициях по эксплуатационному бурению находится ОАО «НК «Роснефть» – 4,05 млн. м в 2012 г.

В региональном аспекте добыча нефти на территории России неоднородна. В силу природных причин нефтедобыча в основном сосредоточена в Западно-Сибирской и Волго-Уральской нефтегазоносных провинциях/бассейнах (далее – НПП). Также, ведется добыча в Тимано-Печорской и Северо-Каспийской, Средне-Каспийской, Азово-Кубанской и Северно-Сахалинской шельфовой НПП.

Сегодня Западная Сибирь – это центр нефтяной промышленности России, где (по данным 2012 г.) добывается почти 317 млн. т нефти (табл. 1 [4]). К 2012 г. в регионе Западная Сибирь объем добычи нефти сокращается, и его доля в структуре добычи нефти по России доходит до 61,1 %. В 2008 г. доля Западной Сибири в добыче нефти составляла 65,1 %, а в 2004 г. 71 % от всей добываемой в России нефти.

Таблица 1 – Добыча нефти и конденсата в Российской Федерации за 2008 – 2012 гг. по регионам, млн. т

Регион, субъект	2009 г.		2010 г.		2011 г.		2012 г.	
	млн. т	% от РФ	млн. т	% от РФ	млн. т	% от РФ	млн. т	% от РФ
Европейская часть РФ	149,2	30,2	152,3	30,2	151,1	29,6	151,8	29,3
Урал	45,3	9,2	47,5	9,4	45,5	8,9	47,5	9,2
Поволжье	61,8	12,5	64,1	12,7	67,5	13,2	69,7	13,5
Северный Кавказ	9,9	2,0	9,3	1,8	8,4	1,6	6,3	1,2
Тимано-Печора	32,2	6,5	31,5	6,2	29,7	5,8	28,2	5,4
Западная Сибирь	322,1	65,2	318,3	63,0	317,7	62,1	316,8	61,2
Ханты-Мансийский	270,4	54,7	265,9	52,6	262,6	51,3	260,0	50,2
Ямало-Ненецкий АО	35,3	7,1	34,5	6,8	35,5	6,9	36,2	7,0
Томская обл.	10,6	2,1	10,6	2,1	11,6	2,3	11,9	2,3
Новосибирская обл.	2,1	0,4	1,3	0,3	0,9	0,2	0,7	0,1
Омская обл.	0,8	0,2	0,8	0,2	0,7	0,1	0,5	0,1
Юг Тюменской обл.	2,9	0,6	5,2	1,0	6,4	1,3	7,6	1,5
Восточная Сибирь	7,5	1,5	19,7	3,9	27,3	5,3	35,4	6,8
Красноярский край	3,4	0,7	12,9	2,5	15,1	3,0	18,5	3,6
Иркутская обл.	1,6	0,3	3,3	0,7	6,6	1,3	10,1	1,9
Республика Саха (Якутия)	2,5	0,5	3,5	0,7	5,6	1,1	6,8	1,3

Регион, субъект	2009 г.		2010 г.		2011 г.		2012 г.	
	млн. т	% от РФ	млн. т	% от РФ	млн. т	% от РФ	млн. т	% от РФ
Дальний Восток	15,4	3,1	14,8	2,9	15,2	3,0	14,1	2,7
Сахалинская обл.	15,4	3,1	14,8	2,9	15,2	3,0	14,1	2,7
Россия - всего	494,2	100,0	505,1	100,0	511,3	100,0	518,1	100,0

В европейской части России добывается 1/3 часть всей российской нефти или 151,61 млн. т (по данным 2012 г.). Крупные нефтедобывающие регионы расположены в европейской, западной, части России: Поволжье, Урал, а также входящие в Волго-Уральскую НГП месторождения и залежи; Северный Кавказ и Тимано-Печорская НГП. В 2009 – 2012 гг. добыча нефти в Поволжье составляла 12,5 – 13,5 % от всего объема добычи нефти в России, а на Урале данный показатель составлял в 2012 г. – 9,2 %. На Северном Кавказе за 2009 – 2012 гг. добыча нефти сокращалась. В целом, такое сокращение добычи нефти на Северном Кавказе компенсировалось увеличением добычи нефти в Поволжье и Урале, в т.ч. в Самарской области и Республике Башкортостан.

Восточная Сибирь в 2009 – 2012 гг. – это основной регион, в котором значительными темпами увеличивались объёмы добычи нефти (с 7,5 млн. т до 35,4 млн. т, и увеличение составляет 4,7 раза). Такое масштабное увеличение объёма добычи нефти происходило за счёт вывода на проектную мощность Ванкорского (Красноярский край) и других месторождений Восточной Сибири.

На Дальнем Востоке (Сахалинская обл.) нефтедобывающие предприятия добыли в 2012 г 14,1 млн. т нефти, что на 8,4 % ниже аналогичного показателя 2009 г.

На Дальнем Востоке, по мнению Эдера Л.В., Филимоновой И.В. и др., в 2014 г. ожидается увеличение объёмов добычи нефти с началом добычи на месторождении Аркутун-Даги в рамках проекта «Сахалин-1». Сегодня на шельфе о. Сахалин добычей нефти, газа занимаются исполнители проектов «Сахалин-1» и «Сахалин-2» – Exxon Neftegas Limited и Sakhalin Energy; на береговой линии – «Роснефть-Сахалинморнефтегаз», «Петросах» и ОГУП «Сахалинская нефтяная компания» [5].

Сегодня в России добычу нефти осуществляют почти 320 организаций, в т.ч. около 140 компаний, входящих в структуру вертикально интегрированных нефтегазовых компаний (далее – ВИНК), 180 организаций принадлежат к числу частных разрабатывающих компаний и 3 компании сотрудничают на условиях долевого соглашения соглашений с дальнейшим разделом продукции.

Почти 90 % всего объема добытой нефти и газового конденсата в России приходится на восемь ВИНК – это: «Роснефть», «ЛУКОЙЛ», ТНК-ВР, «Сургутнефтегаз», «Группа Газпром» (включая «Газпром нефть»), «Татнефть», «Башнефть», «РуссНефть». Компания «Славнефть» контролируется «Газпром нефтью» и ТНК-ВР. В таблице 2 [4] представлена информация о добыче нефти российскими нефтяными компаниями за последние десять лет.

Таблица 2 – Объем добытой нефти в 2002 – 2012 гг. в России, млн. т

Добывающая компания	2002	2004	2005	2007	2009	2010	2011	2012	2012 г. в % к 2002 г.
«Роснефть»(*)	16,1	21,6	74,4	99,8	107,4	114,5	117,7	121,2	7,5 раза
«ЛУКОЙЛ»	75,3	84,1	87,8	91,4	92,2	90,1	85,3	84,6	112,4
ТНК-ВР (приобретена «Роснефтью»)	53,7	70,3	75,3	69,4	70,2	71,7	71,7	72,4	134,8
«Сургутнефтегаз»	49,2	59,6	63,9	64,5	59,6	59,5	60,8	61,4	124,8
«Группа Газпром»	37,1	45,9	45,8	51,5	47,4	48,5	50,0	51,3	138,3
«Татнефть»	24,6	25,1	25,3	25,7	26,1	26,1	26,2	26,3	106,9
«Башнефть»	12,0	12,1	11,9	11,6	12,2	14,1	15,1	15,4	128,3
«Славнефть» (с декабря 2002 г. контролируется «Газпром нефтью» и ТНК-ВР)	14,6	22,0	24,2	20,9	18,9	18,4	18,1	17,9	122,6
«РуссНефть»	-	6,6	12,2	14,2	12,7	13,0	13,6	13,9	х
Прочие компании	95,1	109,8	47,0	28,4	32,7	35,0	36,8	39,5	41,5
СРП	1,9	2,4	2,8	13,8	14,8	14,2	15,1	14,1	7,4 раза
Россия - всего	379,6	458,8	470,0	491,3	494,2	505,1	511,4	518,0	136,5

(*) Без учета добычи нефти в проекте «Сахалин-1».

С 2002 г. по 2012 г. все российские нефтедобывающие компании наращивали объемы добычи нефти (рост в различных компаниях составлял от 6,9 % до 38,3 %). На этом фоне особенно внушительным является рост добычи нефти компанией «Роснефть» (увеличение добычи нефти составило 7,5 раза), а также на основе соглашений о разделе продукции (увеличение добычи нефти по СРП составило 7,4 раза). В целом, добыча нефти российскими предприятиями за последние 10 лет выросла более, чем на треть, точнее на 36,5 %.

Несмотря на последние увеличения объемом добычи нефти, за последние двадцать лет остро встает вопрос о качестве добываемой нефти [3]. Известно, что для современного этапа развития отечественной нефтедобывающей промышленности характерно осложнение условий разведки и разработки нефтяных месторождений, увеличение объемов трудноизвлекаемых нефтей. Последнее определяется вступлением большего числа высокосолеватых залежей в завершающую стадию разработки, для которой характерно интенсивное снижение добычи нефти и резкий рост ее обводненности (табл. 3 [4]), так и неблагоприятные качественные характеристики запасов нефти в залежах, которые вновь вводят в разработку.

Таблица 3 – Обводненность российской нефти

Годы	1990	1995	2000	2005	2007	2008	2009	2010	2012
Обводненность нефти, %	77,8	81,7	83,1	83,6	86,2	84,7	84,8	85,1	85,3

Время безводной эксплуатации большинства эксплуатируемых скважин сравнительно небольшой, и добыча нефти с незначительной степенью обводненности составляет малый процент от общего времени добычи нефти на разрабатываемом

месторождении. Отлично то, что на различных этапах добычи обводненность добываемой нефтяной эмульсии и скорость роста содержания воды различна. Так, достаточно быстро достигается состояние с обводненностью продукции нефтяных скважин до 80%, дальнейший рост обводненности значительно снижается, а с определенного момента даже балансирует на конкретном значении и не меняется годами.

Следующая проблема российской нефтяной отрасли, предлагаемая к рассмотрению, - это неполная загрузка производственных мощностей в нефтепереработке.

В настоящее время в российской нефтяной отрасли идет достаточно активная модернизация установок по переработке и вывод мощностей по производству топлива более высоких классов (аналогичных европейским стандартам). В результате чего, производственные мощности по сырью за последние двадцать лет снизились на 20,5 % и составили в 2012 г. 279 млн. т (табл. 4 [4]). В том же 2012 г. объемы первичной переработки нефти составили 266 млн. т, что дало загрузку установок по первичной переработке нефти на уровне 95,3% (этот показатель в 2012 г. являлся наивысшим за последние двадцать лет, а по сравнению с 1990 г. он увеличился только на 9,8 процентных пункта).

Таблица 4 – Основные показатели нефтеперерабатывающей промышленности России за 1990 – 2012 гг.

Годы	Мощности по сырью, млн. т	Первичная переработка, млн. т	Загрузка установок по первичной переработке нефти, %
1990	351	300	85,5
1995	304	185	60,9
2000	281	174	61,9
2001	281	178	63,3
2002	276	185	67,0
2003	271	190	70,1
2004	271	195	72,0
2005	264	207	78,4
2006	273	220	80,6
2007	279	229	82,1
2008	272	236	86,8
2009	267	236	88,4
2010	271	250	92,3
2011	282	256	90,8
2012	279	266	95,3
2012 г. в % к 1990 г.	79,5	88,7	+9,8 п.п.

Такое увеличение объемов нефтепереработки является результатом того, что с конца 2000-х гг. на российском рынке нефтепродуктов идет ускоренный рост потребления бензина и авиационного керосина (табл. 5 [4]).

Таблица 5 – Производство основных нефтепродуктов, млн. т

Годы	Нефтепродукты		
	автомобильный бензин	дизельное топливо	мазут
1990	41,0	75,6	95,0
1995	28,0	43,0	60,0
2000	27,2	49,3	48,4
2001	27,6	50,1	50,3
2002	29,0	52,7	54,2
2003	29,3	53,8	57,2
2004	30,4	55,3	58,4
2005	31,9	59,9	56,7
2006	34,4	64,2	59,4
2007	35,1	66,4	62,4
2008	35,7	69,0	63,9
2009	35,8	67,3	64,4
2010	36,0	69,9	69,5
2011	36,6	70,6	73,3
2012	38,2	69,7	74,5

Производство бензинов выросло до 38,2 млн. т и приблизилось к уровню 1990 г. И, несмотря на вводимые пошлины на экспорт тёмных нефтепродуктов, продолжилось увеличение объёмов экспорта мазута, что привело к росту его производства. В общей структуре выпуска отечественных нефтепродуктов доминирует производство тяжёлых, а также средних фракций, главным образом это мазут и дизельное топливо.

В 2000-е гг. большая часть дизтоплива и мазута поступала на экспорт по ценам ниже, чем цены сырой нефти. Это привело к повышению спроса на данные нефтепродукты на международных рынках, возобновился быстрый рост производства средних и тяжёлых дистиллятов. И сегодня соотношение экспортных пошлин на нефть, тёмные и светлые нефтепродукты не стимулирует изменение структуры выпуска продуктов российских нефтеперерабатывающих заводов. Так, в 2012 г. более выгодно было экспортировать мазут и дизельное топливо (как полупродукты) для переработки в странах-реципиентах, чем наращивать объёмы глубокой переработки нефти внутри страны. Кроме того, что цена и качество российского бензина не выдерживают конкуренции с европейскими производителями.

Одной из основных проблем нефтяной отрасли России сегодня остается, как и в конце XX века, – невысокая глубина переработки нефти российскими нефтяными компаниями (табл. 6 [4]).

Таблица 6 – Глубина переработки нефтяного сырья в России в 1990 – 2012 гг.

Годы	1990	1995	2000	2005	2007	2010	2012	2012 г. к 1990 г., п.п.
Глубина переработки нефти, %	67,0	63,0	70,8	71,6	71,9	71,2	71,5	+4,5

Текущее состояние нефтепереработки в России по показателю «глубина переработки нефтяного сырья» можно также охарактеризовать как неблагоприятное. Средняя глубина и степень переработки нефти в РФ пока еще далека и отстает от мировых темпов: например, в развивающихся странах этот показатель составляет 85 – 90 %, в США – 92 %. И хотя за последние двадцать лет отечественная динамика показывает определенные улучшения (глубина переработки российской нефти с 1990 г. по 2012 г. увеличилась на 4,5 процентных пункта), но за последнее десятилетие данный показатель отмечается на уровне 70 %, что свидетельствует о том: до уровня развитых стран российская техническая база нефтепереработки еще отстает [6]. И это несмотря на то, что в настоящее время на российском рынке нефтепродуктов идет ускоренный рост производства и потребления бензина и авиационного керосина.

Поставка и реализация нефти на внешнем рынке – это главный источник инвестиций в инфраструктуру нефтяной отрасли, а также определенная прибыль от экспорта нефти в государственный бюджет.

25 % экспорта России сегодня – сырая, только что добытая нефть, что оставляет Россию критично зависимой от конъюнктуры мирового производства, на ряду с этим теряется возможность прибыли от продаж продукции полученной в результате переработки нефти (бензины, масла, дизельные топлива).

На долю стран Дальнего зарубежья приходится около 90 % экспортных поставок, а стран Ближнего зарубежья (с учётом экспорта в государства – члены Таможенного союза) – порядка 12 % экспорта российской сырой нефти (табл. 7 [4]).

Таблица 7 – Экспорт российской нефти

Годы	2010		2011		2012		2012 г. в % к 2010 г.
	млн. т	%	млн. т	%	млн. т	%	
Дальнее зарубежье	224,1	89,4	214,5	87,7	211,6	88,2	94,4
Ближнее зарубежье	26,5	10,6	30,0	12,3	28,3	11,8	106,8
Всего	250,6	100,0	244,5	100,0	239,9	100,0	95,7

В 2012 г. экспорт сырой нефти из России составил 239,9 млн. т, что составило 95,7 % уровня 2010 г. В целом, за 2010 – 2012 гг. экспорт сырой нефти из России в страны Дальнего зарубежья сократился на 5,6 %, а в страны Ближнего зарубежья увеличился на 6,8 %.

По данным Росстата и Федеральной таможенной службы (далее – ФТС) за 2005 – 2012 гг. экспорт нефтепродуктов из России увеличивался и в 2012 г. составил 138 млн. т.

В структуре экспорта нефтепродуктов наибольший вес приходился на поставки мазута. Несмотря на общее сокращение экспорта нефти, в 2012 г. экспорт мазута увеличился до 58 млн. т или на 1,6 %.

Это может являться свидетельством того, что экспорт мазута для его дальнейшей переработки за рубежом остаётся более выгодным и даже несмотря на увеличение пошлины на тёмные нефтепродукты до 66 %. Экспорт дизельного топлива остался практически на уровне 2011 г. и составил 36,1 млн. т. Вследствие введённых «заградительных» экспортных пошлин на бензин и нефть (которые были введены

после топливного кризиса 2011 г.), экспорт бензина в 2012 г. сократился на 12,3 % до 3,6 млн. т [5].

В настоящее время в России функционируют 32 крупных нефтеперерабатывающих завода (НПЗ) и более 200 малых нефтеперерабатывающих заводов (МНПЗ). Также, отдельные газоперерабатывающие заводы перерабатывают жидкие фракции.

Можно отметить, современная нефтяная отрасль – это высококонцентрированное производство: в 2012 г. 88,8 % или 236,1 млн. т всей переработки жидких углеводородов проводилось на НПЗ, входящих в состав восьми ВИНК. И около 8,8% или 23,3 млн. т перерабатывалось крупными НПЗ, не входящими в структуру ВИНК, на долю МНПЗ приходилось 2,4 % (6,4 млн. т).

Отдельные российские компании, такие как «ЛУКОЙЛ», ТНК-ВР, «Газпром нефть», «Роснефть», владеют нефтеперерабатывающими заводами или планируют покупать и строить НПЗ в ближнем и дальнем зарубежье – на Украине, в Румынии, Болгарии, Сербии, Китае и др.

Созданные в России и функционирующие сегодня отечественные ВИНК остаются аналоговыми западным ВИНК. Сравнение и анализ зарубежных и отечественных ВИНК приведены в таблице 8 [4].

Таблица 8 – Характерные особенности российских и западных ВИНК

Российские ВИНК	Западные ВИНК
Концентрация большинства управленческих полномочий в рамках одной организации-холдинга, являющейся штаб-квартирой группы	Концентрация большинства управленческих полномочий в рамках одной организации-холдинга, являющейся штаб-квартирой группы
Лишение статуса юридического лица нефтегазодобывающих подразделений. На базе подразделений создаются «проектные» компании, полностью контролируемые холдингом	«Проектные» компании, полностью контролируемые холдингом
Единственный «центр прибыли» - холдинг и связанные с ним сбытовые компании, в т.ч. и иностранные	Множественность «центров прибыли»
Изначальное использование трансфертного ценообразования (стоимость реализации нефти в рамках внутренних и рыночных сделок может различаться в 4 раза, что, например, имело место в начале 1999 г.) во всех операциях между участника корпорации	Помимо трансфертных потоков внутри группы достаточно большая доля товарных потоков и движения капитала привязана к ценам свободного рынка
Снижение статуса перерабатывающего звена - НПЗ лишались статуса «центра прибыли»	Снижение статуса перерабатывающего звена - НПЗ лишались статуса «центра прибыли»
Наращивание роли влияния финансово-сервисной инфраструктуры, контролируемой холдингом	Наращивание роли влияния финансово-сервисной инфраструктуры, контролируемой холдингом
Совместные компании с иностранным участием в сфере переработки и сбыта, полный отказ от подобных компаний с участием капитала национальных игроков	Совместные компании в сфере переработки и сбыта
Разделение управленческих функций в рамках холдинга на так называемые звенья up-stream (добыча нефти) и downstream (переработка и сбыт нефтепродуктов) с очевидным лидерством первого звена	Разделение управленческих функций внутри холдинга в рамках «матрицы ресурсных стратегий» и разделение бизнес-центров (ответчающих за поступление денежных средств) и структур-владельцев ресурсов

Следует отметить определенные факторы и условия, которые имеют место для организационного построения российских ВИНК и их последующего развития [7]:

- значительные обязательства перед федеральным и региональными бюджетами;
- влияние иностранных кредиторов на процесс принятия программ построения ВИНК и их реализацию.

В заключение возможно отметить, что в России главным центром нефтегазодобычи в настоящее время и среднесрочной перспективе будет Восточная Сибирь и шельфы дальневосточных морей. Наличие значительной сырьевой базы энергетических ресурсов, близость к экспортной инфраструктуре и портам Тихого океана сегодня создают благоприятные предпосылки становления крупного нефтегазового центра на востоке страны. В свою очередь, нефтегазовый потенциал Восточной Сибири и Дальнего Востока обеспечит социально-экономическое развитие российских регионов, будет способствовать технологическому развитию отраслей экономики, реализации внешнеэкономических и геополитических интересов России.

Список использованной литературы.

1. Некрасов С.И., Некрасова Н.А., Бусыгин О.В. Факторы организационного развития предприятий. – М.: Издательский дом «Академия естествознания», 2009. – 80 с.
2. Лешева М.Г., Батишева Е.А. и др. Актуальные проблемы развития предпринимательства: теория и практика. Монография. – Ставрополь: АРГУС, 2010. – 196 с.
3. Ленченкова Л.Е. Повышение эффективности выработки трудноизвлекаемых запасов нефти физико-химическими методами: автореферат доктора техн. наук. – Уфа: УГНТУ, 2002. – 49 с.
4. О некоторых проблемах нефтяной отрасли в современной экономике России [Электронный ресурс] // Научно-популярный журнал Novainfo.ru. 2014. URL: <http://novainfo.ru/archive/20/o-nekotoryh-problemah-neftyanoj-otrasli> (дата обращения 30.09.2014 г.).
5. Розанова Н.М., Ряскова М.В. Российская нефтяная отрасль в мировом контексте // Экономический вестник Ростовского государственного университета (Том 1). – 2003. – № 2. – С. 45 – 69.
6. Ширяев К.И. Проблемы нефтяного комплекса России на мировом рынке и пути решения // Аудит и финансовый анализ. – 2007. – № 5. – С. 10 – 16.
7. Эдер Л.В., Филимонова И.В., Мишенин М.В., Проворная И.В. Особенности нефтяной отрасли России на современном этапе // Журнал нефтегазового строительства. – 2009. - № 4. – С. 40 – 46.

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К ДИАГНОСТИКЕ СТЕПЕНИ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Л.Н. Гребенюк

Омский филиал Финансового университета
при Правительстве Российской Федерации, г. Омск
E-mail: LNGrebenyuk@fa.ru

С использованием системного анализа предложен механизм проведения комплексного анализа для оценки финансовой устойчивости фирмы. При этом: выделены: алгоритм экспресс - диагностики с расчетом интегрального коэффициента финансовой чувствительности, и моделирование финансовой устойчивости на этапах жизненного цикла деятельности организации.

Динамика изменения внешней среды и внутренние возможности компании по адекватному реагированию на них сказываются на возможности устойчивого развития бизнеса. Поэтому важно осуществлять диагностику финансового состояния не только своего бизнеса, но и партнеров по бизнесу, их финансовую устойчивость.

Организовать процесс диагностики следует на системной основе, т.е. изначально должна использоваться методика экспресс-анализа платежеспособности организации, затем должен быть отработан механизм текущего мониторинга над сохранением платежеспособности, и, наконец, в арсенале должен быть механизм прогнозного анализа степени финансовой устойчивости организации.

Алгоритм системного подхода к проведению комплексного анализа требует предварительного формирования системы показателей с выделением взаимосвязи и взаимозависимости между ними (Рис.1).

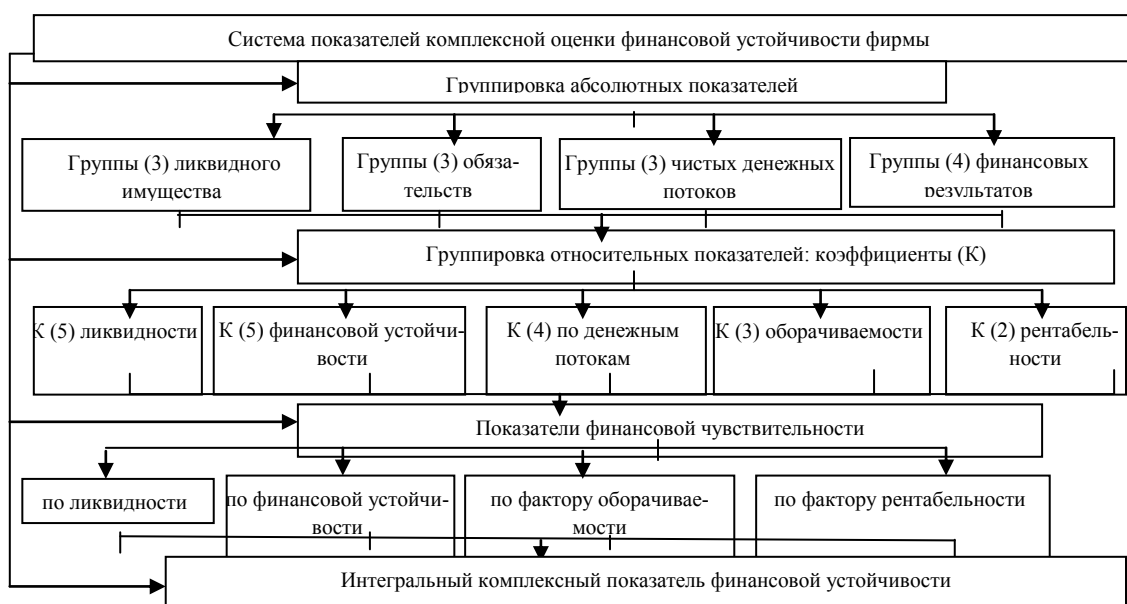


Рис. 1. Система показателей для комплексной диагностики финансовой устойчивости организаций

Опираясь на показатели первого и второго блоков (Рис.1), приведем механизм системного анализа, включающий экспресс-анализ и текущий мониторинг над платежеспособностью организации.

Экспресс диагностику степени финансового благополучия бизнеса предлагаем осуществлять по интегральному коэффициенту платежеспособности. Алгоритм его определения следующий:

1. Классифицируются оборотные активы по степени их ликвидности на три подгруппы: A_1 – абсолютно ликвидные активы; A_2 – активы, способные обеспечить приток денежных средств компании в течении ближайших трех месяцев; A_3 - активы, способные обеспечить приток денежных средств компании в период от трех месяцев до года.

2. Классифицируются обязательства (О) по степени срочности погашения долгов также на три подгруппы: O_1 – наиболее срочные обязательства, в части обязательных платежей в составе кредиторской задолженности; O_2 – обязательства сроком погашения менее трех месяцев в части долгов поставщикам и банка по краткосрочным кредитам и другим кредиторам по займам; O_3 - среднесрочные (от трех месяцев до года) и долгосрочные обязательства сроком погашения свыше одного года.

3. Определяются три коэффициента ликвидности: абсолютной ликвидности (K_1); быстрой ликвидности (K_2); среднесрочной ликвидности (K_3).

$$K_1 = A_1/O_1; K_2 = A_2/O_2; K_3 = A_3/O_3 \quad (1)$$

4. Для оценки риска неплатежеспособности необходимо установить, какова будет доля тех или иных обязательств в сумме долгов компании, а чтобы оценка риска была за период, используем среднюю величину обязательств.

$$d_1 = \frac{O_1}{O_1 + O_2 + O_3} \quad (2)$$

Аналогично рассчитывается доля обязательств второй и третьей групп в общей сумме обязательств организации.

5. Рассчитывается интегральный коэффициент платежеспособности ($ИК_{пл.}$) по формуле:

$$ИК_{пл.} = d_1 \times K_1 + d_2 \times K_2 + d_3 \times K_3 \quad (3)$$

При значении интегрального коэффициент больше 1, у компании риск неплатежеспособности практически отсутствует, и с таким партнером можно иметь дело, т.к. он выполнит свои обязательства в срок, или в ближайшие три месяца.

Текущий мониторинг за сохранением платежеспособности организации осуществляется с учетом анализа движения денежных потоков, для чего используется ряд общеизвестных коэффициентов.

Первый из них, это коэффициент платежеспособности. Назначение коэффициента в регулировании денежных потоков организацией с учетом: остатка денежных средств ($ДС_0$), их поступлением ($ДС_{п}$) и расходом ($ДС_{р}$). Поддержание значения коэффициента равное 1, обеспечит платежеспособность компании, а чем ниже значение, тем выше риск неплатежеспособности фирмы.

$$K_{пл} = \frac{ДС_0 + ДС_{п}}{ДС_{р}} \geq 1 \quad (4)$$

Другим важным показателем является интервал самофинансирования ($T_{с/ф}$), который свидетельствует о том, как долго организация сможет бесперебойно осу-

ществлять текущую деятельность (среднедневной расход денежных средств - ДС дн.р.) с учетом ожидаемого притока денежных ресурсов от покупателей (погашение краткосрочной дебиторской задолженности – ДЗк):

$$T_{с/ф} = \frac{ДС + КФВ + ДЗк}{ДС_{дн.р.}} \quad (5)$$

При этом среднедневной расход денежных средств (ДС дн.р.) определяется с учетом произведенных организацией текущих производственных расходов, включаемых в себестоимость продукции (с/б), в состав коммерческих и управленческих расходов (КР, УР):

$$ДС_{дн.р.} = \frac{С/б + КР + УР - Ам}{n} \quad (6)$$

Нельзя обойти вниманием и коэффициент платежеспособности Бивера ($K_{БИВЕРА}$). Его значимость в том, что он затрагивает результативность деятельности компании, т.е. величину получаемой чистой прибыли (ЧПр). Это позволяет оценить достаточность, полученной прибыли компании (с учетом амортизации - Ам), для полного погашения обязательств, как долгосрочных (ДО), так и краткосрочных (КО).

$$K_{БИВЕРА} = \frac{ЧПр + Ам}{ДО + КО} \quad (7)$$

Нормативное значение модели Бивера 40 – 45%, отражает минимальный размер получаемой прибыли от величины всех обязательств организации.

Для факторного анализа в процессе текущего мониторинга следует также использовать факторную аддитивную модель зависимости общей платежеспособности (Ко.пл.) организации от задолженности: по кредитам банкам и займам ($K_{кр}$); другим организациям ($K_{др.орг.}$); фискальной системе ($K_{ф.с.}$); по внутренним долгам ($K_{в.д.}$):

$$Ко.пл. = K_{кр} + K_{др.орг.} + K_{ф.с.} + K_{в.д.} \quad (8)$$

Все входящие в факторную модель коэффициенты определяются идентично: соответствующий вид задолженности делится на среднемесячную валовую выручку.

Различными методами факторного анализа можно с использованием этой аддитивной детерминированной модели зависимости определить влияние частных показателей платежеспособности (факторов) на общую степень платежеспособности организации, т.е. установить причины финансовых проблем, чтобы обеспечить конкретность мероприятий по возможности их устранения.

Завершающим этапом системного подхода к диагностике финансовой устойчивости организации является расчет интегрального коэффициента финансовой чувствительности ($K_{ф.ч.}$), предложенный Щербаковым М.В. для чего используется последний (третий) блок схемы (см. Рис. 1) [6, с. 58]:

$$K_{ф.ч.} = \sum_{i=1}^n \frac{1}{N \times H} \times K_i \geq 1 \quad (9),$$

где: N – общее число всех показателей чувствительности (равно 10);

H - нормативное значение соответствующего коэффициента;

K_i – значение соответствующих коэффициентов чувствительности.

В таблице 1 приведены показатели чувствительности, используемые при расчете интегрального коэффициента финансовой чувствительности.

Таблица 1 – Показатели чувствительности, используемые при расчете интегрального коэффициента финансовой чувствительности

Показатели финансовой чувствительности	Расчет	Норматив	Коэффициент значимости
1. По фактору текущей ликвидности (К1)	$\frac{K_{ТЛ}^{факт} - 1,5}{1,5}$	$\geq 0,067$	1,49
2. По фактору абсолютной ликвидности (К2)	$\frac{K_{АЛ}^{факт} - 0,2}{0,2}$	$\geq 0,05$	2
3. По фактору обеспеченности собственными оборотными средствами (К3)	$\frac{K_{СОС}^{факт} - 0,1}{0,1}$	$\geq 0,1$	1
4. По фактору структуры капитала (К4)	$\frac{СК^{факт}}{ЗК} - 1$	$\geq 0,1$	1
5. По фактору соотношения периода оборачиваемости ДЗ и КЗ (К5)	$\frac{K_{ДЗ/КЗ}^{факт} - 1}{1}$	$\geq 0,1$	1
6. По фактору соотношения темпов высоколиквидных активов и срочных обязательств (К6)	$\frac{K_{А2/О.}^{факт} - 1}{1}$	$\geq 0,1$	1
7. По фактору маневренности собственного оборотного капитала (К7)	$\frac{K_{М}^{факт} - 0,2}{0,2}$	$\geq 0,05$	0,2
8. По фактору рентабельности продаж (К8)	$\frac{R_{ПП}^{факт} - 0,15}{0,15}$	$\geq 0,66$	1,25
9. По фактору финансовой независимости (К9)	$\frac{K_{ФН.}^{факт} - 0,5}{0,5}$	$\geq 0,02$	5
10. По фактору ликвидности денежного потока (К10)	$\frac{K_{ДП.}^{факт} - 1}{1}$	$\geq 0,1$	1

Подставляя фактические значения коэффициентов чувствительности можно быстро определить степень финансовой устойчивости организации, но чтобы выработать приемлемые конкретные меры для финансового оздоровления, необходим всесторонний комплексный анализ. Именно комплексный экономический анализ финансово-хозяйственной деятельности организации позволит не только учесть отраслевые особенности бизнеса, его положение на рынке капитала, деловую репутацию, но и обеспечит необходимость и точные параметры таких мер, как:

- направления репрофилирования производства;
- закрытие нерентабельных производств;
- изменения в политике управления дебиторской задолженностью;
- корректировка в кадровой политике;
- уточнение перечня продажи ненужных материальных ценностей;
- определение объектов к списанию изношенного оборудования.

При этом можно воспользоваться следующей схемой последовательности проведения комплексного экономического анализа хозяйственной деятельности организации (Рис.2) [2, с. 253].

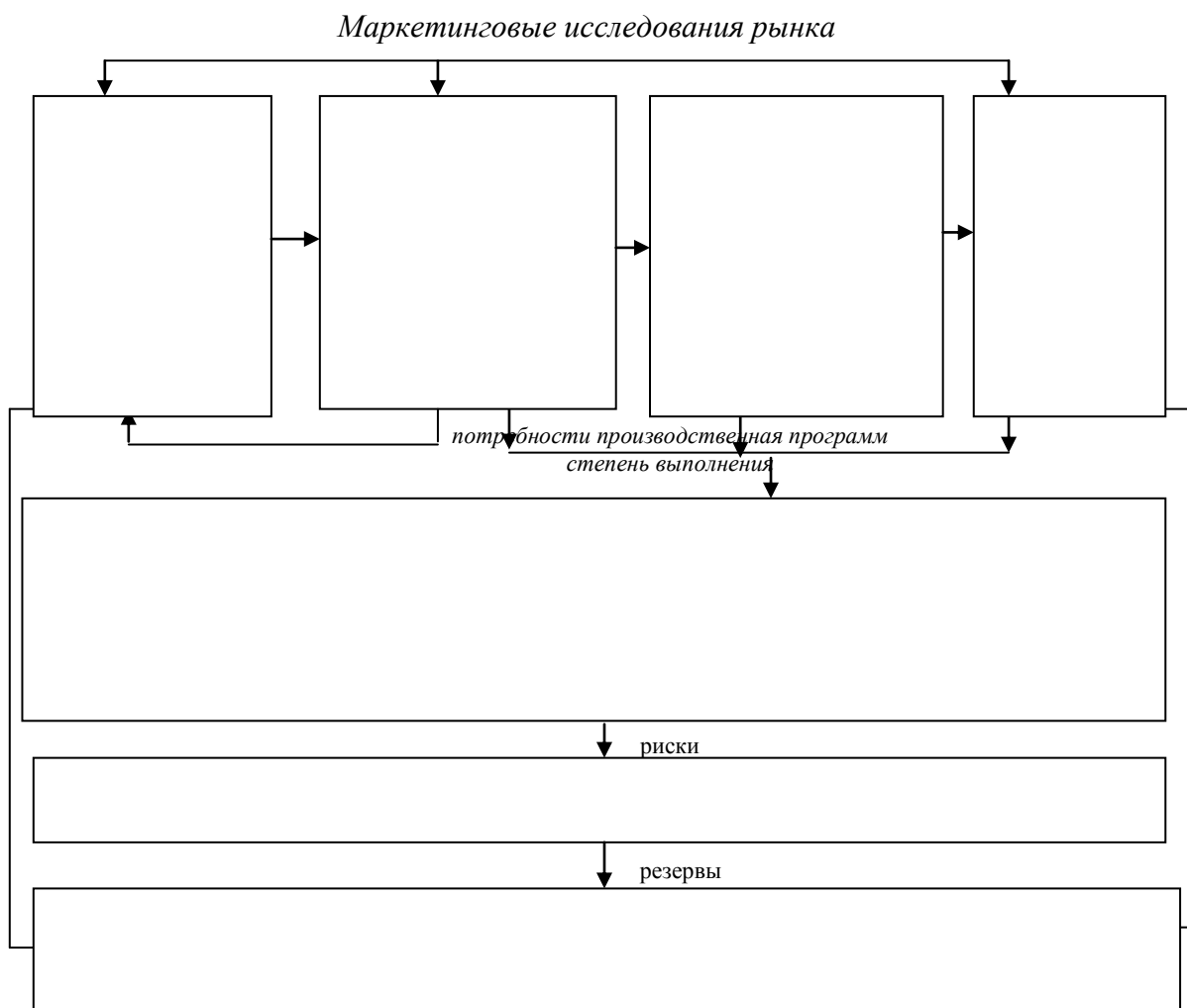


Рис.2. Последовательность проведения комплексного экономического анализа хозяйственной деятельности (КЭАХД)

Схема показывает, что следует последовательно осуществлять ряд этапов, каждый из которых преследует цель сохранить финансовую стабильность бизнеса, так, 1 этап: Анализ ресурсного потенциала организации – его цель: определить комплектный резерв увеличения объема продаж за счет лучшего (экстенсивного и интенсивного) использования ресурсного потенциала. Причем анализ степени и характера использования ресурсного потенциала должен осуществляться в оперативном режиме, не только для контроля над их потреблением, но и для отслеживания отклонений от планового задания. При этом если по итогам анализа выявлено, что ресурсный потенциал используется:

От того, насколько качественно управление, использование (экстенсивно или интенсивно) имеющегося имущественного потенциала в организации, а значит и качество размещения, имеющихся финансовых ресурсов, зависит устойчивость развития бизнеса.

Оценка экстенсивности и интенсивности использования ресурсного потенциала организации. Взаимосвязь показателей, характеризующих интенсификацию использования имущественного потенциала с финансовой устойчивостью организации, наглядно представлена в таблице 2. За основу взята методика Любушина Н.П. и Левшина Г.В. [5, с. 59].

Таблица 2 - Классификация финансовой устойчивости в зависимости от типа использования имущественного потенциала

Тип финансовой устойчивости	Тип развития производства	Границы изменения, %
1. Абсолютное	Интенсивный	Более 100
2. Нормальное	Интенсивно-экстенсивный	От 50 до 100
3. Неустойчивое	Экстенсивно-интенсивный	От 0 до 50
4. Кризисное	Экстенсивный	Менее 0

Достоинством данной методики является возможность ставить и решать задачу о поиске адекватных мер достижения финансовой устойчивости за счет использования внутренних резервов более экономичного использования своего ресурсного потенциала организации, но при этом следует учитывать и риск банкротства.

Установление глубины и масштаба кризисного развития с опасностью банкротства организации, их взаимосвязь представлена в таблице 3 [3, с. 58].

Таблица 3 – Взаимосвязь глубины и масштаба кризисного развития с опасностью банкротства организации

Стадия банкротства	Тип финансового состояния		Глубина кризиса	Степень поражения кризисом
	Установление по коэффициенту обеспеченности запасов источниками их финансирования (Ксок)	Показатели, детализирующие финансовое состояние		
Финансовая устойчивость (нет опасности банкротства)	Абсолютная устойчивость ($3 < \text{СОК} + \text{КК}$)	Полная обеспеченность СОК	Нет кризиса	Нет кризиса
	Нормальная устойчивость (устойчиво хорошее фин. состояние) ($\text{СОК} + \text{КК} < 3 < \text{СОК} + \text{КК} + \text{ИОФН}$)	($\text{Ксок} > 0,5$)	Нет кризиса	Нет кризиса
Стадия скрытого банкротства	Нормальная устойчивость (условно хорошее финансовое состояние) ($\text{СОК} + \text{КК} < 3 < \text{СОК} + \text{КК} + \text{ИОФН}$)	$0,5 < \text{Ксок} < 0,1$	Нет кризиса	Нет кризиса
	Неустойчивое фин. состояние ($3 > \text{СОК} + \text{КК} + \text{ИОФН}$, при $\text{ПЗ} + \text{ГП} > \text{КК}$)	$\text{Ксок} < 0,1$ $\text{ЭФР} + \text{ККр} < \text{ПЗ} + \text{ГП}$	Легкий	Платежный
Финансовая неустойчивость	Неустойчивое фин. состояние (недопустимое) ($3 > \text{СОК} + \text{КК} + \text{ИОФН}$, при $\text{ПЗ} + \text{ГП} < \text{КК}$)	- СОК; $\text{ККр} > \text{ПЗ} + \text{ГП} - \text{ЭФР}$	Глубокий	Финансовый (структурный и доходности)

Но при этом следует учитывать зависимость финансового состояния от этапов жизненного цикла организации. Поэтому, необходимо использовать матричный метод для прогнозирования ситуации устойчивости бизнеса и выработки стратегии поведения организации на каждом этапе жизненного цикла.

Моделирование финансового состояния на различных этапах жизненного цикла организации с использованием ключевых относительных показателей финансовой устойчивости, представлена в таблице [4, с. 60].

Таблица 4 – Моделирование финансовой устойчивости организации на этапах ее жизненного цикла

Тип устойчивости и этапы жизненного цикла	Критерии оценки				
	Динамика прибыли от продаж к выручке	Коэф-т текущей платежеспособности	Обеспеченность запасов источниками формирования	Коэф-т автономии	Доля СОС
1. Кризисное состояние:					
1.1. этап рождения	<1	>3	<1	< 0,5	< 0,1
1.2. этапы юности, роста, зрелости	Отсутствуют на данном этапе				
1.3. этап старости	> 0	= 3	<1	Менее 0,5	Менее 0,1
2. Неустойчивое состояние:					
2.1. этап рождения	→ 0	= 3	<1	= 0,5	= 0,1
2.2. этап юности	=0	= 3	<1	= 0,5	= 0,1
2.3. этап роста	Отсутствует на данном этапе				
2.4. этап зрелости	> 0	=3	<1	= 0,5	= 0,1
2.5. этап старости	> 0	=3	<1	= 0,5	= 0,1
3. Нормальная устойчивость:					
3.1. этап рождения	=0	< 3	=1	> 0,5	> 0,1
3.2. этап юности	> 0	< 3	=1	> 0,5	> 0,1
3.3. этап роста	> 0	< 3	>1	> 0,5	> 0,1
3.4. этап зрелости	> 0	< 3	=1	> 0,5	> 0,1
3.5. этап старости	Отсутствует на данном этапе				
4. Абсолютная устойчивость:					
4.3. этап роста	> 0	< 3	>1	> 0,5	> 0,1
4.4. этапы рождения, юности, зрелости, старости	Отсутствуют на данном этапе				

Таким образом, комплексный анализ финансовой отчетности организации, играет исключительно важную роль не только в разработке и принятии управленческих решений, обеспечивая глубокое и всестороннее исследование информации, подготовку вариантов управленческих решений и выбор оптимального из них, но и применяется также для разработки стратегии по выходу из кризиса и финансового оздоровления хозяйствующего субъекта.

Поэтому, цель дальнейших этапов КЭАХД выявить резервы и пути укрепления финансовой устойчивости организации.

Подобный анализ позволяет выявить слабые места в финансовой политике и внести в нее необходимые коррективы.

Приведенные схемы наглядно доказывают, что условием успешного управления, является использование в анализе единой цели, позволяющей объединить отдельные направления анализа, показатели и факторы производства в единую систему.

Значит, разработка и внедрение методики системного анализа должна способствовать повсеместному переходу к комплексному выявлению и оценке резервов организации, а также может служить основой при поиске лучших вариантов прогноза развития организации, и реализации алгоритма ведения бизнеса.

Список использованной литературы.

1. Гиляровская Л.Т. Анализ и оценка финансовой устойчивости коммерческих организаций / Л. Т. Гиляровская, А. В. Ендовицкая. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 159 с.

2. Гребенюк Л.Н. Комплексный анализ финансовой отчетности хозяйствующих субъектов [Текст] / Л.Н. Гребенюк, Н.П. Кравченко. – Омск: филиал ВЗФЭИ в г. Омске, 2012. – С. 252–255.

3. Круш З.А., Лущиков Л.В. Анализ взаимосвязи глубины кризиса и опасности банкротства предприятия /З.А. Круш, Л.В. Лущиков. – Воронеж: ВГАУ, 2012. – С. 55–61.

4. Куранов Н.В. Показатели и модели анализа финансового состояния на различных этапах жизненного цикла организации //Экономический анализ: теория и практика. – 2008. – № 5. – С. 56-60.

5. Любушин Н.П., Левшин Г.В. Анализ финансовой устойчивости организации с использованием различных критериев оценки //Экономический анализ: теория и практика. – 2008. – № 4. – С. 58-64.

6. Щербаков М.В. Развитие теории и методики диагностики анализа финансовой несостоятельности хозяйствующих субъектов. //Экономический анализ: теория и практика. – 2012. – № 6. – С. 61-66.

ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЁТА ФИНАНСОВЫХ ВЛОЖЕНИЙ

Е.Л. Есина

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: mirin_dagho@mail.ru

Научный руководитель: Сафонова Л.И, канд. экон. наук, доцент

Статья посвящена проблемам организации учета финансовых вложений. Раскрываются цели и условия для принятия активов в качестве финансовых инвестиций, кроме того были выделены виды финансовых вложений. Особое внимание уделяется ошибкам, допускаемым специалистами предприятий при учете этих вложений, выделены наиболее значимые ошибки и упущения, а также подробно рассмотрены пути их решений.

Финансовые вложения активно используются в текущей финансово-хозяйственной деятельности предприятий. Они носят название финансовых инвестиций, основной целью которых является реализация процесса перераспределения денежных средств между теми, кто испытывает в них потребность, и теми, кто располагает избыточными денежными средствами и готов их вложить с целью получе-

ния дополнительного дохода в будущем в виде процента, дивиденда или прироста стоимости.

В этой связи возникает необходимость в корректном отражении итоговых показателей по операциям с финансовыми вложениями в бухгалтерской и налоговой отчетности коммерческой организации за отчетный период времени.

В соответствии с ПБУ 19/02 «Учёт финансовых вложений» для признания активов в качестве финансовых вложений необходимо одновременно выполнять следующие условия:

- возможность правильной оценки их стоимости
- присутствие правильно оформленных документов, которые подтверждают существование у организации правомочий на финансовые вложения и на получение денежных средств, либо других активов;
- переход к финансовым рискам, связанным с финансовыми вложениями (такие риски как: изменения цены, неплатежеспособность должника, ликвидность и прочие);
- способность приносить экономический доход в будущем в форме дивидендов, процентов или же прироста их стоимости[1].

Стоит отметить, что к финансовым вложениям относят:

- государственные и муниципальные ценные бумаги, долговые ценные бумаги такие, как векселя и облигации
- вклады в уставные капиталы других фирм, в т.ч. дочерних
- займы, предоставленные прочим организациям
- дебиторскую задолженность на основании уступки прав требования[2].

При организации учета финансовых вложений имеют место разнообразные ошибки и упущения. Наиболее распространенными по мнению доктора экономических наук Скобара Вячеслава Владимировича являются следующие ошибки:

- отсутствие документов, подтверждающих фактические вложения финансов;
- документы, оформленные с нарушениями установленных требований;
- необоснованные исправления записей в документах;
- отсутствие подлинников, либо заверенных в соответствии с законодательством документов;
- фиктивные документы и операции;
- некорректная корреспонденция счетов при отражении финансовых вложений в бухгалтерском учете;
- несоблюдение идентичности данных регистров бухгалтерского учета и показателей отчетности;
- осуществившиеся операции не отражаются в учете;
- несовпадение данных синтетического и аналитического учета финансовых вложений;
- проведение (либо проведение с нарушениями) в установленных законодательством случаях инвентаризации финансовых вложений;
- неправильное исчисление налога на доходы;
- неисполнение требований законодательных и нормативных документов[3].

На наш взгляд наиболее значимыми из всех вышеописанных ошибок в организации финансовых вложений являются такие, как фиктивные документы и операции, некорректная корреспонденция счетов при отражении финансовых вложений в

бухгалтерском учете, несоблюдение идентичности данных регистров бухгалтерского учета и показателей отчетности, проведение с нарушениями инвентаризации финансовых вложений.

Ошибки и упущения вносят значительные трудности в организацию финансовых вложений. Для их эффективной организации необходимо достаточная осведомленность в нормативно-правовой базе, корректное проведение инвентаризации финансовых вложений, добросовестный подход к документной отчетности, своевременная уплата налога на доходы, а также высокая квалификация в сфере бухгалтерского учета.

Список использованной литературы.

1. Положение по бухгалтерскому учёту «Учёт финансовых вложений» ПБУ 19/02 (в ред. Приказов Минфина РФ от 18.09.2006 N 116н, от 27.11.2006 N 156н)

2. Финансовый учет в коммерческих организациях: учебное пособие для вузов / Л. И. Сафонова, Т. В. Арцер; Национальный исследовательский Томский политехнический университет (ТПУ), Институт дистанционного образования (ИДО). – Томск: Изд-во ТПУ, 2012. – 12 с. – Библиогр.: с. 206-208.

3. В. В. Скобара и др.. Аудит: учеб. для вузов / [В. В. Скобара, Г. И. Пашигорева, О. Л. Островская и др.]; под ред. В. В. Скобара. – М.: Просвещение, 2005 – 479 с.

ОСОБЕННОСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЁТА ЦЕННЫХ БУМАГ

Е.Л. Есина

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: mirin_dagho@mail.ru

Научный руководитель: Сафонова Л.И, канд. экон. наук, доцент

Статья посвящена вопросам бухгалтерского учёта ценных бумаг. В статье раскрывается понятие ценных бумаг, виды, а также их документальное оформление. Особое внимание обращается на прибытие и выбытие ценных бумаг. Кроме того показаны основные проводки по основным операциям с ценными бумагами, которые периодически приходится отражать на счетах бухгалтерского учёта как субъектам экономических отношений, специализирующихся на операциях с ценными бумагами, так и прочим предприятиям и организациям.

Вопросы организации бухгалтерского учета ценных бумаг представляют большой интерес в сложившейся экономической ситуации в России. Под операциями с ценными бумагами, прежде всего, понимают инвестиционные вложения, ставящие целью получение прибыли. Однако, говоря об инвестициях, нельзя забывать о риске экономических потерь. Анализ и предотвращение возможных негативных последствий этих потерь является одной из важнейших задач специалистов предприятий. Цель данной статьи - предельно ясно изложить порядок отражения операций по учету ценных бумаг.

Ценные бумаги являются денежными документами, которые удостоверяют отношения займа между организациями и владельцами или подтверждают имущественные права, осуществление либо передача которых возможны лишь при их предъявлении. Ценные бумаги как важнейший вид финансовых вложений выступа-

ют как средство финансирования, кредитования, перераспределения финансовых ресурсов и вложения денежных накоплений [1].

Согласно статье 143 Гражданского кодекса Российской Федерации к видам ценных бумаг относят: облигации, государственные облигации, приватизационные ценные бумаги, чек, сберегательный и депозитный сертификаты, вексель, банковская сберегательная книжка на предъявителя, акции и другие документы, законодательно относящиеся к числу ценных бумаг [2].

Рассматривая документальное оформление учёта ценных бумаг, стоит отметить, что основаниями для принятия ценных бумаг к бухгалтерскому учету являются договор на приобретение ценной бумаги, акт приема-передачи ценной бумаги, выписка со счета "Депо", также при приобретении права требования нужны такие документы, как договор и акт уступки права требования. Важно отметить, что все ценные бумаги, которые хранятся в организации, обязательно должны быть описаны в Книге учета ценных бумаг, исправления в которую могут вноситься только с разрешения руководителя и главного бухгалтера с указанием даты внесения исправлений. Ответственность за организацию хранения в данной книге несет руководитель организации.

При принятии к бухгалтерскому учету ценные бумаги оцениваются по первоначальной стоимости, формирующейся при их принятии к учету. Порядок определения первоначальной стоимости зависит от источника их приобретения:

- при приобретении за плату у юридических или физических лиц первоначальной стоимостью будет сумма затрат, связанных с приобретением (за исключением НДСа и других возмещаемых налогов)
- у ценных бумаг, полученных организацией безвозмездно, первоначальная стоимость будет рассчитана по текущей рыночной стоимости
- у ценных бумаг, приобретенных в обмен на другое имущество организации, первоначальной стоимостью будет признаваться стоимость ценностей, переданных или подлежащих передаче организацией.

Для того чтобы ценные бумаги были переведены на счет 58 «Финансовые вложения» необходимо чтобы одновременно были выполнены ряд условий, а именно:

- у предприятия должны быть в наличии документы на право получения в будущем коммерческих выгод в виде процента, дивиденда или любой другой возможной форме, а также закрепляющие эти вложения за компанией;
- способность данных ценных бумаг приносить предприятию в будущем коммерческие выгоды в виде процента, дивиденда или любой другой возможной форме;
- обязательный переход к предприятию финансовых рисков от данных ценных бумаг, прежде всего рисков, связанных с банкротством или неплатежеспособностью должника, колебаниями цен, а также риск ликвидности.

Выбытие ценных бумаг может происходить по причине их продажи, погашения, передачи их в виде вклада в уставный (складочный) капитал другой организации, передачи в совместную деятельность и в некоторых других случаях. Списание выбывающих ценных бумаг, по которым определяется текущая рыночная стоимость, осуществляется по стоимости последней оценки, которую проводила организация, а по тем ценным бумагам, по которым не определяется текущая рыночная

стоимость, осуществляется либо по средней первоначальной стоимости каждого вида выбывающих ценных бумаг, либо методом ФИФО.

Особенности отражения проводками приобретения и продажи ценных бумаг наглядно иллюстрирует следующий пример:

Предприятие А приобрело акции предприятия Б, обращающиеся на организованном рынке ЦБ, на сумму 8000 руб. и предприятия В на сумму 6000 руб. Затем акции были проданы: акции предприятия Б - за 8800 руб.; акции предприятия В - за 4800 руб. Рыночная цена на момент реализации ценных бумаг составила: по акциям предприятия Б - 7900 (нижняя граница колебания рыночной цены - 5554, 5 руб), по акциям предприятия В - 6100 руб. (нижняя граница колебания рыночной цены - 4105, 5 руб).

Отображение операций выглядит следующим образом:

Дт 58/Б Кт 76 = 8000 руб. – отражены расходы по приобретению ценных бумаг предприятия Б;

Дт 58/С Кт 76 = 6000 руб. – отражены расходы по приобретению ценных бумаг предприятия В;

Акции реализованы:

Дт 62 Кт 91 = 8800 руб. – отражена продажная стоимость ценных бумаг предприятия Б;

Дт 62 Кт 91 = 4800 руб. – отражена продажная стоимость ценных бумаг предприятия В;

Дт 91 Кт 58/Б = 8000 руб. – списана балансовая стоимость акций предприятия Б;

Дт 91 Кт 58/С = 6000 руб. – списана балансовая стоимость акций предприятия В;

Дт 91 Кт 99 = 800 руб. – определен финансовый результат от реализации акций предприятия Б;

Дт 99 Кт 91 = 1200 руб. – определен финансовый результат от реализации акций предприятия В.[3]

В данной работе было освещено понятие ценных бумаг и их виды, рассмотрено документальное оформление их учета. Также наглядно были показаны некоторые проводки по операциям с ценными бумагами, которых в действительности гораздо больше. Кроме того были разобраны основные аспекты поступления и выбытия ценных бумаг, которые периодически приходится отражать на счетах бухгалтерского учёта как субъектам экономических отношений, специализирующихся на операциях с ценными бумагами, так и прочим предприятиям и организациям. Тема учета ценных бумаг весьма обширна и требует вдумчивого и детального рассмотрения всех её аспектов. В рамках данной статьи не был рассмотрен счет 59 «Резерв под обесценение ценных бумаг». При дальнейшем исследовании этому будет уделено особое внимание.

Список использованной литературы.

1. Финансовый учет в коммерческих организациях: учебное пособие для вузов / Л. И. Сафонова, Т. В. Арцер; Национальный исследовательский Томский политехнический университет (ТПУ), Институт дистанционного образования (ИДО). –Томск: Изд-во ТПУ, 2012. – 212 с. – Библиогр.: С. 206–208.

2. Гражданский кодекс РФ (ГК РФ) от 30.11.1994 N 143-ФЗ – Часть 1 [Электронный ресурс] // Консультант-Плюс. URL: <http://base.consultant.ru> (дата обращения 07.10.2014 г.).

3. Бухгалтерский учет ценных бумаг [Электронный ресурс] // Юридический портал.2014.URL:http://www.hotels-gid.ru/investment_attractiveness_TomskO.htm (дата обращения 07.10.2014 г.).

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И ГРАНИЦЫ БУХГАЛТЕРСКОГО ЭКОЛОГИЧЕСКОГО УЧЁТА

Л.И. Желбунова

Томский политехнический университет, г. Томск
E-mail: jelbunova@tpu.ru

Экологические проблемы в настоящее время являются одними из самых актуальных проблем. Они затрагивают общество в целом, предприятия и каждого человека в отдельности. Внедрение в систему учета на предприятии экологического учета поможет повысить эффективность, как природоохранной, так и производственно-хозяйственной деятельности в целом по предприятию. В статье рассматривается возможность использования традиционной системы бухгалтерского учета для отражения природоохранной деятельности.

Каким образом традиционную модель учета можно применять для отражения природоохранной деятельности? Принцип «не сможешь измерить, не сможешь управлять» отражает связь между природоохранной деятельностью и экологическим учетом. [1]

Процессы природопользования могут найти отражение в учёте, как со стороны традиционного бухгалтерского учёта, так и в расширенном понимании. Такому пониманию соответствует бухгалтерский экологический учёт и экологический учёт.

Задача бухгалтерского экологического учёта будет состоять в более полном отражении влияния природоохранной деятельности на имущество, обязательства, величину капитала, доходы и расходы, прибыль и убытки, калькуляцию затрат по отдельным видам продукции и т.д. Результаты такого учёта дадут информацию об экологических издержках.

Экологический учет и контроль, в широком смысле, включают в себя финансовый и управленческий учет, отчетность по экологическим показателям и экологический аудит. Такие данные пока находятся за рамками традиционного бухгалтерского учёта.

Рамки бухгалтерского учёта постоянно расширяются. Нужно принимать во внимание, что с течением времени объектами бухгалтерского учёта становятся такие объекты, которые невозможно было представить в качестве таковых. Например, нематериальные активы, земельные ресурсы, условные факты хозяйственной жизни, объекты природопользования и др. [2]

Экологический учет выступает составной частью информационных систем предприятия, касающихся экологических аспектов его деятельности в целом. Это фактически означает, что экологический учёт включает в себя элементы оперативного, статистического и собственно бухгалтерского учета. С этих позиций экологический учёт представляет собой некоторую интегрированную учётную систему,

своеобразный набор показателей, отражающих процесс потребления природных ресурсов и их охрану на микроэкономическом уровне. Экологический учёт может быть использован для решения задач двоякого характера. С одной стороны, экологический учёт служит важным средством планирования, управления и контроля за воздействием предприятий на окружающую среду, инструментом отражения издержек и результатов природоохранных усилий. С другой стороны, экологический учёт выступает составным звеном экологической информационной системы предприятий и организаций, обеспечивая его менеджмент систематизированной базой данных об эколого-ориентированных процессах.

В этой связи необходимо отметить, что среди ведущих теоретиков современного российского учёта, анализа и аудита нет единой точки зрения на предмет, а, следовательно, и границы бухгалтерского экологического учёта.

Два принципа должны определять границы применения бухгалтерского экологического учёта. Это принципы уместности и существенности данного вида информации.

Уместность информации определяется её возможностью воздействовать на принимаемые хозяйственные решения, раскрывая перед пользователем временную определённость событий, корректируя уже допущенные ошибки.

Существенность информации характеризуется степенью влияния на экономические решения, которые принимают пользователи на основании финансовой отчётности. Она зависит от величины объёма или ошибки, оцениваемой в конкретных условиях пропуска или искажения. Если исходить из определённых критериев существенности, например, часто встречающихся в учёте уровня 5% или 10%, то можно констатировать тот факт, что если степень влияния факторов экологического характера меньше данного уровня, то нет смысла настаивать на формировании бухгалтерского экологического учёта как отдельного направления учётно-аналитической науки.

В бухгалтерской финансовой отчётности усиление экологической составляющей будет всё больше проявляться с течением времени. [3] Прежде всего это касается отчётности о финансовых результатах, где можно отразить следующие вопросы:

- доходы от реализации товаров и услуг экологического характера, [4]
- себестоимость экологически чистой продукции,
- налоговые экологические платежи и сборы,
- расходы на предотвращение загрязнения или уменьшения отходов,
- расходы по экологическому страхованию, [5]
- переоценка земли после рекультивации и др

Нужно отметить, что статистика должна сыграть важную роль в определении количества и качества показателей, которые должны представить предприятия по экологическому учёту.

Экологический учёт получит развитие только в том случае, если предприятие будет обязано представить соответствующую финансовую отчётность о процессах природопользования.

Требования и состав «экологической» финансовой отчётности в настоящее время не существует. Предполагается, что она, прежде всего, будет предоставляться инвесторам и, конечно, регулирующим органам. Однако пока ещё значимость экологической информации остаётся невысокой для общей оценки деятельности предприятия.

На начальных этапах формирования экологического учета можно, не меняя состава отчетности, показывать природоохранные данные. Как пример, можно привести заполнение бухгалтерского баланса, в котором можно указать следующую природоохранную информацию, не меняя структуру и состав баланса:

- величина основных средств природоохранного назначения (счёт №01),
- величина вновь введённых средозащитных сооружений (счёт №01),
- право на совместное пользование объектами природопользования (счёт №04),
- инвестиции в природоохранное оборудование (счёта №07, №08),
- запасы экологически чистых материалов, товаров, готовой продукции (счета №10, №41, №43),
- отчисления в резервные фонды (счёт №82),
- экологические сборы и платежи (счёт №68),
- экологическое страхование (счёт №76),
- обязательства по кредитам, выданным на природоохранные цели (счета №66, №67) и т.д.

Важная экологическая информация также содержится в экологическом паспорте предприятия. Его содержание определяет ГОСТ «Охрана природы. Экологический паспорт промышленного предприятия. Основные положения».

Формирование бухгалтерского экологического учёта является насущной необходимостью. На первом этапе его показатели будут интегрированы в систему традиционного бухгалтерского учёта и отчётности. В дальнейшем его формирование будет зависеть от множества факторов, таких как, например, государственная политика, государственные стандарты в области охраны природы и др. Границы экологического бухгалтерского учёта будут расширяться, так как в настоящее время многие вопросы ещё не получили адекватного отражения, как в теории, так и в практике.

Список использованной литературы.

1.ФЗ «Об охране окружающей природной среды» 2002г. [Электронный ресурс] // Консультант-Плюс. URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LA> (дата обращения: 30.09.2014 г.).

2.ФЗ «О бухгалтерском учёте» [Электронный ресурс] // Консультант-Плюс. URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LA> (дата обращения: 01.10.2014 г.).

3.ПБУ 4/99 «Бухгалтерская отчётность организации» [Электронный ресурс] // Консультант-Плюс. URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LA> (дата обращения: 05.10.2014 г.).

4.ПБУ 9/99 «Доходы организации» [Электронный ресурс] // Консультант-Плюс. URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LA> (дата обращения: 10.10.2014 г.).

5.ПБУ 10/99 «Расходы организации» [Электронный ресурс] // Консультант-Плюс. URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LA> (дата обращения: 10.10.2014 г.).

АМОРТИЗАЦИОННАЯ ПРЕМИЯ КАК ИСТОЧНИК ПОПОЛНЕНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ФИНАНСОВЫХ НАКОПЛЕНИЙ В ИНДУСТРИАЛЬНЫХ КОРПОРАЦИЯХ

Н.В. Конципко

Новосибирский государственный университет экономики и управления,
г. Новосибирск
E-mail: koncipko_natalya@mail.ru

В статье рассмотрена амортизационная политика, как собственный источник пополнения стратегических финансовых накоплений. В качестве финансового инструмента предложена амортизационная премия. Представленные расчеты, с применением амортизационной премии, доказывают минимизацию налоговых отчислений, а значит пополнение стратегических финансовых накоплений на реновацию основных производственных фондов.

Настоящий период времени характеризуется снижением инвестиций в национальную экономику в связи с введенными санкциями запада. Низкие темпы обновления основных производственных фондов (табл. 1) заставляют искать новые источники финансирования в основной капитал. В этой связи, особенно актуальным является пополнение стратегических финансовых накоплений за счет собственных источников финансирования [1].

Таблица 1 – Коэффициенты обновления и выбытия основных производственных фондов [2]

Коэффициенты	2004	2005	2010	2011	2012	2013
Коэффициент обновления	2,7	3,0	3,7	4,6	4,8	4,7
Коэффициент выбытия	1,1	1,1	0,8	0,8	0,7	0,7

Собственные источники финансирования, инвестируемые в виде капитальных вложений, формируются за счет капитала и инвестируемой прибыли. Факторы и организационно-экономические условия, определяющие величину и структуру собственных источников финансирования инвестиций, представлены на рис. 1. Увеличение собственного капитала индустриальной корпорации через формирование собственных источников финансирования предусматривает создание и увеличение добавочного капитала, резервного капитала, суммы реинвестируемой прибыли, суммы накопленной амортизации и т.д. [3, 4].

В сумме собственных источников финансирования реальных инвестиций корпораций наиболее естественным и выгодным источником по своему экономическому содержанию является сумма накопленных амортизационных отчислений. Это обусловлено следующим главным фактором – амортизационные отчисления включаются в себестоимость продукции как издержки производства и оплачиваются покупателем товарной продукции. Такое понимание соответствует и толкованию, используемому в международных стандартах бухгалтерского учета, в соответствии с которым амортизация основных средств, хотя и рассматривается в потоке денежной

наличности как приход (доход), но с учетом того, что этот приход (доход) формируется в соответствии с понесенными расходами в результате износа основных фондов [4, 5].



Рис. 1. Факторы и организационно-экономические условия, определяющие величину и структуру собственных источников финансирования

Исторически сложилось так, что вопросы установления норм и порядка учета амортизационных отчислений решаются не хозяйствующими субъектами, а являются прерогативой государства. Причина вполне объективная: наличие обратной зависимости между величиной амортизационных отчислений и поступлениями в бюджет платежей по налогу на прибыль. Поэтому амортизационная политика государства имеет важные налоговые последствия, как для налогоплательщиков, так и для государства [4].

Для разработки эффективной амортизационной политики индустриальной корпорации необходимо предусмотреть комбинацию методов начисления амортизации, соотношения сумм амортизационных поступлений и налоговых отчислений. Так, разнонаправленные векторы амортизационных и налоговых денежных потоков обуславливают тот факт, что в благоприятных условиях рыночной конъюнктуры амортизационная политика должна обеспечивать максимизацию сумм, полученных посредством применения с одновременным сокращением бюджетных обязательств (налога на имущество и налога на прибыль) [4, 6].

Налоговое законодательство предусматривает минимизацию налоговых платежей в виде налога на прибыль через такой финансовый инструмент как амортизационная премия. Впервые амортизационная премия была введена Федеральным законом № 58-ФЗ от 06.06.2005 г., который вступил в силу с 01.01. 2006 г. Данный финансовый инструмент был введен с целью привлечения инвестиций для обновления основных производственных фондов в Российской Федерации.

В соответствии с налоговым законодательством РФ налогоплательщик имеет право включать в состав расходов отчетного (налогового) периода расходы на капитальные вложения в размере не более 10 % (не более 30 % – в отношении объектов основных средств, относящихся к 3–7-й амортизационным группам) первоначальной стоимости объектов основных средств (за исключением объектов, полученных безвозмездно), а также не более 10 % (не более 30 % – в отношении объектов, относящихся к 3–7-й амортизационным группам) расходов, которые понесены в случаях достройки, дооборудования, реконструкции, модернизации, технического перевооружения, частичной ликвидации объектов основных средств [7, 8].

Если налогоплательщик использует указанное право, соответствующие объекты основных средств после их ввода в эксплуатацию включаются в амортизационные группы по своей первоначальной стоимости за вычетом не более 10 % (не более 30 % – в отношении объектов, относящихся к 3–7-й амортизационным группам) от первоначальной стоимости. В то же время суммы, на которые изменяется первоначальная стоимость объектов в случаях достройки, дооборудования, реконструкции, модернизации, технического перевооружения, частичной ликвидации объектов, учитываются в суммарном балансе амортизационных групп (изменяя первоначальную стоимость объектов, амортизация по которым начисляется линейным методом) за вычетом не более 10 % (не более 30 % – в отношении объектов, относящихся к 3–7-й амортизационным группам) таких сумм [ст. 258 НК РФ]. Амортизационная премия уменьшает отчисления налога на прибыль в текущем году, высвобождая дополнительные финансовые ресурсы, но при этом отчисления несколько увеличиваются в последующие годы.

В случае, если основное средство, в отношении которого была применена амортизационная премия, реализовано ранее чем по истечении 5-ти лет с момента введения его в эксплуатацию лицу, являющемуся взаимозависимым с налогоплательщиком, суммы расходов, ранее включенных в состав расходов очередного (налогового) периода подлежат включению в состав внереализационных расходов в том отчетном (налоговом) периоде, в котором была осуществлена такая реализация [7, 8, 9].

В соответствии с Налоговым Кодексом РФ начисление амортизации осуществляется в соответствии с нормой амортизации и сроком полезного использования объекта основных средств. Срок полезного использования определяется в соответствии с номером амортизационной группы, к которой относится объект (рис. 2).

При применении амортизационной премии балансовая стоимость объекта основных средств рассчитывается как первоначальная стоимость минус амортизационная премия. В качестве примера количественных расчетов рассмотрим динамику денежных потоков (амортизационных отчислений и налоговых изъятий) одного дочернего общества индустриальной корпорации.



Рис. 2. Классификация основных средств, включаемых в амортизационные группы

В октябре 2013 года приобретен объект основных производственных фондов. Первоначальная стоимость ОПФ 175000 тыс. руб. По итогам трех месяцев 2013 года применена амортизационная премия в размере 20% ($175000 \times 20\% = 35000$ тыс. руб.). С января 2014 года амортизация исчисляется с остаточной стоимости, которая составляет 140000 тыс. руб. ($175000 - 35000 = 140000$). Объект ОПФ включен в III амортизационную группу. Норма амортизации для III группы – 20%. Налог на имущество – 2,2%. Налог на прибыль – 20%. Сравнительный анализ начисленной амортизации линейным методом с учетом амортизационной премии и без учета аморти-

зационной премии, позволяющий выявить роль налоговой базы (экономия на налоге на имущество и налоге на прибыль) представлен в таблице 2.

Таблица 2 – Суммы амортизации, начисленной линейным методом с учетом амортизационной премии

Год эксплуатации объекта	Начисленная амортизация	Остаточная стоимость объекта	Сумма, не облагаемая налогом на прибыль	Экономия по налогу на прибыль	Налог на имущество	Экономия по налогу на имущество
Линейный метод с учетом амортизационной премии						
1	28000,00	112000,00	63000,00	1260,00	2464,00	616,00
2	28000,00	84000,00	21000,00	420,00	1848,00	462,00
3	28000,00	56000,00	14000,00	280,00	1232,00	308,00
4	28000,00	28000,00	7000,00	1400,00	616,00	154,00
5	28000,00	0,00	-	-	0,00	-
ИТОГО:	140000,00	0,00	105000,00	21000,00	6160,00	1540,00
Линейный метод без учета амортизационной премии						
1	35000,00	140000,00	-	-	3080,00	-
2	35000,00	105000,00	-	-	2310,00	-
3	35000,00	70000,00	-	-	1540,00	-
4	35000,00	35000,00	-	-	770,00	-
5	35000,00	-	-	-	-	-
ИТОГО:	175000,00	-	-	-	7700,00	-

Проведя анализ данных, представленных в таблице 2, можно сделать вывод, что при применении линейного метода амортизации, с использованием амортизационной премии, дочернее общество получает налоговые выгоды по экономии на величине налога на прибыль и налога на имущество практически за весь период использования объектов ОПФ. Данная экономия составляет 22540 (21000+1540) тыс. руб. А так как амортизационная премия включена в себестоимость готовой продукции, то она может быть использована на обновление ОПФ уже в первый год эксплуатации объекта. По совокупности сумм экономия на налоге на имущество и налоге на прибыль, а также сумма амортизационной премии равна 57540 (22540+35000) тыс. руб., что составляет 32% от первоначальной стоимости (стоимости приобретения объекта ОПФ). Таким образом, дочернее общество получает дополнительный источник финансирования собственных средств, что позволяет быстрее заменить их на более новое и совершенное оборудование.

Данный пример расчета амортизации линейным методом с применением амортизационной премии позволяет на перспективу эффективно прогнозировать финансовые потоки. В этой связи разработка эффективной амортизационной политики с применением действующих методов начисления амортизации, с учетом действующей системы налогообложения, диктует постоянную потребность поиска потенциальных резервов пополнения собственных источников финансирования, для

формирования стратегических финансовых накоплений индустриальных корпораций, направленных на реновацию основных производственных фондов.

Список использованной литературы.

1. Федорович В.О., Федорович Т.В., Конципко Н.В. Проблемы финансирования инновационной деятельности индустриальной корпорации // Проблемы учета и финансов. – 2012. – № 3. – С. 27-34.

2. Россия в цифрах. 2014: Кратк. Стат. Сб. // Росстат – М., 2014 – 558 с.

3. Федорович В.О., Конципко Н.В. Собственные источники стратегических финансовых накоплений индустриальных корпораций. – Новосибирск: НГУЭУ, 2011. – 200 с.

4. Конципко Н.В. Формирование стратегических финансовых накоплений в крупных индустриальных корпорациях. Дис. ... канд. экон. наук. – Новосибирск, 2011. – 185 с.

5. Самарин А.В. Оптимизация внутренних и внешних источников финансирования инновационного развития (на примере предприятий черной металлургии). // Финансы и кредит. – 2008 – № 6. – С. 49-55.

6. Федорович В.О., Конципко Н.В. Эффективная амортизационная политика и создание стратегических финансовых накоплений в индустриальных корпорациях // Проблемы учета и финансов. – 2011. – № 1. – С. 196-206.

7. Налоговый Кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс] // URL: <http://www.consultant/popular/nalog2/> (дата обращения: 25.09.2014 г.).

8. Федеральный закон от 29 ноября 2012 г. N 206-ФЗ (ред. от 23.07.2013 г.) "О внесении изменений в главы 21 и 25 части второй Налогового кодекса Российской Федерации и статью 2 Федерального закона "О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации"

9. Федорович В.О. Финансовый механизм управления имущественными комплексами крупных корпоративных образований. – Новосибирск: СИФБД, 2006. – 393 с.

УПРАВЛЕНИЕ ЗАТРАТАМИ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ВЫХОДА ПРЕДПРИЯТИЯ ИЗ КРИЗИСА И АЛЬТЕРНАТИВА «ЭКОНОМИИ НА ЛЮДЯХ»

А.Т. Кучкартаева

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: lambo_mur@mail.ru

Научный руководитель: Плучевская Э.В., канд. экон. наук, доцент

В данной работе рассмотрен механизм последовательного повышения цен среди предприятий во время кризиса, обозначена склонность некоторых предприятий необдуманно сокращать затраты на персонал, обоснована необходимость использовать управление затратами как более эффективную альтернативу традиционной экономии затрат, рассмотрено понятие управления затратами как деятельность предприятия и набор методик, перечислены основные виды затрат и способы их оптимизации.

В условиях стагнации производства в России (рис. 1), сниженной инвестиционной активности и оттока капитала, а также обилия неутешительных прогнозов о будущем отечественной экономики, для многих предприятий важным является вопрос выживания на рынке в ближайшие годы.

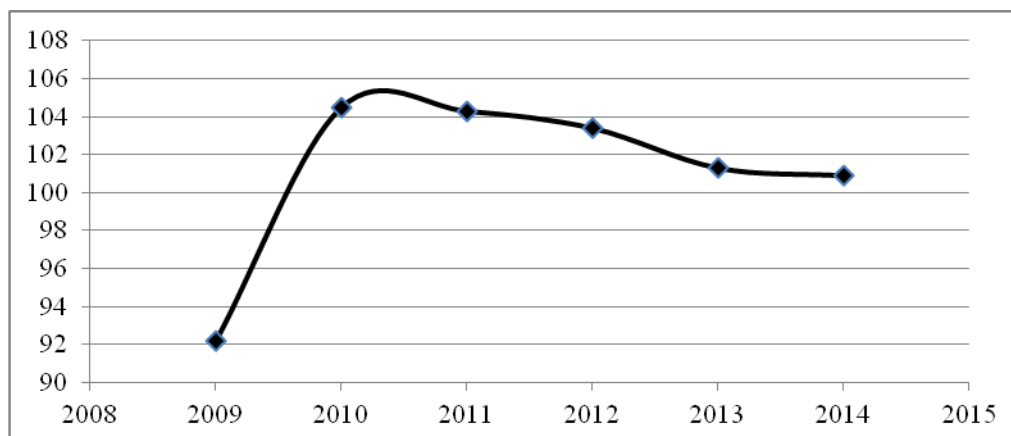


Рис. 1. Прирост ВВП в России, 2009 - 2014 годы [1]

Цель данной работы – показать, что управление затратами является эффективным инструментом, позволяющим предприятию выжить в период кризиса.

Задачи, которые необходимо решить для достижения поставленной цели:

- 1) рассмотреть традиционный способ предприятий экономить на затратах;
- 2) рассмотреть управление затратами как современную альтернативу традиционному способу экономии на затратах;
- 3) рассмотреть виды затрат, которые возникают в ходе деятельности предприятия, а также методы их оптимизации.

В условиях макроэкономической нестабильности цены на входящие материалы и услуги повышаются. Издержки производства возрастают и перекладываются на цену выпускаемой предприятием продукции. Если эта продукция также является ресурсом для какого-либо предприятия, то и оно вынуждено повышать цену, чтобы не лишиться прибыли. В итоге возникает эффект цепной реакции – последовательного увеличения цен на продукцию у всех предприятий на рынке, что способствует развитию инфляции. Таким образом, положение субъектов экономики еще сильнее усугубляется. Чтобы выжить в таких условиях, предприятия должны обладать финансовой стабильностью, выраженной в достаточных финансовых резервах. Однако у большинства предприятий их нет в необходимом для преодоления кризисного состояния количестве. Поэтому предприятия начинают экономить на затратах.

Традиционно затраты на персонал являются одной из самых крупных статей расходов, к ним относятся:

- 1) заработная плата и оклад (в зависимости от принятой системы оплаты труда);
- 2) оплата времени отсутствия на работе (оплачиваемый отпуск, больничные, государственные признаки);
- 3) премиальные и денежные вознаграждения (премия по результатам работы за год);
- 4) затраты на социальное обеспечение (пенсионное обеспечение, выплаты по инвалидности или в связи с производственной травмой);

5) стоимость обучения (стоимость адаптационных мероприятий, оплата работы наставников, оплата курсов повышения квалификации);

6) стоимость «культурно-бытового» обслуживания (корпоративное питание, социально-культурные мероприятия, оплата санаторно-курортного лечения, стоимость рабочей одежды, транспорта для персонала, оплата проезда);

7) выплаты в натуральной форме (еда, питье, топливо для личных автомобилей, затраты на жилье работников).

Поэтому предприятие начинает «экономить на людях» [1]. Снизив затраты на персонал либо проведя массовое сокращение работников, оно может получить выгоду в краткосрочной перспективе, однако в будущем негативный эффект от подобных действий может значительно снизить эффективность деятельности предприятия. Снижается лояльность персонала к руководству, уничтожаются культурные связи в коллективе, падает производительность труда. Но главное в том, что из-за неудовлетворенности подобными действиями увеличивается текучесть кадров и с уходом части персонала происходит «микроутечка мозгов». Как следствие, падает уровень общей квалификации работников, это резко снижает рыночные позиции предприятия, и тогда становится еще сложнее выдержать кризис. В таблице приведены результаты исследований, проведенных среди 531 корпорации США, отражающие разрыв между ожидаемыми и полученными результатами от сокращения штата [2].

Таблица 2- Исследования эффективности работы корпораций США, сокративших свой штат

	Стремилась повысить	Удалось повысить
Прибыль	55%	46%
Производительность	58%	34%
Обслуживание	61%	31%

Примечание: Составлено автором на основе [2].

Как показали вышеприведенные данные, снижение затрат за счет обычного сокращения штата в большинстве случаев не приносит желаемого эффекта.

Как отмечено в [3], единственным серьезным основанием для проведения массовых сокращений персонала является «существенное качественное или количественное изменение актива, в управлении, обслуживании или эксплуатации которого задействован сокращаемый персонал».

Если управляющие предприятия понимают, что в долгосрочной перспективе «экономия на людях» неэффективна как способ снижения затрат на производство, они стараются найти другие способы выжить на рынке в кризисный период. Поэтому на многих зарубежных предприятиях применяется другой, более эффективный подход – не экономить на затратах, а управлять ими, то есть проводить их оптимизацию.

Однозначного определения понятию «управление затратами» не существует. Встречаются различные подходы к его объяснению [4]: управление затратами как философия, как отношение и как набор методик. Однако автор склонен считать, что управление издержками – это *комплексная деятельность*. Если это понятие разбить на составные части, то слово «управление» означает целенаправленное воздействие на объект для получения желаемого запланированного результата. В качестве объ-

екта в данном случае выступают затраты. В широком смысле – денежная характеристика использованных ресурсов, а в узком смысле – расходы, направленные на получение дохода в соответствующем периоде.

Таким образом, по мнению автора, управление затратами – это деятельность предприятия по оптимизации собственных затрат, проводимая с целью создания ценности для своих клиентов с наименьшими на это затратами.

Также управление затратами – набор техник и инструментов по учету, расчету и анализу затрат.

Управление затратами включает в себя следующие этапы:

- 1) сбор данных о структуре издержек предприятия;
- 2) анализ полученных данных об издержках;
- 3) определение перспективных направлений снижения затрат;
- 4) выработка мероприятий по сокращению затрат;
- 5) детальная проработка мероприятий как инвестиционных проектов.

Рассмотрим затраты в деятельности предприятия и способы их оптимизации.

Все затраты предприятия делятся на два вида: производительные и непроизводительные. Производительные добавляют потребительную ценность продукту, непроизводительные – не добавляют.

Стратегия, которую следует выбрать предприятию, будет определяться видом затрат. Так, производительные затраты в период кризиса могут быть уменьшены пропорционально уменьшению объема выпускаемой предприятием продукции, а непроизводительные нужно полностью ликвидировать и это нужно делать вне зависимости от состояния экономики.

При этом непроизводительные затраты делятся на 8 групп [5]:

- 1) перепроизводство (производство продукта в количестве, превышающем потребности клиента);
- 2) ожидание (простой в работе);
- 3) ненужная транспортировка (излишняя транспортировка продукта, не добавляющая ему ценности);
- 4) добавление ненужной ценности (трата ресурсов на придание продукту свойств, в которых клиент не нуждается);
- 5) запасы (излишние траты на их хранение);
- 6) ненужные передвижения (движения, совершаемые работником из-за нерационального расположения оборудования; они не добавляют ценности товару);
- 7) дефекты (трата ресурсов на продукт, не имеющий ценность для клиента из-за брака).

Для устранения проблемы перепроизводства можно усовершенствовать систему планирования производства продукции, используя принцип «just-in-time» (точно-вовремя), сократить время переналадки оборудования.

Принцип «just-in-time» предполагает производство, ориентированное на потребности клиентов, то есть производство на основе реального спроса. Его легко объяснить на примере работы супермаркета. На полке находится небольшое количество товаров, покупатели постепенно разбирают товар, и по мере уменьшения его количества на полках персонал супермаркета периодически пополняет запасы продукта. Данный принцип также позволяет сократить запасы предприятия.

Принцип переналадки оборудования предполагает разделение действий по его обслуживанию на внутренние, то есть те, которые можно выполнить, пока оборудование еще работает, и внешние, то есть те, которые можно провести с оборудовани-

ем лишь после его выключения. Так, нужно как можно больше внешних операций превратить во внутренние, чтобы оборудование можно было переналаживать во время его работы и не делать его остановку.

Синхронизация процессов (принцип вытягивания) позволит уменьшить время ожидания. Синхронизация процессов легко объяснить на примере производства автомобиля. Нужно так настроить работу предприятия, чтобы сразу после штамповки деталей они не отправлялись на склад лежать, а использовались для сборки автомобиля.

Рациональная планировка производственного помещения позволит свести транспортировку продукта, а также движения работников к минимуму. Яркий пример тому – японская компания «Тойота», в цехах которой станки выстраиваются в форме подковы, а не традиционно в ряд, что позволяет работнику не совершать лишних движений и быстрее справляться с работой.



Рис. 2. Схемы эффективного и неэффективного расположения оборудования

Также сократит число лишних передвижений работников обустройство рабочих мест по системе 5S [5]:

- 1) sort – сортируйте – рассортируйте предметы и оставьте лишь то, что нужно, избавившись от ненужного;
- 2) stabilize – соблюдайте порядок;
- 3) shine – содержите в чистоте – процесс уборки часто является формой проверки, позволяющей выявить отклонения и факторы, которые могут вызвать аварии и нанести ущерб качеству или оборудованию;
- 4) standardize – стандартизируйте – разрабатывайте системы для поддержания и отслеживания первых трех S;
- 5) sustain – совершенствуйте – постоянно поддерживайте рабочее место в порядке, реализуйте непрерывный процесс совершенствования

Чтобы снизить дефектность продукции, нужно использовать систему «защита от дурака», которая не дает нанести вред готовой продукции. Она следит, правильно ли сделал все работник, и при отклонении от заложенных в программу стандартов происходит остановка производства, чтобы не пустить дефектную продукцию в продажу. Для каждого предприятия и каждого действия требуется частное решение. Вот как описана подобная система на заводе «Тойота» Джеффри К. Лайкером, [5]:

«над лотком со шплинтами (специальными металлическими креплениями – прим. автора) был предусмотрен фотозащитный элемент. Если оператор не протягивал руку, чтобы взять из лотка шплинт, фотореле срабатывало, движущаяся сборочная линия останавливалась, загорался световой сигнал ... и подавался звуковой сигнал тревоги».

В статье приведены лишь некоторые способы минимизации непроизводительных затрат. Правильное проведение политики оптимизации затрат подразумевает комплексное постоянное применение таких способов.

Таким образом, управление затратами является эффективной заменой традиционному сокращению затрат за счет персонала. С одной стороны, она не позволяет высококвалифицированным кадрам уходить с предприятия, с другой – помогает создать ценность для клиента с минимальными затратами. Все это обеспечивает устойчивость фирмы в период кризиса.

В дальнейшем автором планируется более углубленное изучение практических способов оптимизации затрат, а также управления затратами в целом.

Список использованной литературы.

1. Динамика ВВП [Электронный ресурс] // Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации info.minfin.ru. URL: <http://info.minfin.ru/gdp.php> (дата обращения: 01.10.2014 г.).

2. Хлынина М. Методы экономии на персонале [Электронный ресурс] // Официальный сайт национального союза кадровиков Kadrovik.ru. URL: <http://www.kadrovik.ru/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=9563> (дата обращения: 01.10.2014 г.).

3. Снижение затрат на персонал. Нет человека – нет проблемы. [Электронный ресурс] // «Клуб борцов с затратами» costkiller.ru URL: http://www.costkiller.ru/index/ves_ars/kakie_vo/snizhenie/dokument/snizhenie/show_false/at_resource/482/Snizhenie_zatrat_na_personal2.pdf

4. Лебедев П. Управление затратами: философия и инструменты [Электронный ресурс] // Интернет-журнал «Консультант». URL: <http://cons.fd0.ru/journal/archives/upravlenie-zatratami-filosofiya-i-instrumenty/> (дата обращения: 01.10.2014 г.).

5. Лайкер Дж. К. Дао Toyota - 14 принципов менеджмента ведущей компании мира. – М.: Альпина Паблишер, 2005. – 395 с.

ОСОБЕННОСТИ ПОЗАКАЗНОГО И ПОПЕРЕДЕЛЬНОГО МЕТОДОВ УЧЕТА ЗАТРАТ

Н.Д. Милосердова

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: miloserdovanadya@mail.ru

Научный руководитель: Спесивцева А.Л., ассистент

В статье рассмотрено многообразие классификаций учета затрат. Их разделение объясняется тем, что в процессе достижения цели учета затрат каждое предприятие индивидуально, ориентируясь на функции разных методов, предприятие выбирает наиболее подходящее. В данной статье освещаются такие системы учета затрат, как позаказный и попередельный. Сделан вывод о том, что каждый из методов имеет свои положительные и отрицательные стороны и каждый из методов является эффективным.

Производственные процессы допустимо представить как связь некоторых ресурсов для производства каких-либо продуктов. Данный процесс содержит в себе две стороны, а именно технологическую сторону и экономическую. Экономическая сторона включает в себя управление затратами, конкретнее, добросовестный учет производственных затрат.

Актуальность данного вопроса в том, что проблема учета производственных затрат, в современных условиях, является достаточно важной для многих российских предприятий. Значительная доля эффективного функционирования предприятия зависит от правильно выбранного наиболее удобного индивидуально подобранного для конкретного предприятия метода учета затрат.

Эффективный учет затрат содержит в себе:

- Учет затрат на протяжении всего жизненного цикла продукта – от создания и до уничтожения;
- Неотделимое комбинирование затраченных средств и высокого качества производимого товара;
- Способность гарантировать предельно высокую отдачу от применения ресурсов предприятия;
- Отлаженные методы управления производственным процессом, нацеленные на постоянные контроль затрат.

В зависимости от технологических особенностей производства на определенном предприятии выделяют несколько методов учета затрат. В данной статье речь пойдет о таких методах, как позаказный и попередельный.

Целью исследования для написания текущей статьи является определение особенностей данных систем учета затрат, а также выявление некоторых характеристик предприятий, для которых наиболее удачным будет применение того или иного метода.

Для удобства проведения исследования и для более точного достижения поставленных целей сформулированы следующие задачи:

1. Дать наиболее точное определение таким понятиям, как позаказный метод и попередельный метод учета затрат;
2. Подробно рассмотреть и проанализировать каждый из методов;

3. Выяснить, для каких предприятий какой метод будет являться наиболее удобным.

Учет затрат – один из наиболее важных разделов управленческого учета, потому что информация об издержках предприятия необходима для наиболее точного принятия управленческих решений и формирования политики управления предприятием, цель которой есть снижение затрат и рост прибыльности.

В данной статье речь пойдет о таких методах учета затрат, как позаказный и попередельный.

Позаказный метод – это одна из разновидностей производственно-технологических методов учета затрат и калькулирования себестоимости продукции. [1]

Одним из основных понятий данного метода служит так называемый производственный заказ. Производственный заказ интерпретируется как объект учета затрат. Оформление производственного заказа подразумевает заполнение определенного бланка заказа, такой заказ будет являться уникальным и специфичным. Стандарт бланка заказа отсутствует, вид этого бланка оформляется соответственно потребностями предприятия в определенной информации.

Основной сутью позаказного метода является то, что все прямые основные затраты учитывают в разрезе установленной статьи калькуляционного листа по отдельным производственным заказам (рисунок 1) [1].

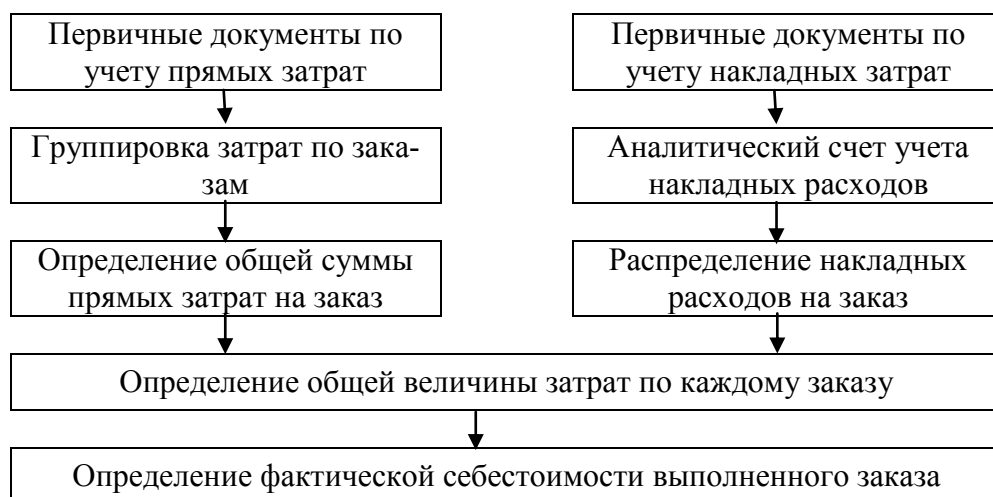


Рис 1. Схема позаказного метода учета затрат и калькулирование себестоимости продукции [1]

Как правило, позаказный метод находит применение на таких предприятиях, которые обладают такими производственно-техническими особенностями:

- Своеобразный нестандартный характер производства, количество выпуска заранее predetermined, обычно выпуск мелкосерийный;
- Изготовление особых единичных партий продукции (например, автомобилестроение);
- Производство товаров соответственно техническим предпочтениям заказчика, все условия оговариваются заранее;

- Специальное производства с механической обработкой материалов, при эксклюзивном выпуске продукции, выпуск опытного образца;
- Выпуск специализированного инструментажа, осуществление ремонтных работ, вспомогательное производство.

При позаказном методе бухгалтерия организации ведет некоторые учетные регистры [1]:

1. Сводные ведомости:
 - Ведомость расхода материальных ценностей;
 - Ведомость распределения зарплаты;
 - Ведомость распределения косвенных и других расходов;
 - Ведомость незавершенного производства.
2. Сведения о полуфабрикатах собственного производства (наличие и их движение);
3. Ведомости затрат по цехам и ведомость общезаводских расходов и расходов будущих периодов, а также внепроизводственные расходы;
4. Расчеты распределения таких расходов, как общепроизводственные и общехозяйственные;
5. Лицевой счет заказа и оборотная ведомость;
6. Калькуляция себестоимости продукции.

Очевидно, что применение позаказного метода ограничивается производством индивидуальным. Но, так как данный метод учета затрат сравнительно прост, это поспособствовало его распространению на мелкосерийное и среднесерийное производство.

Для применимости позаказного метода учета затрат, главенствующей характеристикой производственного процесса должна быть однотипность изготавливаемого товара, для одного конкретного заказчика. Но для разных заказчиков производимая продукция должна быть различной.

Траты на изготовление определенного вида продукта целый год накапливаются по каждому заказу, себестоимость произведенного товара за один месяц рассчитывают делением суммы затрат, вычитая остатки незавершенного производства, на количество произведенных единиц товара.

Ключевой показатель, который будет интересен управленческому персоналу – себестоимость заказа. Себестоимость состоит из затрат, необходимых для выполнения заказа.

Для производства массового, состоящего из крупных серий товара, более целесообразным будет применение позаказного метода учета совместно с нормативным.

Далее речь пойдет о попередельном методе учета затрат на производстве.

Существуют такие типы производства, для которых является характерным некоторая последовательность в переработке промышленных материалов в готовую продукцию. Такая переработка в основе своей несет такие процессы, как физико-химические, биологические и термические. Особенность такого типа производства – соблюдение последовательности определенных стадий, эти стадии называются переделами. Продукция считается готовой только после того, как она пройдет последний передел.

Передел – это комплекс операций технологического характера, которые в конечном счете приносят промежуточный или конечный продукт. Каждый самостоятельный передел есть объект учета затрат.

Основная суть данного метода состоит в том, что прямые затраты отражаются в текущем учете по определенным стадиям производства, несмотря на то, что в одном переделе на выходе может получиться абсолютно различный товар.



Рис 2. Схема попередельного метода учета затрат и калькулирования себестоимости продукции [1]

Как правило, попередельный метод находит применение на таких предприятиях, которые обладают такими особенностями [1]:

- Массовый производственный тип, ориентированный на заказы с крупными сериями;
- Поэтапная обработка первичных материалов;
- Переделы, или стадии выступают в качестве объектов учета затрат;

- Производственный процесс осуществляется несколькими законченными стадиями;

- На выходе каждой стадии получаем не готовый продукт, а полуфабрикат.

Попередельный метод учета затрат на производство наиболее характерен для таких отраслей, как металлургическая и химическая промышленность, стекольная и другие производства.

Итак необходимо подвести итоги проведенного исследования. В ходе написания статьи были выявлены особенности таких систем учета затрат, как позаказный и попередельный. Так же были определены особенности предприятий, для которых характерны данные методы учета.

Проанализировав оба данных метода учета затрат, необходимо сделать следующие выводы о том, что каждый имеет свои плюсы и минусы, и каждый из методов будет достаточно эффективен, если использовать его в нужном направлении, в зависимости от вида производства и специфики производственного процесса.

Позаказный метод может быть использован в индивидуальном или даже эксклюзивном производстве, производстве сложных изделий, требующих больших затрат и продолжительного периода их создания (судоостроительная, авиационная промышленность).

Попередельный метод же применим в более массовом, крупносерийном производстве товаров, таких как, например, мукомольно-крупяных и ткацких производствах.

Список использованной литературы:

1. Бухгалтерский управленческий учет / под ред. Е. И. Костюковой. – М.: КНОРУС, 2014.

2. М. А. Вахрушина. Бухгалтерский управленческий учет. – М.: Омега-Л, 2007.

3. А. М. Петров, Л. А. Мельникова. Теоретические аспекты учета калькулирования себестоимости продукции // Экономические науки. – 2013. – №5 (102). – С. 145 – 148.

4. А. И. Шаброва, П. А. Столыпина. Методы калькуляции себестоимости продукции в управлении затратами на предприятии // Экономические науки. – 2013. – №1 (98). – С. 143 – 146.

5. Е. А. Лукачанова. ABC- и XYZ-анализ при формировании резервов снижения затрат несостоятельной организации // Экономические науки. – 2012. – №7 (92). – С. 135 – 138.

«СТАНДАРТ-КОСТ» И «ДИРЕКТ-КОСТИНГ»: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ

Н.Д. Милосердова

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: miloserdovanadya@mail.ru

Научный руководитель: Спесивцева А.Л., ассистент

Существует множество классификаций учета затрат. Их разделение объясняется тем, что в процессе достижения цели учета затрат каждое предприятие индивидуально, ориентируясь на функции разных методов, выбирает свой оригинальный метод. В данной статье освещаются зарубежные системы учета затрат, а именно такие системы, как «директ-костинг» и «стандарт-кост».

Актуальность представленной темы обусловлена тем, что экономическая эффективность любого предприятия зависит от качественного управленческого учета, в том числе в грамотной разработке системы учета затрат.

В целом, под системой учета затрат и калькулирования себестоимости продукции понимается совокупность взаимообусловленных элементов, которые позволяют осуществлять анализ и контроль информации о текущих и предстоящих затрат хозяйствующего субъекта, а также вычислять фактическую себестоимость готовой продукции. Правильный выбор предприятием определенной системы учета затрат в значительной мере влияет на оперативность и экономичность информации, а эти факторы позволят вовремя принять обоснованные управленческие решения. Цель данной работы связана с определением особенностей зарубежных систем учета затрат «Стандарт-кост» и «Директ-костинг», а также применимость выделенных систем для экономики России.

Для максимально продуктивного изучения темы и достижения поставленной цели были сформулированы следующие задачи:

1. Ввести теоретические понятия: управленческий учет, «Стандарт-кост», «Директ-костинг»;
2. Подробно рассмотреть и проанализировать указанные системы учета затрат;
3. Выяснить, насколько актуальны указанные зарубежные системы учета затрат для Российской экономики.

Управленческий учет – это подсистема бухгалтерского учета, которая направлена на удовлетворение дополнительных информационных потребностей управленческий аппарат и других внутренних пользователей бухгалтерской информации для принятия более точных текущих хозяйственных решений, а также для принятия решений, касающихся будущей хозяйственной деятельности.

Организация управленческого учета основывается на первичных документах, учете затрат и других управленческих аспектах. В данной статье речь пойдет о зарубежных системах учета затрат.

Существует множество условий, по которым классифицируются методы учета затрат, разделение которых аргументируется различными функциями в процессе достижения цели учета затрат.

Основные группы методов учета затрат и калькулирования себестоимости продукции[1]:

1. По способу оценки:

- Учет затрат по фактической себестоимости;
 - Учет затрат по нормативной себестоимости;
 - Метод учета затрат «стандарт-кост»;
 - Метод затрат по плановой себестоимости;
 - Target-cost.
2. По полноте включения затрат в себестоимость продукции
 - Учет затрат по полной себестоимости;
 - Маржинальный метод учета затрат.
 3. В зависимости от технологических особенностей производства
 - Попроцессный метод;
 - Попередельный метод;
 - Позаказный метод.

Система «Стандарт-кост» для Российского учета относительно нова. Исторически «стандарт-кост» - это прототип российской системы нормативного учета. Система учета «стандарт-кост» успешно развита и сейчас используется многими ведущими организациями стран с хорошо развитой рыночной экономикой.

Термин Standart Cost включает в себя два слова, а именно: стандарт – это объем обязательных для производства единиц продукции материальных и трудовых затрат. Кост – это цена, стоимость затрат. Данная система направлена на контролирование затрат производства. В основании этой системы возложено предварительное нормирование затрат по статьям расхода. Установленные нормативы принимаются в качестве постоянных, исключая те случаи, когда резко возрастает или понижается стоимость материальных или трудовых ресурсов.

Данная система применима в большинстве случаев на производственном предприятии и в таких отраслях, которые минимально зависимы от условий природы, к примеру, перерабатывающая отрасль.

Метод «стандарт-кост» логично применять на таких предприятиях, которые работают в наиболее стабильных условиях, в таких случаях можно установить нормативы и использовать их долгое время.

Система «стандарт-кост» обладает определенными особыми качествами:

1. При расходовании финансов расхождение со стандартами можно выявить только основываясь на бухгалтерские записи на спецсчетах. Менеджерам необходимо не допускать возникновение расхождений.
2. если отклонения будут определены, то их необходимо учесть на специальных синтетических счетах.

Преимущества метода:

- оперативное определение полной себестоимости определенных видов продукции, а это необходимо для эффективного ценообразования в организациях;
- определяется влияние на финансовые результаты расхождений по определенным категориям затрат и предусматривает отчеты о доходах и расходах с выявлением расхождений с нормативами и причинах их появления.

Основной недостаток метода – это сложные расчеты норм в условиях рынка, сложная адаптация к переменам.

Система «Директ-костинг» - наиболее распространенная система в теории и практике управленческого учета. В переводе с английского языка означает система учета прямых затрат. При использовании этой системы все затраты организации подразделяются на постоянные и переменные, себестоимость исчисляют только для

переменных издержек, а постоянные издержки учитываются на отдельных определенных счетах, в дальнейшем списываются на финансовые результаты.

Суть данной системы состоит в том, что себестоимость продукции учитывается и планируется только в части переменных затрат. Постоянные расходы собирают на отдельном счете и с определенной периодичностью списываются на счета финансовых результатов.

Существенное преимущество системы «Директ-костинг» состоит в том, что нет необходимости проводить сложные расчеты распределения постоянных затрат между разновидностями производимой продукции, так как происходит разграничение постоянных затрат и переменных.

Среди ключевых показателей системы - маржинальный доход – это разница между выручкой от реализации и переменными затратами. Величина маржинального дохода, обозначенная для определенного вида продукции, отображает «вклад» данного товара в покрытие постоянных затрат и, следовательно, в общую сумму прибыли предприятия.

Преимущества системы «Директ-костинг»:

1. упрощенные и более точные вычисления себестоимости продукции, так как себестоимость планируется только в производственных затратах, учет себестоимости также происходит только в этой части;

2. возможность определения точки безубыточности, нижней границы цены продукта и т.д.;

3. позволяет проводить сравнительный анализ доходности разнообразных видов товара, разработка программы оптимального выпуска и реализации;

4. возможность оперативного принятия решений относительно производства, основываясь на анализ изменения расходов в зависимости от изменения объема производства.

Все плюсы системы успешно реализуются на практике, только если руководство будет полностью понимать ценность этой информации и, опираясь на эту информацию, принимать решения. А иначе данная система только загромождает информационное пространство и увеличивает трудоемкость учетного процесса на предприятии, не принося нужного эффекта.

Недостатки системы «Директ-костинг»:

1. данная система может привести предприятие к убыточности в случае использования политики демпингового ценообразования, так как часть постоянных затрат перестанет покрываться маржинальным доходом;

2. на практике возникает сложность разделения затрат на постоянные и переменные, так как один и тот же шаблон дифференцирования не может быть применим ко всем подряд организациям. Одинаковые виды затрат на разных предприятиях ведут себя по-разному;

3. неточность общей прибыли за период, так как остатки незавершенного производства оцениваются в разрезе переменных производственных расходов и поэтому возможно несовпадение величины себестоимости действительной и показателя себестоимости, вычисленной по статьям переменных затрат. Это снижает достоверность учета.

Система затрат, которая используется на предприятии, должна быть как можно больше нацелена на исполнение стратегических целей бизнеса. При чем, в условиях постоянных экономических изменений, например мировой экономической

кризис, используемые управленческие технологии должны изменяться соответственно с изменяющимися внешними условиями.

В заключении хотелось бы отметить, что в ближайшие годы вполне вероятно снижение совокупного спроса ввиду кризиса в мировой экономике. В этом случае для предпринимателей главной целью должно быть снижение издержек с помощью использования необходимых технологий, в том числе и управленческих.

Экономика Российской Федерации не стоит на месте, она активно развивается и изменяется, совершенствуется. Соответственно новшества в экономике меняются и отечественная система бухгалтерского учета. Она реформируется, ориентируясь на международные стандарты финансовой отчетности и требования современной рыночной экономики.

Система «стандарт-кост», как уже было сказано, в значительной мере совпадает с отечественной нормативной системой учета, но для полной интеграции «стандарт-кост» в российскую экономику необходимы некоторые реформы плана счетов.

Система «директ-костинг» в России используется достаточно широко как на малых, так и на крупных предприятиях, но зачастую на предприятии данная система носит сугубо формальный характер.

Список использованной литературы.

1. Бухгалтерский управленческий учет / под ред. Е. И. Костюковой. – М.: КНОРУС, 2014.

2. Петров А.М., Мельникова Л.А. Теоретические аспекты учета калькулирования себестоимости продукции // Экономические науки. – 2013. – №5 (102). – С. 145 – 148.

3. Шаброва А.И., Столыпина П.А. Методы калькуляции себестоимости продукции в управлении затратами на предприятии // Экономические науки. – 2013. – №1 (98). – С. 143 – 146.

НАЛОГОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ НА ПРИМЕРЕ СОЗДАНИЯ ОФФШОРНОГО БИЗНЕСА

К.В. Орлова

Томский политехнический университет, г.Томск

E-mail: livegood25@mail.ru

Научный руководитель: Слета Е.В., ст. преподаватель

Налоговое планирование является частью управления компанией, особенно если эта компания крупная. Особой популярностью пользуется метод создания оффшорных компаний. Суть таких компаний в полном или частичном исключении налогов. Регистрация компании на территории другой страны наносит существенный урон экономике России. С целью уменьшения оффшорных компаний, в России проводится политика деофшоризации.

Для каждого предприятия вопрос налогообложения является актуальным вопросом. Любое предприятие стремится свести к минимуму ту часть финансов, которая будет изъята у него государством. Налоговое планирование – это особый элемент управления предприятием. Задачей налогового планирования является законное сокращение налоговых выплат предприятием. Ведь если сократить

налоговые выплаты, можно существенно увеличить прибыль, в ином случае, если предприятие безукоризненно будет выплачивать абсолютно все налоги, оно может потерять огромную часть прибыли, и возможно даже в скором времени разориться.

Цель работы – определение роли налогового планирования как элемента управления хозяйствующим субъектом. Рассмотреть один из методов налогового планирования, метод создания оффшоров

В соответствии с поставленной задачей необходимо решить ряд задач:

- Определить понятие налогового планирования
- Определить финансовую выгоду налогового планирования
- Определить роль налогового планирования в управление организацией.
- Разобрать принцип работы оффшорных компаний
- Определить влияние оффшорного бизнеса на экономику России.

Налоговое планирование – это действия, предпринимаемые налогоплательщиком, с целью уменьшения его налоговых обязательств.

Суть налогового планирования в том, что налогоплательщик имеет право сократить выплаты в госбюджет, если его действия будут нести законный характер. налоговое планирование одна из составных частей управления предприятием, задачей которой является оптимизация налоговых платежей, т.е. увеличение бюджета предприятия при экономии расходов на налоги, а так же работа по предотвращению серьезных налогообложений, которые могут возникнуть в результате неверно оформленных сделок.

Из этого всего можно сделать вывод, что основной целью налогового планирования является сведение налоговых потерь к минимуму и как результат увеличение бюджета предприятия, возможность его дальнейшего роста, т.е. получение максимального результата при минимальных затратах

Налоговое планирование – это неотъемлемая часть управления хозяйствующего субъекта, потому что любые финансовые решения характеризуются доходами и расходами, а налоги непосредственно влияют на финансовое состояние организации, следовательно, налоговое планирование влияет на различные сферы финансового менеджмента

Финансовое планирование организации строится на управлении доходами и расходами, и так как налоги непосредственно влияют на финансовое положение организации, то налоговое планирование является частью системы управления организацией, оно, не имея достаточной самостоятельности, тем не менее, существенно влияет на планирование финансовой деятельности организации.

Рассмотрим значение налогового планирования и возможные ситуации, к которым может привести отсутствие налогового планирования.

Отсутствие налогового планирования приводит к следующему:

– организация, в которой отсутствует налоговое планирование, оказывается более слабой, по сравнению с той, в которой налоговому планированию отводится достаточное место;

– такая организация слабо развивается, можно сказать, стоит на месте.

Преимущество имеют организации, в которых применяется налоговое планирование для управления. Такие организации:

- рационально планируют распределение и использование ресурсов;
- способны проводить анализ внешних факторов, для создания благоприятных условий своей организации;
- способны подстраиваться под меняющиеся условия внешней среды;

– финансово устойчивы, они непрерывно развиваются.

В условиях современной российской экономики можно выделить некоторые группы хозяйствующих субъектов, которые наибольшим образом нуждаются в налоговом планировании[1]:

1. Иерархичные корпоративные структуры, имеющие большое количество дочерних компаний.
2. Только что образовавшиеся частные организации.
3. Предприятия, находящиеся в государственной собственности.
4. Компании малого бизнеса.

Налоговое планирование является условием стабильного роста организации, повышения ее финансовой стабильности, увеличения доходов и экономического роста, оно не является методом революционного прорыва и резкого роста бюджета, скорее наоборот четко спланированная теория роста, медленная, но действенная.

В современной экономике значение налогового планирования, как фактора управления и экономического роста организации непомерно растет, причиной этому являются:

– Нестабильность экономики, периодически вносимые поправки в налоговое законодательство, а в данных постоянно меняющихся условиях больше шансов у организаций, которые своевременно реагируют на изменения, т. е. у тех организаций, у которых имеются различные варианты оптимизации налоговых выплат.

– Увеличение чистого дохода организации, как следствие модернизация технологий, покупка нового оборудования, как результат создание почвы для стабильного развития

– Увеличение дохода является условием для роста стоимости акций и цены фирмы.

Отсутствие системы налогового планирования указывает на то, что организация не может в полной мере управлять своими финансами, получая при этом максимальную выгоду.

Процесс налогового планирования включает в себя несколько этапов, которые не всегда гарантируют уменьшение налоговых выплат, это связано с тем, что налоговое планирование – это не только наука, но и искусство мыслить аналитически.

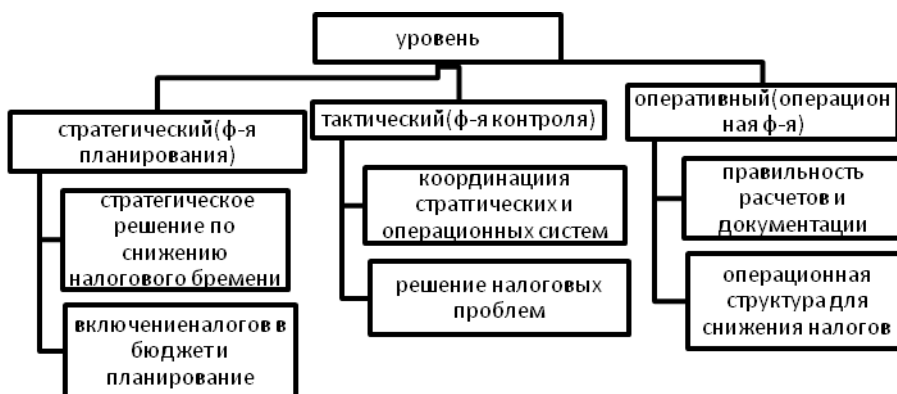


Рис. 1. Процесс налогового планирования

Налоговое планирование требует от исполнителя грамотного управленческого подхода и аналитического склада ума, он обязан выполнять ряд следующих функций [1]:

1. оптимизация налогообложения, т.е. поиск возможностей сокращения налоговых выплат.

2. Планирование сумм и видов налогов, подлежащих уплате. Суть функции заключается в планировании бюджета (планирование сумм и сроков уплачиваемых налогов).

3. Отслеживание сроков уплаты налогов. Заключается в том, что налоги должны уплачиваться срок в срок.

4. Минимизация штрафных санкций и пеней. Функция, связанная с предыдущей.

5. Выявление и анализ налоговых рисков. Анализ появления споров с налоговыми органами.

6. Прогнозирование изменений налогового законодательства. Данная функция позволяет своевременно подстроиться под изменившееся налоговое законодательство.

Целями налогового планирования, как части системы управления являются: планирование бюджета хозяйствующего субъекта, составление плана и прогноз результатов, сопоставление составленного плана с реальными результатами.

Роль налогового планирования:

1) анализ развития налоговой и бюджетной политики государства;

2) проведение сделок с учетом их налоговых последствий;

3) рациональное использование установленных законом льгот

4) анализ сроков уплаты налогов, оценка возможностей отсрочек либо рассрочек уплаты.

Принципы, которым подчиняется система налогового планирования[2]:

1) сократить выплачиваемые налоги до минимума;

2) производить оплату налога в последний день периода;

3) по максимуму использовать предусмотренные законом льготные режимы налогообложения;

4) проводить учет, цель которого не допустить повышения налогообложения.

Налоговое планирование не избавляет от налогов, но позволяет их оптимизировать, тем самым позволяя субъекту избежать лишних растрат, а сэкономленные деньги с каждым днем будут приумножать бюджет данного хозяйствующего субъекта.

Налоговое законодательство само дает организации возможность применения налогового планирования. Реализовать на практике все возможности предусмотренные законодательством позволяют: какие-либо налоговые льготы, различные зоны льготного налогообложения, специальные налоговые режимы, соглашения, позволяющие избежать двойного налогообложения.

При налоговом планировании организация определяет модель или схему, по которой она далее будет осуществлять финансовые дела. При этом основной задачей организации является правильно использовать инструменты налогового планирования, чтобы осуществить задачи его задачи. Данная схема – это наилучший вариант развития организации, в ней учтены все действующие требования законодательства[3].

При осуществлении налогового планирования нужно так же учесть вероятность изменений налогового законодательства. Оценка этой вероятности производится с учетом имеющейся информации и проведенного анализа новой теории налоговой политики.

Хотелось бы отметить тот факт, что основная и конечная цель налогового планирования не является целью свести налоги к минимуму, по большей мере это не возможно, либо незаконно, основная цель налогового планирования - правильное распределение налоговых выплат во времени и повышение дохода организации. Т.е. необходима оптимизация всей системы налогообложения, которая в свою очередь должна выходить за пределы действующего налогового законодательства. Соответственно налоговое планирование включает в себя разработку стратегических решений и разработку финансовых проектов.

Данные разработанные модели и схемы, и их практическое применение в будущем позволят создать компании мощную систему налогового планирования, которая в полной мере будет соответствовать понятию «оптимизация».

С появлением в России территорий со льготным налоговым режимом позволило создать схемы подобные тем, что использовались за рубежом. Данная схема заключается в том, что все деловые операции или их часть переносят в компанию, пользующуюся налоговыми привилегиями, или в компанию, которая находится в зоне льготного налогообложения[4].

Применение оффшоров является самым действенным методом налогового планирования. По оценке на 2013 год объем средств в оффшорах составляет \$18,5 трлн.

Под оффшорной компанией понимают иностранную компанию, которая зарегистрирована в стране, предоставляющей особые льготы. Эти компании могут работать только за рубежом.

Оптимизацией налоговых платежей с помощью оффшоров занимаются многие российские компании, а так же многие западные, такие как Apple, Google, Microsoft, General Electric, Pfizer, BMW, General Motors. Отметим то что, 95% крупных российских предприятий являются оффшорными.

Основными преимуществами создания оффшорного бизнеса являются:

- существенная экономия на налогообложении, т.к. сумма налоговых сборов не зависит от дохода, а является величиной фиксированной, и как правило уплачивается раз в год.

- Конфиденциальность т.е. владение оффшорными компаниями является абсолютно анонимным.

- Упрощенная форма регистрации компании.

- Облегченный валютный контроль либо его отсутствие, т.е. не требуется бухгалтерский учет.

Открытие оффшорных компаний – деятельность абсолютно легальная. Перечень оффшорных зон и порядок работы с ними определяется государственным законодательством.

Возникает вопрос: какая выгода государству, на территории которого зарегистрированы оффшорные компании. Ответ простой: данное государство приобретает динамически развивающуюся экономику, и эта экономика в большей мере растет за счет роста взносов в бюджет.

Оффшорные зоны привлекают клиента простотой своего устройства. Оффшорные зоны для России, утвержденных приказом министра финансов России: Ангилья, Андорра, Содружество Багамы, Белиз, Бермуды, Гибралтар, Гренада, Содру-

жество Доминики, Республика Кипр (исключена из списка с 1 января 2013 года Приказом Минфина РФ от 21.08.2012 № 115н), Мальдивская Республика, Республика Маврикий, Республика Панама и многие другие.

Россия лидирует по количеству зарегистрированных, в других странах оффшорных компаний, их количество более 100 тысяч. Последствием оффшорного бизнеса является утечка капитала из страны в страну, где зарегистрирована компания. Огромное количество российских инвестиций уходит в оффшорные юрисдикции. Ежегодный отток капитала из России достигает \$25 млрд, это почти половина капитала, и это серьезный ущерб для экономики Росси. Вследствие снижения налоговых выплат сокращается государственный бюджет, сокращаются внутренне инвестиции, государство становится зависимым от иностранных займов. Подрывается система макроэкономики, страна становится менее конкурентоспособной на мировом рынке, все это приводит к ослаблению экономики России. Россия своего рода поставщик оффшорного капитала. В связи, с чем в стране усиленно ведется «деоффшоризация». С этой целью усиливается валютный контроль оффшорных компаний, создаются атиоффшорные системы. Возникает потребность серьезного контроля за каждой оффшорной компанией.

А для успешного проведения «деоффшоризации» Росси необходимо укрепить национальную валюту, модернизировать государственную экономику, совершенствовать налоговое законодательство.

Российская система налогообложения имеет сложную структуру. Это часто приводит к уплате лишних налогов, либо к неуплате налога, за который потом начисляется пеня. Еще одним недостатком налоговой системы РФ является ее крайняя нестабильность. Налоги вводятся, не проработав года, отменяются, вводятся другие, получается некий замкнутый круг. Для оптимизации налоговых отчислений и было создано налоговое планирование. И так как налоги имеют место в любом сегменте управления финансами, то налоговое планирование является частью финансового менеджмента. Управляя налогами организации, улучшает собственное финансовое положение, поэтому конечная цель налогового планирования является оптимизация налоговых выплат и как следствие увеличение дохода организации и повышение ее экономической устойчивости.

Налоговое планирование связано со всеми сферами финансовой деятельности, поэтому оно имеет большую практическую значимость.

В связи с частым не умением разграничить понятия налогового планирования и уклонения от налогов планируется совершенствовать законодательство в сфере налогового планирования. Ни всегда действия налогоплательщика несут законный характер, такие действия называют уклонением от уплаты налогов. Для налогового планирования такие действия неприемлемы. Налоговое планирование принимает только законные действия, направленные на оптимизацию налоговых платежей. В случаях, когда оптимизация налогов приводит к нарушению налогового законодательства, то это уже не оптимизация, а самое банальное уклонение от налогов. Но как оказалось на практике сложно отличить уклонение налогов от налогового планирования, и часто привлекаются к ответственности налогоплательщики, чьи законные действия по нескорым признакам соответствуют схемам уклонения от налогов.

На сегодняшний день актуальным является вопрос усовершенствования налогового законодательства. В связи с частым не умением разграничить понятия налогового планирования и уклонения от налогов планируется совершенствовать законодательство в сфере налогового планирования. Ни всегда действия налогопла-

тельщика несут законный характер, такие действия называют уклонением от уплаты налогов. Для налогового планирования такие действия неприемлемы. Налоговое планирование принимает только законные действия, направленные на оптимизацию налоговых платежей. В случаях, когда оптимизация налогов приводит к нарушению налогового законодательства, то это уже не оптимизация, а самое банальное уклонение от налогов. Но как оказалось на практике сложно отличить уклонение от налогового планирования, и часто привлекаются к ответственности налогоплательщики, чьи законные действия по нескорым признакам соответствуют схемам уклонения от налогов. На сегодняшний день актуальным является вопрос усовершенствования налогового законодательства.

В связи с этим ограничением эффективного налогового планирования является противоречивость судебных разбирательств, т. е. в одних случаях действия связанные с налоговым планированием считаются неправомерными, а в других эти же действия являются вполне законными. Решение данного вопроса возможно лишь только в результате усовершенствования налогового законодательства.

Если организация решила включить налоговое планирование в свою систему управления, то делать это нужно четко и умело, иначе присутствует риск нанести существенный урон экономике данной организации.

Чтобы повысить эффективность налогового планирования нужно организовать группу людей, чья трудовая функция будет заключаться именно в разработке схем моделей и методов налогового планирования. В обязанности данных сотрудников входит оформление налоговых документов, анализ системы налогового законодательства.

Хотелось бы так же отметить, что создание оффшорной компании выгодно для нее, но невыгодно для экономики страны, в связи с этим страна должна создавать условия для регистрации компаний в России, для этого необходимо решить многие проблемы.

В ходе данной работы были рассмотрены вопросы теории налогового планирования, необходимости его применения, выгоды применения налогового планирования роль в системе управления финансовыми ресурсами организации, так же рассмотрен один из методов налогового планирования – метод оффшоров.

Список использованной литературы.

1. Большухина И. С. Налоговое планирование: учебное пособие. – Ульяновск: УлГТУ, 2011. – 122 с.
2. Евстигнеев Е.Н. Основы налогового планирования: Монографическое издание. – СПб.: Питер, 2004. – 288 с.
3. Вылкова Е., Романовский М. Налоговое планирование. – СПб.: Питер, 2004. – 634 с.
4. Гусева Т.А. Налоговое планирование в предпринимательской деятельности: правовое регулирование / Под ред. Н.И. Химичевой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Волтерс Клувер, 2007.
5. Налоговый кодекс Российской Федерации

ФОРМИРОВАНИЕ ФОНДА ГОСУДАРСТВЕННОГО СОЦИАЛЬНОГО СТРАХОВАНИЯ

С.Э. Прохорова, Л.И. Желбунова

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: prokhorova.s@inbox.ru

Научный руководитель: Желбунова Л.И., ст. преподаватель

Социальное страхование затрагивает интересы всех граждан. В условиях неустойчивого развития экономики, когда совершаются разнообразные политические и экономические потрясения, особо важное значение приобретает социальная защита населения. В данной статье авторы стремятся проследить процесс формирования фонда социального страхования и института обязательных социальных взносов.

Государственные внебюджетные фонды (Фонд социального страхования (в дальнейшем ФСС), Пенсионный фонд (в дальнейшем ПФР), Фонд обязательного медицинского страхования (в дальнейшем ФОМС)) имеют большое значение в социальной защите и поддержке населения. Порядок их формирования и использования регламентируются соответствующим законодательством. Все они основываются за счет особых целевых отчислений и иных источников, действуют независимо от государственного бюджета, обладают определенной самостоятельностью и используются на финансирование важнейших социальных мероприятий.

Плательщиками страховых взносов в государственные внебюджетные социальные фонды являются предприятия независимо от организационно правовой формы деятельности, производящие выплаты физическим лицам.

Плательщики обязаны вести учет отдельно по каждому работнику о суммах выплаченных им доходов с начала налогового периода по завершению каждого месяца нарастающим итогом.

К концу 60-х гг. XIX века начали разрабатываться первые законопроекты социального страхования в Европе (Л. Э. Нобель предложил создать страховые кассы, в которые централизованно должен был отчисляться некий процент с заработка работника). Объединения работодателей противоречиво высказывались о социальном страховании, а государственная политика в этом вопросе была непоследовательной.

Социальное страхование в России развивалось поэтапно. В XIX веке было отменено крепостное право. В Царстве Польском зародилось первое обязательно – факультативное образование и появились добровольные больничные кассы. А в 1861 г. начали страховать рабочих горной промышленности.

В 1899 году возникла мысль об обязательном страховании рабочих в России, когда Государственному совету предложили проект закона об ответственности собственников промышленных предприятий за увечье и смерть рабочих.

Только через 14 лет 2 июня 1903 года императором Николаем II впервые был разработан и принят первый общероссийский закон, который охватывал фабрично-заводских и горнозаводских рабочих, а так же рабочих горной промышленности.[1]

Этот закон не только воплотил идею об обязательном страховании работающих, но и заключал в себе статьи, имеющие первостепенное значение для развития в Российской империи государственного социального страхования.

После Первой мировой войны социальная сфера Российской империи полностью изменилась.

В 1918 году было введено первое послереволюционное положение о социальном обеспечении трудящихся. В нем гарантировалось обеспечение всех наемных работников пособиями по временной нетрудоспособности в связи с болезнью, беременностью, родами, увечьем, полученным у работодателя.

С 1918 года по 1929 год шли поиски наиболее приемлемых в те годы видов обеспечения по социальному страхованию. Статьей 176 Кодекса законов о труде в 1922 году были предусмотрены виды пособий:

- по временной нетрудоспособности (болезнь, увечье, беременность, роды, уход за больным членом семьи);
- дополнительные пособия (на кормление ребенка, предметы ухода, погребение);
- при безработице;
- при инвалидности;
- членам семьи трудящегося по найму в случае смерти кормильца;
- оказание медицинской помощи.

Начиная с 1922 года, выплаты пособий передали предприятиям в счет страховых взносов.

Начиная с 1929 года, государственное социальное страхование обретает общий бюджет. И позже, начиная с 1931 года, начинается финансирование отдыха в санаториях, пансионатах, домах отдыха, а также финансирование санаторно-курортного лечения и детских оздоровительных лагерей. А начиная с 1933 года, социальным страхованием начинают управлять профсоюзные органы.

Позднее, 1 января 1991 года Постановлением Совета Министров РСФСР и Федерации независимых профсоюзов от 25 декабря 1990 года N 600/9-3 был создан внебюджетный Фонд социального страхования Российской Федерации. Позднее с 1993 года Фонд стал финансово-кредитным учреждением при Правительстве Российской Федерации[2].

Деятельность фонда регламентируется Положением о Фонде социального страхования Российской Федерации, установленным Постановлением Правительства РФ от 12 февраля 1994 года №101 «О Фонде социального страхования Российской Федерации».

Основной задачей фонда социального страхования является предоставление государством гарантированных пособий:

- по временной нетрудоспособности;
- по беременности и родам;
- при рождении ребенка;
- по уходу за ребенком до полутора лет;
- на погребение;
- на санаторно-курортное лечение, оздоровление трудящихся и членов их семей;
- иные цели государственного социального страхования предусмотренные законодательством.

Страховые взносы работодателей; страховые взносы граждан, которые занимаются индивидуальной трудовой деятельностью и обязаны платить социальные взносы согласно законодательству; зачисление других финансовых средств, разрешенных законодательством; добровольные взносы граждан и юридических лиц; зачисление других финансовых средств, разрешенных законодательством; ассигнования из федерального бюджета на возмещение затрат, сопряженных с предоставле-

нием льгот (пособий и компенсаций) лицам, которые понесли ущерб в результате чернобыльской катастрофы или радиационных аварий на других атомных объектах гражданского или военного предназначения и их последствий, а также в иных случаях которые были установлены законом; а так же прочие поступления, за счет всего этого формируются средства Фонда социального страхования[3].

До 2001 года все работодатели производили отчисления в пользу работников отдельно в четыре государственных внебюджетных социальных фонда: ПФР, ФСС, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования (в дальнейшем ФФОМС), территориальные фонды обязательного медицинского страхования (в дальнейшем ТФОМС) и в Государственный фонд занятости населения (в дальнейшем ГФЗН).

Структура страховых взносов с социальные внебюджетные фонды до 2001 года была следующей: ПФР – 28%, ФСС – 5,4%, ФФОМС – 0,2%, ТФОМС – 3,4%, ГФЗН – 1,5% итого процент отчислений был равен 38,5.

С 1 января 2001 года вступила в силу вторая часть НК РФ, главой 24 которого был утвержден новый вид налога – единый социальный налог (далее ЕСН). ЕСН заменил действующие ранее отчисления в социальные внебюджетные фонды. При этом введение ЕСН не изменило целевое назначение налога. [4]

Плательщиками единого социального налога являлись юридические и физические лица, которые производили выплаты наемным работникам, и которые получали доход от собственной деятельности.

До вступления ЕСН в законную силу своевременность и полноту уплаты организацией отчислений во внебюджетные фонды контролировали не налоговые органы, а органы этих фондов, что обуславливало некоторые трудности для плательщиков взносов, потому что они были предметом проверки сразу нескольких контролирующих органов. Результативность такой проверки была крайне не высока. С принятием ЕСН обязанности администрирования налога передали налоговым органам. Была введена регрессивная шкала налогообложения.

Ниже рассмотрены ставки для обычных организаций и предпринимателей, которые выплачивали доходы своим работникам и перечисляли единый социальный налог с 1 января 2007 по 31 декабря 2009 года включительно.

Если налогооблагаемая база на каждое физическое лицо нарастающим итогом с начала года была равна 280 тысяч рублей и ниже, то взнос в федеральный бюджет был равен 20%. Платеж в Фонд социального страхования Российской Федерации составлял 2,9% от налоговой базы рассчитанной нарастающим итогом с начала года. Отчисления в Федеральный фонд обязательного медицинского страхования будут равны 1,1% и в территориальный фонд – 2%. Итого процент отчислений составлял 26%.

Если же сумма налогооблагаемой базы нарастающим итогом с начала расчетного периода составляла от 280 001 до 600 000 рублей, то в федеральный бюджет отчислялось 56 000 рублей плюс 7,9 % от суммы, превышающей 280 тысяч рублей. Величина отчислений в Федеральный фонд социального страхования исчислялась исходя их следующих соображений: 8 120 рублей (то есть 2,9% от 280 000) плюс 1% от суммы превышения. Аналогично рассчитывались отчисления в Федеральный фонд обязательного медицинского страхования – 3 080 рублей за плюсом 0,6% от суммы, которая превышала 280 тысяч рублей. В Территориальный фонд обязательного медицинского страхования отчислялось 5 600 рублей плюс 0,5% с суммы пре-

вышающий 280 тысяч рублей. Итого сумма отчислений составляла 72 800 рублей плюс 10% от суммы, которая превышает 280 000 рублей.

Если же сумма налогооблагаемой базы нарастающим итогом с начала расчетного периода превышала 600 000 рублей, то отчисления в федеральный бюджет рассчитывались следующим образом 81 280 рублей плюс 2% от суммы превышающей 600 000 рублей. Выплаты в Фонд социального страхования Российской Федерации составили 11 320 рублей. Отчисления в Федеральный и территориальный фонды обязательного медицинского страхования составляли 5 000 и 7 200 рублей соответственно. Итого сумма всех отчислений была равна 104 800 рублей плюс 2% с суммы превышающей 600 000 рублей[5].

Правильность уплаты и исчисления контролировали налоговые органы.

Вследствие введения единого социального налога нагрузка на фонд заработной платы снизилась с 38,5% до 26%. Предприятиям стало выгодно официально выплачивать работникам должную их уровню и классификации зарплату. Так же это снизило налоговую нагрузку на зарплату и помогло сделать взаимоотношения работодателей и работников с государством более прозрачными.

Однако единый социальный налог, действующий в Российской Федерации с 2001 года, и базирующийся на налоговом механизме образования средств показал свою неэффективность. Она фактически утратила страховой характер, попав в зависимость от бюджетных возможностей и не обеспечивая компенсацию потери заработка работника необходимым уровнем страхового возмещения.

Кроме того, не были достигнуты заявленные при введении ЕСН цели по выводу заработной платы из тени и обеспечению в полном объеме обязательств перед застрахованными лицами.

Страховые взносы были введены в 2010 году принятием Федерального закона от 24 июля 2009 года N 212-ФЗ, который и отменил единый социальный налог. Так же в нем говорилось о том, что все компании, предприятия и организации должны переходить на уплату страховых взносов в социальные внебюджетные фонды. [6]

И уже с 1 января 2010 года все отчисления шли напрямую отдельно в каждый фонд в виде заданного процента. То есть можно сказать о том, что возобновились отчисления, производимые во внебюджетные фонды до 2001 года. Так же фонды получили право контролировать правильность исчисления, полноту и своевременную уплату страховых взносов.

Тарифы страховых взносов в государственные внебюджетные фонды стали следующими: в ПФ РФ – 22%, ФСС – 2,9%, ФОМС – 5,1%, итого процент отчислений стал равен 30%.

Регрессивная школа, которая уменьшала налог вследствие увеличения заработной платы, утратила свою силу. Вместо нее стали использоваться денежные суммы равные 415 000 рублей с заработной платы рабочих и других выплат в пользу физического лица в 2010 году. Если сумма выплат нарастающим итогом превышала 415 000 рублей с начала расчетного периода, то с суммы превышения страховые взносы не взимались, а если сумма выплат нарастающим итогом меньше 415 000, то взималась фиксированная ставка. Предельная величина базы для начисления страховых взносов ежегодно индексируется в зависимости от средней заработной платы. В 2014 году база для начислений страховых взносов стала равна 624 000 рублей. Если сумма выплат нарастающим итогом превышает 624 тысячи рублей, то отчисления производятся только в пенсионный фонд в размере 10%.

Также 26 июня 2014 года был принят закон № 188 – ФЗ, который вступает в силу уже с 1 января 2015 года. Изменения коснутся порядка предоставления отчетности (отчетность будет подаваться в электронном виде в ПФР и ФСС в электронном виде, если численность работников составляет 25 человек и более); обмена документами; выплат при увольнении; уплат страховых взносов на работников, имеющих вид на жительство в РФ; расчета страховых взносов (с 2015 года расчеты будут производиться с учетом копеек); отсрочек по уплате (определили порядок, случаи и условия по предоставлению отсрочек и рассрочек); банковских счетов (фонды получают доступ к банковской тайне); уплаты пенсий (пенсия будет начисляться за каждый календарный день просрочки); зачета страховых платежей; выездных проверок (повторные выездные проверки могут быть проведены вышестоящим фондом в рамках контроля за деятельностью фонда, который проводил проверку); тарифов страховых взносов для аптек и так далее.

Обязательное социальное страхование является важнейшим механизмом, с помощью которого реализуется социальная политика российского государства. Социальное страхование в России зародилось более 150 лет назад и на протяжении этих лет претерпевало множество изменений. Но нынешняя система социального страхования содержит черты, в большей степени свойственные социальной помощи, нежели страхованию. Нет реального разделения системы социального страхования и социальной помощи. Большинство социальных выплат недостаточно и это при довольно большой страховой нагрузке на работодателей.

Список использованной литературы.

1. Винавер М. М. Из области цивилистики. – СПб: Тип. А.Г. Розена, 1908. – 250 с.
2. Ачаркан В.А., Сеницына Т.А. Фонды социального обеспечения в СССР. – М.: Финансы, 1977. – 125 с.
3. Правительство Российской Федерации Постановление от 12 февраля 1994г. №101 «О Фонде социального страхования Российской Федерации».
4. Налоговый кодекс Российской Федерации часть 2: принят ГД ФС РФ 19.07.2000. Глава 24.
5. Буданова Л.В. Энциклопедия ЕСН. Настольная книга бухгалтера. – М.: «Бератор – Паблишинг», 2008. – 149 с.
6. Федеральный закон от 24 июля 2009 г. N 212-ФЗ «О страховых взносах в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования и территориальные фонды обязательного медицинского страхования».
7. О.В. Гатуринов Финансово – правовая природа обязательных социальных взносов // Финансовое право. – 2013. – №8. – С. 23–30.

ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ В 2014 ГОДУ

Е.П. Рудь, Т.В. Арцер

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: rud_evgenya@mail.ru.

Научный руководитель: Арцер Т.В., канд. экон. наук, доцент.

Кассовые операции занимают одно из центральных мест в деятельности предприятия. При их ведении все организации должны руководствоваться Порядком ведения кассовых операций. С 1 июня 2014 года начал действовать Новый порядок ведения кассовых операций. В статье рассмотрены произошедшие изменения в этом порядке и дана их оценка.

С 1 июня 2014 года произошли изменения в бухгалтерском учете кассовых операций на предприятии. Это связано с вступлением в силу Указания Банка России от 11.03.2014 № 3210-У "О порядке ведения кассовых операций юридическими лицами и упрощенном порядке ведения кассовых операций индивидуальными предпринимателями и субъектами малого предпринимательства". Произошедшие изменения предопределяют актуальность исследования.

Цель данной работы – рассмотреть основные произошедшие изменения в правилах ведения учета наличных денежных средств на предприятии и дать им оценку.

Для выполнения поставленной цели необходимо выполнить следующие задачи:

1. Определить функции кассы на предприятии.
2. Сравнить старый порядок ведения кассовых операций с новым.
3. Дать оценку произошедшим изменениям.

Денежные средства предприятий могут храниться в виде наличных денег и денежных документов, на счетах в банке, в выставленных аккредитивах и открытых особых счетах, чековых книжках. Для хранения, приема и выдачи денежных средств наличными организация создает специальный обособленный участок бухгалтерии – кассу.

Кассовые операции занимают одно из центральных мест в деятельности организации. Потребность в наличных деньгах возникает постоянно и связана с выплатой заработной платы, пособий, средств на командировочные и хозяйственные расходы, оплату услуг наличными. В то же время в кассу ежедневно могут поступать платежи наличными за оказанные услуги, в погашение долга работниками, поступления с расчетного счета [1, с.4].

Предприятия, независимо от организационно-правовых форм при осуществлении операций с денежной наличностью должны руководствоваться Порядком ведения кассовых операций.

С 1 июня 2014 года начал действовать Новый порядок ведения кассовых операций [2], в который были внесены следующие изменения (таблица 1).

Таблица 3 – Различия старых правил ведения кассовых операций и новых[3]

Положение ЦБ России № 373-П (старое)	Указание ЦБ России № 3210-У (новое)
<p>Лимит кассы устанавливали все, в том числе индивидуальные предприниматели и малые предприятия. Все ИП обязаны были вести кассовую книгу, выписывать кассовые документы.</p>	<p>ИП и малые предприятия могут не устанавливать лимит кассы.</p>
<p>Листы кассовой книги должны быть прошиты, пронумерованы, заверены подписью руководителя и главного бухгалтера и скреплены печатью. Требовалось хранить кассовые документы и кассовую книгу в течение сроков, установленных законодательством об архивном деле.</p>	<p>ИП могут не оформлять приходные и расходные кассовые ордера и не вести кассовую книгу. Данное требование исключено из текста. Данное требование исключено из текста. Порядок хранения кассовых документов определяет руководитель организации.</p>
<p>При использовании ККТ выручка вносится в кассу одним приходным ордером на всю сумму выручки, полученной через кассовый аппарат.</p>	<p>Данный порядок распространен на применение вместо ККТ бланков строгой отчетности (БСО) при оказании услуг населению, а также товарных чеков и иных аналогичных документов, подтверждающих оплату при ЕНВД или ПСН.</p>
<p>Расчет лимита остатка наличных по формуле № 2 можно было применять только при отсутствии поступлений наличных денег за проданные товары, выполненные работы и оказанные услуги.</p>	<p>Данное требование исключено из текста, следовательно, организация теперь может самостоятельно выбирать на основе какой формулы ей осуществлять расчет лимита.</p>

Новый порядок ведения кассовых операций содержит формулу расчета лимита наличных, не привязанную строго к поступлениям в кассу. Организация может сделать расчет как исходя из наличной выручки, так и суммы расходов. Ранее лимит определялся банком, обслуживающим предприятие, по согласованию с руководителем. Малые компании и предприниматели вправе не устанавливать лимит кассы. А утвержденное ранее предельное значение остатка наличных денег можно отменить, издав соответствующий приказ.

Предприниматели теперь освобождены от ведения кассовой книги, поскольку они регистрируют кассовые операции в книгах учета доходов или доходов и расходов. А на ЕНВД рассчитывают налог исходя из потенциально возможного дохода, и для них показатели наличной выручки значения не имеют.

Прежний порядок ведения кассовых операций предусматривал, что оформлять приходные и расходные кассовые ордера мог только кто-то из работников компании – главбух, бухгалтер, другой сотрудник, назначенный директором, либо он сам. Теперь директор может доверить оформление кассовых документов работнику сто-

ронной организации или частному бухгалтеру, с которым компания заключила договор бухгалтерского сопровождения. Приказ директора о назначении ответственного за оформление ордеров главбух может не визировать. Но выполнять функции кассира, то есть выдавать и принимать наличность в кассе, по-прежнему может только штатный работник.

В расходном ордере сумму, которую получил из кассы работник компании или другой человек, теперь можно печатать в учетной программе. Вписывать эту сумму от руки больше не требуется. От получателя нужна лишь подпись.

Новые правила требуют вести кассовую книгу по старой форме. Но зато распечатывать ее теперь можно в одном экземпляре, а не в двух, как требовалось раньше. Исключение – кассовая книга обособленного подразделения. Еще одно изменение – при бумажном документообороте хранить кассовую книгу в электронном виде больше не надо. Новый порядок ведения кассовых операций такого требования не содержит.

У всех компаний появилась возможность вести электронный документооборот по кассовым операциям. В таком случае бумажные экземпляры РКО, ПКО, кассовой книги и ведомостей оформлять не обязательно. Но только при одном условии, которое устанавливает порядок ведения кассовых операций: электронные документы надо заверять квалифицированной электронной подписью.

Банк России уточнил порядок исправления документов. Во-первых, в новом порядке есть оговорка о том, что электронные документы нельзя исправлять после того, как они подписаны. Документ с ошибкой можно только удалить, а вместо него надо создать новый, правильный. Аналогичный способ предусмотрен и для электронной кассовой книги, если она уже подписана квалифицированной подписью. Во-вторых, порядок ведения кассовых операций прямо предусматривает, что можно исправлять бумажные кассовую книгу, платежные и расчетно-платежные ведомости. А приходные и расходные кассовые ордера нельзя. Старый порядок тоже запрещал корректировать ордера. Но не было ясно, можно ли при этом править остальные документы.

Появилось три новых правила для обособленных подразделений. Во-первых, обособленным считается любое подразделение компании, по местонахождению которого оборудовано хотя бы одно рабочее место. При этом не имеет значения, на какой срок его создали. Во-вторых, все обособленные подразделения должны соблюдать лимит остатка наличных. В каком порядке устанавливать этот лимит, зависит от того, имеет ли право подразделение самостоятельно сдавать наличные деньги на счет в банке. В-третьих, все обособленные подразделения – и сдающие, и не сдающие деньги в банк – должны вести свою кассовую книгу. Причем в головной офис подразделение должно передавать не листы кассовой книги (как раньше), а их копии, заверенные руководителем подразделения.

Теперь предприятиям не нужно составлять кассовую книгу за дни, в которых не было наличных расчетов. Раньше формулировка была путаной, поэтому некоторые компании заводили листы даже на пустые дни. На квитанции к приходному кассовому ордеру кассир должен поставить штамп. Для подписи четких правил нет. Но в унифицированной форме на квитанции есть строка для подписи кассира. Поэтому покупателям безопаснее проверить, чтобы кассир продавца завизировал квиток.

Деньги между кассирами можно передавать без расходного кассового ордера. Достаточно сделать запись в книге учета принятых и выданных кассиром наличных. Прежний порядок предусматривал два способа, что приводило к путанице.

Суммы из всех бланков строгой отчетности за день можно объединять в одном ПКО. Раньше такое правило было прописано только для сумм, пробитых по ККТ.

Прежний порядок ведения кассовых операций позволял сдать выручку в отделение федеральной почтовой связи. Теперь компания может сдать сверхлимитные наличные деньги только в банк или инкассаторам.

Из вышесказанного следует, что введенные изменения имеют как плюсы, так и минусы. К плюсам таких изменений относится появление у предприятий возможности пересчитать лимит по выгодной для них формуле, а малые компании и предприниматели могут вообще отменить свой лимит, также предприниматели освобождаются от ведения кассовой книги. Распечатывать электронную книгу теперь можно в одном экземпляре, при бумажном документообороте хранить кассовую книгу в электронном виде больше не нужно. Менее строгими стали требования к тем, кто отвечает за оформление и подписание приходных и расходных кассовых ордеров. Был уточнен порядок исправления документов, уточнено понятие обособленного подразделения, что внесло отсутствующую ясность в эти вопросы.

К минусам нового порядка можно отнести высокую затратность электронного документооборота по кассовым операциям, так как электронные документы надо заверять квалифицированной электронной подписью. Покупать электронную подпись для каждого подотчетного лица, чтобы те могли заверять электронные ПКО и РКО, для многих компаний не представляется возможным. То же самое с зарплатными ведомостями: оформлять электронную подпись каждому работнику слишком дорого и хлопотно. Поэтому пока безопаснее и удобнее оформлять первичные кассовые документы и ведомости на бумаге.

Еще одним минусом является отмена сдачи сверхлимитной выручки в отделение федеральной почтовой связи, теперь компания может сдать ее только в банк или инкассаторам, что не так удобно.

В заключении можно сказать, что Порядок ведения кассовых операций во многом остался прежним, то есть тем, который действовал до 1 июня 2014 года. Так, ПКО, РКО, кассовая книга и ведомости не изменились, хотя планировалось их упростить. Поэтому предприятия могут оформлять все по прежним унифицированным формам, но с учетом новых правил заполнения, которые в большинстве случаев являются положительными и облегчают учет наличных денежных средств.

Список использованной литературы.

1. Димитренко Н.В. Бухгалтерский учет: Учебное пособие. [Электронный ресурс] // 2002. С. 4. URL: <http://window.edu.ru/library/pdf2txt/944/40944/18249>. (дата обращения: 1.10.2014 г.).

2. Указание ЦБ РФ «О порядке ведения кассовых операций юридическими лицами и упрощенном порядке ведения кассовых операций индивидуальными предпринимателями и субъектами малого предпринимательства» №3210-У от 11 марта 2014г [Электронный ресурс] // Консультант Плюс: справочная правовая система. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_163618/. (дата обращения: 1.10.2014 г.).

3. Порядок ведения кассовых операций 2014. Кассовая дисциплина и расчет лимита кассы [Электронный ресурс] // Библиотека центра. URL:

http://www.assessor.ru/notebook/kassa_limit_kassy_raschety_nalichnymi_kassovaja_kniga/poryadok_vedeniya_kassovyh_operacij/. (дата обращения: 2.10.2014 г.).

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ПЛАТЕЖЕЙ В РОССИИ

Е.И. Сакулина

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: sakulina_e@mail.ru

Научный руководитель: Желбунова Л.И., ст. преподаватель

В данной статье рассматривается особенность развития природоохранной деятельности России, система имеющихся экологических платежей и порядок их взимания. В ходе работы был проведен анализ проблем российского экологического налогообложения, проанализированы возможные варианты развития экологических платежей на территории России. Каждый член общества должен помнить и понимать важность состояния природы. Исходя из этого, важным остается финансовый вопрос охраны окружающей среды.

На сегодняшний день одной из глобальных проблем современности является экологическая. Экологические проблемы касаются всех сфер жизни общества и являются одним из показателей устойчивого развития государства.

С развитием научно-технического прогресса возрастает нагрузка на окружающую среду, увеличивается интенсивность использования природных ресурсов, что приводит к их истощению, повышается уровень загрязнения природы.

Все мировое сообщество пришло к мнению о том, что необходимо рационализировать использование природных ресурсов и сформировать систему защиты окружающей среды. Данная задача является важнейшей на сегодняшний день. В борьбе за окружающую среду большое значение имеют экономические методы.

Страны ЕС пришли к такому выводу около тридцати лет назад (1973г.) и достигли наибольших успехов. Первыми экологическими платежами по областям применения стали[1]:

- энергетические налоги (energy taxes);
- транспортные налоги (transport taxes);
- платежи за загрязнения (tax on emissions);
- платежи за размещение отходов и налоги на специальные продукты (tax on waste);
- налоги на выбросы веществ (вещества, разрушающие озоновый слой) (tax on emissions);
- налог на шум (earmarked charges);
- платежи за пользование природными ресурсами (royalty).

Окружающая среда оказывает воздействие на прогресс не только в сфере промышленности, но и на социально-экономическую сферу в целом.

Природа России является очень уязвимой, в результате антропогенного воздействия. Сложно сказать, способна ли она обеспечить экономическое и социальное развитие для будущих поколений граждан.

Экологическая функция государства осуществлялась на протяжении всего развития государства. Рассмотрим историю ее развития, разделив на 6 этапов.

Первый этап: появление Законов об использовании и охране природных ресурсов (1917–1922 гг.). На этом этапе практически отсутствовали экономические методы воздействия. Происходило игнорирование рыночных стимулов, занижение цены на природное сырье, у предприятий отсутствовала ответственность за загрязнение окружающей среды. Это было недостатком административной системы управления. Почти во всех регионах ухудшилась экологическая обстановка, в большей степени в промышленных городах.

Второй этап: развитие природоресурсного законодательства (1922–1957 гг.).

Третий этап: по всему СССР принимаются новые законы об охране природы (1957–1963 гг.). В том числе, был принят Закон РСФСР от 26 октября 1960 г. «Об охране природы в РСФСР».

Четвертый этап: Союзное и республиканское законодательство о природных ресурсах и атмосферном воздухе (1968–1980 гг.). Данное финансирование давало стабильные средства на охрану природы.

Пятый этап: попытка перестройки общественного отношения к природе, бережное использование природных ресурсов (1985–1990 гг.). В 1988 году усилилось регулирование проблем экологии при помощи экономических методов. Происходил переход к платному природопользованию, в некоторых регионах создавались первые специальные фонды охраны природы.

Шестой этап: процесс создания более оптимальной модели для реализации экологической функции государства (1990 г.–до настоящего времени). В 1991 году плата за природные ресурсы, расходы на содержание экологических фондов стали включаться в себестоимость продукции. Появилась плата за превышение объемов допустимых выбросов. Новый этап был ознаменован появлением закона РСФСР «Об охране окружающей природной среды» [2]. В данном законе отражались объекты охраны окружающей среды, было отражено право каждого гражданина на охрану здоровья от воздействия неблагоприятной окружающей природной среды.

Изучив историю развития экологической функции государства, можно сделать вывод, что данное направление является законодательно обусловленным в России.

Существуют базовые нормативы за вредное воздействие на окружающую среду:

1. в пределах допустимых нормативов;
2. в пределах установленных лимитов (временные нормативы).

Но предельно допустимые нормативы отсутствуют, поэтому нормативы платы устанавливаются согласно установленным лимитам [3].

Природоресурсные платежи являются важным источником формирования доходов бюджета субъектов РФ с 2001 г. До этого времени финансовые средства аккумулировались в ЕГЭФ (Единый Государственный Экологический Фонд).

Согласно нормативным актам в сфере экологического налогообложения и НК РФ, рассмотрим существующие на сегодняшний день экологические платежи РФ. Платежи подразделяются на налоговые и неналоговые.

1. Налоговые платежи

а). Водный налог: был введен в январе 2005 года, заменил плату за воду. Является федеральным налогом, регулируется НК РФ [4, гл.25.2]. Данный налог взимается за пользование водными объектами на территории России. Полученные средства направляются на охрану и восстановление водных объектов. Налоговая база: объем воды; произведенная за налоговый период электроэнергия;

произведенная древесина и расстояние ее сплава; площадь предоставленного пространства. Налоговый период—квартал. Ставка налога зависит от объектов обложения и выражается в рублях. Рассчитывается самостоятельно налогоплательщиком.

б). Сборы за пользование объектами живого мира: перечень объектов приведен в НК РФ [4, гл.25.1]. Плательщики—организации и физические лица, получившие лицензию на пользование объектами животного мира на территории России. Ставки предусмотрены в НК РФ [4]. Ставки не устанавливаются, когда: объекты животного мира используются в статистических или научных целях (согласно законодательству); а так же в целях предотвращения какого-либо ущерба населению, экономике и т.д.

в). Сборы за пользование объектами водных биологических ресурсов: перечень объектов приведен в НК РФ. Плательщики—организации и физические лица, получившие лицензию на вылов биологических водных ресурсов. Ставки сбора установлены НК РФ [4], за исключением случаев рыболовства для акклиматизации и воспроизводства, научного исследования водных ресурсов.

г). Налог на добычу полезных ископаемых: установлен НК РФ [4, гл. 26], данная глава была введена в 2002 году. Налог взимается с организаций и индивидуальных предпринимателей (ИП), получивших в пользование участки недр для разведки и разработки месторождений полезных ископаемых. Объектом налогообложения выступают полезные ископаемые, добытые из недр на территории РФ или на территории, находящейся под юрисдикцией РФ (или арендуемые). База налога—добытые полезные ископаемые в натуральном выражении. Размер налоговой ставки зависит от вида полезного ископаемого. НДСП выполняет фискальную и регулирующую (инструмент распределения и перераспределения ВВП) функции. Платежи поступают в федеральный бюджет, бюджет субъекта и местный бюджет.

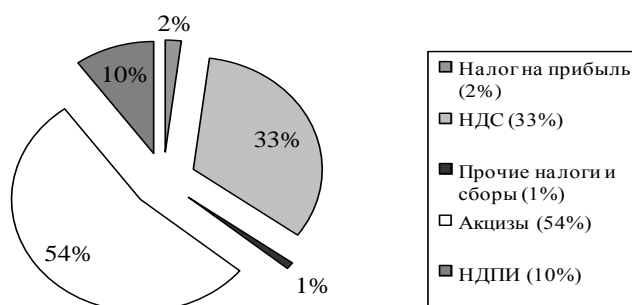


Рис. 1. Доля НДСП в структуре дохода Федерального бюджета [5]

Большая часть экспорта страны состоит из полезных ископаемых и сырьевых материалов.

д). Земельный налог: действует с 1991г., взимается за использование земельных ресурсов (местный налог). С 2005 года плательщиками являются организации и физические лица, имеющие в собственности земельные участки, право пожизненно наследуемого владения или бессрочного пользования. Налоговая база–кадастровая стоимость земельного участка на начало налогового периода (года). Организации и ИП исчисляют налог самостоятельно, физическим лицам исчисляют налоговые органы.

2. Неналоговые платежи:

а). Плата за негативное воздействие на окружающую среду (за загрязнение окружающей среды): виды отрицательного воздействия описаны в ФЗ «Об охране окружающей среды» 2002 год [6]. В определении масштабов негативного воздействия используют нормативы и лимиты допустимого воздействия, выбросов и концентраций. Все эти ограничения призваны сохранить и поддержать качество окружающей среды. Данный платеж не взимается с деятельности, не приносящей урон окружающей среде [7]. Данная плата включает в себя несколько платежей за виды вредного воздействия. Своевременная неуплата экоплатежей налагает на нарушителя административный штраф.

б). Плата за землю: все виды платежей на землю, в связи с правом частной собственности [8].

в). Плата за лесные ресурсы: платеж предусмотрен Лесным кодексом РФ [9].

г). Платежи за пользование недрами: недра выступают объектом государственной собственности. База исчисления платежей: вид пользования недрами. Закон «О недрах» устанавливает максимальные и минимальные платежи за пользование недрами [10, ст.43].

д). Сбор за выдачу разрешения на захоронение отходов и других материалов: сумма равна прямым затратам на выдаваемое разрешение. Сбор перечисляется в федеральный бюджет РФ.

Необходимо подчеркнуть, что на сегодняшний день не существует четкого организационно-правового механизма для получения платы от организаций и физических лиц за загрязнение недр и почв, окружающей среды физическими воздействиями. Российское налогообложение и законодательство в сфере охраны окружающей среды несовершенны и неэффективны. Плата за негативное воздействие на окружающую среду взимается в недостаточных размерах. Это не стимулирует отказ от вредного производства и внедрение экологически безопасных технологий и не финансирует в достаточной мере программы по охране окружающей среды.

Почти 15% территории России не соответствует нормативам экологической безопасности. Экология многих субъектов РФ угнетена. Регулярные лесные пожары так же отрицательно сказываются на состоянии природной экосистемы. В условиях выхода из социально-экономического кризиса, проблемы с экологией для государства могут стать еще более острыми.

Главным условием положительного развития остается материальная сторона, а именно получение достаточного дохода от использования природных ресурсов. Но для сохранения природного потенциала и поддержания природной безопасности нужна более развитая система экологических платежей.

Правительство должно тщательнее контролировать выполнение экологической функции государства. Необходимо выделить одним из главнейших приоритетов экологическую безопасность, детальнее изучать суть экологической проблемы. Хо-

рошей основой для реформации может стать мировой опыт в решении схожих проблем.

Список использованной литературы.

1. Гордеева С.Н. Платежи за выбросы: право, учет, налоги // Транспортные услуги: бухгалтерский учет и налогообложение. – 2012. – № 5. – С.8.

2. Закон РСФСР «Об охране окружающей природной среды» от 19.12.1991 г. (утратил силу).

3. Постановление Правительства РФ № 344 от 12.07.2003 г. «О нормативах плат за выбросы в атмосферный воздух загрязняющих веществ стационарными и передвижными источниками, сбросы загрязняющих веществ в поверхностные и подземные водные объекты, размещение отходов производства и потребления».

4. Налоговый кодекс РФ от 05.08.2000 г. (ред. от 04.10.2014 г.) [Электронный ресурс] // Консультант-Плюс. URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base> (дата обращения: 11.10.2014 г.).

5. Итоги поступлений в федеральный бюджет за 2013 год [Электронный ресурс] // Федеральная Налоговая Служба. URL: http://nalog.ru/m64/news/activities_fts/4494715/ (дата обращения: 10.10.2014 г.).

6. Федеральный Закон № 7-ФЗ «Об охране окружающей среды» от 10.01.2002 г. (ред. от 12.03.2014 г.).

7. Постановление Правительства РФ N 632 от 28.08.1992 г. «Об утверждении Порядка определения платы и ее предельных размеров за загрязнение окружающей природной среды, размещение отходов, другие виды вредного воздействия» (с изм. от 26.12.2013 г.).

8. Земельный кодекс РФ от 25.01.2001 г. (ред. от 21.07.2014 г.) [Электронный ресурс] // Консультант-Плюс. URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base> (дата обращения: 30.09.2014 г.).

9. Лесной кодекс РФ от 04.12.2006 г. (ред. от 21.07.2014 г.) [Электронный ресурс] // Консультант-Плюс. URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LA> (дата обращения: 02.10.2014 г.).

10. Фед. Закон «О недрах» от 21.02.1992 г. (ред. от 28.12.2013 г.) [Электронный ресурс] // Консультант-Плюс. URL: <http://www.consultant.ru/popular/nedr/> (дата обращения: 02.10.2014 г.).

ВИРТУАЛЬНЫЙ И РЕАЛЬНЫЙ ХАРАКТЕР ПРИБЫЛИ

Л.И.Сафонова

Томский политехнический университет, г. Томск

E- mail: safon-larisa2012@yandex.ru

Рассмотрены понятия прибыли, применяемые в бухгалтерском и для целей налогообложения. Определены факторы, влияющие на их расхождение. Показано влияние некоторых ситуаций, приводящих

к условному увеличению прибыли, не связанному с реальными причинами, влияющими на положительный финансовый результат.

Для российской учетной практики характерно наличие разных методов классификации доходов и расходов для целей ведения бухгалтерского и налогового учета. Существующая система ведения бухгалтерского учета допускает применение двухзвенной классификации доходов и расходов: по обычным видам деятельности и прочие. Соответственно и финансовый результат хозяйственной деятельности имеет аналогичную структуру и определяется как разница между доходами и расходами. При обращении к нормативным документам, мы имеем недостаточно четкое определение понятия прибыли. Так, в Положении по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации прописано, что «бухгалтерская прибыль (убыток) представляет собой конечный финансовый результат (прибыль или убыток), выявленный за отчетный период на основании бухгалтерского учета всех хозяйственных операций и оценки статей баланса по правилам, принятым нормативными правовыми актами по бухгалтерскому учету»[1].

В налоговом учете доходы и расходы также делятся на две группы. Первая группа связана с производством и реализацией, а вторая группа – внереализационные доходы и расходы. По составу бухгалтерские и налоговые доходы и расходы в чем-то совпадают, но имеются и существенные различия. Что касается самого определения прибыли, то в НК РФ оно, на наш взгляд, представлено более определенно: Это доход, уменьшенный на величину расходов, определяемых в соответствии с главой 25 НК РФ с учетом особенностей определения прибыли для различных категорий налогоплательщиков[2].

В силу того, что одни и те же доходы и расходы в бухгалтерском и налоговом учете зачастую признаются по разным правилам (что достаточно подробно отражено в ПБУ 18/02 «Учет расчетов по налогу на прибыль»), то и величина финансового результата может быть разная. Возможно такое сочетание когда, бухгалтерская прибыль превышает налоговую, а может и наоборот, когда положительный финансовый результат, полученный по данным налогового учета, оказывается выше бухгалтерского (Например: в случае применения «кассового метода» признания доходов в налоговом учете, который недопустим в бухгалтерском учете). Еще более нелепой выглядит ситуация, когда по одним и тем же учетным данным, в бухгалтерском учете мы получаем прибыль, а в налоговом убыток.

Все эти факты свидетельствуют о том, что прибыль, исчисленная по правилам бухгалтерского и налогового учета, не всегда отражает реальное положение дел организации. Если сделать смелое допущение о том, что в российской практике учета ведется лишь один вид учета – бухгалтерский (а до введения налогового кодекса так и было), то, и в этом случае, всплывают обстоятельства, свидетельствующие о том, что на величину прибыли по счету 84 могут оказать воздействие факторы, не связанные напрямую с эффективной деятельностью предприятия.

Так, к примеру, если организация в соответствии с учетной политикой периодически осуществляет переоценку основных средств и нематериальных активов, то результаты этой переоценки (дооценки) отражаются проводками:

Дебет 01 Кредит 83 и Дебет 83 Кредит 02. Предположим, что первоначальная стоимость переоцениваемых активов составила 2 000 000 рублей, а накопленная амортизация 600 000 рублей. При коэффициенте пересчета 0.2, дооценка первоначальной стоимости составит 400 000 рублей, а сумма дооцененной амортизации

30000 рублей. Общий результат переоценки по счету 83 составит 570000 тыс. рублей (600000 – 30000).

Если по каким-либо причинам эти активы выбывают (списываются, продаются, обмениваются и т.д.), то результат дооценки списывается проводкой:

Дебет 83 Кредит 84 -570000 рублей, то есть эти суммы попадают на кредит счета 84, тем самым увеличивая величину нераспределенной прибыли без каких-либо усилий со стороны компании. Имеет место явно виртуальное наращивание прибыли.

Рассмотрим известное положение о том, что акционерные компании, в соответствии с Законом акционерных обществ, по окончании второго и последующего финансового года обязаны произвести сопоставление своих чистых активов с величиной уставного капитала. Если в результате такого сравнения, стоимость чистых активов окажется меньше величины уставного капитала, то общество обязано довести уставный капитал до величины чистых активов довольно своеобразным способом. Предположим, что на этапе формирования акционерного общества был сформирован капитал в сумме 1 000 000 рублей, а чистые активы определяемые по специальной методике оказались равными 800 000 рублей. Чтобы сравнить уставный капитал с чистыми активами необходимо на 200 000 рублей уменьшить уставный капитал по дебету счета 80, а в качестве корреспондирующего счета мы опять имеем счет чистой нераспределенной прибыли и соответствующую проводку: Дебет 80 Кредит 84.- 200 000 рублей. Эти 200 000 по сути также нереальная, а виртуальная прибыль[3]

К слову сказать, и в зарубежной учетной практике тоже сталкиваются с такими ситуациями. Общеизвестным является тот факт, что финансовые отчеты западноевропейских корпораций рассчитанные по национальным стандартам, имеют финансовые показатели значительно лучшие, нежели показатели, рассчитанные по тем же данным, но на основе стандартов GAAP.

Таким образом, можно сделать вывод о том, прибыль величина расчетная, методики расчетов разные, критерии признания доходов и расходов могут не совпадать, поэтому прибыль, отраженная в бухгалтерском балансе нельзя признавать величиной полностью достоверной.

Список использованной литературы.

1. 26 положений по бухгалтерскому учету. – М.: Проспект, П52, 2012. – 40 с.
2. Налоговый кодекс Российской Федерации. Комментарии к последним изменениям / Под редакцией Г.Ю.Касьяновой (13-е изд., перераб. и доп.). – М.: АБАК, 2013. – 554 с.
1. Сафонова Л.И., Арцер Т.В. Финансовый учет в коммерческих организациях: пособие. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2012. – 145 с.

ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИЙ В РИТЕЙЛЕ: ОСНОВНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ

А.Н. Сидоренко, Ю.Ш. Сиразитдинова*

Томский политехнический университет, г. Северск

*Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: anasta7ya@mail.ru

E-mail: yulia_sir@yahoo.com

В современных условиях розничным сетям необходимо адаптироваться к изменениям во внешней среде и использовать их для развития своих конкурентных преимуществ. Одним из решений может быть использование различных видов инноваций. Однако не все ритейлеры прибегают к данной стратегии. В связи с этим актуально будет осветить основные проблемы, не позволяющие ритейлерам в полной мере использовать инновации в своей деятельности.

Одной из особенностей последнего времени стало бурное развитие розничной сетевой торговли в России. По данным Росстата в июле 2013 года их доля от общего оборота торговли составляла 21,1%, а в июле 2014 года - уже 22,1 процента. Согласно Прогнозу социально-экономического развития России в 2015–2017гг., разработанному Минэкономразвития, розничный товарооборот будет демонстрировать позитивную динамику (табл. 1) [1].

Таблица 1 – Динамика оборота розничной торговли (прирост, % к предыдущему году) [1]

	2012	2013	2014 оценка	прогноз			2017 к 2013, %
				2015	2016	2017	
Розничный товарооборот	106,3	103,9	101,9	100,6	102,9	103,4	109,1
продовольственные товары	103,6	102,6	100,2	100,1	101,7	102,1	104,2
непродовольственные товары	108,69	104,9	103,4	101,0	104,0	104,6	113,7

По данным консалтинговой компанией Deloitte в число быстрорастущих ритейлеров в 2013 финансовом году вошли четыре российские компании (X5 Retail Group, «Магнит», «М.Видео» и «Дикси»). При этом еще несколько ритейлеров (например, «Лента» и «О'Кей») остановились в шаге от включения в рейтинг, и вполне вероятно попадание их в рейтинг в следующем году. С каждым годом российские ритейлеры все прочнее укрепляются в списке 250 крупнейших розничных компаний мира.

Российский ритейл остается стабильно растущим сектором экономики. Но вместе с ростом увеличивается и конкуренция между его игроками. Развивая свой бизнес, ритейлеры стали уделять пристальное внимание сокращению издержек и оптимизации операционных расходов, а также повышению лояльности покупателей. В такой ситуации ритейлеры вынуждены искать все новые пути привлечения поку-

пателей, среди которых большое значение имеют и технологические новинки, позволяющие сделать процесс обслуживания удобным и эффективным. В таких условиях ИТ-рынок предлагает ритейлу массу инновационных решений для интеллектуального процесса продаж.

Ключевым фактором, определяющим в настоящее время развитие ритейла, является изменение культуры потребления. Сегодня потребители предъявляют все больше требований не только к наличию необходимых товаров, их качеству, но так же к месту совершения покупок, к предоставляемому сервису в магазине. Будущее ритейла заключается в приближении на максимальном уровне к потребностям клиента, повышении удобства процедуры покупки [2].

Информированность современных покупателей поражает. Повсеместный доступ к информации и развитие ритейла привели к тому, что покупатель зачастую лучше осведомлен о товаре, чем продавец. Перед тем как сделать покупку, покупатель сам проводит маркетинговое исследование. Каждый покупатель формирует свои ожидания, связанные с ценой, качеством, местом и временем покупки. Он четко знает, чего хочет, и ждет от ритейлера соответствующего предложения и уровня обслуживания [3].

Ритейлеры, с одной стороны, стараются соответствовать требованиям покупателей по предоставлению в удобном виде максимально подробной информации о товарах и развитию комфортных способов совершения покупок, а с другой, заинтересованы в усовершенствовании бизнес-процессов торговых сетей и получении исчерпывающих данных о потребительских предпочтениях [4].

Ориентация на потребности клиента и управление его лояльностью – ключевые тренды информатизации ритейла. В целях привлечения покупателей и повышения их лояльности к своим магазинам розничные сети прибегают к различным маркетинговым стратегиям и инструментам. Более того, в условиях конкуренции компании стремятся снизить издержки на обслуживание потребителей и повысить качество предоставляемых услуг, не увеличивая при этом цену на предлагаемую продукцию. Завоевание как можно большей целевой аудитории при эффективном расходовании средств на обслуживание становится приоритетной задачей для предприятий розничной торговли. Одним из решений данной проблемы может стать внедрение инноваций в процесс взаимодействия компании с покупателями [5].

В настоящее время четко сформулированного определения «инновация в торговле» в научной литературе не представлено. Все существующие трактовки «инноваций» довольно общие и характерны для любой отрасли экономики [6].

В общем виде инновация – это процесс научно-технической деятельности, результатом которой являются нововведения технического, технологического, организационного или управленческого характера [7].

Необходимо отметить, что: инновация всегда связана с прогрессом, необходимым условием признания новшества инновацией является его внедрение в практическую деятельность, и, инновация предполагает получение коммерческой выгоды [8]. То есть, необходима не только сама идея создания нового продукта, но также и ее практическое воплощение для удовлетворения потребностей клиента, основной целью которого является получение прибыли [5].

Таким образом, возникает необходимость конкретизировать общее понятие «инновация» с позиции современной торговли. Инновация в торговле – это набор определенных процессов, которые происходят внутри торгового предприятия и

приводят к повышению конкурентоспособности предприятия, росту производительности труда и увеличению прибыльности [9].

Основная задача инновации в торговле – обеспечить высокое качество процессов купли-продажи и товародвижения, торгового обслуживания и торговой деятельности в целом. Очень важно внедрение технологий, позволяющих более эффективно использовать здания, торговые площади, торговое оборудование, технические средства, программные продукты, а также создавать необходимые условия для роста производительности труда, снижения затрат и повышения эффективности работы организации в целом [10].

К инновациям, призванным решить проблему взаимодействия компании с покупателями, относятся информационные технологии самообслуживания, которые позволяют потребителям получать услугу независимо от прямого вовлечения работника в оказание данной услуги. Они представляют собой любой основанный на технологии вид деятельности, который предлагают поставщики услуг клиентам, чтобы последние могли выполнить обслуживание или его часть самостоятельно.

Инновационность технологий самообслуживания заключается в следующем:

- новизна – данные технологии стали внедряться на рынках различных стран относительно недавно, и ежегодно их ассортимент пополняется все новыми видами, способствующими упрощению деятельности, как компании, так и потребителя (от электронных весов до личных помощников покупателей в розничной торговле);

- практическая применимость – возможность их использования практически во всех сферах экономики;

- реализуемость – ряд технологий самообслуживания были положительно восприняты потребителями и уже несколько десятков лет активно ими используются, в то же время появление каждого нового вида технологии на рынке (касс самообслуживания, например) требует от компании-производителя детального исследования поведения покупателей и их потребности в конкретном новшестве;

- запросы потребителей – первоначальной потребностью покупателей было более быстрое обслуживание и сокращение расходов, в дальнейшем появилось желание выполнять определенные действия, не выходя из дома или в одном месте, 24 часа в сутки и при этом получать удовольствие от совершаемых действий.

Исходя из этого, можно говорить о том, что развитие технологий самообслуживания является инновационным процессом, способствующим быстрому удовлетворению меняющихся потребностей покупателей и увеличению конкурентоспособности компании.

Рассмотрение различных теоретических подходов позволяет признать, что технологии самообслуживания могут заменить работника во многих ситуациях. Это позволяет, с одной стороны, снизить операционные расходы компаний и, в частности, в ряде случаев уменьшить торговые площади. Так, кассы самообслуживания позволяют сократить расходы на персонал и будут заменять по своей пропускной способности как минимум две традиционные кассы. С другой стороны, для покупателей – это экономия времени и объективность предоставления услуг. Более того, они смогут использовать отдельные виды технологий самообслуживания круглосуточно. Однако некоторые клиенты все же предпочитают общаться с человеком, а не с машиной. Одной из причин такого поведения является боязнь потребителей технологических новинок, данный фактор является одной из основных причин нежелания использовать технологии самообслуживания.

Кроме того, основным вопросом, возникающим у владельцев розничных сетей при внедрении технологий самообслуживания, – это скорость окупаемости, так как такие технологии достаточно дорогостоящие. При этом потребительское поведение на инновационном рынке непредсказуемо, поэтому для эффективной работы компаний, предоставляющих на рынок инновационную продукцию, необходимо разработать модели поведения потребителей, которые помогут лучше понять потребности каждого отдельного клиента. При правильной расстановке приоритетов и продуманном бизнес-плане внедрение данных инноваций не будет убыточно для продавца. Данный вывод подтверждается опытом: для упрощения покупки товаров уже на протяжении нескольких десятилетий разрабатываются инновационные решения, которые способны сделать этот процесс неустойчивым и даже приятным для потребителя.

Для компании позитивное восприятие технологии самообслуживания покупателями будет означать повышение их лояльности, а значит и увеличение продаж, и усиление конкурентоспособности на рынке розничных услуг. Однако необходимо преодолеть проблемы в большей мере не зависящие от человека – технологические, так как для обеих сторон технические неполадки могут привести к потере многих преимуществ данных инноваций. Также компаниям необходимо обратить внимание на боязнь потребителей новых технологий. Необходимо проработать стратегии помощи клиентам, которые помогут им почувствовать себя уверенно при взаимодействии с технологией.

Таким образом, внедрение технологий самообслуживания достаточно выгодно, как для потребителя, так и для розничной сети, однако необходимо принимать во внимание проблемы, с которыми могут столкнуться обе стороны при применении инноваций.

Основные преимущества технологии самообслуживания в розничной торговле:

- для клиента: экономия времени, четкость действий, объективность, предоставление услуг круглосуточно;
- для компании: снижение операционных расходов и издержек по расширению торговой площади, повышение конкурентоспособности и увеличение доли рынка, усиление приверженности клиента.

Основные недостатки технологии самообслуживания в розничной торговле[5]:

- для клиента: боязнь «технологического прогресса», т. е. недоверие машинам, технические неполадки, необходимость простого обучения при первом использовании;
- для компании: необходимость крупных вложений на внедрение качественных аппаратов, техническая поддержка.

Например, самыми очевидными преимуществами RFID-технологии (метод автоматической идентификации объектов посредством радиосигналов) является полный контроль над товародвижением, повышение качества обслуживания, минимизация ошибок и защита от краж. В таблице 2 представлен международный опыт использования RFID-технологии.

Таблица 2 – Результат применения RFID крупными ритейлерами[11]

Компания	Уровень применения	Результат применения RFID
Wal-Mart	на уровне отдельных единиц товара и на примере отделов джинсов и мужского белья	<ul style="list-style-type: none"> - снизились трудозатраты на инвентаризацию до 25% (чем больше будет число учитываемых единиц товара – тем выше будет процент снижения); - снизился объём запасов - минимум на 2%, что существенно для такой крупной компании; - увеличился объёмов продаж от 2 до 15%; - сократились потери от краж на 10-50%. Точный учёт потерь позволит вовремя возместить эти товары в торговом зале, что усилит финансовый эффект от борьбы с кражами.
Metro Group	в системе поставок товаров от поставщиков – на складах и в магазинах сети	<ul style="list-style-type: none"> - существенно снизилось количество ошибок в доставке товаров и, соответственно, количество претензий, связанных с задержками; - время, затрачиваемое на разгрузку фур, сократилось на 15%; - время, затрачиваемое на проверку соответствия полученных товаров сделанным заказам, сократилось на 50%; - сократилось количество случаев отсутствия товаров на складе.

Стоит отметить, что во многих отечественных магазинах розничной торговли уже представлены различные виды технологий самообслуживания. Согласно прогнозу IDC Russia Vertical Markets 2013–2017 IT Spending Forecast, наиболее высокие темпы роста российского ИТ-рынка ожидаются в секторе ритейл – по данным IDC, в среднем 10,7% в год. Это говорит о том, что российские розничные компании понимают, насколько важно использовать и постоянно модернизировать ИТ-инфраструктуру для построения конкурентоспособного бизнеса в условиях роста требований покупателей и меняющегося внешнего окружения [12].

В заключение можно сказать, что инновационные технологии в ритейле будут интенсивно развиваться, так как розничная торговля является двигателем продвижения товаров от производителя к конечным потребителям. Крупные торговые сети заинтересованы в развитии конкурентных технологий. Поэтому актуальность разработки и внедрения инновационных решений в области сетевого бизнеса заключается в постоянной необходимости торговых сетей совершенствовать свои конкурентные преимущества, что в конечном итоге приводит к более высококачественному удовлетворению нужд потребителей.

Список использованной литературы.

1. Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на 2015 год и на плановый период 2016 - 2017 годов (разработан Минэкономразвития России) [Электронный ресурс] // Консультант плюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_169269/?frame=34 (дата обращения: 14.10.2014 г.).

2. Розничная торговля в мире и в России: статистика, причины, выходы из положения [Электронный ресурс] // АИР. Агентство по инновациям и развитию. URL: <http://www.innoros.ru/publications/interesting/12/roznichnaya-torgovlya-v-mire-i-v-rossii-statistika-prichiny-vykhody-iz-p> (дата обращения: 17.04.2014 г.).

3. Развитие клиентоориентированного ритейла: проблемы, тенденции, перспективы [Электронный ресурс] // Журнале «Retail&Loyalty». – Режим доступа:

http://www.retail-loyalty.org/journal_retail_loyalty/read_online/art142371/ (дата обращения: 17.04.2014 г.).

4. Арсентьев А. «Магазин будущего» не торопится в Россию [Электронный ресурс] // CNews. Издание о высоких технологиях. URL: http://www.cnews.ru/reviews/new/it_retail_2013/articles/future_store_prizhivetsya_li_magazin_budushchego_v_rossii/ (дата обращения: 17.04.2014 г.).

5. Пецольдт К., Коваль А. Г., Григорьева А. С. Инновации в розничной торговле: технологии самообслуживания как путь повышения конкурентоспособности компаний // Инновации. – 2012. – № 7. – С. 78-85.

6. Мальцева О. И., Гнедов Г. В. Инновации в современной торговле // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2010. – № 2. – С. 384-386.

7. Рыкалина Ольга. Теоретико-методические основы логистики инноваций // Логистика. – 2011. – №1. – С. 39-41.

8. Унанян Артур. Стратегия инновационного развития реального сектора экономики // Логистика. – 2011. – №1. – С. 43-44.

9. Шарф А. А. Инновации в торговле: основные проблемы и пути их решения // Проблемы современной экономики: материалы II междунар. науч. конф. (г. Челябинск, октябрь 2012 г.). – Челябинск: Два комсомольца, 2012. – С. 31-33.

10. Солодилов К. В. Инновации в розничных торговых сетях // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 10: Инновационная деятельность – Выпуск № 7. – 2012. – С. 63-67.

11. Миронова М. На волне RFID // Точка продаж. – 2013. – №75, январь-февраль. – С. 23-36.

12. Сологубов В. Ритейл является инициатором и потребителем ИТ-инноваций [Электронный ресурс] // CNews. Издание о высоких технологиях. URL: http://www.cnews.ru/reviews/new/it_retail_2013/interviews/vladimir_sologubov/ (дата обращения: 14.10.2014 г.).

ОЦЕНКА ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ С ПОМОЩЬЮ МЕТОДОВ МАТЕМАТИЧЕСКОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ

Д.Г. Сухих, В.М. Кац

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: daria_suxix@mail.ru

В статье представлена информация об основных критериях оценки экспортного потенциала предприятия и основные факторы, влияющие на его развитие. В настоящее время проблема экспортного потенциала предприятия является одной из актуальных проблем мировой экономики. Каждое предприятие стремится производить конкурентоспособную продукцию для продажи на внешнем рынке.

На сегодняшний день внешнеторговые связи получают все большее развитие в составе хозяйственной деятельности предприятий. Возрастает интерес компаний к участию в экономическом, производственном и научно-техническом сотрудничестве с партнерами из зарубежных стран. Это позволяет использовать преимущества международной кооперации производства, что в свою очередь повышает эффективность функционирования предприятий и укрепляет их конкурентоспособность.

Для повышения эффективности работы предприятия важно учитывать все его потенциалы, в том числе и экспортный. Этот потенциал характеризует интегральные возможности в производстве конкурентоспособной продукции и ее реализации на внешних рынках. В условиях постоянно изменяющихся рыночных условий, расширения внешнеторговых отношений и усиления конкурентной борьбы на международных рынках решение вопросов эффективного использования экспортного потенциала позволит обеспечить подготовку и принятие качественных управленческих решений, направленных на решение проблемы устойчивого развития предприятия.

В современных условиях нормально развиваться могут только те предприятия, которые располагают своевременной информацией о внешней и внутренней среде, окружающей бизнес, поэтому изучение экспортного потенциала предприятия актуально на сегодняшний день. Однако, это требует новых подходов к анализу и количественной оценке уровня эффективности использования экспортного потенциала и, как следствие, конкурентоспособности предприятия.

Целью данной статьи является рассмотрение теоретических и методических вопросов анализа экспортного потенциала предприятия, а также разработка комплекса методических вопросов по оценке эффективности использования экспортного потенциала как фактора конкурентоспособности предприятия. Для достижения цели были решены следующие задачи:

- уточнено понятие «экспортный потенциал предприятия» и раскрыта его структура;
- определена система показателей для оценки использования экспортного потенциала предприятия;
- обоснованы методические подходы к прогнозной оценке конкурентоспособности с учетом использования экспортного потенциала предприятия.

Предмет исследования – экспортный потенциал и его использование, а объект – деятельность предприятий, занимающихся внешней торговлей.

Экспортный потенциал предприятия – это совокупность имеющихся у предприятия ресурсов и возможностей для производства конкурентоспособной продукции, ее реализации и обслуживания на внешних рынках, как в краткосрочном, так и долгосрочном периоде.

По сути, экспортный потенциал состоит из двух потенциалов: внутреннего и внешнего. Внутренний экспортный потенциал предприятия включает в себя совокупность ресурсов необходимых для производства продукции на экспорт. К ним можно отнести природные, трудовые, материальные, финансовые и информационные ресурсы. Однако, мало только обладать ресурсами, нужно уметь их грамотно и эффективно использовать, для повышения конкурентоспособной продукции.

Внешний экспортный потенциал предприятия связан с реализацией конкурентоспособной продукции и обеспечивается маркетинговой, логистической и сервисной деятельностью предприятия.

Анализ экспортного потенциала предприятия необходим для выявления резервов увеличения конкурентоспособности предприятия на внешнем рынке. Схема анализа экспортного потенциала предприятия представлена на рисунке 1.

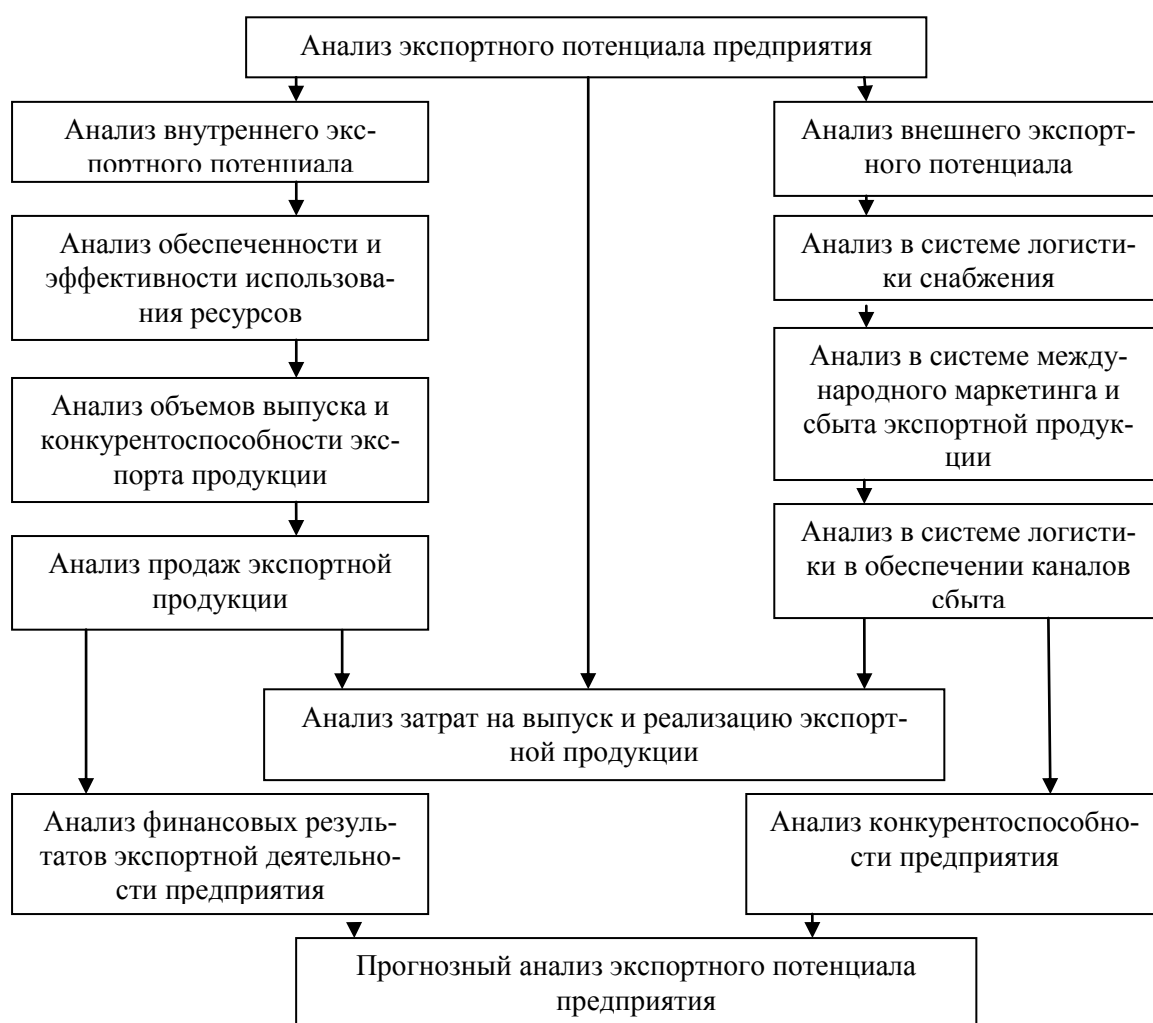


Рис. 1. Анализ экспортного потенциала предприятия [1]

Любое предприятие может развивать собственный экспортный потенциал по двум направлениям:

- Товарное направление. Возможно повышение конкурентоспособности уже имеющихся в производстве товаров, либо создание новых и расширение ассортимента экспорта.
- Географическое направление. Предполагает увеличение экспортного потенциала за счет завоевания новых рынков или увеличения сбыта продукции на уже освоенных рынках.

В связи с этим, можно выделить четыре переменных экспортного потенциала предприятия: существующий товар, новый товар, освоенный рынок, перспективный рынок.

Каждое направление анализа производится при помощи показателей. Экономические показатели позволяют дать количественные, качественные и структурные оценки управлению предприятием. Основные показатели, которые позволяют оценить экспортный потенциал предприятия, отражены в таблице 1.

Таблица 1 – Основные показатели анализа экспортного потенциала предприятия [2]

Показатели	Алгоритм расчета	Характеристика показателя
Эффективность производства экспортной продукции	$\mathcal{E}_{\text{пр}} = \frac{Ц_э}{С_э}$ (1), где $Ц_э$ – стоимость экспортной продукции во внутренних ценах; $С_э$ – себестоимость экспортной продукции	Характеризует эффективность производства продукции для предприятия-экспортера; чем выше показатель, тем более целесообразно производство данного вида продукции.
Доля инновационной продукции	$D_{\text{ин}} = \frac{\Pi_{\text{и}}}{\Pi_0}$ (2), где $\Pi_{\text{и}}$ – количество инновационной продукции; Π_0 – общее количество продукции	Определяет отношение инновационной продукции к общему количеству выпускаемой продукции и характеризуют долю продукции, которую можно вывезти на внешний рынок.
Эффективность продаж экспортной продукции	$\mathcal{E}_{\text{п}} = \frac{\Pi_{\text{пэ}}}{З_{\text{прэ}}}$ (3), где $\Pi_{\text{пэ}}$ – прибыль от продажи экспортной продукции; $З_{\text{прэ}}$ – затраты на производство экспортной продукции	Характеризует эффективность продаж экспортной продукции; чем выше показатель, тем более выгодно производство данного вида продукции на экспорт.

При анализе показателей использования экспортного потенциала предприятия целесообразно проводить поэтапную работу по формированию резервов. Таким образом, будут определены неиспользованные возможности экспортной деятельности.

Для анализа потенциала чаще всего используется интегральный метод, так как он достаточно прост в расчетах и дает однозначно интерпретируемые результаты. Данный показатель рассчитывается по следующей формуле:

$$K_{\kappa} = \sqrt{\alpha * K_{\text{внутр}} * (1 - \alpha) * K_{\text{внеш}}} \quad (4) \quad [3]$$

где $K_{\text{внутр}}$ – комплексная оценка внутреннего экспортного потенциала предприятия; $K_{\text{внеш}}$ – комплексная оценка внешнего экспортного потенциала предприятия; Комплексная оценка потенциала проводится балльным методом, каждому производству предприятия присваиваются экспертами баллы. α коэффициент сопряженности экспортного потенциала. Данный коэффициент определяется по таблице для внутреннего и внешнего потенциалов и отражает ситуацию на рынке в настоящий момент. Значения коэффициента отражены в таблице 2.

Таблица 2 – Коэффициенты сопряженности внутреннего и внешнего экспортного потенциала [2]

Стадии рыночной конъюнктуры	Коэффициенты сопряженности α	
	внутреннего потенциала	внешнего потенциала
Подъем	0,3	0,7
Стабилизация	0,5	0,5
Спад	0,7	0,3

В сумме коэффициенты сопряженности внутреннего и внешнего экспортного потенциала должны составлять единицу.

Описание применения данного метода на практике весьма объемно и полностью отражено в статье Марковой М.А. «Оценка экспортного потенциала компании «Премьер».

По итогам оценки экспортного предприятия организация может прийти к следующим выводам:

- Товар обладает значительными недостатками и следует воздержаться от выхода на внешний рынок;
- Товар обладает несколькими недостатками, но их можно преодолеть и со временем выйти на внешний рынок;
- Ничего не препятствует экспортной деятельности, товар можно выводить на внешний рынок в ближайшее время.

В настоящее время отсутствуют методики количественные оценки взаимосвязей между влияющими на экспорт факторами и результатами экспортной деятельности, а также не всегда учитываются особенности производства при определении эффективности основных экспортных позиций. [1]

Одной из основных проблем оценки экспортного потенциала является отсутствие информационной базы для нее. Большинство авторов в своих методиках ограничиваются моделированием показателей без указания источников для их расчета, что снижает их практическую значимость.

Таким образом, несмотря на разнообразие методик оценки экспортного потенциала, существуют проблемы их применения на практике. Основной из них является отсутствие достоверной информации для расчета ряда предлагаемых авторами показателей.

Вместе с тем, теоретические исследования и разработка наиболее приемлемого варианта методики оценки экспортного потенциала имеет очень большое значение для организации, так как позволяет выбрать правильную внешнеэкономическую стратегию с целью определения реальных возможностей и резервов наращивания производства экспортной продукции для повышения ее финансовых результатов и укрепления финансового состояния.

Развитие экспортного потенциала предприятия – достаточно сложное и многоплановое явление. Экспортная деятельность субъектов предпринимательства каждой страны затрагивает политические и экономические интересы других стран, поэтому при построении концепции учитывается множество факторов и контуров управления.

Глобальный рынок создает равные экономические условия для всех субъектов международной деятельности. Государственное регулирование на уровне стран-участников внешнеэкономической деятельности направлено на использование преимуществ международного разделения труда с позиций приращения овеществленного труда в результате проведения внешнеторговых операций и обеспечения экономической безопасности.

Управление эффективностью реализации экспортного потенциала направлено на увеличение объемов экспорта организации в стоимостном выражении и снижение издержек. Этого можно достичь за счет: увеличения физического объема производства и поставки продукции, услуг, объектов интеллектуальной собственности и других элементов экспортного потенциала на внешние рынки; повышения цены единицы экспортного ассортимента за счет увеличения их качества или лидерских позиций предприятия на сегментах зарубежного рынка; снижения издержек производства и реализации экспортируемой продукции; удлинения жизненного цикла позиций экспортного ассортимента; организации сервисного предпродажного и послепродажного обслуживания за рубежом.

В связи с большим вниманием, которое уделяется сегодня внешнеторговым операциям со стороны субъектов экономической деятельности, возникает потребность в анализе процессов международной торговли и факторов, влияющих на конечный результат для каждой из сторон. Поэтому проблема анализа факторов развития и формирования экспортного потенциала занимает первостепенное значение в вопросах выживания предприятия на международном рынке и повышения эффективности его деятельности.

Список использованной литературы.

1. Маркова М.А. Оценка экспортного потенциала компании «Премьер» [Электронный ресурс] // Электронная библиотека 2000-2014. URL: www.ciberlinka.ru (дата обращения: 15.10.2014 г.).

2. Управление экспортным потенциалом промышленных предприятий [Электронный ресурс] // Электронная библиотека 2009-2014. URL: <http://economy-lib.com/upravlenie-eksportnym-potentsialom-promyshlennyh-predpriyatiy#2> (дата обращения: 15.10.2014 г.).

3. Никитина Э.И. Факторы развития экспортного потенциала // Экономика». – 2013. – №17. – С. 23-25.

ОСНОВНЫЕ ОШИБКИ ПРИ ЗАКЛЮЧЕНИИ ТРУДОВОГО ДОГОВОРА

О.А. Титова

Томский политехнический университет, г. Томск.

E-mail: Kapp1@mail.ru

Научный руководитель: Сафонова Л.И., канд. экон. наук, доцент

В статье поставлена задача, выявить основные ошибки и пути их преодоления при заключении трудового договора в части условий об оплате труда. Чтобы проанализировать каждый вид ошибки, они рассматриваются на различных ситуациях.

Трудовой договор – соглашение между работодателем и работником, в соответствии с которым работодатель обязуется предоставить работнику работу по обусловленной трудовой функции, обеспечить условия труда, предусмотренные трудовым законодательством и иными нормативными правовыми актами, а работник обязуется лично выполнять определенную этим соглашением трудовую функцию, соблюдать правила внутреннего трудового распорядка, действующие у данного работодателя. Невнимательное отношение к составлению этого документа может привести не только к сложностям с увольнением работников, но даже к судебным разбирательствам[1].

В любом трудовом договоре обязательно надо прописывать, сколько будет получать работник и на каких условиях. Этого требует статья 57 Трудового кодекса РФ. Если этим правилом пренебречь, то, как у работника, так и у руководства могут быть неприятности.

Целью этой статьи является - выявление ошибок и путей их предотвращения при заключении трудового договора в части условий об оплате труда.

Проведя анализ типичных ошибок при составлении договора, на наш взгляд, следует выделить основные моменты, на которые следует обратить внимание.

Ошибка 1. В договоре не указан конкретный размер оклада.

Некоторые работодатели считают, что в трудовом договоре вовсе не обязательно указывать оклад в цифрах и делают ссылку на другой документ, где эта сумма обозначена. Чаще всего – на штатное расписание.

На наш взгляд, это считается ошибкой, т.к. в статье 57 кодекса прописано, что в договоре обязательно надо обозначить размер оклада или тарифной ставки. А это всегда фиксированная величина, выраженная в рублях. Представители Роструда так же это подтверждают в своем письме от 24 декабря 2007 г. №5275-61.[2]

Ошибка 2. Разбив зарплату на основной оклад и бонусы, следует оговорить условия для надбавок.

Как известно, руководитель может назначить сотрудникам различные надбавки и премии к окладу. И часто подобные бонусы становятся составляющей ежемесячной зарплаты. Многие руководители думают, что в любой момент могут выдать работнику только оклад без доплаты.

Да, бонусы и, правда можно не выплачивать, но это лишь в том случае, когда в самом трудовом договоре или в каком-нибудь отдельном локальном документе (например, в положении о премировании) закрепили четкие условия, выполнив которые можно рассчитывать на доплату.

Ошибка 3. Игнорирование требований о выплате авансов.

Иногда бывает так, что сам сотрудник просит выдавать ему зарплату только раз в месяц. Тогда он пишет заявление или расписку руководителю компании о том, что по собственному желанию просит выдавать ему заработную плату раз в месяц. А ответственность за это берет на себя.

Но все равно ответить придется работодателю. В соответствии со статьей 136 Трудового кодекса РФ, зарплату надо выплачивать не реже чем каждые полмесяца. Вот именно это условие нужно зафиксировать в договоре с сотрудником. Конкретные сроки можно закрепить здесь же или, к примеру, в правилах внутреннего трудового распорядка.

Ошибка 5. Установление незаконных штрафных санкций.

Осмотрительные руководители нередко стремятся включить в трудовой договор всевозможные денежные штрафы и удержания из зарплаты. Например, за опоздания или невыполнение плана. И иногда они переходят границы закона.

Например, урезать зарплату работника за то, что он регулярно опаздывает или не выполнил план, нельзя. Вычитать суммы из зарплаты сотрудников можно лишь в строго определенных случаях. Они перечислены в статье 137 Трудового кодекса РФ и в отдельных федеральных законах.

Таблица 1 – Виды удержания заработной платы сотрудников предприятия

Вид удержания	Максимальный размер удержаний	Основание
Погашение задолженности в виде: <ul style="list-style-type: none">– аванса, выданного в счет зарплаты;– неизрасходованных командировочных;– переплаты из-за счетной ошибки или простоя по вине работника;– отпускных, если сотрудник уволен до окончания рабочего года	20% при каждой выплате зарплаты	Статья 138 Трудового кодекса РФ
Взыскание по требованиям, содержащимся в исполнительном листе (кроме алиментов, возмещения вреда, причиненного преступлением)	50% при каждой выплате зарплаты	Пункт 2 статьи 99 Федерального закона от 2 октября 2007 г. № 229-ФЗ
Алименты, возмещение вреда, причиненного преступлением	70% при каждой выплате зарплаты	Пункт 3 статьи 99 Федерального закона от 2 октября 2007 г. № 229-ФЗ

Дополнительные основания для удержаний устанавливать нельзя. Удерживая из зарплаты работника по законным причинам, не нужно забывать об ограничениях. Сумма всех взысканий не может превышать 20% при каждой выплате зарплаты. В более редких случаях это 50%, а в исключительных – 70%.

Ошибки в трудовых договорах встречаются довольно часто, и это может привести к привлечению к административной ответственности. Так, при проверке ГИТ (государственная инспекция труда) может обнаружить договоры, в которых:

- пропущены обязательные условия;
- отсутствует подпись работника;
- нет подписи работника о получении своего экземпляра договора на хранящемся у работодателя экземпляре.

В таких случаях работодателя могут обязать к выплате штрафа в размере до 50 000 рублей. [4]

Ошибки содержания можно разделить на три группы

1) Ошибки, связанные с не включением в трудовой договор обязательных условий или сведений;

2) Ошибки, связанные с включением в трудовой договор обязательных условий, ограничивающих (либо прямо нарушающих) законные права гражданина, поступающего на работу;

3) Ошибки технического характера.

Итак, выявив все возможные основные ошибки, которые могут быть допущены при оформлении трудового договора в пункте заработная плата, можно сделать вывод, что в первую очередь необходимо внимательно ознакомиться с условиями договора при трудоустройстве. Ведь малейшая ошибка может привести к неблагоприятным последствиям. А работодателям необходимо правильно оформить договор, чтобы предприятие не понесло финансовых потерь при проверке.

Список использованной литературы.

1. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 №197-ФЗ [Электронный ресурс] // 2013. URL: <http://www.consultant.ru/popular/tkrf/>

2. Роструд о незаконности формулировки «с оплатой согласно штатному расписанию» в трудовом договоре [Электронный ресурс] // URL: <http://www.kadrovik-praktik.ru/MatKadr/PismaRostruda/R8.php>

3. Ошибки работодателя, сложные вопросы применения Трудового кодекса РФ [Электронный ресурс] // URL: <http://www.e-reading.ws/book.php?book=88279>

4. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 №195-ФЗ [Электронный ресурс] // 2013. URL: <http://www.consultant.ru/popular/koap>

КЛАССИФИКАЦИЯ УДЕРЖАНИЙ ИЗ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ

О.А. Титова

Томский политехнический университет, г. Томск.

E-mail: Kappil@mail.ru

Научный руководитель: Сафонова Л.И., канд. экон. наук, доцент

В данной научной статье поставлена задача, выяснить, как классифицируются удержания из заработной платы, отметить основные моменты для удержания. Также в статье рассматривается ситуация, когда один вид удержаний относится к разной классификации, на примере алиментов.

По трудовому законодательству из заработной платы в обязательном порядке работника производятся различные удержания. Обязанность работодателя в данном случае - корректно и юридически грамотно производить процедуру расчета и всегда помнить, что все виды удержаний из заработной платы строго ограничены рамками действующего законодательства.

Действующее трудовое законодательство вполне допускает возможность при наличии определенных обстоятельств, производить те или иные удержания из заработной платы работников. Правда, при этом устанавливаются конкретные пределы таких удержаний.

В соответствии со статьей 137 Трудового кодекса Российской Федерации (ТК РФ) удержания из заработной платы могут производиться только в случаях, непосредственно предусмотренных кодексом или иными федеральными законами [1].

Наиболее применяемой формой классификации удержаний из заработной платы, на наш взгляд, является: обязательные, по инициативе работодателя и по инициативе работника.

Обязательные платежи всегда должны быть выплачены, независимо от воли работника или работодателя. Они производятся в силу закона или иными федеральными органами. К ним относятся:

- удержания по исполнительным документам;
- налог на доходы физических лиц (НДФЛ).

Список перечня удержаний по инициативе работодателя представлен в ТК РФ, он закрытый и расширению не подлежит. Также нельзя производить удержания, если работник с ними не согласен. В таком случае, удержание производится только на основании судебного решения.

Следует помнить и о том, что удержания по инициативе работодателя должны производиться в срок. Представим это в виде таблицы.

Таблица 1 – Сроки и виды удержаний из заработной платы по инициативе работника

Вид удержания по инициативе работника	Срок, когда работодатель вправе произвести удержание
Возмещение неотработанного аванса	Не позднее месяца со дня окончания срока установленного для возвращения аванса
Погашение вовремя не отданного аванса, выданного работнику под отчет	Месяц со дня установленного срока, установленного для представления авансового отчета и погашения задолженности

Вид удержания по инициативе работника	Срок, когда работодатель вправе произвести удержание
Возвращение излишне выплаченных сумм в результате счетной ошибки	Месяц со дня установленного срока, установленного для исправления неправильно исчисленных выплат

Если же руководитель не издал приказ об удержании указанных выше сумм в течение месяца, то ему нужно будет обращаться в суд для возмещения недостающих сумм.

Помимо удержаний по инициативе работодателя бывают удержания исходящие по инициативе самого работника. Они могут быть взяты на любые цели и в любом размере. Составляется добровольное заявление, где работник указывает, куда могут быть направлены удержания. Как правило, это бывают:

- взносы на добровольное медицинское и личное страхование;
- суммы в погашение займов, выданных работодателем или банком в кредит;
- коммунальные расходы;
- членские профсоюзные взносы;
- суммы, направленные на благотворительность.

Но эти удержания будут производиться только по решению работодателя. Он может, как и одобрить их, так и отказать.

Бывают случаи, когда те или иные удержания могут быть отнесены к разной классификации. Так, например, алименты чаще всего относятся к обязательным удержаниям, т.к. уплачиваются по решению суда. В таком случае основанием для удержания являются исполнительные листы или судебный приказ. Но также алименты могут относиться к удержаниям по инициативе работника. Это происходит в случае, когда родители сами приходят к соглашению о размере и порядке выплаты алиментов. Но в бухгалтерию работник обязан принести нотариально заверенное соглашение, составленное в письменном виде. Не заверенное нотариусом соглашение не является для бухгалтерии основанием для уплаты алиментов.

При выплате заработной платы работодатель обязан предоставить каждому сотруднику в письменном виде точный расчет произведенных денежных начислений. Форма извещения (расчетного листка) утверждается руководителем организации, каких-либо особых требований к ее оформлению законодательство не предъявляет. А вот содержание этого документа полностью определяется статьей 136 ТК РФ и включает в себя данные о составных частях заработной платы, о суммах и основаниях произведенных удержаний, об общей денежной сумме, подлежащей выплате.

Работодателю нужно помнить, что отступление от этого правила рассматривается как нарушение норм трудового законодательства и влечет за собой наступление административной ответственности [2].

Подводя итог, можно сказать, что есть удержания, которыми подвергаются абсолютно все граждане. Это НДФЛ. Следует иметь в виду, что при определении суммы этого должны быть учтены специальные налоговые вычеты по НДФЛ. Такие как: стандартные, социальные, имущественные, профессиональные [3]. Так, благодаря таким вычетам, у некоторых работников НДФЛ может равняться или быть близко к нулю. Но этот вопрос является предметом дальнейшего исследования.

Список использованной литературы.

1. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 №197-ФЗ [Электронный ресурс] // 2013. URL: <http://www.consultant.ru/popular/tkrf/>
2. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 №195-ФЗ [Электронный ресурс] // 2013. URL: <http://www.consultant.ru/popular/koap>
3. Налоговый кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс] // 2014. URL: <http://base.garant.ru/10900200/>

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МЕЖДУ НАЛОГОВОЙ СИСТЕМОЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И СОЦИАЛИСТИЧЕСКОЙ РЕСПУБЛИКИ ВЬЕТНАМ

Фам Тхи То Уиен

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: uuen_xinhg@yahoo.com

Научный руководитель: Плучевская Э.В., канд. экон. наук, доцент

Среди экономических рычагов, при помощи которых все государства без исключения воздействуют на рыночную экономику, важное место отводится налогам и сборам. С другой стороны, налоги и сборы это также основной источник государственного бюджета. В статье проведено сравнительное исследование налоговой системы Российской Федерации и Социалистической республики Вьетнам, с целью выявления расхождений и их обозначения для облегчения адаптации полученных знаний студентами Социалистической республики Вьетнам в процессе обучения в высших учебных заведениях Российской Федерации.

Налоговая система играет важную роль для всей экономики в целом и для бюджета государства в частности. Соответственно все будущие экономисты, все те, кто будет работать в экономической отрасли, должны хорошо разбираться в законах налогообложения и соблюдать их. Дело в том, что в каждом государстве имеется разная налоговая система, и вьетнамские студенты, которые получают высшее образование в Российских вузах, встретятся с трудностями в адаптации полученных знаний к экономике Родины после окончания обучения из-за отличия налоговой системы РФ и Вьетнама. В Российской Федерации за 2013 год доля налогов и сборов в федеральном бюджете составила 53,4% (6952,63 млрд. рублей из 13019.9 млрд. рублей)[1], в то время, как во Вьетнаме это число достигло около 88% (728,15 млрд. донгов из 782,7 млрд. донгов)[2]. Исходя из несомненной актуальности этой темы, нами проведен сравнительный анализ между налоговыми системами двух стран.

Таблица 1 – Основные положения налоговой системы РФ и СРВ*

Критерии	Налоговая система РФ	Налоговая система СРВ
Система налоговых органов	Единая централизованная система налоговых органов: Министерство Российской Федерации по налогам и сборам и его территориальные органы и (в оговоренных случаях) таможенные органы и органы государственных внебюджетных фондов.[3]	Главное управление по налогам и сборам и Главное управление по таможене при Министерстве финансов и их подразделения. [4]

Критерии	Налоговая система РФ	Налоговая система СРВ
Цели налоговой политики в настоящее время и в будущем	<p>На сайте Минфина России опубликован проект Основных направлений налоговой политики РФ на 2014 год и на плановый период 2015 и 2016 годов [5] (далее – основные направления). В основном цели налоговой политики:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Поддержка инвестиций, 2. Развитие человеческого капитала, 3. Повышение предпринимательской активности, 4. Улучшение конкурентоспособности российской налоговой системы на мировой арене, 5. Упрощение налогового администрирования. 	<p>В 2011 году правительство приняло реформы налоговой системы в период к 2020 (решение № 732 / КТ-ТТг от 17/5/2011). Общая цель этой стратегии заключается в следующем:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Построить систему единой налоговой политики, справедливо, в соответствии с институциональной рыночной экономики социалистической ориентации; 2. Разумной мобилизации в целях содействия развитию отечественного производства; 3. В качестве одного из эффективных инструментов макроэкономического управления разработать эффективный налог промышленности Вьетнама; 4. Управление налогов, сборов и платежей - единым, прозрачным, простым, легко понятным, легко реализуемым.[6]
Структура налоговых систем	<p>Федеральные налоги и сборы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Налог на добавленную стоимость (НДС) 2. Акцизы на отдельные виды товаров или объектов товаров и минерального сырья 3. Налог на прибыль организации 4. Налог на доход от капитала 5. Налог на доходы с физических лиц 6. Взносы в страховые фонды (взнос) 7. Государственная пошлина 8. Таможенная пошлина и таможенные сборы 9. Налог на пользование недрами 10. Налог на воспроизводство минерально-сырьевой базы 11. Налог на дополнительный доход от добычи углеводородов 12. Сбор за право пользования объектами животного мира и водными биологическими ресурсами 13. Лесной налог 14. Водный налог 15. Экологический налог 16. Федеральные лицензионные сборы <p>Региональные налоги и сборы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Налог на имущество организаций 2. Налог на недвижимость 3. Дорожный налог 4. Транспортный налог 5. Налог с продаж 6. Налог на игорный бизнес 7. Региональные лицензионные сборы <p>Местные налоги и сборы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Земельный налог 2. Налог на имущество физических лиц 3. Налог на рекламу 	<p>Центральное правительство:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Налог на добавленную стоимость импортируемых товаров 2. Налог на экспорт-импорт 3. Акцизный налог на потребление импортных товаров 4. Корпоративный подоходный налог учетных органов всего сектора 5. Налоги от нефти и газа <p>И центральные и местные органы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Налог на добавленную стоимость, за исключением налога на добавленную стоимость импортных товаров 2. Корпоративный подоходный налог, не включая налог органов по учету всего сектора 3. Налог на доходы физических лиц (НДФЛ) 4. Налог на переход права прибылей за границу, за исключением налога у источника выплаты морского месторождения нефти, газа 5. Акцизные налог на использование отечественных товаров и услуг <p>Местное самоуправление:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Земельный налог и налог на дом 2. Налог на ресурсы за исключением доходов от нефти, газа 3. Налог по коммерческой деятельности 4. Налог на передачу прав землесобственности 5. Налог на использование сельскохозяйственной земли [8]

Критерии	Налоговая система РФ	Налоговая система СРВ
	4. Налог на наследование и дарение	
	5. Местные лицензионные сборы [7]	

**составлено автором*

Структура системы налоговых органов и РФ и в СРВ состоит из министерства финансов и его подразделения. Налоговая система в двух странах является централизованной.

Направления налоговой политики немного отличаются друг от друга, но в основном общая цель - это совершенствование налоговой системы, пользование в качестве инструмента в целях регулирования и развития экономики в целом, облегчение административных процедур для извлечения инвестиций, стимула экономического роста.

Таблица 2 – Ставки основных налогов в РФ и СРВ*

	РФ	СРВ
НДС	В размере от 0 до 20%	10%
Налог на прибыль юридических лиц	В размере: от 20 до 30%: – не более 30% – по банковской деятельности; – 20% – по остальным видам деятельности.	В размере от 10% до 50% в зависимости от объема отрасли деятельности организации [9]
Подоходный налог физических лиц (Налог на доходы физических лиц)	От 13 до 35%: – 30% – по доходам от дивидендов; – 35% – по отдельным видам доплат (вклады, выигрыши); – 13% – по остальным видам доходов.	От 5% до 35% в зависимости от доходов человека: – 5% от доходов от капитала; – 20% от передаче капитала; – 0,1% по доходам от передачи не записанных на оплату налога акций; – 10% по доходу от выигрышей [10]
Налог на землю	От 0,1 до 2% от кадастровой стоимости земли	Сборы собираются каждый год в зависимости от площади и места земли
Таможенные сборы	Не менее 0,05% от стоимости товаров (в иностранной валюте)	Установлены правительством, в зависимости от видов товаров и владельцев (иностранцы или граждане) [11]
Налог на наследование	С 2006 года отменили налог на наследование.	В размере 10% из превышенной части определенной суммы (10 млн. донгов) [12]
Акцизы	– от 0 до 1850 руб - в зависимости от вида товаров и услуг; – от 0 до 30% - в зависимости от вида сырья	– для спиртных вод: от 25% до 75% в зависимости от их доли; – для автомобилей от 10% -25%; – для деятельности " бар, массажные услуги, караоке" - 30-40%; – для бизнеса "гольф"-20%; – для собственных самолетов или лайнеров - 20% [13]

**составлено автором*

Из выше приведенной таблицы мы узнали, что, в общем, в практике исследуемых стран, правительство почти одинаково устанавливает ставки на некоторые основные виды налогов. Только нужно отметить, что по подоходному налогу физических лиц, в России на всех субъектов без исключения налог на заработную плату (для служащих) и доход взимается по равному принципу (по 13%), а во Вьетнаме налог на зарплату и на доход зависит от того, сколько человек зарабатывает. Чем человек зарабатывает больше, тем больше налога он вынужден платить.

Кроме этого, налог на землю во Вьетнаме - это ежегодные сборы по определенной неизменной сумме (изменение происходит только при серьезном изменении в ситуации экономики страны, например такой, как высокий уровень инфляции).

Структура налоговых доходов бюджета РФ и СРВ в 2013 году

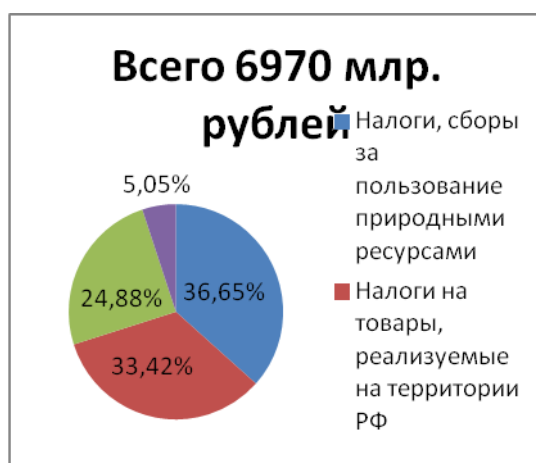


Рис. 1. Структура налоговых доходов бюджетов РФ в 2013 году [14]

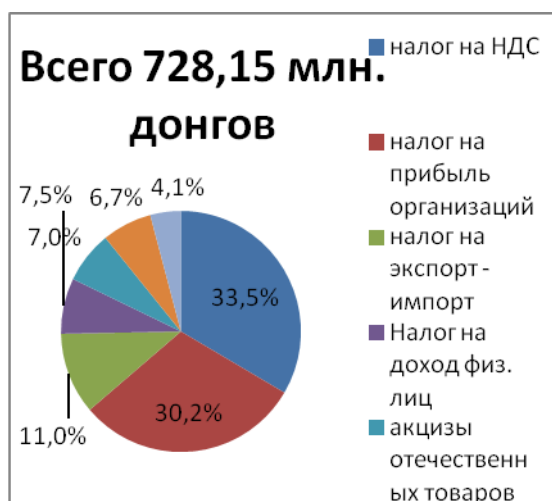


Рис. 2. Структура налоговых доходов бюджетов СРВ в 2013 году [15]

Из данных диаграмм мы сможем прийти к выводу, что, во-первых, структура налоговых доходов бюджета в двух странах не совпадает. В РФ природных ресурсов

много, это приводит к тому, что налоги, сборы и регулярные платежи за использование природными ресурсами оказываются большей частью в структуре доходов федерального бюджета, а во Вьетнаме налоги на натуральные ресурсы занимают наименьшую часть. Во-вторых, в обеих странах НДС является главным источником, второе место и первое место соответственно.

Список использованной литературы.

1. Структура и динамика доходов в 2013 года [Электронный ресурс] // Министерство финансов РФ. URL: <http://info.minfin.ru> (дата обращения: 15.10.2014 г.).

2. Отчет доходов и расходов бюджета в 2013 году [Электронный ресурс] // Официальный сайт министерства финансов Вьетнама. URL: <http://www.mof.gov.vn> (дата обращения: 8.10.2014 г.).

3. Налоговые органы Российской Федерации [Электронный ресурс] // Академик. URL: <http://dic.academic.ru> (дата обращения: 8.10.2014 г.).

4. Налоговая система Вьетнама [Электронный ресурс] // Википедия – энциклопедия на вьетнамском языке. URL: <http://vi.wikipedia.org> (дата обращения: 8.10.2014 г.).

5. Основные направления налоговой политики Российской Федерации на 2014 год и на плановый период 2015 и 2016 годов [Электронный ресурс] // Официальный сайт Министерство финансов Российской Федерации. URL: <http://www.minfin.ru> (дата обращения: 8.10.2014 г.).

6. Политика и проблемы налогообложения во Вьетнаме на вьетнамском языке [Электронный ресурс] // Новости во Вьетнаме. URL: <http://www.baomoi.com> (дата обращения: 8.10.2014 г.).

7. Действующие в РФ налоги и сборы [Электронный ресурс] // Федеральная налоговая служба. URL: <http://nalog.ru> (дата обращения: 8.10.2014 г.).

8. Налоговая система Вьетнама [Электронный ресурс] // Википедия – энциклопедия на вьетнамском языке. URL: <http://vi.wikipedia.org> (дата обращения: 8.10.2014г.).

9. Закон налога на прибыль организаций - новейшая ставка на вьетнамском язык [Электронный ресурс] // Финансовый журнал. URL: <http://tapchitaichinh.vn>(дата обращения 8.10.2014 г.)

10. Отчет доходов - расходов бюджета в 2013 году [Электронный ресурс] // Официальный сайт министерства финансов Вьетнама. URL: <http://www.mof.gov.vn> (дата обращения: 8.10.2014 г.).

11. Список таможенных сборов и пошлин на товары [Электронный ресурс] // Система документов указанных законодательства. URL: <http://www.moj.gov.vn> (дата обращения: 8.10.2014 г.).

12. Закон налога на дарение [Электронный ресурс] // газета "DienBienPhuонлайн". URL: <http://www.baodienbienphu.info.vn> (дата обращения: 8.10.2014 г.).

13. Основные содержания закона о налогов на специальные товары [Электронный ресурс] // Электронный портал Дананг. URL: <http://www.danang.gov.vn> (дата обращения: 8.10.2014 г.).

14. Исполнение бюджета по видам доходов [Электронный ресурс] // Электронный бюджет - единый портал бюджетной системы РФ. URL: <http://budget.gov.ru> (дата обращения: 12.10.2014 г.).

15. Отчет доходов и расходов бюджета в 2013 году [Электронный ресурс] // Официальный сайт министерства финансов Вьетнама. URL: <http://www.mof.gov.vn> (дата обращения: 8.10.2014 г.).

АУДИТ НА РЫНКЕ ЦЕННЫХ БУМАГ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ СПОСОБ МОНИТОРИНГА И КОНТРОЛЯ ЗА ДВИЖЕНИЕМ ИНВЕСТИЦИЙ

И.Н. Федоренко

Филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Санкт-Петербургский государственный экономический университет», г. Анадырь
E-mail: Fedorenko.irina@mail.ru

Рассмотрены вопросы совершенствования методологической базы аудита негосударственных пенсионных фондов и профессиональных участников рынка ценных бумаг, повышение роли мониторинга и контроля за движением инвестиций для привлечения инвесторов путем усиления финансовой «прозрачности» компаний, представлены разработки-новации по обеспечению информационной базы аудиторской проверки.

На сегодняшний момент в период значительных колебаний цен на рынке ценных бумаг актуальным является аудит на рынке ценных бумаг. Кроме того, особенности бухгалтерского и налогового учета у профессиональных участников рынка ценных бумаг обусловили необходимость аудита собственных финансовых вложений, а также необходимость проводить аудит финансовых вложений, находящихся в доверительном управлении. Финансовыми вложениями общество признает инвестиции в ценные бумаги, в уставные капиталы других организаций, предоставленные другим организациям займы и т.п. [1].

Одной из важнейших задач является совершенствование методологической базы аудита негосударственных пенсионных фондов (далее-НПФ) и профессиональных участников рынка ценных бумаг (далее-ПУРЦБ), как предпосылка создания эффективной системы мониторинга и контроля за движением инвестиций. Основные направления аудита рынка ценных бумаг представлены на рисунке 1.

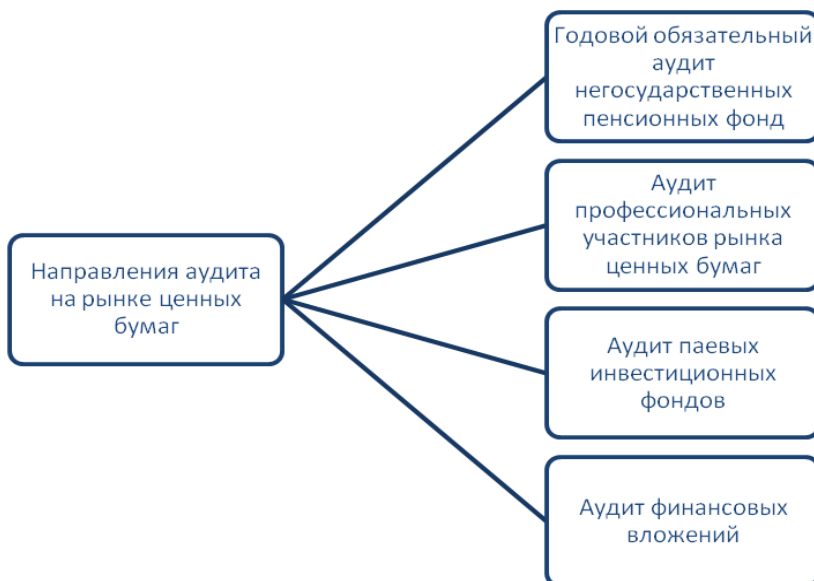


Рис. 1. Основные направления аудита на рынке ценных бумаг

Следует отметить, что законодательство РФ об аудиторской деятельности регламентирует проведение как обязательных, так и инициативных проверок:

- годовой обязательный аудит НПФ согласно требованиям статьи 22 Федерального Закона «О негосударственных пенсионных фондах» № 75-ФЗ с выдачей аудиторского заключения и отчета аудитора по результатам проверки, включая: документальную проверку учета и отчетности управляющих компаний и специализированных депозитариев по договорам доверительного управления пенсионных резервов и средств пенсионных накоплений, проверку ведения пенсионных счетов негосударственного пенсионного обеспечения и пенсионных счетов накопительной части трудовой пенсии, осуществление выплат негосударственных пенсий, выкупных сумм, накопительной части трудовых пенсий, единовременных выплат, срочных пенсионных выплат;

- аудит специальной отчетности негосударственных пенсионных фондов, включая отчетность по негосударственному пенсионному обеспечению и обязательному пенсионному страхованию;

- подготовка и выдача аудиторского заключения о неухудшении условий при решении негосударственных пенсионных фондов о реорганизации;

- методическая подготовка и проведение семинаров по актуальным вопросам учета и отчетности в НПФ и управляющих компаниях НПФ;

- оказание правовых консультационных услуг, включая участие в качестве представителя в судебных процессах, по вопросам, стоящим на стыке гражданского и административного права, налогообложения, формирования бухгалтерской отчетности.

Наряду с оказанием аудиторских услуг негосударственным пенсионным фондам аудиторские фирмы осуществляет регулярные консультации, по вопросам учета и налогообложения, как правило, по дискуссионным вопросам, стоящим на стыке учета, права и налогообложения. В частности, к недавним проблемам НПФ, по которым специалисты предлагают свои решения, явились следующие: покрытие убытков прошлых лет, обоснование создания резервов по ценным бумагам, необра-

щающимся на организованном рынке, формирование и использование страхового резерва по пенсионным резервам, учет и списание дефолтных ценных бумаг, подготовка раздела Учетной политики по учету пенсионных накоплений.

Позитивным аспектом заказа услуг по аудиту и консалтингу негосударственных пенсионных фондов и управляющих компаний НПФ является глубокое знание хозяйственных процессов, происходящих в НПФ, серьёзный опыт работы с НПФ и понимание высокой ответственности деятельности НПФ как социально значимого финансового института.

Аудит профессиональных участников рынка ценных бумаг (ПУРЦБ): брокеров, дилеров, депозитариев, регистраторов, доверительных управляющих проводится в соответствии с требованиями регулятора на финансовом рынке:

- для получения лицензий ПУРЦБ;
- для подтверждения достоверности годовой бухгалтерской отчетности.

Ежегодному аудиту подлежит ведение учета и составление отчетности в отношении имущества, составляющего паевой инвестиционный фонд, и операций с этим имуществом; состав и структура имущества, составляющего паевой инвестиционный фонд; оценка расчетной стоимости одного инвестиционного пая, суммы, на которую выдается один инвестиционный пай, и суммы денежной компенсации, подлежащей выплате в связи с погашением инвестиционного пая; соблюдение требований, предъявляемых к порядку хранения имущества, составляющего паевой инвестиционный фонд; сделки, совершенные с активами паевого инвестиционного фонда.

Обязательный аудит ценных бумаг проводится при регистрации проспекта ценных бумаг эмитента и при дополнительной эмиссии эмиссионных ценных бумаг (акций, облигаций, опционов эмитента).

Необходимость в организации аудита ценных бумаг может быть вызвана предстоящими сделками купли-продажи, оформлении залога для получения кредита, определения их реальной рыночной стоимости, при ликвидации акционерного общества, при реорганизации предприятий.

К прочим финансовым вложениям относятся: вклады в уставные (складочные) капиталы других организаций; предоставленные другим организациям займы, депозитные вклады в кредитных организациях; дебиторская задолженность, приобретенная на основании уступки права требования; вклады организации-товарища по договору простого товарищества; производные финансовые инструменты.

В рамках исследования было проведено исследование методом анкетирования о мотивации выбора аудиторской фирмы, в результате чего опрошено 20 организаций осуществляющих или планирующих деятельность на рынке ценных бумаг, как инвесторы или эмитенты. Анкета являлась анонимной, поэтому полученные результаты опроса можно обобщить в виде таблицы 1.

Таблица 1 – Результаты анкетного опроса*

Вопрос	Варианты ответа анкетного опроса (% респондентов выбравших данный вариант ответа)			
	1	2	3	4
1. Каковую организационно-правовую форму имеет ваша организация?	ОАО (50%)	ЗАО (20%)	ООО (10%)	ИП (20%)

Вопрос	Варианты ответа анкетного опроса (% респондентов выбравших данный вариант ответа)			
	1	2	3	4
2. Подлежит ли организация обязательному аудиту?	Да (50%)	Нет (50%)		
3. Используете ли вы в своей деятельности аудиторские услуги?	Да (80%)	Нет (20%)		
4. Какими видами аудиторских услуг вы готовы воспользоваться?	Аудит ценных бумаг для определения их реальной рыночной стоимости. (30%)	Аудита ценных бумаг может перед сделками купли-продажи, оформлении залога для получения кредита. (40%)	Проведение налогового аудита (20%)	Другие аудиторские услуги (10%)
5. Что является определяющим фактором при выборе аудиторской фирмы?	Репутация фирмы (40%)	Рекомендации коллег	Выбор аудиторских услуг с учетом специфики отраслевых предприятий (15%)	Низкая стоимость аудиторских услуг (5%)
6. Какова, по Вашему мнению, должна быть стоимость аудиторских услуг за один час работы?	Менее 500 руб. (5%)	500 – 1000 руб. (50)	1000 – 1500 руб. (35%)	Более 1500 руб. (10%)
7. Планируете ли вы в дальнейшем использовать услуги аудиторской организации?	Да (90%)	Нет (10%)		

**составлено автором*

Поскольку во многих организациях финансовые вложения составляют значительную долю активов, аудит и консалтинг в сфере финансовых вложений, является эффективным способом мониторинга и контроля за движением указанных инвестиций.

При появлении субъекта, обязанного и желающего провести проверку по одному из направлений аудита на рынке ценных бумаг, аудиторской фирме рекомендуется ответить на следующие вопросы:

- каков предполагаемый объем времени на проведение проверки?
- Позволяет ли провести проверку существующий бюджет рабочего времени?
- Есть ли у фирмы опыт проверки субъектов аналогичной отрасли экономики?
- Существует ли необходимость привлечения дополнительных специалистов, экспертов?
- Какова причина обращения субъекта к аудиторской фирме?
- Какова репутация субъекта?
- Независимы ли субъект и аудиторская фирма?
- Готов ли субъект проводить аудит в соответствии со стандартами?

После этого принимать решение о сотрудничестве с данным субъектом. В случае появления негативных ответов от проведения аудита, возможно, придется отказаться [3].

Разработаны и обоснованы информационные источники на примере аудита финансовых вложений компании – эмитента. В день выхода специалистов для проведения проверки клиент должен предоставить оригиналы всех документов, перечисленных в таблице 2.

Таблица 2- Информационная база для аудита документов и информации

№№	Наименование документа
1.	<i>Документы общего характера, решения органов управления</i>
1.1	Документы реестра акционеров. Договор на ведение реестра акционеров. Информация о структуре и составе акционеров (участников) Заказчика. Информация о структуре и составе пайщиков (акционеров) паевого (акционерного) инвестиционного фонда.
1.2	Документы о регистрации (в государственной налоговой инспекции, во внебюджетных фондах) в местах нахождения подразделений, выделенных на отдельный баланс, как имеющих, так и не имеющих счета в банках, по состоянию на отчетную дату, определенную в Договоре и на момент проведения аудиторской проверки. Решения органов управления Заказчика об открытии таких подразделений, номера открытых банковских счетов, договоры аренды занимаемых помещений.
1.3	Документы, подтверждающие регистрацию в налоговых органах по месту нахождения обособленных подразделений по состоянию на отчетную дату, определенную в Договоре и на момент проведения аудиторской проверки, не зарегистрированных в качестве филиала (представительства), по месту нахождения которого оборудованы стационарные рабочие места. Решения органов управления Заказчика об открытии таких подразделений, договоры аренды занимаемых помещений.
1.4	Положение о филиалах и прочих обособленных подразделениях компании.
1.5	Договоры на открытие счетов (в том числе ссудных и депозитных) в банках. Уведомления об открытии (закрытии) счетов.
1.6	Извещения о присвоении номеров по внебюджетным фондам и постановке на учет в инспекции по налогам и сборам.
1.7	Акты всех прошедших в проверяемом периоде и по момент проведения Аудиторской проверки проверок налоговых и контрольных органов. Переписка и материалы проверок государственных контрольных органов, акты сверок с налоговой инспекцией по всем видам налогов и сборов за этот же период.
1.8	Структура органов управления и бухгалтерии, должностные инструкции сотрудников Заказчика.
1.9	Протоколы и решения органов управления: - Протоколы заседаний акционеров (участников) с начала проверяемого периода и на момент проведения Аудиторской проверки. - Протоколы заседаний совета директоров с начала проверяемого периода и на момент проведения Аудиторской проверки. - Протоколы заседаний Правления с начала проверяемого периода и на момент проведения Аудиторской проверки. - Иные материалы органов управления, - Приказы по обществу с начала проверяемого периода и на момент проведения Аудиторской проверки.

№№	Наименование документа
	Указанные документы предоставляются вместе со всеми приложениями к ним (материалами, представленными на рассмотрение на соответствующих заседаниях).
1.10	Утвержденный порядок документооборота компании.
1.11	Утвержденный перечень и образцы форм первичных учетных документов, применяемых для оформления хозяйственных операций, по которым не предусмотрены типовые формы первичных учетных документов, а также форм документов для внутренней бухгалтерской отчетности с инструкциями по их заполнению, действующих в течении проверяемого периода.
1.12	<p>Все утвержденные внутренние положения и регламенты, в том числе связанные с:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организацией контроля, - порядком проведения инвентаризации и ревизий имущества и обязательств, - порядком оплаты труда и стимулирования работников, - порядком формирования всех резервов, - порядком организации работы и учета операций по выдаче и привлечения займов и кредитов, - порядком организации работы и учета операций с ценными бумагами, - организацией налогового учета и принятых методик расчета налоговых баз по налогу на прибыль, налогу на добавленную стоимость, налогу на имущество, земельному налогу. <p>А также прочие внутренние документы и регламенты, действовавшие в проверяемом периоде.</p> <p>В случае необходимости может быть согласован отдельный список необходимых внутренних положений и регламентов.</p>
1.13	Коллективный договор, трудовые договоры с сотрудниками. Список материально-ответственных лиц с указанием реквизитов договора об индивидуальной материальной ответственности.
1.14	Документы по всем инвентаризациям, ревизиям и сверкам, проведенным в проверяемом периоде и на момент проведения Аудиторской проверки.
2.	<i>Внутренний контроль и деятельность по предотвращению легализации (отмывания) доходов, полученных преступным путём, и финансирования терроризма (далее по тексту - ПЛ (О) ДППП и ФТ)</i>
2.1	Утвержденный руководителем перечень сотрудников, которые должны проходить обязательную подготовку и обучение в целях ПЛ (О) ДППП и ФТ с указанием ФИО, занимаемой должности и даты приема на работу в указанной должности.
2.2	Утвержденную программу подготовки и обучения сотрудников организации в сфере ПЛ (О) ДППП и ФТ
2.3	Порядок учета прохождения сотрудниками организации обучения, установленный руководителем организации.
2.4	Документы, подтверждающие прохождение сотрудниками учебы (повышение квалификации) в части ПЛ(О)ДППП и ФТ (применение Закона № 115-ФЗ).
2.5	Личные дела сотрудников, проходящих обучение.
2.6	Отчеты контролёра: - по ценным бумагам, по профессиональной деятельности, по иным вопросам; - по ПЛ(О)ДППП и ФТ
2.7	Документы анкетирования клиентов, относящиеся к проверяемому периоду.
2.8	Относящиеся к проверяемому периоду документы, касающиеся выявления подлежащих обязательному контролю сделок, а также подозрительных сделок, включая документы о принятых решениях (сообщать/не сообщать) и переданные сообщения.
2.9	Документы по проведённым контролёром (контролёрами) и ответственными лицами

№№	Наименование документа
	Заказчика проверок с начала проверяемого периода и на момент проведения Аудиторской проверки проверок профессиональной деятельности, иной деятельности, а также ПЛ(О)ДППП и ФТ.
3.	<i>Финансовые вложения</i>
3.1	Расшифровка финансовых вложений на начало и конец проверяемого периода
3.2	Договоры на брокерское обслуживание. Отчеты брокеров за проверяемый период.
3.3	Договоры купли-продажи ценных бумаг.
3.4	Выписки по счетам ДЕПО за проверяемый период. Выписки из реестров акционеров за проверяемый период. Иные документы, подтверждающие переход права собственности на финансовые вложения в течение проверяемого периода. Выписки по счетам ДЕПО, выписки из реестров акционеров и иные документы на отчетную дату, подтверждающие право собственности Заказчика на финансовые вложения, показанные в Подтверждаемой отчетности Заказчика.
3.5	Все документы по заключавшимся в проверяемом периоде срочным сделкам (если таковые были).
3.6	Все документы по заключавшимся в проверяемом периоде сделкам РЕПО (если таковые были).
3.7	Договоры и иные документы, касающиеся размещения депозитов в проверяемом периоде.

**составлено автором*

Перечень запрашиваемой информации и документов не является окончательным и может быть дополнен в процессе проведения аудиторской проверки.

Если предоставление каких-либо из перечисленных документов не возможно (в силу их отсутствия или по каким-либо другим причинам), Исполнитель просит Заказчика предоставить отдельное письмо или иной аналогичный документ, содержащий необходимую информацию, либо объяснение причин о невозможности предоставления запрашиваемых документов и информации.

Изучение практики аудита в России, свидетельствует о том, что он проводится в интересах собственников, включая рядовых акционеров, и для привлечения инвесторов путем усиления финансовой «прозрачности» компаний и является эффективным способом мониторинга и контроля за движением указанных инвестиций.

Список использованной литературы.

1. Положения по бухгалтерскому учету «Учет финансовых вложений» (ПБУ 19/02), утвержденного Приказом Министерства финансов РФ от 10 декабря 2002 года 126н.

2. Федоренко И.Н. Инвестиционная стратегия на рынке ценных бумаг Современная экономика: анализ состояния и перспективы развития (монография) Научное издание / под общ. ред. Т.Н. Внуковской. – Ставрополь: Центр научного знания «Логос», 2012. – С. 240-253

ОСОБЕННОСТИ РАСЧЕТА ОТПУСКНЫХ В 2014 ГОДУ

А.В. Харьковская, Т.В. Арцер

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: h.nastya_28@mail.ru.

Научный руководитель: Арцер Т.В., канд. экон. наук, доцент

Расчет отпускных – одна из самых популярных операций у бухгалтеров по расчету заработной платы. Отпускные уверенно занимают второе место, уступая лишь непосредственно самой зарплате. Долгое время правила расчета отпускных оставались неизменными, но со 2 апреля 2014 года средний заработок определяют исходя из 29,3 дней, а не 29,4. Соответствующие поправки внесены в статью 139 Трудового кодекса Федеральным законом от 02.04.2014 № 55-ФЗ.

Понимание того, каким образом определяется размер отпускных и способ их расчета является, безусловно, актуальным, потому что, определив точную сумму отпускных и компенсаций за неиспользованный отпуск можно избежать споров с работниками и проверяющими.

Цель данного исследования определить особенности расчета отпускных в 2014 году.

Задачи:

- проанализировать изменение среднемесячного числа календарных дней;
- определить способы расчета отпускных в 2014 году;
- проанализировать нюансы расчета отпускных по новым правилам.

При расчете отпускных и компенсации за неиспользованный отдых нужно использовать новый коэффициент 29,3 [1]. Главные правила такие: новый коэффициент применяется при расчете отпускных со 2 апреля. Выплаты, начисленные до этой даты, пересчитывать не нужно.

Коэффициент показывает среднее количество дней в месяце без учета праздников. До 2 апреля в статье 139 Трудового кодекса РФ была прописана цифра 29,4 [1]. Между тем число праздников увеличилось с 12 до 14 дней еще в 2012 году, когда добавились 6 и 8 января. Отсюда и получается: $(365 \text{ дн.} - 14 \text{ дн.}) / 12 \text{ мес.} = 29,25$. Чиновники округлили эту цифру до 29,3 [2].

Отпуск оплачивается из расчета среднего заработка за расчетный период. Средний заработок сотрудника независимо от режима его работы определяется исходя из фактически начисленных ему выплат и реально отработанного им времени за 12 календарных месяцев, предшествующих отпуску.

Средний дневной заработок равен отношению начисленной за расчетный период зарплаты к 12 предыдущим календарным месяцам и к среднемесячному числу календарных дней (29,3).

Итак, средний дневной заработок работника для оплаты отпускных определяют по формуле [3]:

Средний дневной заработок

$$= \frac{\text{Сумма начисленной за расчетный период зарплаты}}{12 \text{ мес}} \div 29,3$$

Определив размер среднедневного заработка, можно рассчитать сумму отпускных. Она определяется путем перемножения найденного дневного заработка и количества дней в отпуске. Это самый простой способ определения суммы выплаты [3].

Сумма отпускных = Средний дневной заработок × Количество дней отпуска

Пример [4]:

Работник Коврыжкин уходит в отпуск с 05.05.2014 года, продолжительность – 28 положенных дней отпуска. Его оклад составляет 15 000 рублей, надбавка 2 000 рублей. Расчетный период отработал полностью.

Средний дневной доход: $(15\ 000 + 2\ 000) \times 12 / 12 / 29,3 = 580,2$ руб.

Сумма отпускных: $580,2 \times 28 = 16\ 245,73$ руб.

Также полностью отработанным считается месяц, в котором сотрудник работал сверх своей обычной нормы рабочего времени.

Но чаще всего в течение года сотрудник мог болеть, быть в отпуске, ездить по командировкам.

Доход за данный период рассчитывается обычным образом, а количество дней надо пересчитать по специальной формуле [2]:

Количество расчетных календарных дней

$$= \frac{29,3}{\text{число календарных дней месяца} \times \text{число календарных дней отработанных за период}}$$

Пример [4]:

Работник Коврыжкин с 20.10.2014 уходит в отпуск, продолжительностью 28 календарных дней. Его оклад составляет 20 000 руб. В расчетный период входят октябрь – декабрь 2013 года и январь – сентябрь 2014 года. В июле работник по причине болезни отработал 10 рабочих дней. При этом 10 рабочих дней приравнивается к 14 календарным дням.

В июле – 21 рабочий день. Рассчитаем размер заработка за июль:

$20\ 000 / 21 \times 10 = 9\ 523,81$ руб.

Определим количество расчетных дней в неполном месяце: $29,3 / 31 \times 14 = 13,23$ календ. дн. Рассчитаем сумму отпускных $(9\ 523,81 + 20\ 000 \times 11 \text{ мес.}) / (13,23 + 29,3 \times 11) \times 28 = 19\ 153,8$ руб. Сумма отпускных составила 19153,8 руб.

Кроме того, считается, что месяц также не полностью отработан в двух следующих ситуациях.

Первая – у сотрудника есть переработки, но есть и дни больничного. В месяце 22 рабочих дня. Сотрудник отработал тоже 22 дня, но из них три рабочие субботы. А три дня он находился на больничном. Вот тут считать месяц полностью отработанным нельзя. При исчислении среднего заработка из расчетного периода исключается время болезни, а также начисленные за это время суммы. Значит, этот месяц считается отработанным не полностью. При этом не важно, что работник трудился внеурочно.

Вторая ситуация – сотрудник устроился в компанию в начале месяца после праздников. Например, 9 января или 5 мая 2014 года. За первый месяц работы ему

начислили полный оклад, поскольку он трудился все рабочие дни. Однако считать этот месяц полностью отработанным нельзя, ведь первые дни января или мая он еще не числился в компании. И не важно, что эти дни выходные.

Средний заработок, рассчитанный исходя из нового коэффициента 29,3, будет больше заработка, определенного по старым правилам. Следовательно, отпускные сотрудников увеличатся.

Однако, кадровые специалисты, которые используют автоматизированные системы учета, до сих пор вынуждены проводить расчеты вручную, поскольку далеко не все разработчики отреагировали оперативно и заменили алгоритмы расчета. Так же существует несколько нюансов по расчетам отпусков, которые начались со 2 апреля 2014 года.

Если отпуск начался до 2 апреля 2014 года, а закончился после этой даты. Отпускные были рассчитаны с использованием прежнего коэффициента. Чиновники Роструда считают, что пересчитывать отпускные за период со 2 апреля не нужно. Ведь компания определила средний заработок, когда действовали еще старые правила.

Если же отпуск начался 2 апреля или позже. По общему правилу рассчитаться с отпусником работодатель обязан не позднее чем за три дня до начала отпуска [5]. Причем за три календарных дня. Если работник ушел в отпуск со 2 апреля 2014 года, то отпускные с учетом выходных он должен был получить не позднее 28 марта. В Роструде уверены, что и в этом случае пересчет не нужен. Но мы считаем, что можно пойти навстречу сотруднику, пересчитать ему отпускные и доплатить разницу. А поскольку их сумма пусть чуть-чуть, но возрастет, претензий со стороны проверяющих не будет.

В заключении необходимо отметить следующее:

1. Федеральным законом от 02.04.2014 № 55-ФЗ внесены изменения в статью 139 Трудового кодекса о том, что среднемесячное число календарных дней при полностью отработанном месяце считается равным 29,3. Ранее это число составляло 29,4.

2. При расчете отпускных за полностью отработанный месяц нужно использовать показатель 29,3, а так же применять этот показатель при расчете отпускных и компенсаций за неиспользованный отпуск со 2 апреля.

3. Внесенные изменения улучшают положение работника, но, требуют профессиональных знаний в работе бухгалтера. Так как неверное исчисление отпускных приводит к спорам с трудовым коллективом и санкциям со стороны трудовой и налоговой инспекций.

Список использованной литературы.

1. Консультант Плюс: Исчисление средней заработной платы. Трудовой кодекс Российской Федерации. [Электронный ресурс] // Федеральный закон Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ (в ред. от 02.04.2014) / Консультант Плюс: справочная правовая система. URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=164929> (дата обращения: 30.09.2014 г.).

2. Памятка по расчету отпускных в 2014 году. [Электронный ресурс] // Главбух. URL: <http://www.glavbukh.ru/art/21116-raschet-otpusknyh-v-2014-godu> (дата обращения: 30.09.2014 г.).

3. Расчет отпускных на практике в 2014 году. [Электронный ресурс] //

Практическая бухгалтерия. URL: <http://www.buhgalteria.ru/article/n116900> (дата обращения: 04.10.2014 г.).

4. Расчет отпускных в 2014 году. [Электронный ресурс] // Деловая жизнь. URL: <http://bs-life.ru/rabota/personal/rasschet-otpusknih2013.html> (дата обращения: 06.10.2014 г.).

5. Консультант Плюс: Порядок, место и сроки выплаты заработной платы. Трудовой кодекс Российской Федерации. [Электронный ресурс] // федер. закон Рос. Федерации от 30.12.2001 № 197–ФЗ/ Консультант Плюс: справочная правовая система. URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=164929> (дата обращения: 01.10.2014 г.).

ГОРНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ В МОНГОЛИИ И РОССИИ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ

О. Цээлэйнамсан, Э.В. Плучевская *

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: bolor_dmts@yahoo.com

*E-mail: emilyval@rambler.ru

Научный руководитель: Плучевская Э.В., канд. экон. наук, доцент

Полезные ископаемые, на территории какой-либо страны, – это её минеральные ресурсы, которые являются основой для развития промышленного производства. Соответственно потенциальные возможности развития экономики большинства стран во многом зависят от запасов полезных ископаемых, размеров их добычи и эффективности использования. В статье рассматриваются особенности организации бухгалтерского учета полезных ископаемых на предприятиях горной промышленности Монголии и России, проводится сравнительный анализ.

Монголия

Основная часть Монголии находится в зоне степей, пустынь и полупустынь на северо-востоке Центральной Азии. Монголия - одна из стран Азии, которые наиболее обеспечены полезными ископаемыми. Горнодобывающая промышленность играет важную роль в экономике Монголии. Страна славится своими природными запасами, которые способны удовлетворить потребности государства и других стран, куда сырье идет на экспорт. Согласно официальным данным, государственный бюджет на 85-90% формируется за счет налоговых поступлений от горной промышленности.

В Монголии постоянно ведутся работы по разведке новых месторождений. **Полезные ископаемые** Монголии очень разнообразны. Недаром Монголию называют сокровищницей полезных ископаемых. Почти всю таблицу Менделеева можно найти в месторождениях ее недр. В Монголии имеются 1170 месторождений более 80 видов полезных ископаемых: золото - 1619 млн. тонн, серебро - 227000 тонн, медь - 36,3 млн. тонн, железная руда - 660 млн. тонн, цинк - 5,9 млн. тонн, нефть - 250 млн. тонн и 175 млрд. тонн запасов угля и занимает 15-ое место по добыче угля в мире.

Соответственно в стране уделяется повышенное внимание к постановке бухгалтерского учета и налогообложения полезных ископаемых на предприятиях, занимающихся их добычей и переработкой. Рассмотрим специфику отражения в бухгалтерском учете налоговых платежей и виды налогов на добычу полезных ископаемых (таблица 1).

Таблица 1 – Отражение в бухгалтерском учете налогообложения добычи полезных ископаемых в Монголии*

Д	К	Содержание хозяйственных операций	Первичные документы и получатели платежей
14	31	Начислен налог на добычу полезных ископаемых	Налоговая декларация по налогу на добычу полезных ископаемых
10,12	51,61	Уплачены авансовые платежи по налогу на добычу полезных ископаемых.	Платежное поручение
14	31	Оплата земель (налог на землю)	Местный бюджет
14	31	Налог на недвижимость	Налоговая декларация по налогу на недвижимость
14	31	Вода (налог на использование воды)	Министерство охраны окружающей среды
14	31	Восстановление окружающей среды	Министерство охраны окружающей среды
14	31	Геологоразведочные работы выполненные за счет госбюджета	Министерство горнодобывающей промышленности
14	31	Оплата лицензии	Министерство горнодобывающей промышленности
14	31	Затраты на страхования	Страховая компания

*составлено автором

Россия

Основным направлением горнодобывающей промышленности является добыча полезных ископаемых, поэтому отрасль постоянно развивается, осваивая новые месторождения. В России горнодобывающая промышленность представлена рядом производств, оснащенных специальной техникой для поиска и добычи сырья. Все шахты России вы можете найти в каталоге шахт и рудников, где представлены контактные данные всех предприятий страны.

Горнодобывающая промышленность играет важную роль в экономике России. Страна славится своими природными запасами, которые способны удовлетворить потребности государства и других стран, куда сырье идет на экспорт. Согласно официальным данным, государственный бюджет на 60–70% формирует именно горное дело. Поэтому власти заинтересованы в повышении статуса предприятий, доли экспорта, а также в обеспечении должного технологического уровня предприятий. Немаловажного внимания заслуживает подготовка кадров и поиск новых подходов в обучении, а также повышение престижности самой отрасли. В России открыто более 20 тыс. месторождений полезных ископаемых. Однако реальная количественная оценка запасов полезных ископаемых России затруднена, так как разные

источники приводят разные данные, которые в отдельных случаях отличаются в разы (таблица 2).

Таблица 2 – Особенности учета и налогообложения полезных ископаемых в России

Дебет	Кредит	Содержание хозяйственных операций	Первичные документы
20, 23, 25, 26	68	Начислен налог на добычу полезных ископаемых	Налоговая декларация по налогу на добычу полезных ископаемых, Бухгалтерская справка.
68	51	Уплачены авансовые платежи по налогу на добычу полезных ископаемых.	Платежное поручение, Выписка банка по расчетному счету.
68	51	Уплачен налог на добычу полезных ископаемых.	Платежное поручение, Выписка банка по расчетному счету.

Исходя из приведенных данных мы можем сделать вывод о том, что в Монголии доля участия поступлений от горного дела в бюджете страны больше, чем в России, так же, как и в Монголии виды налоговых платежей более разнообразны, чем в России.

Список использованной литературы.

1. National statistical office of Mongolian, Mongolian statistical yearbook. – 2013. – P. 269–278.
2. Закон Монголии: Закон о полезных ископаемых. – 2006. – С. 350–380.
3. Еркеш А., Нунжигмаа О. Бухгалтерский учет. – Улан-Батор, 2012. – С. 250–253.
4. Официальный сайт Департамента по полезным ископаемым Правительства Монголии [Электронный ресурс]. 2013. URL: <http://www.mram.gov.mn/> (дата обращения: 11.10.2014 г.).
5. Бухгалтерский учет и налоги [Электронный ресурс] // © НДП "Альянс Медиа" 2003–2014. URL: <http://www.businessuchet.ru/> (дата обращения: 04.10.2014 г.).

ПРОБЛЕМЫ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ ПОЛУЧЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И ПРИМЕНЕНИЕ ПОЛУЧЕННЫХ ЗНАНИЙ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ

И.В. Швачка

Томский политехнический университет, г.Томск

E-mail: i_v_s_08@list.ru

Научный руководитель: Плучевская Э.В., канд. экон. наук, доцент

В данной статье рассмотрено значение международных стандартах финансовой отчетности. Определены сходства и различия ведения бухгалтерского учета в Российской Федерации и Республике Казахстан. Выявлены проблемы получения образования специалистом на территории России и применения полученных знаний в Республике Казахстан. И рассмотрена возможность подготовки высококвалифицированных специалистов в Российской Федерации.

С развитием экономики, молодые специалисты стремятся получить высшее профессиональное образование за рубежом, так как дает ему возможность расширить свой потенциал также увеличить шансы по трудоустройству и обеспечить себе рост в карьере. После получения определенных знаний применить их на практике в «своей» стране. Но каждые ли знания, полученные за рубежом, могут быть применены на «родной» земле? Рассмотрим на примере стран России и Казахстана в сфере бухгалтерского учета. Определим различия и особенности ведения бухгалтерского учета в данных странах.

В начале 90-х годов XX века как в России, так и в Казахстане возросло внимание к развитию международных экономических отношений для входа в мировую рыночно-экономическую систему. Но система бухгалтерского учета, в том числе ее принципы, методы и формы уже не отвечают условиям рыночного хозяйства.

Необходима разработка и формирование единых подходов экономических показателей, точно отражающих реальное финансовое положение и результаты хозяйственной деятельности предприятия и приведенные в соответствии с международными стандартами. В едином подходе заинтересованы не только государственные органы, акционеры, покупатели, поставщики, инвесторы, но и молодые специалисты, которые приобретают знания за границей, свободно могли применить их в любой части мира.

Международные стандарты финансовой отчетности (МСФО) – это стандарты и разъяснения, которые приняты Правлением Комитета по международным стандартам финансовой отчетности [1]. Данные стандарты являются, по сути, обобщенной практикой бухгалтерского учета наиболее развитых учетных систем в мире, таких как американской и европейской системах. Международные стандарты финансовой отчетности представляют собой рекомендации по ведению бухгалтерского учета и страны могут самостоятельно принимать решения об их использовании, так как полное копирование МСФО может вызвать негативные последствия в национальной практике бухгалтерского учета страны. Принципы подготовки и составления финансовой отчетности сформулированы в виде отдельного документа и если определенные предложенные стандарты противоречат принципам ведения бухгалтерского учета, то применяется положения стандарта [2].

Международные стандарты должны применяться к любой из финансовой отчетности общего назначения. В данных стандартах рассматривается цель, состав, определения, общие подходы к формированию и требования по структуре и содержанию финансовой отчетности.

Рассмотрим в таблице 1 введения бухгалтерского учета в Республике Казахстан и Российской Федерации.

Таблица 1 – Сравнительная характеристика ведения бухгалтерского учета в Республике Казахстана и в Российской Федерации [3],[4].

№ п/п	Наименования	Казахстан	Россия
1.	Применения МСФО в стране	Да	Нет
2.	Основной нормативный документ, регулирующий бухгалтерский учет	Закон Республики Казахстан от 28.02.07 г. № 234-111 «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности».	Федерального закона № 402-ФЗ от 06.12.2011 «О бухгалтерском учете».
3.	Необходимое условие для работы бухгалтером	В законе Республики Казахстан от 28.02.07 г. № 234-111 «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» статьи 22 говорится о том, чтобы работать по профессии бухгалтерского учета необходимо пройти сертификацию. Сертификацию специалистов в бухгалтерском учете осуществляет организация, которая, в свою очередь, разрабатывает и распространяет материал для прохождения сертификации.	Имеющий образование по специальности бухгалтерский учет.
4.	Условие ведение бухгалтерского учета	В законе Республики Казахстан от 28.02.07 г. № 234-111 «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» статьи 6 говорится, что Бухгалтерский учет является упорядоченной системой сбора, также регистрации и обобщения информации о хозяйственно-финансовой деятельности предприятия в соответствие законом РК о БУ и учетной политики предприятия.	Согласно Федеральному закону № 402-ФЗ от 06.12.2011 «О бухгалтерском учете» в статье 8 говорится, что учетная политика способ ведения экономическим субъектом бухгалтерского учета.
5.	Формирование финансовой отчетности	Со стандартами МСФО 1 «Представление финансовой отчетности».	По законодательству Российской Федерации, устанавливает Положение по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» (ПБУ 4/99).
6.	Цели финансовой отчетности	Целью бухгалтерского учета, так и в финансовой отчетности в РК является обеспечение заинтересованных лиц полной,	Достоверной и полной информации о финансовом положении и финансовых результатах предприятия,

№ п/п	Наименования	Казахстан	Россия
		достоверной информацией о финансовом положении и результатах деятельности предприятия также об их изменениях.	но не формулирует цели предоставления этой информации.
7.	Цель бухгалтерского учета		Предоставление информации о финансовом положении также, о финансовых результатах предприятия внешним и внутренним пользователям.
8.	Главные пользователи финансовой отчетности	Кредиторы и инвесторы	Государственные и налоговые структуры
9.	Отчетный период финансовой отчетности	Согласно Закону Республики Казахстан от 28.02.07 г. № 234-111 «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» статья 18: 1. Отчетным периодом для годовой финансовой отчетности является календарный год начиная с 1 января по 31 декабря. 2. Первый отчетный год для вновь созданной организации начинается с момента ее государственной регистрации по 31 декабря того же года.	Согласно Закону Федеральный закон «О бухгалтерском учете» в статье 15 пункту 1: Отчетным периодом для годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности является календарный год - с 1 января по 31 декабря включительно, за исключением случаев создания, реорганизации и ликвидации юридического лица.
10.	Использование языка для ведения бухгалтерского учета и составления финансовой отчетности	Согласно Закону Республики Казахстан от 28.02.07 г. № 234-111 «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» в статье 18 пункте 5: Индивидуальные предприниматели и организации обеспечивают ведение бухгалтерского учета и составление финансовой отчетности на государственном и русском языках.	Ведения бухгалтерского учета и составления финансовой отчетности осуществляется на русском языке.

Из таблицы 1 можно сделать следующие выводы:

1) Республика Казахстан применяет в бухгалтерском учете и финансовой отчетности МСФО, которая упрощает работу с иностранными поставщиками, покупателями, акционерами, инвесторами и обучение с молодыми специалистами.

2) Цели финансовой отчетности и бухгалтерского учета у стран различны, но имеют общий характер о предоставлении полной и достоверной финансовой информации. В Республике Казахстан финансовая отчетность формируется в основном для кредиторов и инвесторов, а в Российской Федерации для государственных и налоговых структур.

3) Предоставления информации в Российской Федерации подразделяется на внутренних и внешних пользователей, а в Республике Казахстан все пользователи по отношению к предприятию являются внешними и в этом случаи информация предоставляется в равных частях.

4) Ведение бухгалтерского учета и составление финансовой отчетности в Республике Казахстан осуществляется на государственном и русском языках, что может составить преграды для молодых специалистов, получивших образования в Российской Федерации.

5) В Республике Казахстан по профессии бухгалтер может работать специалист, который прошел сертификацию по бухгалтерскому учету, а в Российской Федерации, те, у кого есть образования по бухгалтерскому учету.

Таким образом, цели и принципы бухгалтерского учета схожи, давая ориентацию на прозрачное отражение финансово-хозяйственной деятельности предприятия, но его ведение в каждой стране имеют свои особенности, которые определяются нормативными документами государства и, изучив их в одной стране, сложно применить за рубежом. В Российской Федерации бухгалтерский учет с каждым годом приближается к стандартам МСФО и его можно включить в программу обучения в вузы страны, тем самым обеспечив более сильную подготовку молодых специалистов и дать им дополнительные возможности по трудоустройству и карьерному росту. Более качественная подготовка высококвалифицированных кадров для страны, в свою очередь, приведет к поднятию экономики на новый уровень и развитию новых отношений между разными странами.

Список использованной литературы.

1. Международные стандарты финансовой отчетности. [Электронный ресурс] – Центр начального образования МСФО на allmsfo.ru URL: <http://allmsfo.ru/msfo-eto.html> (дата обращения: 03.10.2014г.).

2. Общие принципы МСФО. [Электронный ресурс] – Центр начального образования МСФО на allmsfo.ru URL: <http://allmsfo.ru/obshie-principi-msfo.html> (дата обращения: 03.10.2014г.).

3. Закон Республики Казахстан от 28.02.07 г. № 234-III «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности».

4. Федерального закона № 402-ФЗ от 06.12.2011 «О бухгалтерском учете».

СИСТЕМА ГРЕЙДОВ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ПЕРСОНАЛА РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ

М.А. Черепанова

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: mari0ch29@mail.ru

Научный руководитель: Ермушко Ж.А., канд. экон. наук, доцент

В статье рассмотрена грейдовая система оплаты труда как альтернатива устаревшей тарифной системе. Дана оценка преимуществ использования грейдовой системы оплаты труда в РФ. Проанализированы этапы становления данной системы оплаты труда в национальной экономике. Теоретические выводы автора подтверждаются в рамках статьи путем исследования практического опыта использования системы грейдов на предприятии ОАО «Гусиноозерская ГРЭС» ИНТЕР РАО - Электрогенерация.

В управлении предприятием большое значение имеет создание условий для высокопроизводительного труда персонала, и важнейшая роль в достижении этой цели отводится организации оплаты труда. Правильно выстроенная система оплаты труда работников – ключевой элемент в повышении эффективности деятельности организации.

Система грейдов является разновидностью материальной мотивации персонала, в основе которой сосредоточена оценка относительной ценности должности на предприятии и создание иерархии должностей с соответствующими окладами. [2]

Внедрение системы грейдов является удобным инструментом регулирования фонда оплаты труда и создает основу для внедрения различных механизмов мотивации и развития персонала.

В России система грейдов представляет собой замену тарифной сетке советских времен. Основными узкими местами советской тарифной сетки являются непрозрачная внутренняя логика и жесткость иерархической структуры. В настоящее время гарантированные тарифные ставки и должностные оклады выступают скорее в роли ограничителей заинтересованности трудящихся в развитии и реализации имеющихся способностей, поскольку с одной стороны могут выплачиваться в полном размере без достижения работниками соответствующих результатов, с другой стороны не предусматривают повышение оплаты в случае перевыполнения плана. (табл. 1).

Таблица 1 – Отличия между тарифной системой и системой грейдов [3]

Тарифная система	Система грейдов
1. Система основана на оценке стажа работы, профессиональных знаний и навыков.	1. Предусмотрена более широкая линейка критериев, включающая следующие показатели оценки должности: <ul style="list-style-type: none">• управление;• сложность работы;• ответственность;

Тарифная система	Система грейдов
	<ul style="list-style-type: none"> • цена ошибки; • самостоятельность.
2. Нарастающий принцип встраиваемости должностей в организации	2. Система грейдов предусматривает возможность пересечения частей двух близлежащих грейдов. В результате работник из более низкого грейда, за счет своего профессионализма может получать более высокий должностной оклад, чем специалист, из грейда рядом стоящего высшего порядка
3. Тарифная сетка построена на умножении минимальной заработной платы на межразрядные или межотраслевые коэффициенты.	3. Грейдинг основан на весе должности, рассчитанном в баллах
4. Должности выстроены по строгому нарастанию вертикали (от рабочего до управленца)	4. Должности выстроены по принципу важности для компании

Внедрение системы грейдов предполагает прохождение организацией четырех основных шагов:

Первый этап – описание и оценка должностей.

Процедура оценки должности состоит из нескольких важных шагов:

Первый из них это личная беседа, задача которой состоит в оценке профессиональных умений и способностей конкретного работника. При этом составляются характеристики человека, занимающего конкретное рабочее место, а не сам грейд.

Аналогом личной беседы может являться процесс анкетирования, что позволяет сформировать представление о той или иной должности.

Второй шаг - оценка полезности данной работы. На этом шаге сравнивают ценность результатов, полученных от данной должности, с ценностью результатов других позиций внутри компании.

Второй этап – определение факторов оценки должностей. Эти факторы могут в значительной мере отличаться в силу специфики каждого конкретного предприятия. На промышленных предприятиях обычно используют такие факторы как ответственность; опыт; наличие подчиненных; квалификация; сложность работы; цена ошибки. На предприятиях, занимающихся созданием инновационной продукции, к этим факторам могут добавить, к примеру, количество внесенных работником инновационных предложений.

Третий этап – оценка должностей по ключевым факторам.

Итоговый балл, который в дальнейшем определяет место работника в системе грейдов, определяется умножением баллов, полученных при аттестации, на баллы значимости этих факторов. Баллы значимости зависят от важности данной должности для компании

Четвертый этап - распределение баллов по грейдам.

По результатам подсчетов, в зависимости от полученного суммарного балла, все должности в компании выстраиваются в иерархическую пирамиду. Затем эту пирамиду разбивают на грейды по принципу получения приблизительно одинакового количества баллов, на основании выполняемых функций и в зависимости от степени значимости данной позиции для предприятия. После формирования грейдов устанавливаются диапазоны («вилки») базовой заработной платы для должностей, вошедших в каждый грейд. [1] При установлении «вилки» окладов для каждого грейда предприятия нередко ориентируются на рыночные значения заработных плат. При этом минимальная и максимальная ставки в грейде могут устанавливаться, соответственно, на 15 % ниже и на 30 % выше среднерыночного значения.

Структура заработной платы после внедрения системы грейдов представлена на рисунке 1.

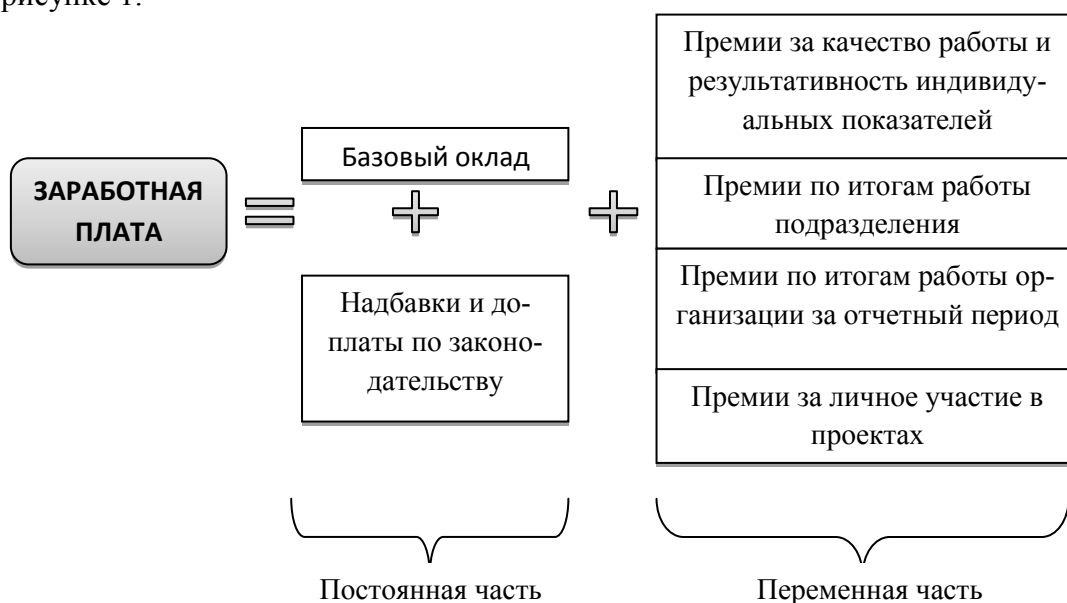


Рис. 1. Структура заработной платы по грейдам.

Таким образом, грейдовая система представляет собой систему роста заработной платы по трем основным факторам:

1. Знания и умения. В этом разделе учитывается не только уровень образования работника, но и приобретенные знания:

- профессиональные и предметные – знания практических и теоретических процедур, специализированных подходов, теоретических моделей профессиональных дисциплин;

- аналитические и концептуальные навыки, которые необходимы для выполнения работ по планированию, организации, консультированию, разработке и управлению подчиненными;

- навыки взаимодействия с людьми – насколько сотрудник может успешно работать в команде, общаться с клиентами.

2. творческий потенциал, решение проблем – мера оригинального, инновационного мышления, с помощью которого человек может создавать новые результаты. Показывает уровень самостоятельности мышления его независимости от принятых стандартов и правил;

3. Ответственность. Это сила влияния должности на конечные результаты работы организации (с учётом важности этих результатов для компании).

На практике система грейдов показала, что обладает следующими преимуществами:

- делает систему начисления оплаты труда более гибкой;
- повышает эффективность фонда оплаты труда на 10 - 30%;
- делает принцип начисления зарплаты прозрачным, что позволяет отсеять ленивых и бесполезных сотрудников;
- является удобным инструментом для определения размера базового оклада новой должности;
- позволяет уменьшить текучесть кадров и позволяет отслеживать подразделения, где имеются несоответствия в начислениях зарплаты.

Тем не менее, несмотря на все плюсы данной системы оплаты труда, у нее имеется ряд недостатков:

- она требует больших расходов на разработку, внедрение и поддержание в рабочем состоянии;
- требует привлечения большой группы экспертов для разработки системы;
- имеется вероятность субъективного подхода как при разработке и первоначальной оценке составляющих грейдов, так и в процессе регулярных рабочих проверок соответствия персонала уровню грейда.

Наличие недостатков не умаляет достоинств системы грейдов, она в любом случае является более эффективной по сравнению с тарифной системой оплаты. Всевозрастающий интерес к системе грейдов со стороны российских компаний является ярчайшим подтверждением данного факта.

Среди крупнейших российских компаний, которые применяют систему грейдов можно отметить Газпром, Русал, Росатом, РусГидро, СИБУР, Аэрофлот. [1]

Для более предметного анализа новой системы оплаты труда, рассмотрим как она функционирует на конкретном предприятии. Для примера возьмем предприятие ОАО Гусиноозерская ГРЭС «ИНТЕР РАО - Электрогенерация», на котором с 2011 года внедрена грейдовая система оплаты труда с дифференциацией тарифных ставок в пределах грейда.

Зарплата работника формируется из трех составляющих:

- оклада по грейду;
- надбавки за квалификацию;
- премии в размере до 50 % оклада.

Тарифная сетка включает шесть грейдов в соответствии с уровнем сложности труда по профессии. Для каждого грейда установлена «вилка» оклада. Минимальное и максимальное значения тарифных ставок для каждого грейда, а также примеры профессий соответствующие каждому уровню грейдов представлены на рисунке 2.

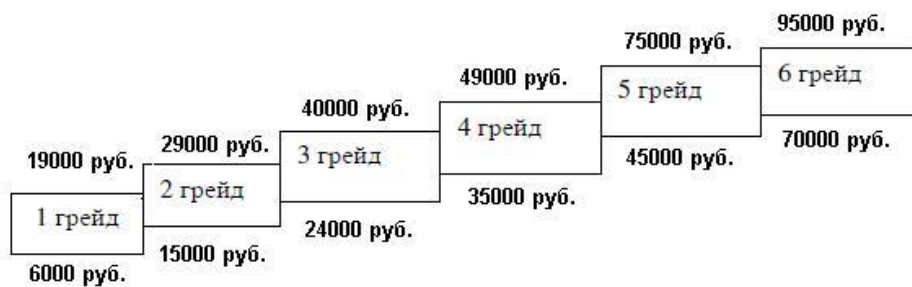


Рис. 2. Структура организации по грейдам

Внутри каждого грейда предусмотрено шесть категорий. Набирая баллы, работник может повышать свою заработную плату, продвигаясь с категории на категорию внутри грейда. Новым сотрудникам присваивается первая категория. Через год работник, набравший 25 баллов, переходит на вторую категорию и дополнительно к окладу получают надбавку, соответствующую второй категории и т. д. Пройти до шестой категории внутри своего грейда можно в течение как минимум семи лет, для этого необходимо набрать 500 баллов. На рис. 3 показаны условия перемещения по категориям внутри грейда и размеры надбавки (на примере 2-го грейда).

Размер надбавки зависит от стажа работы и количества набранных баллов. Для рабочих они начисляются по следующим показателям:

1. Освоение работ по занимаемой профессии и по другим профессиям. Чем больше операций освоит рабочий, тем больше он заработает баллов.
2. Количество внедренных инновационных предложений.
3. Отсутствие повторяющихся дефектов.
4. Наставничество. Чем больше новичков обучит опытный рабочий, тем большее количество баллов он заработает
5. Соблюдение правил внутреннего трудового распорядка.

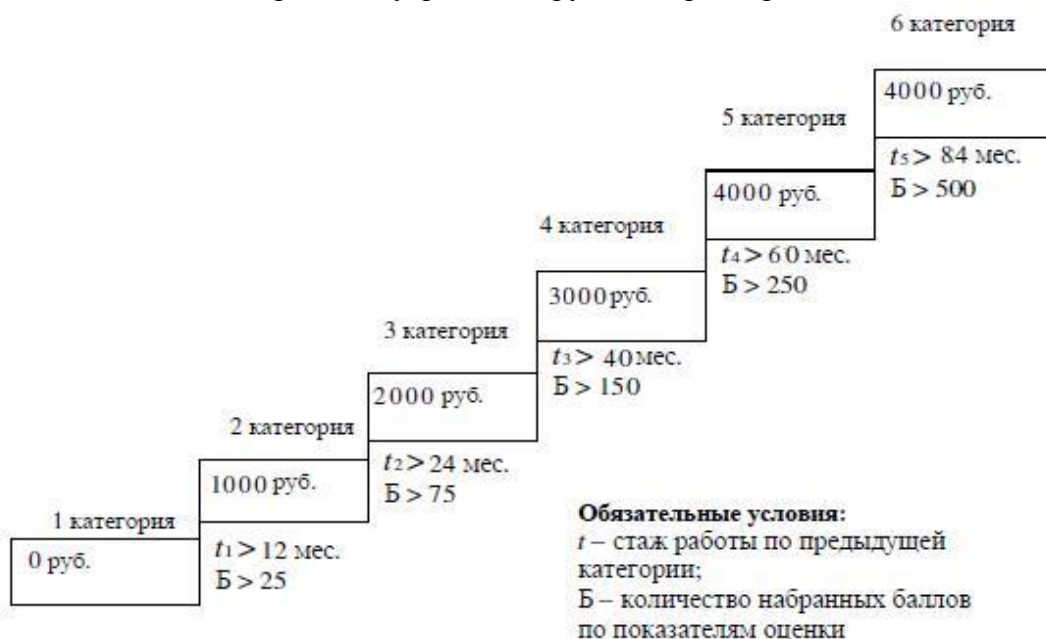


Рис 3. Профессиональный рост внутри грейда

Набранные баллы фиксируются в картах оценки квалификации. Поэтому каждый рабочий может видеть свои переходы по категориям внутри грейда. Таким образом, система показателей нацеливает сотрудника на повышение своей квалификации, передачу опыта, соблюдение на предприятии установленных правил, инициативу и творческий подход в решении производственных задач. установленных правил, инициативу и творческий подход в решении производственных задач.

Главное достоинство данной системы заключается в ее прозрачности для работника, что позволяет ему оценить возможности потенциального роста и развития в своей профессии и изменения уровня дохода при различных вариантах развития карьеры. В результате проведенных мероприятий на ОАО Гусиноозерская ГРЭС «ИНТЕР РАО - Электрогенерация» произошло изменение структуры оплаты труда на предприятии – зарплата работников занятых основным производством повысилась, в то время как оплата труда управляющего персонала и работников вспомогательных цехов напротив продемонстрировала отрицательную динамику. Таким образом, предприятие сделало ставку на привлечение инженеров, которых данной организации не хватает, также за счет изменения системы оплаты труда удалось повысить эффективность и безопасность работы электростанции, поскольку данные факторы стали учитывать при оплате труда работников основного производства.

Таким образом, можно заключить, что система грейдов является эффективным инструментом повышения эффективности работы организации. Она позволяет повысить уровень мотивации персонала и способствует его удержанию, снижает текучесть кадров.

Список использованной литературы.

1. Грейды, или сколько стоит труд сотрудников? // Человек и труд. – 2012. – №7. – С. 35-41
2. Слипачук С. Система грейдов: методика определения должностных окладов // Заработная плата. – 2010. – №8. – С. 15-22
3. Степанова М.В. Инновационные подходы к оценке персонала: грейдинг // Сборник конференции НИЦ Социосфера. – 2012. – №24. – С. 56-66.

РАЗЛИЧИЕ И ОСОБЕННОСТИ УПЛАТЫ НДФЛ У РЕЗИДЕНТОВ И НЕРЕЗИДЕНТОВ В РФ

А.В. Яимова

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: Yaimova@inbox.ru

Научный руководитель: Сафонова Л.И., канд. экон. наук, доцент

Аннотация: в данной статье рассматриваются особенности налогообложения доходов резидентов и нерезидентов РФ. Представлены различия в объектах налогообложения, в налоговых ставках, в возможности получения налоговых вычетов. Более подробно изучены ставки налога у нерезидентов в разных ситуациях.

В России налогоплательщиками налога на доходы физических лиц принято считать физических лиц, которые являются налоговыми резидентами Российской Федерации, а также физические лица, которые получают какие-либо доходы от источников в РФ, не являющиеся налоговыми резидентами РФ.

Резидентами считаются граждане, которые находятся на территории Российской Федерации не менее 183 дней в течение последних 12 месяцев[1].

И сразу возникает вопрос: от какой же даты считать 183 дня пребывания в РФ?

Началом точки отсчета для определения срока нахождения на территории РФ является день, следующий за днем прибытия иностранного гражданина в страну. То есть день приезда в дни пребывания на территории РФ не включается, а день отъезда включается. Дни для определения статуса резидентства не обязательно должны быть последовательными. Они могут прерываться на время командировок и отпусков, главное чтобы это количество дней набралось в течение последовательных 12 календарных месяцев[2].

Однако в этом правиле есть и исключения. Вне зависимости от времени нахождения на территории РФ налоговыми резидентами признаются следующие категории граждан:

- российские военнослужащие, проходящие службу за пределами России;
- сотрудники государственных органов власти и органов местного самоуправления, находящиеся в служебных командировках за пределами Российской Федерации[3].

Установить правильный статус физического лица чрезвычайно важно для расчета НДФЛ. Для резидентов и нерезидентов имеются различия в объектах налогообложения, в налоговых ставках, в возможности получения налоговых вычетов. Эти различия приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Различия резидента от нерезидента РФ при исчислении НДФЛ

Резидент РФ	Нерезидент РФ
Объект налогообложения	
Доходы от источников в РФ и (или) доходы от источников за ее пределами	Доходы от источников в РФ
Налоговая база	
Определяется нарастающим итогом с	Определяется как сумма всех доходов,

Резидент РФ	Нерезидент РФ
начала года по итогам каждого месяца по всем доходам	полученных за месяц (не нарастающим итогом)
Налоговые вычеты	
Предоставляются	Не предоставляются
Ставка налога	
13%	30%
Сумма налога	
Исчисляется нарастающим итогом с начала года по итогам каждого месяца по всем начисленным доходам	Исчисляется отдельно по каждой сумме начисленного дохода

Ставка налога устанавливается в размере 30% в отношении всех доходов, которые получает физические лица, не являющимися гражданами РФ, за исключением доходов, которых получают:

- в виде дивидендов от долевого участия в деятельности российских предприятий, в отношении которых ставка налога устанавливается в размере 15%;
- от исполнения трудовой деятельности, указанной в статье 227.1 НК РФ в отношении которых ставка налога устанавливается в размере 13%;
- от исполнения трудовой деятельности в качестве высококвалифицированного в соответствии с ФЗ от 25 июля 2002 года №115-ФЗ «О правовом положении иностранных граждан в РФ», в отношении которых ставка налога устанавливается в размере 13%[4].

Решение о возвращении излишне удержанного НДФЛ, в случае изменения статуса, принимает налоговая инспекция.

Это очень сложный и ответственный участок работы бухгалтеров организации, в которых есть нерезиденты, т.к. в любой организации могут работать иностранные граждане и бухгалтеру нужно правильно исчислить НДФЛ.

Список использованной литературы.

1. Налоговый кодекс Российской Федерации, ФЗ: принят Гос. Думой 16 июля 1998 г.: по состоянию на 7 апреля 2014 г. // Собрание законодательства РФ. – 1998. глава 23, ст.207.
2. НДФЛ с доходов нерезидентов [Электронный ресурс] // 1997– 2013 Петербургский правовой портал. URL: <http://ppt.ru/news/52603>. (дата обращения: 07.10.2014 г.).
3. Резиденты и нерезиденты, различия и особенности при уплате налога [Электронный ресурс] // Росреestr82.ру. 2014. URL: <http://rosreestr82.ru/rezidenty-i-nerezidenty-razlichiya-i-osobennosti-pri-uplate-naloga/>. (дата обращения 07.10.2014 г.).
4. Особенности уплаты НДФЛ налоговыми нерезидентами [Электронный ресурс] // Mosgrad.ru. 2012. URL: <http://www.mosgrad.ru/forum/viewtopic.php?p=9467>. (дата обращения: 07.10.2014 г.).

АНАЛИЗ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К РАЗВИТИЮ КЛАСТЕРНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ

Ю.В. Абушахманова

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: a.layma.u@mail.ru

Научный руководитель: Чистякова Н.О., канд. экон. наук, доцент

С использованием специальной литературы изучены кластеры: понятия, виды, подходы к формированию. Предположено, что кластеры Томской области сформировались на примере подхода, который в основу ставит создание специальной организации по управлению кластерными инициативами. Показаны показатели, которых удалось достичь организации по управлению кластерами. Выявлены критерии, только при наличии которых, кластер имеет право на существование.

Все большее распространение приобретает региональный уровень развития. Обладая потенциалом и конкурентными преимуществами, региональные единицы наращивают мощности, расширяют внутренний рынок, оказывают поддержку малому и среднему бизнесу, а также борются за молодых специалистов, чтобы впоследствии вырастить из них сильнейший кадровый состав. Наряду с этой тенденцией активно создаются кластерные платформы, которые объединяют государство, производство, науку, их интересы, и, устанавливая партнерские отношения, направляет их резервы в одно русло.

Стоит отметить, что «кластер» понятие, характерное не только для экономики, но также и для информатики, химии, физики, программирования и др. От английского *cluster*, в России слово получило распространение в конце 90ых годов прошлого века.

Термин «кластер» - группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере и характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга, впервые был упомянут М.Портером, 1990 г.[1].

В наше время кластер, кластерные инициативы, кластерные платформы, кластерная политика – словосочетания часто используемые и изучаемые.

В.В. Митенев и О.Б. Кирик обозначают кластер как форму интеграции, целью которой является создание индустриальной основы для повышения конкурентоспособности, высокой производительности и экономического роста бизнеса[2].

Д.А. Ялов понимает «кластер» в качестве сети поставщиков, производителей, потребителей, элементов промышленной инфраструктуры, исследовательских институтов, взаимосвязанных в процессе создания прибавочной стоимости[3].

В методических указаниях по проведению кластерной политики дается следующее определение: кластер – группа географически локализованных взаимосвязанных компаний, поставщиков оборудования, комплектующих, специализированных услуг, инфраструктуры, научно-исследовательских институтов, высших учебных заведений и других организаций, взаимодополняющих друг друга и усиливающих конкурентные преимущества отдельных компаний и кластера в целом[4].

В упрощенном виде кластер – объединение предприятий в рамках одной отрасли для эффективного совместного функционирования.

Кластер имеет право на существование, если:

1. объединен территориально;
2. присутствует отраслевая специализация;
3. окружен необходимой инфраструктурой;
4. имеется кооперация участников внутри кластера;
5. подлежит финансированию;
6. включает проекты, соответствующие направлению кластера, и несет затраты в соотношении с предполагаемым эффектом от реализации этих проектов;
7. отражает синергетический эффект, как результат объединения участников.

Промышленные, отраслевые, региональные, транснациональные, инновационные и многие другие кластеры выделены зарубежной и отечественной практикой.

Так промышленный объединяет предприятия в целях совместного развития. Отраслевые определяются спецификой региона и регионального рынка. Региональные, характеризуются в основном территориальным фактором и барьерными особенностями. Инновационные с долей инновационного продукта. Именно инновационная характеристика кластерных объединений становится основной на современном этапе.

Выделяют два базовых критерия классификации кластеров: отраслевая направленность и степень сформированности. Первый признак непосредственно связан с видом деятельности организаций, входящих в кластер, однако и может охватывать несколько смежных видов.

Второй признак подразделяет их на:

1. действующие, бесперебойно работающие как самостоятельные единицы с минимальной поддержкой административных структур;
2. устойчивые, не способные действовать самостоятельно;
3. латентные (скрытые), необходимые составляющие представлены в полном объеме, но в силу отсутствия партнерства, поддержки региона и др. еще не функционируют полностью;
4. неразвитые, которые пока имеют лишь потенциал.

Другая классификация делит кластеры на монопроизводственные и диверсифицированные. Монопроизводственный действует в границах одного потока создания ценности, когда все бизнес – единицы сосредоточены на компактной территории и являются источниками ресурсов друг друга. Были распространены в 20 веке.

Диверсифицированный не рассматривают организацию цепи за основу, а наоборот стремятся рассредоточить знания, опыт, технологии по соседним областям, для оценки эффекта, который это размежевание принесет.

По характеру связей в кластере Р.Джонстон разделил их на горизонтальные и вертикальные.

А по жизненному циклу кластера, введенным М. Портером они подразделяются:

1. кластер в фазе зарождения;
2. в фазе развития;
3. в фазе угасания.

В науке выделяют несколько подходов к образованию кластерных платформ, которые описывают процесс зарождения и их последующей деятельности.

Три подхода к формированию кластера:

1) первый подразумевает введение рабочей экспертной группы из административных структур, которые прямо или косвенно заинтересованы в создании кластера и обладают надлежащими компетенциями для существенной помощи;

2) второй предполагает взаимодействие властных структур и бизнеса с научными институтами, организациями на основе договора о выполнении услуг;

3) третий совсем недавно появился в России и опирается на создание специализированной организации, деятельность, связанная с кластерами, для которой, станет основной. В данном случае власти региона могут принимать участие в качестве одного из учредителей, инвестируя в нее различные виды ресурсов: материальные, финансовые, информационные.

Томская область функционирует в соответствии с третьим подходом, относительно новым для России, как отмечают эксперты. Так в Томске существует ОАО «Центр кластерного развития» (далее ЦКР), который позиционирует себя в качестве организации, создаваемой региональными органами исполнительной власти в целях содействия принятию решений и координации проектов, обеспечивающих развитие кластеров, в том числе инновационных кластеров, и кооперационное взаимодействие участников кластеров между собой [5].

Томская область имеет серьезную базу для формирования кластеров, так как территориально объединяет крупнейшие ВУЗЫ России, большое количество наукоемких предприятий, ресурсный потенциал, бизнес - среду. На инвестиционной поддержке сейчас 5 основных кластеров: Северский–промышленный, фармацевтический/медицинские технологии, фторидные технологии, лесной, СВЧ и информационные технологии. Работают с результатом сейчас только два: информационные технологии и фармацевтический кластеры. Остальные находятся между стадиями «диагностика-стратегия», когда корректируется состав участников, проводятся собрания, пишется стратегия и обсуждается с контролирующими органами. Иначе говоря, они находятся в ожидании. Основными трудностями на пути перехода к стадии «разработка проектов» стали:

1. отсутствие четкого понимания участниками целей и задач кластера;
2. состав участников не отсортирован (статус «потенциальный участник» присвоен всем, у кого совпадают коды ОКВЭД);

3. низкая вовлеченность предприятий в ознакомительные мероприятия ЦКР.

За время своего существования ЦКР достигли следующих показателей:

1. рост вовлеченности МСП в кластеры на 25% ежегодно;
2. увеличение количества проектов и мероприятий с участием МСП на 20% ежегодно;
3. достижение софинансирования затрат ЦКР ТО со стороны МСП на 50%;
4. доля успешных кластерных проектов не менее 80% [5].

В итоге, весомая часть проектов ЦКР пока находится в разработке. Предприятия пока не понимают, что являясь частью кластера и расходуя свою энергию в одно направление, они повысят не только эффективность объединения, в котором состоят, но и значительно улучшат свои собственные позиции. Что касается информационных технологий, то под началом этого кластера уже внедрено два проекта: 1) проект «Телебриз» услуги, связанные с трансляцией телепрограмм в сети интернет; 2) разработка форматов, программного, аппаратного обеспечения универсального 3D телевидения. Кластерные инициативы благотворно сказываются на экономике региона, позволяя наращивать потенциал даже самым молодым компаниям.

Список использованной литературы.

1. Портер М. Конкуренция. Пер. с англ. – М.: Вильямс», 2005. – 608 с.
2. Митенев В.В., Кирик Б.О. Кластер как фактор развития экономики // Экономические социальные перемены в регионе: факты, тенденции, прогноз. – 2006. – № 34.
3. Ялов Д.А. Кластерный подход как технология управления региональным экономическим развитием [Электронный ресурс] // 2003. URL: <http://www.compass-r.ru/magaz/3-2003/1-3-2003>.(дата обращения: 05.10.2014 г.).
4. Министерство экономического развития. Официальный сайт [Электронный ресурс] // URL: <http://economy.gov.ru/mines/main/> (дата обращения: 10.10.2014 г.).
5. Центр кластерного развития [Электронный ресурс] // URL: http://www.innoclusters.ru/ru/o_sjentrje (дата обращения: 10.10.2014 г.).

ОЦЕНКА СТОИМОСТИ ФАКТОРИНГОВЫХ ОПЕРАЦИЙ

И.П. Геращенко

Омский государственный педагогический университет, г. Омск

E-mail: ip_gerashchenko@mail.ru

Рассмотрено развитие рынка факторинговых операций в современной России. Предложен подход к определению рейтинга привлекательности условий факторинговых операций посредством абсолютного гранд-элемента. Определена стоимость факторинговой операции в виде эффективной процентной ставки, рассчитываемой из условия равенства нулю условных выгод привлечения средств с помощью факторинга. Оценена стоимость факторинговых операций в кредитных организациях.

Факторинг (Factoring) представляет один из способов краткосрочного кредитования торговых операций, при котором специализированная компания (Факторкомпания) приобретает у компании-поставщика все права, возникающие с момента поставки товара покупателю, сама взыскивает долг, а поставщик освобождается от кредитного риска, связанного с неуплатой долга. Пользуясь услугами Фактора, поставщик может сразу получить плату за отгруженный товар, не дожидаясь срока расчета с покупателем, обычно финансирование поставщика происходит на 70-90 % от суммы поставки.

Можно выделить две основные схемы факторинга, вокруг которых строятся все существующие виды факторинга: факторинг с правом регресса и факторинг без права регресса. Под регрессом понимается поручительство клиента перед Фактором за исполнение дебитором своих обязанностей по оплате товара. При факторинге с правом регресса клиент обычно уверен в платежеспособности дебитора и перекладывает на Фактора только риски ликвидности. Более дорогостоящая безрегрессная схема, чаще всего бывает интересна компаниям, не уверенным в платежеспособности своих дебиторов и желающим переложить эти риски на Фактора, ну и, конечно же, готовым за это платить. При такой схеме факторинга от клиента требуется только поставить товар дебитору и получить от него отметку о его приемке, заплатит или не заплатит дебитор – это уже проблемы Фактора.

Факторинг на российском рынке краткосрочных заемных средств финансирования оборотных активов является достаточно востребованным источником (рис.).

Объемы факторинговых операций росли высокими темпами в предкризисный период с 2005 по 2007 годы – в среднем 81,5 % в год. Резкое снижение объемов факторингового рынка произошло в кризисный период. В 2009 году снижение составило 37,4 % по сравнению с 2008 годом. В посткризисный период факторинговый рынок рос высокими темпами с ежегодным приростом в 49,7 %. Уже в 2011 году объем составил 880 млрд. руб., что на 46 % выше уровня 2008 года, а в 2012 году был преодолен барьер в 1 трлн. руб. и достигнут к концу года объем в 1,45 трлн. руб. Начиная с 2013 года, темпы прироста рынка факторинга замедлились. Несмотря на это, по результатам 2013 года Россия сохранила восьмое место в Европе по объему факторингового рынка, опередив Польшу, Швецию, Норвегию и др. В 2014 году, по мнению экспертов [1], объем факторингового рынка вырастет на 5–15 % и преодолеет 2 трлн. руб. Анализ данных по объему факторинговых операций в первом полугодии 2014 года показывает, что он вплотную приблизился к рубежу в 1 трлн. руб. – 985 млрд. руб. Прирост за первое полугодие составил 17,3 % по сравнению с первым полугодием 2013 года. Большинство Факторов сообщают о всплеске спроса на факторинговые операции во втором квартале 2014 года. Нестабильная ситуация в банковском секторе российского финансового рынка, проблемы с ликвидностью, вызванные негативными тенденциями в макроэкономике, снижение оборачиваемости в торговом секторе, и как следствие ухудшение платежеспособности большого количества компаний привели к проблемам с привлечением или рефинансированием кредитов, что увеличило спрос на факторинговые услуги. Увеличивающийся спрос на факторинговые услуги приводит к ужесточению требований к оценке их бизнеса со стороны факторинговых компаний. Кроме этого, проблемы с ликвидностью в банковском секторе приводят к росту стоимости капитала и для факторинговых компаний, что, в свою очередь, заставляет их увеличивать факторинговых комиссии как для компаний малого и среднего бизнеса, так и для компаний крупного бизнеса. В этой связи по итогам 2014 года объем рынка факторинга может превысить ожидания и достигнуть 2,2 трлн. руб.

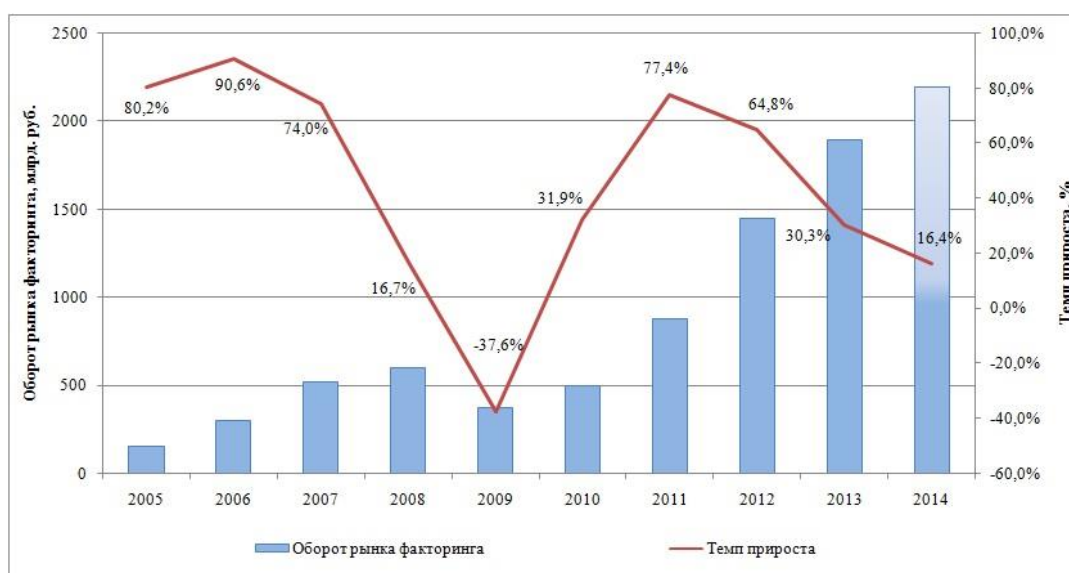


Рис. Динамика оборота рынка факторинга в 2005-2014 годах²

² составлено автором по данным <http://www.raexpert.ru/>

Растущая популярность факторинга связана в первую очередь с его преимуществами по сравнению с банковским кредитом [2, с. 18]. Прежде всего, факторинг в отличие от кредита носит нецелевой характер. Погашение факторинга осуществляется не компанией, а дебиторами компании. Факторинг не требует специального обеспечения в виде залога или гарантии, как в случае банковского кредита. Обеспечением факторинга является уступленное денежное требование. Срок предоставления факторинга регулируется сроком фактической отсрочки платежа, что может снизить процентные выплаты по сравнению с банковским кредитом, где срок может быть увеличен в связи с риском непоступления денег. Время предоставления средств по факторингу определяется днём поставки товара. Банковский кредит выдаётся на заранее обусловленную сумму, тогда как в случае факторинга размер фактического финансирования не ограничен и может безгранично увеличиваться по мере роста объема продаж клиента. Значительно выигрывает факторинг и в плане сроков и требований по оформлению сделки. Для получения банковского кредита необходимо подготовить определённый перечень документов, а кредитование по факторинговой схеме может начаться автоматически при предоставлении накладной и счета-фактуры. Кроме этого, в случае факторинга есть возможность получить дополнительный сервис: управление дебиторской задолженностью; покрытие рисков, связанных с поставками на условиях отсрочки платежа; консалтинг и др.

Несмотря на данные достоинства и преимущества факторинга, существуют недостатки и сложности, препятствующие более широкому использованию факторинга в отечественной экономике. Наиболее существенным из них является его высокая стоимость. В настоящее время уровень факторинговой комиссии составляет до 3% от суммы уступленного денежного требования. Высокий спрос в 2014 году на факторинговые услуги и нестабильность макроэкономической ситуации приводит к росту факторинговой стоимости на 1–2 п.п. В зависимости от срока оборачиваемости дебиторской задолженности эта комиссия при пересчете доходит до 20–30% годовых. Комиссия факторинговой компании обычно складывается из нескольких составляющих – комиссии за сервис, процент за деньги, комиссии за кредитный риск и регистрацию поставки. Анализ рынка факторинга показывает, что средние ставки по факторингу превышают средние ставки по кредитам на 4–12% годовых. Надо отметить, что более высокая стоимость факторинговых операций по сравнению с банковским кредитованием не является «отпугивающим фактором» для пользователей факторинга, т.к. в реальности ставки по факторинговым операциям не только определяются величиной бизнеса клиента и качеством передаваемой дебиторской задолженности, но и во многом зависят от дополнительного сервиса.

Для построения рейтинга привлекательности условий факторинговых операций можно выбрать величину абсолютного гранд-элемента [3, с. 26]. Абсолютный гранд-элемент W используется в процессе оценки условий осуществления банковского кредитования в разрезе видов кредитов. Гранд-элемент позволяет сравнивать условные выгоды привлечения долгового капитала из разных источников заемного финансирования на условиях отдельных коммерческих организаций, банков, инвестиционных фондов по отношению к средним условиям кредитования на рынке. Он характеризует размер условной выгоды, получаемой в случае, если выплаты в счет погашения долгового обязательства из конкретного финансового источника заемного капитала, рассчитанные на условиях его предоставления компании, приведенные с учетом среднерыночной стоимости аналогичных кредитных финансовых инструментов на начальный момент времени окажутся меньше, чем сумма привлеченных

средств из данного источника. Чем выше условная выгода от привлечения данного источника заемного финансирования, тем лучше условия его привлечения и выше его эффективность. Простейшая формула гранд-элемента для k -го источника заемного финансирования в t -ый момент времени при расчете погашения долга равными аннуитетами определяется по формуле:

$$W_{kt} = D_{kt} - \sum_{i=1}^{n_k} \frac{Y_{kt}}{(1+i)^t}, \quad (1)$$

где Y_t – расходы по обслуживанию долга, рассчитанные по фактической стоимости заемного капитала с учетом процентов, комиссионных и выплат основной суммы долга; i – средняя рыночная кредитная ставка (ставка сравнения).

При определении гранд-элемента необходимо учесть все расходы по привлечению и обслуживанию данного источника финансирования, т.к. суммы выплат по долговым обязательствам, рассчитанные только на основе процентной ставки не отражают реальную абсолютную стоимость долговых обязательств.

При анализе условий факторинговых операций необходимо учитывать следующие расходы:

$$Y_t = r \cdot SD_t + CC_t + RC_t + IS_t + FC_t, \quad (2)$$

где Y_t – расходы по факторинговой операции в t -ом периоде; SD_t – сумма денежных средств, выплачиваемых Фактором по договору, в t -ый период времени; r – процентная ставка; CC_t – комиссионные расходы (Commission Costs); RC_t – издержки по заключению договора (Registration Costs); IS_t – страховые издержки (Insurance Costs); FC_t – прочие финансовые издержки по привлечению заемного обязательства.

В зависимости от условий выплат, комиссионных Фактора и прочих финансовых издержек приведенная величина расходов по привлечению средств с помощью факторинга будет различной, и определяться по формуле:

$$PV(Y) = \sum_{i=1}^n \frac{Y_t}{(1+i)^t}, \quad (3)$$

Лучшими условиями будет отличаться факторинговая операция, по которой приведенная стоимость расходов минимальна $PV(Y) \rightarrow \min$ и, соответственно, максимален гранд-элемент $W_k = SD - PV(Y) \rightarrow \max$.

Для оценки стоимости факторинговой операции целесообразнее рассчитать эффективную процентную ставку r_s из условия, что условные выгоды привлечения средств с помощью факторинга равны нулю, т.е. при условии равенство нулю гранд-элемента: $W=0$:

$$SD = \sum_{i=1}^n \frac{Y_t}{(1+r_s)^t}, \quad (4)$$

На основе абсолютного гранд-элемента сравним условия заключения факторинговой сделки в разных кредитных организациях. В качестве примера использовались условия факторинга в ОАО «Газпромбанк», ФСКБ «Примсоцбанк» в г. Омске; Филиал "Новосибирский" ОАО «АЛЬФА-БАНК»; ЗАО "ЛОКО-Банк"; ЗАО «Банк Национальная факторинговая компания».

Сумма факторинга оценим в 10 млн. руб. в квартал, оборачиваемость дебиторской задолженности не более 90 дней. Расчет условных выгод привлечения факторинга представлены в таблице 1. При анализе условий привлечения учитывались расходы по факторингу согласно формуле (2). Приведенную величину расходов рассчитывали по формуле (3), ставка сравнения выбиралась на уровне 20,08%. Условные выгоды привлечения факторинга рассчитывались по формуле (1).

Таблица 1 – Расчет условных выгод факторинга

	Организация 1	Организация 2	Организация 3	Организация 4	Организация 5
D _к , тыс. руб.	10000,0	10000,0	10000,0	10000,0	10000
Y, тыс. руб.	818,0	806,9	791,0	768,0	776,02
Единовременное финансирование, %	80,0	75,0	70,0	80,0	80
r, %	19,5	19,3	20,4	19,2	19,8
RC, %	0,2	0,35	0,5	0,25	0,2
CC, %	1,5	2,5	2,0	1,0	2
IS, %	1,20	0,90	1,25	0,85	1,25
FC, %	1,50	2,00	2,30	1,80	2
PV(Y), тыс. руб.	39973,8	39871,1	40178,1	39841,2	39855,9
W, тыс. руб.	26,2	128,9	-178,1	158,8	144,1

Анализ условных выгод привлечения факторинга показывает, что наибольшее значение гранд-элемента получено в четвертой и пятой организациях, следовательно, в данных организациях наиболее привлекательные условия факторинговых операций.

Расчет стоимости факторинговой операции проведем на основе эффективной процентной ставки, определенной по формуле (4). Анализ данных представленных в таблице 2 показывает, что наименьшая стоимость факторинга в четвертой организации, наибольшая стоимость в третьей организации. В целом, во второй, четвертой и пятой организации стоимость факторинга практически не отличается, но единовременное финансирование выше в четвертой и пятой организациях.

Таблица 2 – Расчет стоимости факторинга

Эффективная ставка	Организация 1	Организация 2	Организация 3	Организация 4	Организация 5
r, %	19,91	19,28	21,18	19,08	19,17

Таким образом, для построения рейтинга привлекательности условий факторинговых операций можно использовать условные выгоды привлечения, выраженные через абсолютный гранд-элемент. Наиболее привлекательными условиями является условия Фактора с наибольшим значением гранд-элемента. Расчет стоимости факторинговых операций, выраженной в виде эффективной процентной ставки, поз-

воляет сравнивать условия факторинга с условиями привлечения заёмных средств из других источников, например, банковского кредита.

Список использованной литературы:

1. Результаты опроса топ-менеджеров Факторов на X Ежегодной конференции: «Факторинг в России – 2014: ожидается похолодание» [Электронный ресурс] // URL: http://www.raexpert.ru/researches/factoring/factoring-2014_opros/ (дата обращения 5.10.2014 г.).

2. Круш З.А., Лавлинская А.Л. Формирование эффективной финансовой политики управления оборотным капиталом на сельскохозяйственных предприятиях: монография. – Воронеж: Изд-во ВГАУ. – 2013. – С.12-22.

3. Геращенко И.П. Построение критерия оптимальности финансовой стратегии компании // Финансы и кредит. – 2009. – № 2. – С. 22-32.

РАЗВИТИЕ МЕТОДИЧЕСКОГО ИНСТРУМЕНТАРИЯ ПО ОЦЕНКЕ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ ПРЕДПРИЯТИЯ

А.В. Дудникова

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: aved55@yandex.ru

Научный руководитель: Чистякова Н.О., канд. экон. наук, доцент

Динамично развивающаяся внешняя среда, конкуренция на внутреннем и внешнем рынке стимулирует компании, предприятия внедрять современные, более эффективные методы и технологии управления. Одним из таких инструментов управления является бизнес – моделирование. Бизнес – модель, учитывает различные аспекты жизнедеятельности компании, поэтому может существенным образом определить пути ее развития. От того, насколько удачен выбор и реализация бизнес-модели, зависит судьба и успех бизнеса компании.

Бизнес-модель относится к числу новых концепций современного бизнеса и стратегического управления. Бизнес-модель есть у каждой компании, она может быть выбрана осознанно или являться результатом сложившейся практики фирмы, но в любом случае бизнес-модель существует. Несмотря на определенный прогресс, достигнутый за последние десятилетие в понимании концепции бизнес-модели и все возрастающий интерес к данной теме, на сегодняшний день нет единого взгляда на определение термина и понятия бизнес-модели. Можно выделить следующие часто употребляемые определения:

- Аналитическая методика, которая позволяет в полной мере разобраться в тех процессах, благодаря которым компаниям удастся зарабатывать деньги.
- Схематичное устройство описания бизнеса предприятия как способ создания выгод, как для потребителя, так и для предприятия.
- Ключевая концепция предприятия, а именно подробное описание создания ценности предприятия и превращения ее в прибыль.

Бизнес-модель является описательной конструкцией, позволяющей определить структуру, элементы и взаимоотношения, в которые вступает компания в процессе деятельности. Так же она описывает, как бизнес позиционирует себя в процессе создания ценности в рамках своей отрасли и как он планирует себя обеспечивать, то

есть создавать прибыль. Она должна обладать следующими немаловажными характеристиками:

1. Измеримостью: бизнес-модель должна поддаваться точному описанию с помощью формальных элементов и показателей.

2. Прозрачностью: бизнес-модель должна быть понятна широкому кругу исследователей и практиков и воспроизводима.

3. Обобщенностью: бизнес-модель не может быть применена только к одному предприятию, другие фирмы должны иметь возможность скопировать ее, адаптировав к особенностям собственного бизнеса [1].

На сегодняшний день существует значительное количество типов бизнес - моделей. Их разнообразие – настоящая головная боль для собственников фирмы и многих топ - менеджеров, желающих взять за основу наиболее подходящий вариант для собственной организации. Бизнес – модели по типу разделяют на традиционные и новые бизнес – модели. Одними из самых популярных традиционных моделей являются следующие:

Модель «Производитель». Производитель создает продукт или услугу, или собирает предварительно произведенные компоненты в продукт. Производитель может продавать свою продукцию непосредственно своим клиентам, или с помощью дистрибьютора.

Модель «Дистрибьютор». Дистрибьютор приобретает продукцию непосредственно от производителя для перепродажи либо в розничные торговые точки либо непосредственно населению

Модель «Франчайзинг». В данном случае бизнес-модель будет зависеть от приобретаемого типа франшизы. Франчайзи вынужден принять бизнес-модель данной франшизы.

Модель «Бритвы и лезвия». Суть данной модели заключается в предоставлении товара или услуги по низкой цене, иногда даже с убытком и компенсацией его за счет завышения цены на комплектующие к товару/услуге части.

Из новых бизнес – моделей можно выделить следующие:

Модель «Freemium». Основная идея заключается в том, что компания распространяет две услуги - одну бесплатно, но с ограниченными возможностями, а другую платно с полным набором функций.

Модель «Краудсорсинг». Использование индивидуального и коллективного потребительского опыта, интеллекта и коммуникационного потенциала в целях повышения конкурентоспособности товара, бренда, а в конечном счете – компании инициатора, к ее пользе.

Модель «Сертификация и валидация». Сертификация и валидация включает проверку потенциальных работодателей, университетов и других компаний

Модель «Модель сетевого эффекта». В этой модели бизнес сосредотачивается в основном на создании большой клиентской базы данных и в конечном итоге зарабатывает деньги за счет продажи этих данных или рекламы.

Учитывая разнообразие бизнес - моделей и их структурную сложность вполне логично рассмотреть основные элементы бизнес-модели, позволяющие облегчить восприятие и управление ими. На сегодняшний день, определено девять основных структурных элементов иначе блоков, из которых должна состоять каждая бизнес модель.

- Потребительские сегменты. Организация может обслуживать несколько потребительских сегментов;

- Ценностные предложения. Совокупность преимуществ, которые компания готова предложить потребителю: новизна, производительность, изготовление на заказ и т.д;
- Каналы сбыта. Ценностные предложения поступают к потребителю через информационные, дистрибьюторские и торговые сети
 - Взаимоотношения с клиентами. Персональная поддержка, самообслуживание, автоматизированное обслуживание, сообщества, совместное создание.
 - Потоки поступления доходов. Потоки поступления дохода возникают благодаря успеху ценностных предложений, сделанных клиентам
 - Ключевые ресурсы. Средства необходимые для предложения и доставки ранее описанных элементов. Включают в себя следующие направления: персонал, финансовые ресурсы, материальные ресурсы, интеллектуальные ресурсы.
 - Ключевые виды деятельности. Производство, решение проблем, платформы/сети.
 - Ключевые партнеры. Какие-то виды деятельности передаются на аутсорсинг, а ресурсы привлекаются со стороны
 - Структура издержек. Структура издержек – результат взаимодействия всех элементов бизнес-модели.

Девять структурных блоков бизнес-модели формируют основу инструмента, который А. Остервальдер назвал «шаблоном бизнес-модели» [2]. Это схема структурных блоков позволит легко описать новую или существующую бизнес-модель.

Согласно теоретику в области бизнес-моделирования, Д. Дебелаку можно выделить три главные характеристики, необходимые для успеха компании, так называемые GEL-факторы.

- Great customers – наличие превосходных клиентов;
- Easy sales – относительная простота совершения продажи;
- Long life – гарантированное долголетие компании [3].

Предложенные критерии легко совместить с описанными ранее девятью блоками бизнес-модели, выделенными А. Остервальдером и И. Пинье. Учет этих факторов позволяет оценить сильные и слабые стороны бизнес-модели компании, оценить ее эффективность.

Согласно выделенным критериям были определены индикаторы оценки каждого из девяти структурных блоков. Так, для «Потребительского сегмента» критериями оценки служат типаж целевой аудитории, для «Ценностного предложения» - характеристики продукта, сервиса, цена. Для «Каналов сбыта» - затраты на каналы сбыта, качество каналов сбыта, продолжительность логистического цикла, производительность каналов сбыта, возврат вложенных средств в каналы сбыта. Для блока «Взаимоотношения с клиентами» - эмоциональная удовлетворенность клиента, для «Потоков поступления дохода» - способы оплаты товара/услуги; часть общей прибыли от каждого потока поступления доходов.

Для блока «Ключевые ресурсы» индикаторы оценки определяются для каждого из ресурсов индивидуально: Персонал: доля заработной платы в себестоимости продукции и услуг; коммуникация в коллективе; текучесть кадров; Материальные ресурсы: материалоемкость, материалоотдача, удельный вес материальных затрат в себестоимости продукции; Финансовые ресурсы: коэффициенты рентабельности, оборачиваемости, ликвидности предприятия; Интеллектуальные ресурсы: стоимость объекта интеллектуальной собственности на основе калькуляции затрат; доход от

объекта интеллектуальной собственности. Блок «Ключевые виды деятельности» включает следующие индикаторы: валовый доход, нераспределенная прибыль, фактические затраты и финансовые показатели. Индикаторы оценки для «Ключевых партнеров» будут сами партнеры, ресурсы, которые поставляют партнеры и угрозы. Для «Структуры издержек»: стоимость ключевых ресурсов, стоимость товаров и услуг, их объем, номенклатура, качество.

Оценить каждый из девяти структурных блоков бизнес – модели предприятия можно используя следующие методики.

Для оценки блока «Потребительский сегмент» важно определить типаж целевой аудитории и их мотивы на покупку. Определение конкретных типажей целевой аудитории дает возможность четко увидеть «кто» эти люди, которые готовы отдать деньги за наш продукт, места их пребывания, манеры поведения, последовательность принятия решения, внешние признаки, места и время когда они готовы услышать и воспринять информацию о нашем продукте - использовать коммуникации, которые дают результат. Мотивы – это внутренние драйверы людей. Это эмоциональные, а потому неизмеримые сущности.

Определение мотивов дает возможность понять, что движет целевой аудиторией в момент принятия решения, какую конкретную для себя выгоду она хочет получить, что важно для нее в продукте - какими качественными характеристиками должен обладать продукт, о чем конкретно компания должна сообщить ей в коммуникации, чтобы она почувствовала и поняла, что именно наш продукт будет являться инструментом достижения ее личной цели. Резкое снижение расходов на коммуникации, увеличение количества новых клиентов, рост продаж, рост прибыли.

Для оценки блока «Ценностное предложение» компании можно провести через оценку конкурентоспособности компании на рынке через матрицу БКГ. Матрица БКГ является одним из самых известных инструментов управления бизнесом, который был создан Брюсом Д. Хендерсоном, основателем Бостонской консалтинговой группы. Матрица используется для анализа продуктов компании, а точнее их актуальности, следуя из положения продуктов на рынке и занимаемой доли на рынке выбранной для анализа компанией. В основе данного инструмента лежат две концепции: концепция эффекта масштаба производства или кривой обучения и концепция жизненного цикла товаров [4].

Каналы сбыта компании можно оценить следующим образом: определить, как компания взаимодействует с потребительским сегментом и доносит до него ценностное предложение. Выделяют следующие этапы каналов сбыта: информационный, продажный, пост продажный, а также этап доставки и монтажа. Проанализировав каждый из этапов каналов сбыта и просчитав затраты на них, можно дать обоснованную оценку данному блоку.

Изучение взаимоотношений с клиентами – комплекс мер, направленный на налаживание благоприятных отношений с потребителями, что позволяет более успешно реализовывать товары, услуги. Результатом отношений с потребителями является формирование объема продаж.

Оценку блока «Взаимоотношения с клиентами» можно осуществить через такие инструменты коммуникации, как «Журнал обращений граждан», «Книга жалоб и предложений», «Страничка потребителя» или через стандартную анкету на сайте компании, телефоны горячей линии, личные приемы граждан руководством, письменные обращения. На каждое из обращений, рекламаций нужно реагировать компетентно и оперативно. Обращения, рекламации нужно воспринимать не как досад-

ную помеху деятельности компании, а как подсказку для улучшения тех или иных процессов.

Оценивая в бизнес-модели блок «Потоки поступления дохода», необходимо ответить на следующие вопросы: За что клиенты действительно готовы платить? За что они платят в настоящее время? Каким образом платят? Как они предпочли бы платить? Какую часть общей прибыли приносит каждый поток поступления доходов? Правильные ответы на эти вопросы позволят создать один или несколько потоков поступления доходов от каждого потребительского сегмента [2].

Блок «Ключевые ресурсы» стоит оценивать отдельно по каждому из направлений.

Для руководства фирмы оценка эффективности работы персонала необходима при поиске путей увеличения качественного и количественного результата деятельности компании. Основные показатели эффективности работы персонала прямо или косвенно можно измерить по линейке экономических параметров деятельности фирмы: доля заработной платы в себестоимости продукции и услуг, временные затраты, коммуникации в коллективе и текучесть в организации.

Оценка эффективности «Материальных ресурсов» заключается в расчете обобщенных и частных показателей, таких как материалоемкость, материалотдача, удельный вес материальных затрат в себестоимости продукции, сравнении их с плановыми показателями и изучении причин и динамики их изменения.

Для оценки эффективности использования финансовых ресурсов компании применяют целую систему показателей, описывающие изменения [5]:

1. в структуре капитала организации;
2. интенсивности и эффективности его использования;
3. кредитоспособности и платежеспособности организации;
4. запаса финансовой устойчивости капитала организации.

Основной целью оценки эффективности использования финансовых ресурсов предприятия является повышение эффективности работы организации на основе внедрения более совершенных способов использования финансовых ресурсов и управления ими. Коэффициентный анализ является основным методом оценки эффективности финансовых ресурсов организации, используемый как менеджерами, акционерами, кредиторами, инвесторами, аналитиками и др.

Интеллектуальные ресурсы - это патенты и авторские права, закрытая информация, защищенная правами собственности, торговые марки, партнерские и клиентские базы данных. Данный тип ресурсов является наиболее важной составляющей бизнес-модели. Интеллектуальные ресурсы нелегко создавать, однако в случае успеха они могут принести существенную прибыль.

Можно выделить несколько подходов к оценке интеллектуальных ресурсов. Выбор метода для оценки зависит от желания собственников или покупателей объектов интеллектуальной собственности, наличия нужной информации, а так же экономической ситуации в стране на момент оценки. Применяются следующие методы оценки интеллектуальной собственности: метод дисконтированного денежного потока (DCF), метод остаточного дохода или распределения остаточного дохода, метод прямой капитализации (превышение поступлений над затратами), экспресс – оценка, правило 25%, расчет стоимости арендной платы или роялти, метод реального экономического эффекта, метод освобождения от роялти, метод избыточной прибыли, метод экспертной оценки.

Эффективность «Ключевых видов деятельности» компании представляет собой отношение полученного эффекта или достигнутого результата к произведенным затратам и ресурсам, обуславливающим его получение [6]. Оценить эффективность основной деятельности предприятия можно используя два подхода: затратный и потенциальный.

Затратный подход применяют для текущей оценки эффективности деятельности предприятия [6]. При оценке эффективности деятельности компании стоит опираться на финансовые показатели, характеризующие финансовое состояние предприятия, такие как: показатели финансовой устойчивости (коэффициенты финансовой устойчивости, независимости, маневренности собственного капитала и др) и показатели платежеспособности (коэффициенты общей, абсолютной, текущей ликвидности).

Потенциальный же подход применяется для оценки инвестиционной привлекательности предприятия, то есть для определения прогнозной потенциальной эффективности предприятия.

Для оценки эффективности деятельности любого предприятия применяют систему показателей с учетом отраслевых особенностей. Какие именно показатели наиболее точно отражают результат деятельности предприятия, зависит от специфики бизнеса.

При установлении с ключевыми партнерами того или иного типа партнерских отношений, необходимо подвергнуть анализу как внутреннюю, так и внешнюю среду предприятия: нужно проанализировать закупаемые товары по критерию значимости, весовой доли в общем объеме закупок компании, а также потенциал ключевых партнеров. И, как минимум, партнерские отношения развивать с предприятиями, имеющими весомую долю в отношениях. Для наглядности стоит составить таблицу, включив такие разделы как: ключевые партнеры, ресурсы, которыми владеют ключевые партнеры, перечислить и проанализировать благоприятные возможности, которые можно извлечь из партнерства, так же ответить на вопрос, почему эти возможности благоприятны, обозначить угрозы и если есть, то подумать, как их устранить.

При оценке блока «Структура издержек» определяются ключевые ресурсы и их стоимость. Далее определяются пути снижения издержек. Если же нет возможности или необходимости удешевления затрат, уделяется особое внимание преимущественному уровню сервиса по сравнению с конкурентами.

Конечно, уделяя пристальное внимание снижению издержек можно добиться более высоких результатов деятельности. Но этот путь не всегда является обоснованным, так как удешевление издержек иногда может принести значительный вред производимому предприятием продукту, так как уменьшение издержек может привести к ухудшению качественных характеристик, которые ценит потребитель, что в итоге может привести к ослаблению конкурентоспособности продукта на рынке. Поступательное экономическое развитие предприятия не всегда происходит за счет снижения издержек. Их высокий уровень на некоторых этапах развития может быть весьма обоснованным. Поэтому, исходя из вышесказанного, логично заключить, что компаниям стоит уделять больше внимания не столько снижению издержек, сколько их эффективности на производстве.

Оценка каждого структурного блока бизнес-модели компании позволяет взглянуть на бизнес модель в целом, так и в частности, выявить сильные и слабые стороны компании, основные проблемы, выяснить причины возникших «пробелов»

и принять необходимые меры по ликвидации или уменьшению выявленной задачи. Только применение комплекса методов оценки бизнес – модели предприятия может дать тот необходимый экономический эффект компании и вывести ее на новый уровень развития.

Список использованной литературы.

1. Гараев З.Ф., Рогова Е.М. Реальные опционы как инструмент принятия эффективных стратегических решений // Экономика и управление. – 2011. – № 1. – С. 196-204.
2. Остервальдер А., Пинье И. Построение бизнес-моделей. – М.: Альпина Паблишер, 2012. – с. 288.
3. Дебелак Д. Бизнес-модели: принципы создания процветающей организации. – М.: Издательский Дом Гребенникова, 2009. – 55 с.
4. Могильницкая Г.О. Маркетинг: Учебное пособие. – Томск: ТПУ, 2010. – 285 с.
5. Анализ финансовых ресурсов [Электронный ресурс] // URL: <http://www.center-yf.ru/data/economy/Analiz-finansovyh-resursov.php>ю. (дата обращения 16.10.2014 г.).
6. Бобкова Н.А. Особенности организации бухгалтерского учета на малых предприятиях // Экономика и управление. – 2010. – № 1. – С. 98-105.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОЦЕССОВ В МАГАЗИНАХ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ С ПРИМЕНЕНИЕМ ИНСТРУМЕНТОВ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА

Е. Н. Дырина

Томский политехнический университет, г.Томск

E-mail: zhenya_9309_93@mail.ru

Научный руководитель: Гаврикова Н.А., ст. преподаватель

Данная статья посвящена описанию опыта внедрения бережливого производства в группе компаний «ЛАМА» города Томска. В рамках работы были использованы следующие инструменты: хронометраж рабочего процесса, диаграмма причины-следствия Исикавы, метод «ABC-анализ». Автором была предложена пробная версия циклограммы сотрудника, а также проведена оценка факторов, влияющих на состояние потоков, и анализ потерь рабочего процесса.

В конкурентных условиях рынка основной задачей каждого предприятия ставится задача выстоять в сложных условиях конкурентной борьбы, а также продолжать развиваться. Для этого необходимо повышать эффективность предприятия по всем направлениям деятельности. В первую очередь, это будет происходить за счет оптимизации затрат, повышения производительности имеющихся ресурсов, а также улучшения качества выпускаемой продукции.

Именно бережливое производство становится важнейшим фактором повышения конкурентоспособности предприятия и является наиболее эффективным, надежным и малозатратным способом выхода предприятия из кризиса. Методы бережливого производства позволяют без капитальных затрат улучшить качество продукции или услуг, сократить издержки, время производственного цикла.

В рамках стажировки в группе компаний «ЛАМА» нами был выполнен ряд задач по проекту бережливого производства компании. Для начала дадим характеристику предприятию, ГК «ЛАМА» - томская группа компаний, занимающихся производством продовольственных товаров, розничной торговлей, общественным питанием. Компания находится в городе Томске на ул. Кулагина 6а и Карташова 34. Нескольким компаниям, входящим в группу «ЛАМА» принадлежит: пищекомбинат, овощехранилище, розничная сеть, пекарня, рыбоперерабатывающий цех и цех по распилу кур.

ГК «ЛАМА» была основана в 1992 году, а первый магазин был открыт в 1999 году на территории города Томска. Сегодня ГК «ЛАМА» это динамично развивающаяся розничная сеть в Сибирском регионе, Томской области. По состоянию на начало 2014 года сеть насчитывает 50 магазинов с общей торговой площадью более 60 000 м², динамика развития которых демонстрирует постоянный и позитивный рост всех показателей. В первую очередь, это связано с особым подходом и индивидуальным отношением к каждому клиенту. Ежедневно сеть обслуживает более 60 000 покупателей, это является основным показателем лояльности.

В 2012 году ГК «ЛАМА» запустили проект по бережливому производству. Изначально он был рассчитан на два магазина компании, реализация проекта проходила самостоятельно, на основе знаний сотрудников. В начале запуска проекта «ЛАМА» ориентировалась на одно направление – это создание информационной доски в магазинах и формулирование показателей эффективности работы магазина. В рамках этого направления были использованы такие инструменты бережливого производства, как карта потока создания ценности, «5 Почему?», «ABC-анализ» проблем и карты стандартизированной работы.

Начиная с 2013 года проект начался развиваться по аналогии с опытом внедрения бережливого производства в магазинах «Красный Яр» (г. Красноярск) с помощью тренеров из Красноярска. В итоге проект по бережливому производству расширился еще на 8 магазинов и на 2 направления:

- Использование методики 5С по зонам магазинов;
- Обучение персонала, которое включало в себя снятие сопротивления, расположение сотрудников к нововведениям, а также создавались инструменты по вытягиванию идей от непосредственных сотрудников магазина по оптимизации их работы (формирование информационной доски, где сотрудники могли предложить свои идеи и, в случае их экономической эффективности, они могли быть реализованы).

Целями проекта являются:

1. Увеличение товарооборота и снижение затрат;
2. Вовлечение сотрудников в деятельность магазина.

В рамках этого проекта для стажировки автора был выбран объект внедрения - отдел гастрономии универсама «Абрикос ПЛЮС», находящийся по адресу: г. Томск, ул. Вершинина 44, ст. 1.

К отделу гастрономии относится зона сыров, витрина с салатами и горячими блюдами, зона замороженного мяса, колбасы и сельдь.

Алгоритм:

1. Проведение изучения затрат времени продавца гастрономии с помощью фиксации и замера продолжительности выполняемых действий (хронометраж) бумажным методом.

2. Оценка факторов, влияющих на состояние потоков.
3. Выявление потерь в работе сотрудницы.
4. Анализ структуры одной из потерь с помощью диаграммы Исикавы и классифицирование основных причин возникновения проблемы по степени важности, используя «ABC-анализ».

5. Формирование циклограммы рабочего дня продавца гастрономии и подсчет эффективности использования циклограммы.

Дата проведения первого хронометража - 24 апреля 2014 года с 9:30 до 13:17.
Задачи хронометража:

- определить, на что тратится ваше время;
- выявить «поглотителей времени» (любые отвлекающие объекты, мешающие и отвлекающие от основной деятельности);
- изыскать резервы времени.

В течение этого периода были записаны все действия продавца гастрономии, затем они были распределены по видам временных затрат, после подсчитана доля (в процентах) каждого вида затрат от общего времени хронометража (табл. 1).

После анализа затрат времени, был проведен анализ процесса с целью совершенствования, в результате которого были выделены действия ценные (ц) и неценные (н) для конечного потребителя (покупателя):

- 1) Действия, которые имеют ценность для потребителя;
- 2) Действия, не имеющие ценности:
 - а) Вспомогательные работы или регламентированное время - это время, которое тратится на выполнение работ, прописанных в должностной инструкции. Они не ценны для покупателя, но они обеспечивают функционирование ценных действий (муда 1 рода);
 - б) Потери (муда 2 рода).

В результате, было выявлено, что ценное для клиента время равняется 1 час 40 минут 10 секунд (44,2% от общего времени), регламентированное время – 1 час 42 минуты 50 секунд (45,6%) и потери – 23 минуты (10,2%). Можно сказать, что большую часть времени продавец гастрономии тратит на выполнение обязательных действий.

Второй хронометраж был проведен 29 апреля 2014 года с 13:11 до 15:02. Действия продавца были также распределены по видам временных затрат, после были подсчитаны доли (в процентах) каждого вида затрат от общего времени хронометража (табл. 1).

В результате, было выявлено, что ценное для клиента время равняется 42 минуты 12 секунд (37,8% от общего времени), регламентированное время – 57 минут 8 секунд (51,4%) и потери – 11 минут 36 секунд (10,8%).

Третий заключительный хронометраж был проведен 29 апреля 2014 года с 15:08 до 19:42 для представления полного рабочего дня продавца гастрономии. Действия сотрудника были также распределены по видам временных затрат, после были подсчитаны доли (в процентах) каждого вида затрат от общего времени хронометража (табл. 1).

В результате, было выявлено, что ценное для клиента время равняется 1 час 19 минут 14 секунд (28,8% от общего времени), регламентированное время – 3 часа 35 минут 42 секунды (57,3%) и потери – 37 минут 5 секунд (13,9%). Как и в прошлых результатах хронометража большая часть времени тратится на выполнение обяза-

тельных действий. При этом, можно проследить, что доля потерь в каждом хронометраже не уменьшается и колеблется в пределах 10-13%.

Таблица 1 – Структура временных затрат хронометража

	Структура временных затрат	24.04.14	29.04.14г (с 13:11 до 15:02)	29.04.14г (15:08 до 19:42)
0	Заключительно-подготовительные работы + уборка в процессе работы	0:15:42 (6,95%)	0:15:13 (13,72%)	1:32:47 (34,13%)
1	Обслуживание клиентов	0:12:54 (5,71%)	0:15:18 (13,79%)	0:35:10 (12,94%)
2	Потери времени при обслуживании клиентов	0:01:07 (0,49%)	0:02:46 (2,49%)	0:00:00 (0,00%)
4	Работа с товаром (выкладка)	2:16:47 (60,52%)	1:06:31 (59,96%)	1:18:11 (28,76%)
5	Потери времени при работе с товаром	0:12:38 (5,59%)	0:04:38 (4,18%)	0:07:36 (2,80%)
6	Лишние движения/действия	0:09:16 (4,10%)	0:04:12 (3,79%)	0:29:29 (10,85%)
Обед	Обед	0:37:36 (16,64%)	0:02:18 (2,07%)	0:28:38 (10,53%)
Итого		3:46:00 (100,00%)	1:50:56 (100,00%)	4:31:51 (100%)

В итоге, было выявлено, что из общего времени (10 часов 11 минут 43 секунды или около 611 минут):

- Ценное время по потоку составляет 192 минуты (31,4%);
- Потери по потоку - 71 минуту (11,6%);
- Зарегламентированное время - 348 минут (57%).

Для запуска процесса совершенствования, необходимо выявить факторы, влияющие на состояние потока. Поэтому после проведения хронометража и построение карты потока создания ценности был проведен анализ факторов, причем весь процесс был разделен на 3 подпотока: свободный доступ до ассортимента, обеспечение доступа до весового товара и обеспечение перехода прав собственности на товар (табл. 2).

Таблица 2 - Оценка факторов, влияющих на состояние потоков, создаваемых продуктовым супермаркетом

1 поток. Свободный доступ до ассортимента (колбасы, сыр)			
На скорость выбора в торговом зале влияют:	На постоянное наличие ассортимента товара влияют:	На затраты по потоку влияют:	На комфорт покупок влияют:
Навигация покупателя	Скорость выкладки товара	Отсутствие какого-либо товара	Свободный доступ до товара
Свободный доступ до товара	Вовремя сделанный заказ	Плохой внешний вид/плесень	Указанный срок годности
Наличие качественного товара	Быстрая приемка товара в равномерно	Затрудненный доступ к товару (он находится у	Наличие ценника

<u>1 поток. Свободный доступ до ассортимента (колбасы, сыр)</u>			
<i>На скорость выбора в торговом зале влияют:</i>	<i>На постоянное наличие ассортимента товара влияют:</i>	<i>На затраты по потоку влияют:</i>	<i>На комфорт покупок влияют:</i>
	распределенное время (чтобы не все в одно время)	стенки полки или за другими товарами)	
Наличие ценника	Ротация товара на полке	Отсутствие ценника	Приятное расположение товара на полке (не разбросан как попало)
Соответствие ценника товару (чтобы не искать ценник по всей полке для товара)			Соответствие ценника товару (чтобы не искать ценник по всей полке для товара)
<u>2 поток. Обеспечение доступа до весового товара (салаты, горячее, рыба)</u>			
<i>На скорость выбора в торговом зале влияют:</i>	<i>На постоянное наличие ассортимента товара влияют:</i>	<i>На затраты по потоку влияют:</i>	<i>На комфорт покупок влияют:</i>
Навигация на витрине	Скорость выкладки товара	Отсутствие продавца на месте/игнорирование покупателя	Внешний вид салата/горячего
Наличие ценника	Наличие контейнеров и чистой посуды для накладывания	Не продаваемый вид товара	Чистота витрины
Наличие продавца	Своевременная выкладка товара, который закончился	Явное не соблюдение сан норм (продавец залез пальцем в салат)	Общение и советы со стороны продавца
Скорость его работы		Хамство со стороны продавца	Правильная упаковка
Логичная расстановка контейнеров (например, по цветовой гамме или мясные салаты рядом со схожими)		Отсутствие ценников	Наличие маркировки
		Отсутствие бесплатной тары (цел. пакета) или отсутствие какой-либо тары вообще	Широкий ассортимент
<u>3 поток. Обеспечение перехода прав собственности на товар (передача товара покупателю)</u>			
<i>На скорость выбора в торговом зале влияют:</i>	<i>На затраты по потоку влияют:</i>	<i>На комфорт покупок влияют:</i>	<i>На скорость выбора в торговом зале влияют:</i>
Ожидание обслуживания	Большая очередь	Наличие маркировки с ценой	Ожидание обслуживания
Скорость работы	Качество упаковки	Сервис – диалог	Скорость работы
Скорость упаковки	Отсутствие ценника	Доброжелательное отношение	Скорость упаковки
Совет продавца	Испортившаяся продукция		Совет продавца
	Хамство со стороны продавца		

Наиболее влиятельными факторами на поток являются – наличие ценника и скорость работы продавца, которая включает в себя скорость упаковки, обслуживания и выкладки товара. Для совершенствования процесса, необходимо оказывать повышенное внимание на вышеуказанные факторы.

Следующим шагом анализа рабочего процесса было выявление действий, несущих потери (муда). В рабочем процессе продавца гастрономии были явно выделены потери дефекты, лишние движения, запасы, ожидание и лишнюю транспортировку. В ходе описания потерь также были предложены идеи и решения избавления от них:

- Дефекты и переделки (1.Продавец гастрономии ошиблась при наборе артикула на весах и ей пришлось распаковывать, упаковывать и взвешивать партию сыров, на которой были не правильные ценники. 2.Постоянное сравнение цен при взвешивании и в списке цен) - 2. Повесить список цен рядом с весами;

- Лишние движения и перемещения (1.24 апреля 2014г. продавец гастрономии нарезала сыр для витрины, но прежде чем приступить к нарезке она искала на что встать, чтобы быть повыше. 2.При выкладке товара в витрину (салаты) время уходит на поиск ценника для салата. 3.При раскладывании контейнеров с салатами большое количество времени тратится на укладку всех контейнеров из витрины и обратно) - 1.Мини-табуретка в одном из ящиков у стола резки. 2.Раскладывать ценники в алфавитном порядке. 3.Планограмма раскладки контейнеров в витрине;

- Потери при транспортировке (Постоянные перемещения с тележкой, например, продавец часто отвозит тележки к выходу магазина);

- Излишние запасы (Привозят продукции в магазин больше, чем нужно, как следствие, склад забит и трудно найти необходимый товар);

- Ожидание (1.Ожидание покупателя в течение работы. 2.Свободное время сотрудника) - 2.Выравнивание работ сотрудника, например, с помощью циклограммы.

После выявления потерь на процессе необходимо рассмотреть структуру одной из выявленных проблем по методу «Скелет рыбы» (диаграмма причины-следствия Исикавы).

Сначала разберем понятие «проблема в рабочих процессах» - это противоречивая ситуация, являющаяся, как правило, следствием:

- Несоответствия ожидания сторон;
- Противоположных позиций в объяснении каких-либо явлений, объектов, процессов.

При методе диаграммы **причины-следствия Исикавы** возможные причины дифференцированно разделяются по своему влиянию на 5 основных причин: человек, машина, методы, материал, окружающая среда. Каждая из этих пяти основных причин может быть в свою очередь разделена на более подробные причины, которые соответственно могут разбиваться на еще более мелкие.

Для проведения анализа структуры проблемы, в качестве примера, была взята проблема - при раскладывании контейнеров с салатами большое количество времени тратится на укладку всех контейнеров из витрины и обратно. Схема диаграммы причины-следствия была адаптирована под универсам «Абрикос ПЛЮС» в табличной форме (рис. 1).

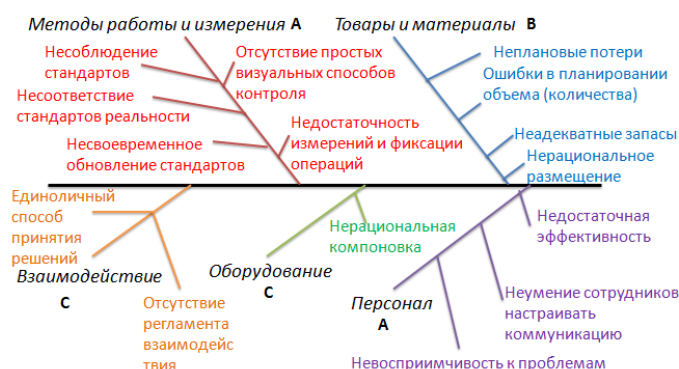


Рисунок 1 - Анализ структуры проблемы по методу «скелет рыбы»

После заполнения таблицы основные причины были классифицированы по степени важности в соответствии с методом оценки важности факторов, метод «ABC-анализ».

Каждый из 5 факторов был оценен по его влиянию на вероятность (частоту) возникновения проблемы:

- «А» - максимальная степень влияния;
- «В» - средняя степень влияния;
- «С» - малая степень влияния.

В качестве метода, используемого для выравнивания работ продавца гастрономии, была составлена циклограмма на основе данных хронометражей (табл.3). Циклограмма была составлена на два дня, так как в один день продавец гастрономии должна подготавливать привезенную рыбу к продаже (взвешивание, упаковка, выкладка), а в другой – сырами.

Таблица 3 - Циклограмма действий продавца гастрономии

Время	1 день	2 день
8.00-9.00	Предпродажная подготовка	Предпродажная подготовка
9.00-10.00	Выкладка заморозки/др.товара /Убрать просрочку с полок/Переоценка	Выкладка заморозки/др.товара/Убрать просрочку с полок/Переоценка
10.00-10.30	Ротация товара/Убрать просрочку с полок	Ротация товара/Убрать просрочку с полок
10.30-11.00	Обед	Обед
11.00-12.00	Выкладка товара/Вписать подходящие сроки годности/Мойка посуды	Выкладка товара/Вписать подходящие сроки годности/Мойка посуды
12.00-13.00	Выкладка товара/Ротация на полках/Переоценка	Выкладка товара/Ротация на полках/Переоценка/ Подготовка и выкладка рыбы
13.00-14.00	Выкладка товара/Ротация товара	Подготовка и выкладка рыбы/Резка и выкладка сыров
14.00-15.00	Резка сыров	Мойка посуды/Ротация товара
15.00-15.30	Переоценка/Мойка посуды	Подготовка и выкладка рыбы/Резка и выкладка сыров
15.30-16.00	Обед	Обед
16.00-17.00	Мойка посуды	Мойка посуды

Время	1 день	2 день
17.00-18.00	Резка и выкладка сыров/ротация товара	Резка и выкладка сыров
18.00-19.00	Элитные сыры	Ротация товара
19.00-20.00	Мойка посуды/Элитные сыры	Мойка посуды/Элитные сыры
20.00-21.00	Свободное время	Свободное время
21.00-22.00	Предпродажная подготовка к следующему дню	Предпродажная подготовка к следующему дню

Необходимо отметить, что обслуживание покупателя происходит в каждом этапе работы продавца.

Для подсчета эффективности использования циклограммы, необходимо исключить из карты потока создания ценности потери ожидания и лишних движений. Тогда из общего количества времени, потери по потоку будут составлять – 11 минут (1,9%). После тестирования данной циклограммы в магазине, будет проведен повторный хронометраж рабочего дня продавца гастрономии и тогда будет известно, подтвердились ли прогнозы.

Необходимо отметить, что время, которое было потерями, станет либо вспомогательным временем или добавляющим ценность. Тем не менее, целью проведения бережливого производства в магазине было снижение уровня именно потерь и поэтому можно сказать, что эта цель была достигнута.

На основе изучения объекта исследования и внедрения технологий бережливого производства, также можно предоставить результаты эффективности методик – снижение потерь в рабочем процессе с уровня 10-13% до 1,9% от общего времени процесса.

Подводя итог, отметим, что идеи и методы бережливого производства могли бы сыграть значительную роль в трансформации всех отраслей российской экономики, несмотря на то, что бережливое производство это изначально производственный инструмент, и помочь приблизить её к уровню современных развитых стран, позволить предприятиям выжить в условиях кризиса, обеспечив условия для дальнейшего успешного развития.

Список использованной литературы.

1. История бережливого производства [Электронный ресурс] // Академия менеджмента. URL: <http://www.lean-academy.ru/lean/history.php> (дата обращения: 26.04.14г).

2. Бережливое производство [Электронный ресурс] // Менеджмент качества. URL: http://www.kpms.ru/General_info/Lean_Production.htm (дата обращения: 26.04.14г).

3. О компании [Электронный ресурс] // Офиц. сайт ГК «ЛАМА». URL: <http://lama.tomsk.ru/about/about.html> (дата обращения: 11.06.14г).

4. Бережливое производство [Электронный ресурс] // Академия менеджмента. URL: <http://lean-academy.ru/lean/> (дата обращения: 11.06.14г).

5. Российский опыт внедрения бережливого производства [Электронный ресурс] // Управление производством. URL: http://www.up-pro.ru/library/production_management/lean/otsech-lyshnee.html (дата обращения: 11.06.14г).

6. Как работает LEAN в России и других странах (с цифрами) [Электронный ресурс] // Управление производством. URL: <http://www.up->

pro.ru/library/production_management/lean/lean-russia-usa.html (дата обращения: 11.06.14г).

7. Ерохин Е. А. Актуальность методологии бережливого производства в условиях мирового экономического кризиса [Электронный ресурс] // EKportal.ru. URL: <http://www.ekportal.ru/page-id-1360.html> (дата обращения: 11.06.14г).

ПРОБЛЕМА ОТСУТСТВИЯ СПОСОБНОСТИ РАЦИОНАЛЬНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВРЕМЕНИ У СТУДЕНТОВ

Е.Н. Дырина, А.В. Тонеева

Томский политехнический университет, г.Томск

E-mail: zhenya_9309_93@mail.ru

Научный руководитель: Никулина И.Е., доктор экон. наук, профессор

Данная статья посвящена проблеме нерационального использования собственного времени у студентов, которая была выявлена в результате тестирования. Вследствие чего были предложены способы борьбы с нехваткой времени и рекомендации по обучению студентов тайм-менеджменту, состоящие из трех последовательно проводимых частей.

Нехватка времени - это важный вопрос, который беспокоит многих. Всегда хочется сделать гораздо больше дел, чем получается из-за сумасшедшего ритма жизни и чрезмерной загруженности. В итоге, дела постоянно накапливаются и потом всё сложнее становится с ними разобраться. Ведь не каждый умеет правильно расставить приоритеты и определить, какие вопросы являются первоочередными - все они представляются существенными и неотложными. Для решения этой проблемы нужно уметь грамотно **управлять своим временем и использовать навыки тайм-менеджмента.**

Целью данной работы является определение проблемы отсутствия способности к рациональному использованию времени у студентов и выявление ее причин возникновения.

В соответствии с целью работы были поставлены следующие задачи:

- рассмотреть теоретический аспект тайм-менеджмента;
- провести тестирование группы студентов для выявления способности или ее отсутствия к рациональному использованию времени;
- выявить причины возникновения такой проблемы;
- дать рекомендации по ее решению.

Что такое тайм-менеджмент? Тайм-менеджмент или управление временем – направление, ориентированное на применение в повседневной деятельности человека способов самоорганизации с целью оптимально и со смыслом использовать свое время [1].

Правильное управление временем может помочь вам рядом навыков, инструментов и методов, которые используются при выполнении определенных задач, проектов и целей.

Этот набор включает в себя широкий спектр деятельности, а именно:

- планирование,
- распределение,

- постановка целей,
- делегирование (организация работы, при которой руководитель распределяет свою ответственность между подчинёнными),
- анализ временных затрат,
- мониторинг,
- сопоставление списков,
- расстановка приоритетов.

Первоначально управление временем приписывалось только бизнесу или трудовой деятельности, но постепенно данное понятие включило в себя и личную деятельность. Хотелось бы отметить, что тайм-менеджмент является необходимостью в развитии любого проекта, так как определяет время завершения проекта и его масштаб.

Причиной неправильного управления временем является дефицит времени. Дефицит рабочего времени – это нехватка временного ресурса, которая вызвана неправильной организацией сотрудника своей работы, или неграмотной организацией деятельности руководством, что может привести к спешке, затягиванию выполнения работ, заданий, некачественной работе, потерям в производстве, браку и т.д. что, в конечном счете, существенно влияет на результативность и эффективность работы всей организации в целом.

Наиболее характерные причины дефицита можно условно разделить на две группы: зависящие от человека и зависящие от окружения. К первой группе можно отнести:

- неадекватная оценка своих способностей, скорости работы, результативности;
- отсутствие личной миссии человека;
- неумение контролировать свои потребности (в питании, мыслях, выражении эмоций, общении);
- лень;
- отсутствие приоритетов при выполнении дел (решение второстепенных задач при регулярном переносе главных);
- спешка при выполнении объемных заданий (часто вызвана тем, что человек несвоевременно начинает работать над ними);
- учеба / работа по вечерам и выходным (в учебные / служебные часы не хватает времени);
- работа не по своему профилю (неэффективное использование возможностей);
- уточнение сведений, постоянное переспрашивание (трудное восприятие информации, как следствие утомления);
- и другие.

К группе причин, зависящих от предприятия относятся бесплановость работы, несоответствие человека и занимаемой им должности, слабая мотивация труда, приводящая к низкой производительности труда, большой поток всевозможных рутинных дел и т.д.

Следующим этапом работы было проведение теста на умение рационально использовать время среди студентов. В качестве испытуемых выбраны студенты группы номер 3АМ41 и 3АМ42, учащиеся по магистерской программе на специальность «Менеджмент» в Томском Политехническом Университете Институт Соци-

ально-Гуманитарных Технологий. Одной из важнейших задач высшего профессионального образования сегодня является подготовка высококвалифицированных специалистов и компетентных личностей, ориентированных на созидательную деятельность. Для студентов, будущих специалистов-менеджеров, очень важно уметь правильно управлять своим временем в своей деятельности, и именно эта причина стала решающей в выборе тестируемой группы. Количество людей, проходящих тест – 34. Нами был выбран тест на умение рационально использовать время по причине быстрого подсчета результатов, его относительной понятности и простоты и не сложного выбора ответов.

Тест состоит из десяти утверждений, каждое из которых необходимо оценить в баллах по критерию: 0 – почти никогда; 1 – иногда; 2 – часто; 3 – почти всегда:

1) Мой день начинается с того, что я резервирую время, для того, чтобы спланировать и сделать подготовительную работу.

2) Все, что может быть поручено, я всегда поручаю.

3) Я всегда письменно фиксирую задачи, цели и обязательно указываю сроки их реализации.

4) Я стараюсь каждый официальный документ обрабатывать за один раз и окончательно.

5) Каждый день я составляю список предстоящих дел, который упорядочиваю по приоритетам, самые важные из которых я делаю в первую очередь.

6) Свой рабочий день я освобождаю от неожиданных совещаний, не запланированных встреч, посторонних телефонных разговоров.

7) Свою дневную нагрузку я распределяю в соответствии с графиком моей работоспособности.

8) Я всегда могу позволить себе реагировать на актуальные проблемы, так как в моем плане всегда есть окна, которые позволяют это делать.

9) Я всегда направляю свою активность таким образом, чтобы в первую очередь концентрироваться на немногих, «жизненно важных» проблемах.

10) Я могу говорить «нет», если на мое время претендуют другие, а мне необходимо делать более важные дела.

После того, как студент прошел тест, было необходимо посчитать баллы для получения своего результата:

- 0-15 баллов – Вы находитесь во власти внешних обстоятельств и совершенно не планируете свое время. Необходимо составить список приоритетов и придерживаться его, тогда Вы сможете добиться своих целей.

- 16-20 баллов - Вы стараетесь управлять временем, но не всегда успешны в этом, так как не достаточно последовательны.

- 21-25 баллов - У Вас высокий уровень управления собой.

- 26-30 баллов – Вас можно назвать образцом правильного управления временем. У Вас можно многому поучиться.

Распределение категорий студентов представлено на рисунке 1. Результаты теста показали, что:

- 12 студентов совсем не планируют свое время и находятся под воздействием внешних обстоятельств;

- 17 студентов пытаются овладеть своим временем, но пока не имеют значительных успехов в этом;

- 5 студентов обладают достаточно высоким уровнем управления собой;

- Ни один студент не владеет временем так, чтобы стать образцом для других.

Из всего вышеуказанного следует вывод, что студенты групп ЗАМ41 и ЗАМ42 не обладают умением рационально использовать свое время. Причинами возникновения такой проблемы могут быть:

- Студенты не умеют использовать методики тайм-менеджмента;
- Чрезмерная нагруженность студента;
- Распыление способностей студентов на разных сферах деятельности и, как следствие, низкая эффективность по всем сферам;
- Неадекватная оценка своих способностей;
- Лень.

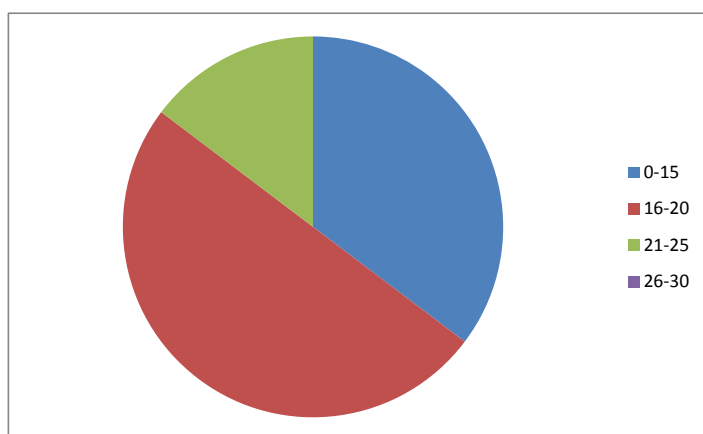


Рис. 1. Распределение результатов тестирования студентов

В качестве решения такой проблемы нами были выделены эффективные способы борьбы с нехваткой времени:

1. Составление списков дел на определенный промежуток времени (день, неделю, месяц) в соответствии с личной целью. Причем дела на день можно делить на задания, требующие непременно завершения, и список заданий, которые желательно выполнить.

2. Точность и выдерживание сроков выполнения намеченных дел.

3. Позитивное отношение к любым заданиям, так как тот, кто работает увлеченно, может работать быстрее.

4. Освоение методики быстрого чтения, благодаря которой возможно повысить навыки в получении информации в несколько раз.

5. Максимальная ясность в выражении своих мыслей.

Кроме способов, указанных выше, нами был предложен ряд рекомендаций по проведению дополнительных тренингов или выделению отдельных занятий по изучению тайм-менеджмента. Рекомендации состояли из трех частей.

Первая часть была посвящена введению в методику тайм-менеджмента, изучению основ и правил эффективного управления временем, закреплению полученных знаний путем устного опроса студентов.

Вторая часть состоит из курса лекций и практических занятий по изучению инструментов тайм-менеджмента, самыми эффективными из которых являются:

- Правило 10/90;
- Правило 6П;
- Закон принудительной эффективности;
- Метод решения неприятных и глобальных задач;
- Принцип В. Паретто;
- Матрица Эйзенхауэра;
- Метод «Альпы»;
- Метод Франклина;
- *Метод резиновой уточки.*

Остановимся на каждом из них подробнее. Как показывает статистика, производительность труда увеличивается на 25%, если уже в первый день придерживаться заранее обозначенного плана. В этом случае с приходом на работу не нужно ломать голову над тем, с чего же начать. Постепенное разрешение вопросов и выполнение приоритетных дел позволит существенно сократить затрачиваемое на них время. Об этом как раз и гласит **правило тайм-менеджмента** под названием «10/90». Суть его заключается в том, что на планирование выполнения задачи необходимо затратить 10% времени, но в последствии этот вклад позволит сэкономить 90% времени на её решение.

Немаловажную роль играет и **правило «6П»**, которое глаголет истину о том, что Правильное Предварительное Планирование Предотвращает Плохие Показатели. Для этого нужно уметь чётко определять наиболее важные задачи, исходя из приоритетов и срочности. Сложные задачи можно разбивать на более мелкие, выстраивая дерево решений. При этом ветвить дерево нужно умело, чтобы в конечном счёте не отойти от основной проблемы. К тому же, чрезмерное количество мелких подзадач может мешать решению главной задачи.

К выделению самого важного в работе также призывает закон **«принудительной эффективности»**. Надо чётко себе представлять, что времени никогда не бывает достаточно, поэтому первоначально нужно решать тот вопрос, который в результате принесёт большую выгоду. Каждый выполненный пункт плана рекомендуется вычёркивать. Это позволит не только разгрузить голову, но и доставит огромное моральное удовлетворение. А это в свою очередь даст новый заряд энергии для дальнейшей работы. [2]

Метод решения неприятных и глобальных задач означает то, что не стоит откладывать неприятные дела на потом. Это одна из самых главных ошибок, приводящих к эмоциональному перенапряжению. *«Лягушка» на сленге тайм-менеджеров - мелкое, но неприятное дело, к которому не хочется подходить. Оно постоянно откладывается, грозя перерасти во что-то более серьезное. Съесть лягушку* означает в начале дня без всяких размышлений закрыть неприятный вопрос, после чего груз спадёт с плеч и появится хорошее настроение. Новый прилив энергии повысит работоспособность, а оставшиеся дела принесут не только радость, но и удовольствие. *Кроме неприятных мелочей есть и действительно важные, крупные задачи или слоны. Отпугивают они именно своей масштабностью: непонятно, с чего начать и хватит ли сил на все. Такого слона лучше всего разделить на небольшие бифштексы и есть по частям. Например, новая неделя - новый бифштекс, так постепенно даже самый большой слон будет съеден.*

Правило 80/20 Вильфредо Паретто гласит: Если все предметы разместить в порядке их ценности, то 80% ценности приходится на предметы, составляющие 20% от их общего числа, в то время как 20% ценности приходится на предметы, составляющие 80% от их общего числа. Значимость принципа Паретто для повышения эффективности не подлежит сомнению. Умение отыскать лишнее в работе может дать весьма существенные результаты.

Определение приоритетных целей является одним из главных элементов планирования. При планировании необходимо определить, что должны сделать вы, а что можно порекомендовать другим. Данное классическое правило расстановки приоритетов принадлежит американскому президенту Д. Эйзенхауэру.

Приоритеты в делах, согласно Д. Эйзенхауэру, должны устанавливаться по двум критериям - срочности и важности. Сочетание данных критериев дает матрицу, представленную на таблице 1.

Таблица 1 – Матрица Д. Эйзенхауэра

	Срочные	Несрочные
Важные	I	II.
Неважные	III.	IV.

Далее, используя модель Эйзенхауэра, рассмотрим рекомендации по выполнению дел разных типов.

1. Важные и срочные. Данные дела необходимо делать сразу, чтобы важные дела не превращались в срочные.

2. Важные и несрочные. Глеб Архангельский, популярный специалист тайм-менеджмента, пишет о них как о самых обиженных, наиболее ущемляемых делах, которые связаны с собственным самосовершенствованием, развитием и обучением сотрудников, и т.п. Для данных дел требуется обязательное определение сроков их исполнения. [3]

3. Неважные и срочные. Данные дела очень просто маскируются под дела из квадранта I. Не редко, человек путает срочность и важность: всякое срочное он автоматически считает важным. Кризис-менеджмент, аврал, суматоху в организации в основном создают дела из ячейки III, что зачастую считают признаками успешного предприятия. Если задача является не столь важной, то она должна быть в любом случае делегирована, поскольку для ее исполнения не требуется каких-либо отличительных качеств.

4. Неважные и несрочные. В идеальном варианте данные дела необходимо «финансировать по остаточному принципу» или же вообще от них отказываться. Причинами, из-за которых дела данной группы становятся пожирателями времени, две - они связаны с социальными обязательствами и они зачастую очень приятны и увлекательны.

Метод Альпы - один из методов тайм-менеджмента для составления списка дел дня с определением их приоритетов. Название метода – условное, оно символизирует подъем к намеченным целям - «высотам», он включает в себя пять стадий:

1. Необходимо составить задания на день.
2. Необходимо оценить длительность действий.
3. Необходимо резервировать время «про запас» (по принципу 60:40).

4. Необходимо принимать решения по приоритетам, сокращениям и перепоручению (делегирование).

5. Необходимо проводить последующий контроль – перенос несделанного.

Метод Франклина направлен на то, что должно быть сделано. Глобальная задача дробится на более мелкие подзадачи. Визуально эту систему можно отобразить в виде ступенчатой пирамиды, а процесс применения – как процесс ее строительства (рис. 2). Движение начинается с обоснования, продумывания основы конструкции – с фундамента. Для этого необходимо четко представлять, а лучше составить список жизненных ценностей, что для вас наиболее ценно и ради чего вы собираетесь решать те или иные задачи?

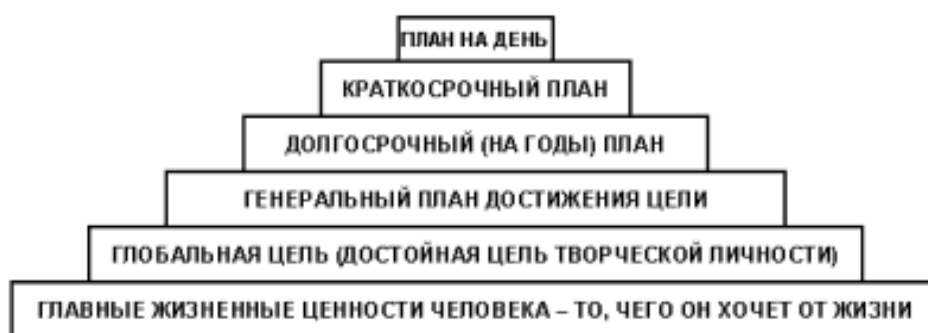


Рис. 2. Пирамида Франклина

Использование данного приема похоже на использование карты маршрута, периодически обращаясь с которой, можно корректировать маршрут, возможно даже менять направление, но главное, знать, куда идти. Если работая над выявлением намерений от жизни (чего хочу?) не нужно сковывать себя рамками времени, как если бы вы обладали неограниченным ресурсом времени, то составляя списки средние и краткосрочных целей, их следует формулировать так, как если бы это были ваши последние годы и месяцы.

Первая рамка поможет вспомнить все, к чему вы стремитесь, а вторая – позволит сконцентрироваться на действительно важных для вас делах (как этого достичь?).

*Если приведенные правила так и не помогли вам справиться с особенно невыносимой задачей, можно обратиться к излюбленному способу программистов – делегированию ее мысленному помощнику (метод резиновой уточки). Проще говоря, достаньте где-нибудь резиновую уточку для ванной, поставьте на стол и предупредите, что сейчас вы немного с ней поработаете. Если она не против, объясните ей суть вопроса, максимально просто и подробно. Считается, что **верная формулировка проблемы содержит половину решения**. На одном из этапов объяснения вы наверняка поймете, что пошло не так, а уточка будет счастлива от того, что помогла вашей работе.*[4]

Третья часть рекомендаций является внедрение в жизнь правил и инструментов тайм-менеджмента и регулярный мониторинг результатов со стороны тренеров.

В заключение хотелось бы сказать о том, что не зря сегодня многие компании стали внедрять **технологии тайм-менеджмента**. Если эта методика успешна в бизнесе, то использующему ее студенту гарантирован успех. Но то, насколько успешно студент будет претворять в свою жизнь принципы эффективного использования

времени, зависит в первую очередь от него самого и от его желания работать рационально, так как для того, чтобы путем постановки ясных целей, правильного выбора приоритетов и планирования своего времени, добиться большей эффективности в работе, нужно приложить определенные усилия и затратить немного времени.

Список использованной литературы.

1. Иванкина Л.И. Тайм-менеджмент, или управление личной эффективностью. Психологический практикум. – Томск: Изд-во ТПУ, 2011. – 32 с.
2. Тайм – менеджмент // Homeclass.ru [Электронный ресурс] URL: <http://www.homeclass.ru/navyki/taym-menedzhment-upravlenie-vremenem-svoey-zhizni.html> (дата обращения: 28.09.2014 г.).
3. Тайм-менеджмент: простые способы управления временем // Psyfactor.org [Электронный ресурс] URL: <http://psyfactor.org/lib/time-management-2.htm> (дата обращения: 28.09.2014 г.).
4. Правила тайм-менеджмента, которые следует взять на заметку // Психология жизни [Электронный ресурс] URL: <http://lichnorastu.ru/pravila-taym-menedzhmenta-kotoryie-sleduet-vzyat-na-zametku/> (дата обращения: 28.09.2014 г.).
5. Бишоф А. Самоменеджмент. Эффективно и рационально. – М.: Омега-Л, 2006. – 126 с.
6. Кинан К. Самоменеджмент. – М.: Эксмо, 2006. – 73 с.
7. Дебра Оллок Тайлер «Управление временем». - М.: НИРО, 2006. – 125 с.
8. Кинан Кейт «Управление временем». – М.: Эксмо, 2006. – 77 с.
9. Займемся тайм-менеджментом // E-executive.ru [Электронный ресурс] URL: <http://www.e-executive.ru/knowledge/announcement/1060262/> (дата обращения: 28.09.2014 г.).

ПРИМЕНЕНИЕ КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ МОДЕЛИ ОЦЕНКИ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО РЫНКА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

В.Э. Зайковский

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: zv@gtt.gazprom.ru

Научный руководитель: Никифорова Л.Е., доктор экон. наук, профессор

В статье предложен методический подход к оценке привлекательности осваиваемого организацией территориального рынка, базирующийся на интегративной оценке перспектив: роста рынка, рентабельности продуктов (услуг) и рентабельности активов, инвестиционной привлекательности территории, социальных и имиджевых факторов, возможного уровня нестабильности внешней среды на осваиваемой территории. Проведена оценка привлекательности территориального рынка для реализации инвестиционных газотранспортных проектов на примере Сахалинской области, Республики Саха (Якутия) и Республики Бурятия.

Каждой территории присущ уникальный конкурентный ландшафт, природно-географические условия, технологическая и научно-техническая инфраструктура, социальная среда и культурные традиции, рынок трудовых ресурсов, действующая модель системы публичного управления, определяющая стратегию развития территории и механизм ее реализации. Даже если для нового географического рынка не требуется адаптации продукта и типовой портрет целевого потребителя принципиально не отличается, указанные ситуационные факторы обуславливают необходимость уточнения предлагаемой ценности для потребителя, переоценки ресурсов и компетенций, оценки пороговых возможностей (в том числе, относительного уровня капитальных вложений (инвестиций) в дополнительные производственные мощности, разработку стратегии, человеческий и организационный потенциал) и другие параметры, на основе которых диагностируется уникальность и устойчивость стратегических возможностей организации на новом географическом рынке. В зависимости от результатов диагностики определяются направления развития или трансформации уникальных ресурсов и ключевых компетенций организации.

В развитие методических подходов И. Ансоффа и Д. Абея (матрица «продукт – технология – рынок»), П. Друкера, Хоуфера и др. автором обобщены ключевые параметры привлекательности вновь осваиваемого организацией территориального рынка, которые сгруппированы по пяти критериям:

- 1) перспективы изменения спроса на территориальном рынке;
- 2) перспективы изменения рентабельности активов и рентабельности продуктов (услуг);
- 3) уровень инвестиционной привлекательности территории;
- 4) уровень социальной значимости бизнеса и имидж;
- 5) динамика уровня нестабильности внешней среды на осваиваемой территории [1].

В таблице 1 представлены критерии, набор параметров и способ оценки привлекательности территориального рынка.

Таблица 1– Критерии, набор параметров и способ оценки привлекательности территориального рынка

Критерии	Содержание критерия	Набор параметров	Способ оценки
Перспективы роста рынка	Оценка доли территориального рынка в долгосрочной и краткосрочной перспективе	Темп роста сектора экономики, прирост численности потребителей, динамика географического расширения рынков, степень обновления продукции и технологии, уровень насыщения спроса, общественная приемлемость товаров (услуг), государственное регулирование	Экспертная оценка
Перспективы рентабельности активов и рентабельности продуктов (услуг)	Оценка уровня рентабельности активов и продаж в долгосрочной и краткосрочной перспективе, внутренней нормы доходности инвестиционного проекта	Колебание показателей рентабельности, объема продаж и цен, стабильность структуры рынка, обновление состава продукции, длительность жизненных циклов, время разработки новой продукции, расходы на НИОКР и доступа на рынок, конкуренция, удовлетворенность потребителей	Экспертная оценка
Инвестиционная привлекательность территории	Интегральная оценка инвестиционной привлекательности территории	Уровень экономического развития, здравоохранение, физическая культура и спорт, образование, жилищно-коммунальное хозяйство и жилищное строительство, дорожное хозяйство, организация государственного управления, энергосбережение и т.д.	Методика оценки РА «Эксперт» / Методика Совета по изучению производительных сил Минэкономразвития России и РАН / Методика «Стратегическая матрица» и т.д.
Социальные и имиджевые параметры территории	Оценка деятельности органов исполнительной власти, оценка социальных и имиджевых параметров территории	Эффективная деятельность органов исполнительной власти территории, наличие концепции или стратегии долгосрочного развития территории, «дружелюбного» инвестиционного законодательства, требования к социальной нагрузке организации	Методика оценки эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов РФ (постановление Правительства РФ от 3.11.2012 г. N 1142). Экспертная оценка
Уровень нестабильности внешней среды на осваиваемой территории	Оценка рисков хозяйственной деятельности на территории	Специфические риски территории, риски проектной и операционной деятельности организации	1. Матрица классификации рисков «ELLIPS - PrO» 2. Качественная оценка рисков – матрица «вероятность-ущерб»

Процесс оценки привлекательности территории состоит из нескольких этапов: определение начальных условий территориальной экспансии, установление будущих параметров, оценка привлекательности новой территории (рисунок 1).

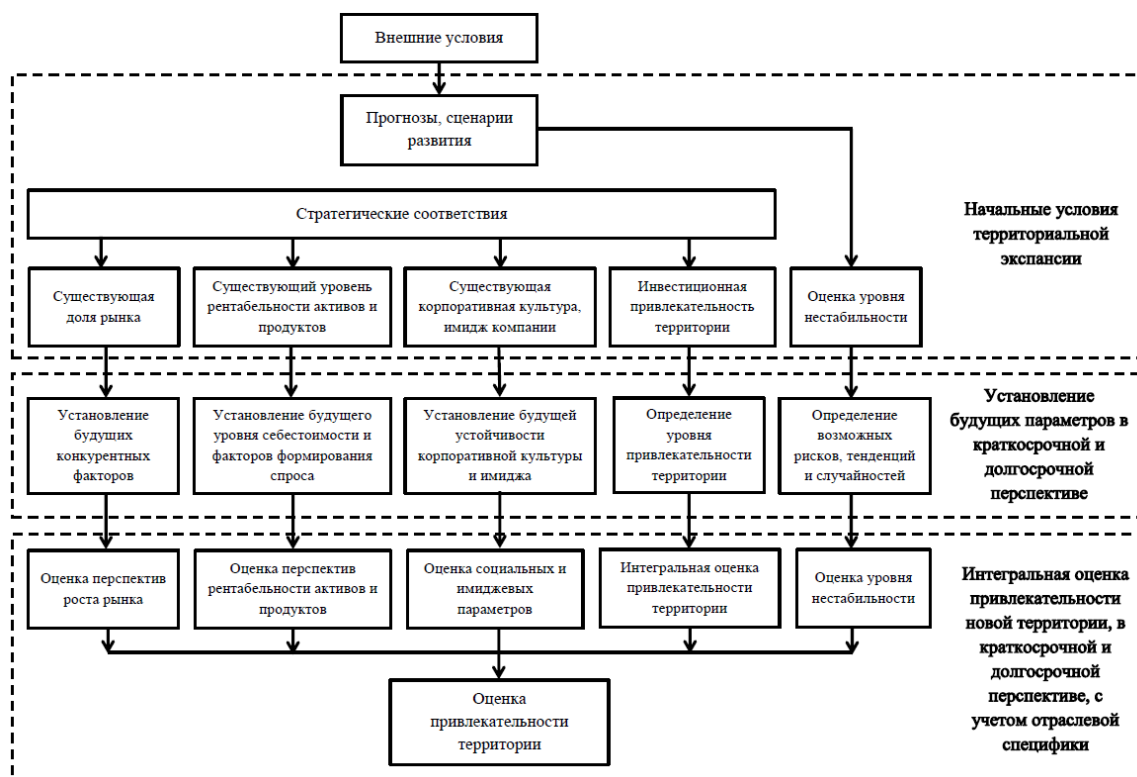


Рис. 1. Этапы процесса оценки привлекательности территории при реализации организацией стратегии рыночной экспансии

При этом в качестве временных ограничений принимаются следующие параметры:

- продолжительность проектной стадии (выход на рынок и запуск производства продукта), или *краткосрочный период*;
- продолжительность операционной стадии (стадия роста объема продаж), или *долгосрочный период*.

Оценка привлекательности новой территории P_t производится с использованием мультипликативной модели:

$$P_t = aG_i + bR_i + cI_i + dS_i - eN_i \quad (1)$$

где: G_i – интегральная оценка перспективности территории в контексте роста рынка, в баллах;

R_i – интегральная оценка перспективности территории в контексте изменений уровня рентабельности продукта/активов/продаж/фондов/вложений, в баллах;

I_i – оценка уровня инвестиционной привлекательности территории, в баллах;

S_i – оценка уровня социальных и имиджевых параметров территории, в баллах;

N_i – оценка уровня нестабильности, в баллах.

a, b, c, d, e - коэффициенты весомости влияния каждого фактора (определяется экспертно); $a + b + c + d + e = 1$.

Оценка роста рынка G_1 и оценка изменений рентабельности R_1 производится по пройденной части текущей и следующей фазе жизненного цикла продукта. Оценивая эти параметры, необходимо учитывать, что их уровень может как остаться неизменным, так и измениться в большую или меньшую сторону. В связи с этим расчеты выполняются как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе. Оценка маркетинговых и экономических параметров G_1 и R_1 может производиться в рамках разработки обоснования инвестиций или бизнес-плана.

К проведению оценки региона привлекаются эксперты, задача которых – дать максимально объективный ответ на вопросы анкеты, заполнив опросные листы. Шкала оценки - от 0 до 5 (включительно), итоговая оценка является средним арифметическим от суммы оценок экспертов.

Данная методика прошла апробацию в ходе оценки потенциальных территорий для реализации инвестиционных проектов ОАО «Газпром»: Сахалинской области, Республики Саха (Якутия) и Республики Бурятия.

Оценка привлекательности территориального рынка Сахалинской области.

С помощью предложенной методики оценки новой территории произведем оценку Сахалинской области (о. Сахалин и Курильские о-ва) как потенциальной территории для реализации крупных нефтегазовых инвестиционных проектов, в том числе с иностранным участием. В Сахалинской области уже выполнены и находятся на операционной стадии крупнейшие нефтегазовые проекты – «Сахалин-1», «Сахалин-2», а также планируется к реализации разработка шельфовых месторождений «Сахалин-3», «Сахалин-4», строительство Сахалинской ГРЭС-2, завода по производству сжиженного природного газа (СПГ) и других. В 2015 году ожидается принятие правительством России новой редакции Программы развития Курильских островов на период 2016-2025 годов. Предполагаемый объем ее финансирования из федерального и областного бюджетов - порядка 60 миллиардов рублей [5].

К проведению оценки региона были привлечены эксперты, задача которых – дать максимально объективный ответ на вопросы анкеты, заполнив опросные листы. Шкала оценки - от 0 до 5 (включительно), итоговая оценка являлась средним арифметическим от суммы оценок экспертов.

Оценка роста рынка G_1 проводится по набору параметров (10 базовых показателей), характеризующих территориальный рынок (таблица 2).

Таблица 2 – Параметры оценки роста территориального рынка G_1

Параметры	Оценка по шкале интенсивности	
	0	+5
	G_1 (Проектная стадия)	G_2 (Операционная стадия)
Темп роста сектора экономики	Низкий / Высокий	Низкий / Высокий
Прирост числа потребителей анализируемого сектора	Низкий / Высокий	Низкий / Высокий
Динамика географического расширения рынков (возможность дальнейшего освоения новых территорий)	Низкая / Высокая	Низкая / Высокая
Частота обновления продукта *	Низкая / Высокая	Низкая / Высокая
Частота обновления технологии *	Низкая / Высокая	Низкая / Высокая
Уровень насыщения спроса *	Высокий / Низкий	Высокий / Низкий
Социальный имидж производимых продуктов	Низкий / Высокий	Низкий / Высокий

Параметры	Оценка по шкале интенсивности	
	0 _____ +5	
	G₁ (Проектная стадия)	G₂ (Операционная стадия)
Государственное регулирование бизнеса (анти-монопольное регулирование, регулирование конкуренции)	Высокий / Низкий	Высокий / Низкий
Степень привлекательности рынка для игроков других стратегических групп (например, зарубежных компаний)	Высокая / Низкая	Высокая / Низкая
Специфические территориальные факторы роста рынка (климат, инфраструктура и др.) *	Низкий / Высокий	Низкий / Высокий
Экспертная оценка роста рынка G_i	3,8	3,6

* - в зависимости от отраслевой специфики

Оценка изменений рентабельности R_i осуществляется по 10 базовым показателям, влияющих на рентабельность активов, продаж, фондов, вложений и продуктов (таблица 3).

Таблица 3 – Параметры оценки перспектив изменения уровня рентабельности продукта/активов/продаж/фондов/вложений R_i

Параметры	Оценка по шкале интенсивности	
	0 _____ +5	
	R₁ (Проектная стадия)	R₂ (Операционная стадия)
Уровень рентабельности продукта*	Низкий / Высокий	Низкий / Высокий
Уровень цен на продукт*	Низкая / Высокая	Низкая / Высокая
Уровень непроизводственных расходов*	Низкий / Высокий	Низкий / Высокий
Влияние фактора сезонности на уровень цен**	Высокое / Низкое	Высокое / Низкое
Доля расходов на НИОКР в цепочке ценностей	Высокий / Низкий	Высокий / Низкий
Доля расходов, связанных с выходом на территориальный рынок (преодоление барьеров входа)	Высокая / Низкая	Высокая / Низкая
Степень агрессивности действий ведущих конкурентов	Высокая / Низкая	Высокая / Низкая
Уровень конкуренции на рынках ресурсов	Высокий / Низкий	Высокий / Низкий
Степень социальной нагрузки на организацию	Высокая / Низкая	Высокая / Низкая
Специфические факторы, оказывающие влияние на рост уровня рентабельности	Низкий / Высокий	Низкий / Высокий
Экспертная оценка роста рынка R_i	3,2	3,2

* - по сравнению со среднеотраслевым

** - в зависимости от отраслевой специфики

Для оценки **уровня инвестиционной привлекательности территории I_i** предлагается использовать действующие методики (например, методика оценки РА «Эксперт», методика Совета по изучению производительных сил Минэкономразвития России и РАН, методика «Стратегическая матрица» и др.) [2], выбор которой осуществляется в зависимости от методов, используемых для диагностики: экономико-математические методы, методы факторного анализа или методы экспертных оценок (таблица 4).

По результатам различных методик, инвестиционная привлекательность Сахалинской области оценена достаточно высоко – от 18-го до 25-го места в рейтинге из 83 субъектов Российской Федерации.

Таблица 4 – Оценка инвестиционной привлекательности территории I_i

Критерий	Способ оценки	Оценка по шкале интенсивности 0 _____ +5	
		I_1 (Проектная стадия)	I_2 (Операционная стадия)
Инвестиционная привлекательность территории	Методика оценки РА «Эксперт», методика Совета по изучению производительных сил Минэкономразвития России и РАН, методика «Стратегическая матрица» и т.д.	Нормализация значения показателя по 5-балльной шкале	Нормализация значения показателя по 5-балльной шкале
Общая экспертная оценка инвестиционной привлекательности территории I_i		4,2	4,3

Оценка социальных и имиджевых параметров S_i осуществляется по Методике оценки эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов РФ (постановление Правительства РФ от 3.11.2012 г. N 1142) [4], а также с привлечением экспертов (таблица 5).

Таблица 5 – Оценка социальных и имиджевых параметров S_i

Критерий	Способ оценки	Оценка по шкале интенсивности 0 _____ +5	
		S_1 (Проектная стадия)	S_2 (Операционная стадия)
Уровень эффективности деятельности органов исполнительной власти территории	Методика оценки эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов РФ (постановление Правительства РФ от 3.11.2012 г. № 1142)	Нормализация значения показателя по 5-балльной шкале	Нормализация значения показателя по 5-балльной шкале
Оценка уровня соответствия концепции / стратегии долгосрочного развития территории ожиданиям потенциальных инвесторов («дружелюбие» инвестиционного законодательства)	Экспертная оценка	Не соответствует / Соответствует	Не соответствует / Соответствует
Степень взаимодействия организации с субъектами системы публичного управления социально-экономическим развитием территории	Экспертная оценка в разрезе заинтересованных сторон	Низкая Высокая	Низкая Высокая
Общая экспертная оценка социальных и имиджевых параметров территории S_i		4,5	4,5

По итогам первого полугодия 2014 года регион по индексу социально-экономического развития среди 83 субъектов РФ занимает второе место, по индексу инвестиционной привлекательности - пятое место; по индексу, отражающему доходы и занятость, - девятое место, по сводному индексу, характеризующему бюджетную систему, - первое место [5].

Уровень нестабильности N_i оценивается на основе результатов анализа рисков, сопровождающих деятельность организации на новой территории. Под рисками подразумеваются специфические риски, присущие данной территории, обусловленные внешними факторами. К таким факторам относятся социально-политическая обстановка, экономическая ситуация, состояние природной среды, инфраструктуры, и т.д.[3].

Для оценки уровня нестабильности N_i автором предложена методика классификации рисков – матрица «ELLIPS - PrO» (таблица 6).

Таблица 6 – Матрица классификации рисков «ELLIPS - PrO»

Категория	Оценка по шкале интенсивности	
	0 _____ +5	
	N_1 (Проектная стадия – Pr)	N_2 (Операционная стадия – O)
Экономические (E)	Низкие / Высокие	Низкие / Высокие
Законодательные (L)	Низкие / Высокие	Низкие / Высокие
Логистические (L)	Низкие / Высокие	Низкие / Высокие
Инвестиционные (I)	Низкие / Высокие	Низкие / Высокие
Политические (P)	Низкие / Высокие	Низкие / Высокие
Социальные (S)	Низкие / Высокие	Низкие / Высокие
Финансовые (F)	Низкие / Высокие	Низкие / Высокие
Экологические (E)	Низкие / Высокие	Низкие / Высокие
Технологические (T)	Низкие / Высокие	Низкие / Высокие
Информационные (I)	Низкие / Высокие	Низкие / Высокие
Общая экспертная оценка уровня нестабильности N_i	1,8	1,7

Оценка рисков проводится в краткосрочной перспективе (проектные риски) и долгосрочной перспективе (операционные риски).

Классификация по категориям рисков позволяет покрыть все стороны внешней среды (экономическая, законодательная, социальная, экологическая и т.д.), а по фазам - все фазы жизненного цикла продукта, от его создания (проектная стадия) до завершения использования (операционная стадия).

В качестве инструмента качественного анализа выявленных рисков предложена матрица «вероятность-ущерб» (таблица 7).

Таблица 7 – Матрица качественного анализа «вероятность-ущерб»

Вероятность						
5	Очень высокая	5	8	15	20	25
4	Высокая	4	8	12	16	20
3	Средняя	3	6	9	12	15
2	Низкая	2	4	6	8	10
1	Очень низкая	1	2	3	4	5

Вероятность						
	Ущерб	Очень малый	Малый	Средний	Большой	Очень большой
		1	2	3	4	5

Оценка уровня нестабильности производится по каждой категории рисков по следующим критериям:

- низкий уровень риска – шкала интенсивности устанавливается в диапазоне от «0» до «2»;
- средний уровень риска – шкала интенсивности устанавливается в диапазоне от «2» до «3»;
- высокий уровень риска – шкала интенсивности от «3» до «5».

Оценка минимального и максимального значения привлекательности территории показывает, что диапазон возможных оценок находится в диапазоне от 0 (совершенно непривлекательная территория) до +5 (очень привлекательная территория). Частным случаем является смещение итоговой оценки в отрицательное значение, если оценка уровня нестабильности в оценках экспертов перевесит оценку всех остальных параметров, вместе взятых: роста рынка, уровня рентабельности, уровня инвестиционной привлекательности территории, уровня социальных и имиджевых параметров.

Существуют следующие варианты изменения значений P_t :

$P_{t1} = P_{t2}$ – экспертная оценка параметров не меняется, привлекательность территории в целом оценивается без изменений;

$P_{t1} < P_{t2}$ – прогнозируется рост привлекательности территории в долгосрочном периоде;

$P_{t1} > P_{t2}$ – экспертами прогнозируется ухудшение привлекательности территории.

Коэффициенты, учитывающие вес каждого параметра

Весовые коэффициенты a, b, c, d, e определены экспертами в следующих значениях (таблица 8):

Таблица 8 – Весовые значения коэффициентов

a	b	c	d	e
0,24	0,22	0,18	0,16	0,2

Расчет оценки привлекательности территории – Сахалинской области:

$$P_{t1} = a \cdot G + b \cdot R + c \cdot I + d \cdot S - e \cdot N = 0,24 \cdot 3,8 + 0,22 \cdot 3,2 + 0,18 \cdot 4,2 + 0,16 \cdot 4,5 - 0,12 \cdot 1,8 = 2,88$$

$$P_{t2} = 2,86$$

Аналогично проведем расчет оценки привлекательности Республики Саха (Якутия) и Республики Бурятия (таблица 9).

Таблица 9 – Результаты оценки потенциальных территорий

Параметры	Результат оценки					
	Сахалинская область		Республика Саха (Якутия)		Республика Бурятия	
	Проектная стадия (Pr)	Операционная стадия (O)	Pr	O	Pr	O
Общая экспертная оценка роста рынка G_i	3,8	3,6	3,9	4,3	3,8	4,0
Общая экспертная оценка изменений рентабельности R_i	3,2	3,2	3,5	3,5	3,3	3,3
Общая экспертная оценка инвестиционной привлекательности территории I_i	4,2	4,3	4,0	4,0	3,2	3,3
Общая экспертная оценка социальных и имиджевых параметров территории S_i	4,5	4,5	4,2	4,3	3,3	3,3
Общая экспертная оценка уровня нестабильности N_i	1,8	1,7	2,9	2,7	3,2	3,1
Оценка привлекательности территории Pt_i	2,88	2,86	2,75	2,89	2,36	2,44

Заключение

Расчеты показывают, что в краткосрочном (проектном) периоде наиболее привлекательной является территория Сахалинской области, с развитой инфраструктурой и большим количеством реализованных газотранспортных проектов. Однако в долгосрочной (операционной) перспективе, за счет роста рынка, наиболее привлекательной становится территория Республики Саха (Якутия). Подключение новых потребителей сетевого газа и снижение рисков повышает оценку привлекательности этой территории. Удаленность от газовых месторождений Республики Бурятия снижает оценки рентабельности, также за счет средней, по российским меркам, оценки социально-имиджевой инвестиционной среды, она возможно, не войдет в число приоритетных территорий ОАО «Газпром» для реализации газотранспортных проектов.

Список использованной литературы

1. Ансофф И. Стратегическое управление. – М.: Экономика, 1989. – 263 с.
 2. Блюм Е. А. Обзор методик оценки инвестиционного потенциала региона // Молодой ученый. – 2013. – №7.
 3. Ройзман И., Шахназаров А., Гришина И. Оценка эффективности инвестиционных проектов: учет региональных рисков // Инвестиции в России. – 1998. – № 10.
 4. Указ Президента РФ «Об оценке деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации» от 21 августа 2012 года N 1199.
- Рябчиков П. Область роста. [Электронный ресурс] // «Эксперт» №38 (915), URL: <http://expert.ru/expert/2014/38/oblast-rosta/> (дата обращения 17.09.2014 г.).

АНАТОМИЯ ЛИДЕРА XXI ВЕКА

А.С.Белякова, Е.В. Ильина

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: dens-tomsk@ya.ru

Научный руководитель: Никулина И.Е., доктор экон. наук, профессор

Проанализировав экономическое положение компаний в разных странах, была выявлена необходимость развивать лидерские качества сотрудникам, не занимающим руководящие должности. Выделены шесть зон лидерства, описывающие особые практики, необходимых для долгосрочного успеха. Выявлены качества и формы поведения, присущие эффективному лидеру 21 века.

Экономический спад – сокращение продаж, рост безработицы, тревожные настроения среди сотрудников – это чума, поразившая бизнес по всему миру. От него пострадало немало индустрий; многие же стали искать новых лидеров, способных найти нужное решение.

Перемены в бизнесе происходят как раз тогда, когда лидера найти не так-то просто. На покой сейчас в силу экономических условий уходят немногие, так что пока что в составе рабочих сил все еще много людей поколения бэби-бума. Они владеют немалой долей организационных знаний, держа при этом своих потенциальных преемников на скамейке запасных.

В то же время глобальный экономический кризис вынудил многие компании научиться достигать большего меньшими затратами. Истощение продолжается, а новых потенциальных лидеров почти не нанимают, так что уже существующему персоналу приходится работать вдвойне и втройне. При этом от менеджеров требуют одновременного сокращения расходов и повышения прибылей, то есть работы с повышенными требованиями и сокращенным объемом ресурсов. При таком положении дел многие менеджеры среднего звена оказываются чрезмерно загруженными и теряют всякую мотивацию, а это негативно влияет на преемственность кадров и угрожает преемственности лидерства.

Неуверенность в завтрашнем дне организаций заставляет сотрудников, которые не чувствуют достаточной формальной власти по-новому вести дела во многих сегментах бизнеса. Пустота, возникающая из-за перегруженности начальства, или по причине незаполненных должностей, побудила этих сотрудников, многие из которых обладают значительным потенциалом и немалыми амбициями, воспользоваться возможностью самостоятельно заняться лидерством, даже несмотря на то, что это не входит в их прямые обязанности.

Неофициальное лидерство такого рода может принимать самые разные формы, вплоть до того, что работник первой линии создал вокруг себя команду – а между тем менеджерская вакансия так и пустует, или же от проектного менеджера ждут, что он станет отвечать за профессиональное совершенствование членов своей команды, хотя это вовсе не входит в его рабочие обязанности. Более того, на сегодняшний день перед многими компаниями встают экстраординарные проблемы, для решения которых нужны люди, обладающие чем-то большим, чем стандартные бизнес-умения.

Все эти факторы сливаются в шесть основных зон лидерства. Каждая из них включает в себя ряд особых практик, которые могут служить примерами новой мо-

дели лидерства, которая необходима для текущего и будущего успеха – согласно данным исследования ActiveGlobal, обнародованным в феврале 2011 года. Целью исследования было выявление качеств и форм поведения, присущих эффективному лидеру 21 века. Для начала исследователи выявили тенденции, касающиеся лидерства, задокументированные в академических и отраслевых изданиях за двухлетний период.

Кульминацией исследования стал количественный опрос, проведенный в таких странах, как США, Мексика, Индия, Китай, Сингапур, Германия и Великобритания, и собравший ответы 970 респондентов – лидеров и рядовых сотрудников из сферы бизнеса и государственного сектора. Главные вопросы, которые ставило перед собой исследование, таковы: Что на сегодняшний день составляет основу эффективного лидерства? Как оно изменилось? Какие формы лидерского поведения не теряют своей важности?

Исследователи получили ответы от представителей высшего руководства, менеджеров, работающих с клиентами, менеджеров среднего звена, руководителей деловых единиц. Это помогло выявить ключевой набор лидерских практик в шести различных зонах.

«Эффективным лидерам свойственна гибкость, они легко приспосабливают свой лидерский стиль к требованиям разных ситуаций и предпочтениям разных людей», - считает Скотт Трент (Scott Trent), директор HR в Montana Rail Link, - «Лидеры, которые сильны во всех шести зонах, способны применять любые практики в подходящий для этого момент. Дни, когда можно было не думать ни о чем, кроме задач бизнеса, миновали. Лидеры должны сочетать деловую хватку с контролем надо всеми зонами лидерства, чтобы успешно реагировать на изменчивые требования и проблемы глобальной корпоративной среды».

Важно, чтобы лидер мог оценить свои текущие обязанности, цели и стоящие перед ним проблемы. Это необходимо, чтобы научиться контролировать все зоны. Понимание роли, которую лидер должен играть в организации, помогает сконцентрироваться на самых актуальных зонах. Но при этом нельзя забывать и обо всех остальных зонах лидерства, иначе эффекта не достичь.

Перечислим зоны, важные для эффективного лидерства в организации:

1. Рефлексия. Лидер должен оценить убеждения, собственные мотивы, действия и установки и задать себе вопрос: «Есть ли у меня уверенность, что внутренние ограничения не заставят меня принять неверные решения?» Чтобы добиться этого, лидер обязан:

- Искать новые знания и стремиться увидеть всю картину целиком.
- Нести ответственность за свои ошибки.
- Уважительно относиться к точкам зрения других, даже если это противоречит его собственным убеждениям.
- Воспринимать неудачи как возможность роста и развития.
- Осознавать, какую роль следует занять перед возникающими задачами.
- Искренне общаться с людьми, чтобы перенимать навыки и вызывать их доверие.
- Часто думать о своей продуктивности.

2. Общество. Лидеру необходимо руководствоваться такими принципами как честность, уважение, стремление ко всеобщему благу, и соблюдать баланс между групповым и индивидуальным благополучием. Для этого следует:

- Поступать этично и во благо, а не пускать слова на ветер.

- Стимулировать социальную ответственность.
- Не скрывая обсуждать решения и действия, выходящие за рамки этики.
- Ставить благополучие других людей выше собственных интересов.
- Выражать людям свое признание и поощрять их, полагаясь на их заслуги, а не на организационную политику.

- Принимать объективные решения, несмотря на то, что это не в интересах лидера.

- Принимать меры, чтобы решения лидера не вредили организационной среде.

3. Разнообразие. Лидер должен с уважением относиться к базовым различиям: гендерным, этническим, возрастным, национальным, религиозным и мировоззренческим. Для этого необходимо:

- Удовлетворять потребности потребителей, которые принадлежат к другим культурам.

- Стимулировать межгрупповую работу.
- Чутко относиться к культурным различиям.
- Уметь работать с людьми, непохожими на самого лидера.
- Эффективно руководить разнородными группами.
- Проявлять интерес к практикам бизнеса, принятым в других культурах.
- Руководить виртуальными командами, основываясь на потребительских нуждах и практиках, связанных с ними.

4. Изобретательность. Лидер должен создавать благоприятный для инноваций климат, предлагая и реализовывая практические идеи. Для этого нужно:

- Поддерживать людей, адаптирующихся к изменениям.
- Помогать группе формировать общую позитивную картину будущего.
- Заниматься саморазвитием, с целью совершенствования общегрупповых способностей.

- Решать реальные проблемы, привлекая других, не теряя ясности мышления.
- Описывать истории, которые простимулируют людей к достижению стратегических целей.

- Искать пути для роста инновационного потенциала.

5. Люди. Лидеру необходимы хорошие личные взаимоотношения со своими сотрудниками для того, чтобы заслужить их преданность, а также вдохновлять людей на усилия и коммуникаций. Для этого лидеру необходимо:

- Адекватно реагировать на чувства других людей.
- Отвечать на различные потребности коллектива в лидерстве.
- Помочь людям в поиске нужного баланса между жизнью и работой.
- Завоевывать доверие коллег и потребителей.
- Уменьшать негативное влияние человеческого фактора на производимые действия и принятие решений.

- Создать и содействовать функционированию сети межфункциональных задач.

- Совершенствовать общение на всех уровнях с потребителями и коллегами.

6. Бизнес. Лидеру необходимо разработать стратегию, планировать и реализовывать цели и задачи, а также организовать работу подчиненных, направляя ее к нужным результатам. Для успеха в этом направлении следует:

- Быстро адаптироваться к изменчивым условиям бизнеса.
- Управлять накладными расходами.

- Укреплять конкурентоспособность бизнеса.
- Разрабатывать и реализовывать бизнес-планы.
- Анализировать данные для достижения положительных бизнес-результатов.
- Обеспечивать привлечение новых потребителей и их удержание, а также обеспечивать прибыльность за период активности потребителя.

Эти выводы подтверждаются и данными других недавних исследований. Например, исследование Bloomberg's BusinessWeek.com, отчет о котором был опубликован в феврале 2011 года, приводит такие данные – 64% респондентов из 20 ведущих компаний указывают, что в их организациях сотрудники берут на себя лидерские функции, и от них этого ожидают, даже если никакой формальной властью они не обладают. В других же компаниях это число близко к 35%. Согласно отчету “How Companies Develop Great Leaders”, 20 ведущих компаний характеризуются тем, что более прочих склонны «ориентироваться на будущее».

Компании исследуют свои лидерские стратегии по всему миру, при этом более их трети считают, что пик кризиса позади – свидетельствует исследование “Managing Talent in a Turbulent Economy”, опубликованное в январе 2010 года. Исследование выявило, что в тех компаниях, которые не забросили программы развития лидерства, а продолжают поддерживать их во время кризиса, прокладывают для своих лучших работников пути продвижения по карьерной лестнице с целью содействия росту всей организации. Вместо того, чтобы во время кризиса забыть о повышениях и прибавках к заработной плате, такие компании обеспечили лучшим сотрудникам возможности для продвижения и развития, и они смогли начать работу в других отделах или выполнять лидерские роли.

В подготовке молодых сотрудников и планировании их карьерных путей не обойтись без понимания сути зон лидерства. Зональная модель лидерства предполагает, что разницу между менеджером и лидером можно сравнить с разницей между изюмом и виноградом. Изюм – это тот же виноград, но лишенный кое-чего очень важного – сока жизни. Точно так же и менеджер отличается от лидера тем, что ему недостает некоторых очень важных составляющих.

В рамках таких рассуждений, можно сказать, что менеджер обычно компетентен только в одной из зон, а именно в бизнесе. Менеджеры составляют планы и реализуют их, принимают решения, организуют работу подчиненных и направляют их усилия к достижению определенных результатов. Лидеры тоже занимаются всем этим, но кроме того, они должны уверенно владеть и остальными пятью зонами, включенными в модель.

Изюм имеет немалую пищевую ценность, точно так же и менеджер необходим организации. Респонденты упоминавшегося выше исследования Active Global, представляющие самые разные регионы и принадлежащие к различным уровням, присваивали зоне «бизнес» более высокий ранг, чем прочим зонам. Причина этому ясна – без бизнес-результатов ни о каком успехе говорить не приходится.

По словам одного из участников исследования, «Лидер сейчас выявляется измерением результатов и тем, насколько эффективно они подаются. Выгодность для бизнеса очень важна, но нельзя не следить и за тем, насколько организация благополучна в других зонах. Можно обращать внимание только на ежегодные прибыли, но если в организации сложилась такая среда, в которой людям некомфортно, у вашего бизнеса нет будущего».

Достижение целей бизнеса – вещь важная и необходимая, но на сегодняшний день этого не достаточно. Чем сложнее проблемы, тем более серьезного обдумыва-

ния они требуют. Чтобы хорошо работать, людям необходима эмоциональная вовлеченность, одной только интеллектуальной мало. А значит, для эффективного лидерства нужно внимательно относиться сразу ко многим зонам и практикам, только так можно привести организацию к успеху.

Список использованной литературы.

1. Кузьмин И.А. Психотехнология и эффективный менеджмент . - М.: Россмен, 1995. – 491 с.
2. Вудкок М., Фрэнсис Д.»Раскрепощенный менеджер» Пер. с англ. - М.: «Дело» – 1991. – 320с.
3. Друкер Питер Ф. Задачи менеджмента в XXI веке. – М: Наука, Юнити, 2000.– 127с.

МОДЕЛИ РАЗВИТИЯ ЛИДЕРСТВА XXI ВЕКА

Е.В. Ильина

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: dens-tomsk@ya.ru

Научный руководитель: Никулина И.Е., доктор экон. наук, профессор

Для развития лидеров нового поколения сформирована модель подражания и копирования. Выделены четыре компонента данной модели. Представлены десять заповедей развития лидера. Описаны альтернативные модели развития лидерства, выявлены и обоснованы недостатки этих моделей. Описан алгоритм планирования лидерского развития.

С набирающим обороты уходом с рынка труда работников поколения бэби-бума компании всех размеров основательно обеспокоены тем, кто же теперь заполнит должности старшего руководства, и как можно развить следующее поколение корпоративных лидеров.

Еще полвека назад Лоуренс Дж. Петер написал книгу «Принципы Петера», в которой высказывался так: «В иерархической системе любой работник стремится подняться до того уровня, на котором станет некомпетентен». Эта истина почти универсальна, так как если какой-то сотрудник отлично работает, мы стараемся вовлечь его в управление. Если он хорошо справляется на первом управленческом уровне, мы ставим его менеджером над менеджерами. И продолжаем продвигать его до тех пор, пока он не достигнет такого уровня, на котором он уже показывает не столь выдающиеся результаты, и там и остается, работая удовлетворительно или плохо, либо увольняется. Противоядие к принципу Петера - это подготовка сотрудников для работы на новых уровнях, вместо того, чтобы считать их готовыми по умолчанию.

Развитие лидерства существует в разных формах и масштабах. Литература этой тематики полнится примерами программ для крупных организаций. Компания General Electrics обладает отличной репутацией относительно лидерского развития, в числе прочего, выращивая и таких лидеров, которые потом оставляют ее и занимают высокие посты в других компаниях. Но компании среднего размера, с числом сотрудников от тысячи до пяти тысяч, редко обладают столь же большими челове-

скими и финансовыми ресурсами, чтобы инвестировать их в программы развития лидерства такого же масштаба. К счастью, в этом плане размер компании не столь важен; для процветания, а порой даже выживания, любая компания может и должна вкладывать средства в развитие нового поколения лидеров в самом ближайшем будущем и в долгосрочной перспективе.

Подражание и копирование

Проверенная модель для составления программы развития лидерства, которой компании среднего размера могут воспользоваться, чтобы подготовить новое поколение лидеров. Модель включает в себя четыре компонента:

1. *Двух-трехдневные сессии формального обучения.* Они могут проводиться ежеквартально на протяжении года или двух. Темы для них выбираются руководством компании из трех основных категорий: лидерские умения, бизнес-навыки и управленческие навыки. Многие компании посылают наиболее перспективных сотрудников проходить программы развития лидерства в известных бизнес-школах или иных заведениях, которые занимаются развитием лидерства – для того только, чтобы убедиться, что изучение лидерских умений еще не делает никого лидером. Наряду с лидерскими умениями компаниям следует развивать для потенциальных будущих лидеров и бизнес-навыки, функциональные и технические специальные знания, а в конечном итоге – целостное понимание бизнеса компании. Нужно развивать и управленческую компетентность, ведь даже обладая величайшим видением, компания не добьется успеха, если лидеры не знают, как его реализовать.

2. *Проекты практического обучения.* Такое обучение назначается отдельным сотрудникам или их группам после каждой сессии формального обучения, чтобы подкрепить его. Подобные проекты позволят компаниям проверить умения участников, прежде чем давать им повышение.

3. *Индивидуальные планы развития.* Они концентрируются на уникальные потребности в развитии, присущих каждому из участников, тех, которые не покрываются формальным обучением. Планы должны основываться на результатах оценки каждого участника по методу 360 градусов, и составляться при участии самого сотрудника, его непосредственного начальника и HR-специалиста.

4. *Коучинг и наставничество.* Этот элемент завершает модель. Наставничество – это способ передать знания от нынешних руководителей будущим. Оно дает наставникам возможность получить более глубокое представление о способностях каждого из участников программы. Коучинг, проводимый внутренними или внешними специалистами, заполняет пробелы развития, которые не были охвачены основной программой обучения.

Не каждая компания готова инвестировать во все элементы модели. Из-за ограничений бюджета некоторые компании не могут нанять внешних коучей, а у других нет персонала, который занимался бы индивидуальными планами развития, третьи же испытывают недостаток поддержки руководства в программах наставничества. Третий и четвертый элементы программы обладают большой ценностью, но даже сочетание формального и практического обучения позволит компаниям взять отличный старт. Прочие элементы можно добавить, когда появится финансовая возможность, или когда руководители задумаются о важности программ развития лидерства.

Десять заповедей развития лидерства

Чтобы оценить успех программ лидерского развития, можно пользоваться такими стандартами:

1. Участники программы должны развить лидерские, управленческие и бизнес-умения, которые понадобятся им, чтобы в будущем успешно выполнять в компании лидерские роли. Весь бюджет программы лидерского развития может обойтись вам дешевле, чем последствия одного неверного решения о повышении.

2. Хорошо разработанная внутренняя программа лидерского развития расширит возможности компании по планированию преемственности. У организации будет готовый запас хорошо подготовленных кандидатов, чтобы заполнить освобождающиеся вакансии в руководстве.

3. Компания сможет сохранить лучшие свои таланты, которых в противном случае могла бы лишиться. Видя, что компания инвестирует в их будущее, сотрудники не станут торопиться покидать ее.

4. Проекты практического обучения помогут решить долгосрочные задачи компании, так как они сконцентрируются на вопросах, решение которых давно откладывалось из-за недостатка ресурсов.

5. Руководство компании сможет больше узнать о перспективных сотрудниках. Чаще всего руководители имеют на этот счет весьма ограниченное представление, зная о положении вещей не больше чем на двух уровнях ниже собственного и только в своей зоне ответственности. Программа даст им возможность узнать о талантливых сотрудниках из всех подразделений, функциональных направлений и филиалов.

6. Участники программы лидерского развития улучшат эффективность своей работы. Умения, которым их будут обучать, можно применить немедленно применить к текущим обязанностям.

7. Можно будет отсеять тех участников программы, которые покажут в ее ходе неудовлетворительную эффективность. Несоответствия гораздо лучше вывить в ходе обучения, а не после повышения.

8. Руководители компании укрепят свои связи с работниками первой линии, побывав их учителями и участвуя в программе иными способами.

9. Участники программы лидерского развития начнут строить личные сети и научатся доверять своим соученикам, что улучшит коммуникации и рабочие отношения как внутри подразделений, так и между ними. Эти же сети будут использоваться, когда участники получат своё повышение.

10. Главное доказательство успеха программы лидерского развития будет состоять в том, что высшее руководство, поучаствовав в программе и увидев ее результаты, захочет провести ее еще раз, для новой группы сотрудников.

Альтернативная модель развития лидерства

Есть и другие модели для создания программ лидерского развития. Некоторые компании заключают контракты с университетами и бизнес-школами, чтобы отправить отобранных сотрудников на недельное интенсивное обучение, которое затрагивает множество тем, от маркетинга и финансов до стратегического планирования и лидерства. Такие программы проводятся профессорами, и обычно включают в себя командные проекты, которые потом сдаются комиссии преподавателей и руководителей компании.

Но у такой модели есть несколько недостатков:

- Информационная перегрузка. Слишком много информации втискивается в слишком короткий промежуток времени. Хотя все темы, по которым ведется обучение, ценны, но у участников нет возможности попробовать изученное, на них сразу обрушивается новая информация по новой теме. Учебные сессии, посвященные од-

ной теме, за которыми следует практическое обучение, помогают участникам закрепить и применить полученные знания.

- **Материал не учитывает специфики работы в конкретной компании.** Многие преподаватели бизнес-школ пользуются стандартными материалами, не удосуживаясь вникнуть в потребности конкретной компании, и адаптировать материалы под задачи, которые перед не стоят. Более того, у учебного заведения может не быть специфического опыта относительно работы в индустрии заказчика, а когда учебные кейсы, представленные в программах, относятся совсем к другой отрасли, они не релевантны для участников и не вызывают особого интереса. Если же учебные инструменты релевантны, участникам легче соотнести их со своим опытом и сразу же начать обдумывать, как их можно применить в собственной работе, в типичных для нее ситуациях. В рамках модели составления программ лидерского развития, директора по обучению сами выбирают поставщика – бизнес-школу, консультантов, тренеров, или даже собственных специалистов компании – и могут работать с каждым участником процесса, чтобы адаптировать учебные материалы под цели и задачи компании

- **Недостаток прозрачности.** Даже если в программу обучения в бизнес-школе вовлечены руководители компании, они, как правило, появляются только в последний день, чтобы прослушать презентации, подготовленные участниками. У них нет ни времени, ни возможности по-настоящему узнать участников, посмотреть на них в действии. Но в рамках модели составления программ лидерского развития у руководства компании было бы множество возможностей пообщаться с участниками в роли преподавателей, выступая на учебных сессиях и оценивая проекты практического обучения. Такая степень вовлеченности руководства в обучение участников дает большую прозрачность, мотивирует учащихся и предоставляет самим руководителям возможность узнать перспективных сотрудников глубже, что окупится при обзоре талантов и планировании преемственности.

- **Меньше возможностей для построения сетей.** На протяжении учебной недели участникам приходится работать очень интенсивно, так что, помимо командных заданий, им не представляется возможностей познакомиться друг с другом и построить внутреннюю сеть. Между тем такие возможности очень ценны в настоящем и могут оказаться еще более ценными, когда участники получают повышение, а заодно и уже готовую внутреннюю межфункциональную сеть. Чтобы завязать такие отношения, недели не хватит. А при использовании модели составления программ лидерского развития участники получают возможность лучше познакомиться, поработать вместе и достичь взаимного доверия.

- **Стоимость.** Недельная программа в бизнес-школе может обойтись весьма дорого. Обучающиеся организации платят не только за время преподавателей, но и за имя и репутацию бизнес-школы. Часто оказывается, что стоимость одного дня обучения в бизнес-школе втрое превышает цену, в которую обошелся бы прямой найм преподавателя для участия во внутренней программе лидерского развития.

Еще одна распространенная альтернатива модели составления программ лидерского развития – отправить отобранных сотрудников в мастерскую развития лидерства при бизнес-школе, или на обучение к поставщику, специализирующемуся на развитии лидерства. Это особенно распространено в мелких компаниях, где перспективных для такого обучения сотрудников слишком мало, чтоб выделить средства на целую программу лидерского развития.

Но и у этого подхода, по сравнению с обсуждаемой моделью, есть свои недостатки:

- Какой бы хорошей ни была программа, одна неделя обучения не сформирует лидера. Чтобы улучшить эффективность своей работы и доказать свою готовность к повышению, участникам нужна практика в изученном. Предлагаемая нами модель затрагивает множество учебных тем на протяжении года или двух. Внешние программы обычно концентрируются только на лидерских умениях, в то время как модель составления программ лидерского развития развивает также и бизнес-навыки, а также управленческие компетенции.

- Внешние программы обычно не сопровождаются мероприятиями поддержки, не говоря уж о последующих подобных мероприятиях. А в предлагаемой модели участники сразу используют изученное в проектах практического обучения

- Внешние программы чаще всего имеют обобщенный характер. В них участвуют представители сразу многих, разных компаний, и разных индустрий, а в итоге программа не привязана к потребностям ни одной из них. В обсуждаемой модели же всё содержание может быть сфокусировано на специальных знаниях конкретной индустрии и на актуальных проблемах и задачах компании. Еще один недостаток – в том, что участник от каждой компании может оказаться в изоляции, и не может ни обсудить идеи относительно своей работы с коллегами, ни построить внутренних связей.

Существует множество отличных программ, но компаниям все же стоит приложить усилия к планированию лидерского развития, которое подойдет именно им, и обеспечить участникам поддержку, чтобы убедиться – получаемый опыт будет ценным и для них самих, и для компании. Если лидеры последуют этим курсом, нужно будет предпринять некоторые основные шаги, которые позволят и участникам, и всей компании извлечь из учебных программ максимальную пользу:

1. Встретьтесь с участниками перед началом программы, чтобы донести до них ожидания компании относительно предстоящего обучения, и объяснить, что должно измениться в знаниях, умениях и поведении участников по завершении программы.

2. По ходу программы опрашивайте участников, чтобы сравнить их и свои ожидания с реальным положением вещей. Создайте план действий по выявлению теперешних ожиданий от участников, когда они закончили обучение по программе.

3. Следуйте составленному плану, регулярно собирая обратную связь и проводя мониторинг.

Список использованной литературы.

1. Кузьмин И. А. Психотехнология и эффективный менеджмент. - М.: Россмен, 1995. – 491 с.

2. Вудкок М., Фрэнсис Д. «Раскрепощенный менеджер» Пер. с англ. – М.: «Дело», 1991. – 320с.

3. Друкер Питер Ф. Задачи менеджмента в XXI веке. – М: Наука, Юнити, 2000. – 127с.

4. Журнал «Chief Learning Officer.Magazine. Public». – 2013. – № 12.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МОТИВАЦИИ И СТИМУЛИРОВАНИЯ ТРУДА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ В БАНКОВСКОМ СЕКТОРЕ

Д.Н. Исаенко

Омский экономический институт, г. Омск

E-mail: Natalya1955@mail.ru

Научный руководитель: Гайнуллина Г.А., канд. экон. наук, доцент

На основе анализа существующей литературы дается оценка теорий мотивации и стимулирования труда. Здесь также представлен уровень производительности труда в банковском секторе России и роль стимулирования труда в ее повышении. В статье рассмотрены системы стимулирования труда работников, используемые в разных банках и предложены пути их совершенствования.

Мотивация – это, что направляет действия человека на достижение поставленных целей. Понятие «мотивация имеет два смысла. С одной стороны, это то, что называется «система внешних воздействий». С другой стороны, это внутренние побуждения, которые исходят от самого человека. Это внутренняя мотивация.

Ф.М. Достоевский в «Записках из мертвого дома» писал, что каторжники лучше работали, когда они знали, что их труд полезен. Полезность труда оказывает влияние на мотивацию труда.

Мотивация труда основывается на интересе, в основе которого, в свою очередь, лежат потребности.

Интересы, таким образом, возникают из потребностей и обуславливают непосредственные мотивы, в т.ч. к труду. Стимулирование, с точки зрения руководства, является тактикой решения проблемы, удовлетворяющей определенные мотивы работника (в большинстве случаев материальные) и позволяющей ему более эффективно трудиться.

Мотивация и стимулирование как методы управления трудом противоположны по направленности: первое направлено на изменение существующего положения; второе - на его закрепление, но при этом они взаимно дополняют друг друга.

Существует множество теорий мотивации. Большинство авторов выделяет содержательные и процессуальные теории, к примеру это В. Музыченко[1]. Однако некоторые авторы еще выделяют диспозициональные теории (Г.Оллпорт, Р. Кетелла, Г. Айзенк). Диспозициональные теории основаны на том, что люди демонстрируют определенное постоянство в своих поступках, мыслях и эмоциях, независимо от течения времени, событий и жизненного опыта. В самом деле, суть личности определяется теми склонностями, которые люди проносят через всю жизнь, которые принадлежат им и неотъемлемы от них. Вторая основная идея диспозиционального направления связана с тем обстоятельством, что нет двух людей, в точности похожих друг на друга. Действительно, каждое теоретическое направление в персонологии, чтобы оставаться жизнеспособным на рынке психологической науки, в той или иной мере должно рассматривать проблему различий между индивидуумами.

Таким образом, современная литература содержит множество подходов и теорий мотивации труда. Они все взаимосвязаны между собой, делая акцент на ту или иную особенность трудовой мотивации.

Идеальной теории мотивации не существует, поэтому менеджеры должны тщательно изучить уже существующие теории и брать на заметку моменты применимые в реальных рабочих ситуациях.

Практика мотивации труда основывается на ее принципах. Это следующие основные принципы.

Во-первых, полимотивированность персонала. Это означает, что существует множество мотивов, влияющих на мотивацию.

Во-вторых, это принцип иерархической организации мотивов. То есть это означает разную роль мотивов, обуславливающих действия людей.

В-третьих, наличие компенсаторных отношений между мотивами. Это означает, что люди продолжают действия в том случае, если вознаграждение влечет позитивные последствия и наоборот. Кроме того, недостаточная сила одного мотива может быть уравновешена действием другого мотива.

В-четвертых, это принцип справедливости, который подразумевает, что стимулирование труда направлено на реализацию интересов большинства.

В-пятых, принцип подкрепления-при правильной организации мотивации труда усиление мотивации должно поддерживаться организацией[2].

Реализация этих принципов-задача менеджеров любого уровня. Все принципы взаимосвязаны между собой и правильное их учет в практической деятельности может дать эффект, выражающийся различными показателями, прежде всего-повышением производительности труда, в том числе в банковском секторе.

Международная консалтинговая компания Mc Kinsey провела исследование по уровню производительности труда в российских банках. Он составляет 23 процента от уровня США. На одного сотрудника в банковском секторе приходится в год 9 тыс. операций, против 21 тыс. в Польше, 34-в Испании, 60-США, 81-Швеции. Попов С.Б. считает, что в России именно соответствующая мотивация труда в банковском секторе может стать основным фактором роста производительности труда [3].

На каждом предприятии формы стимулирования имеют свои особенности. Важно, чтобы они несли реальный стимулирующий эффект. А. Черемошкина отмечает, что существуют награды, которые лишены стимулирующего эффекта для рядовых работников. К примеру, награждаются часто известные люди, у них множество наград. Часто руководство не объясняет, за что награждает работника. Иногда вообще причины получения награды непонятны [4].

Мы согласны с И.Кореньковой и Ю. Зеленюк, что мотивационные системы следует выводить из ключевых показателей эффективности [5]. Эти показатели разрабатываются на предприятии, исходя из них каждому подразделению устанавливается своя система показателей, и, соответственно система стимулирования. Допустим, в банке в кредитном отделе, важным показателем может быть объем и динамика выданных кредитов за определенный период. Тогда исходя из динамики данного показателя, сотрудники могут получать определенные бонусы.

Каждый банк имеет свою систему мотивации и стимулирования сотрудников. В Сбербанке придерживаются принципа «платить за достижение результата». Существует градация мотивации для работников разного уровня. Менеджеры высшего звена оцениваются по системе «Приоритетных проектов». Ее суть заключается в самостоятельной постановке и координации целей с банковской стратегией топ-менеджером и в дальнейшем их перенесении на нижестоящие уровни в виде декомпозированных проектов. Для оценки эффективности рядовых сотрудников при распределении премий за выполнение групповых показателей существует система

«5+», в основе которой заложено 5 ключевых факторов: «личная результативность, совершенствование профессиональных знаний, инновации и оптимизация рабочего процесса, работа в команде и клиентоориентированность». Отдельные категории работников тоже премируются. Так, премия операционистов зависит от объема продаж определенного банковского продукта. Также в банке есть проект «Лига талантов», цель которого включить молодых специалистов в группы для решения наиболее актуальных задач.

Сбербанк предоставляет богатый соц. пакет, в который входит медицинское страхование и страховка от несчастных случаев, полностью финансируемых за счёт средств банка, дотации на питание, доплаты к пенсиям и т.д. После выхода на пенсию сотрудники банка получают дополнительную негосударственную пенсию, выплата которой ведется из расчета накопленных средств. Ежегодно в сбербанке проводят конкурс «Лучший по профессии» победа в котором даёт возможность стажироваться в лучших отделениях банка или получать дополнительное образование. Распространены в банке и символические награды: «Благодарность Президента Банка, почетные знаки отличия, медаль, почетные и юбилейные грамоты, занесение в Книгу Почета».

В банке ВТБ-24 действует система стимулирования деятельности персонала, согласно которой ежеквартальное и ежегодное премирование менеджеров происходит исходя из «показателей качества работы с клиентами, рентабельности и объемов продаж», скорректированное за счет «коэффициента качества клиентского сервиса».

В УРАЛСИБЕ основное следующее: фундаментом мотивации является основная заработная плата, поддерживаемая на рыночном уровне, поэтому большое число работников соглашается работать там, где большую часть заработка составляет фиксированная часть, а не бонусная. Денежное неформализованное стимулирование персонала эффективно применять в небольших банках; по мере развития организации и разветвлении сети филиалов по стране нужно придерживаться комбинированной системы мотивации, т. е. применять виды как материального, так и нематериального поощрения работников.

Банковская среда является конкурентной, поэтому для уменьшения текучести кадров банки вводят специальные премии за верность организации; с увеличением наемных работников происходит «дробление» системы мотивации для различных подразделений организации, а также возникают локальные стимулы, действующие в рамках одного проекта. Современные системы премирования персонала ориентированы на выполнение ключевых показателей эффективности (KPI), от достижения которых зависит размер премии, кроме того, в банках становится популярным «Balanced Scorecard - метод каскадирования и приоритезации KPI от стратегии верхнего уровня на каждое подразделение и каждого сотрудника»; поощрение за наставничество активно вводится в систему мотивации банковских служащих.

Из приведенных примеров следует, что для достижения наиболее полного выполнения целей и задач банка недостаточно использование одной формы мотивации, необходимо сочетать материальное и нематериальное стимулирование персонала. Кроме того, нужно ранжировать систему мотивации для разных категорий менеджеров, но в то же время она должна распространяться на весь персонал, необходимо выработать систему ключевых показателей эффективности (KPI) для каждой категории банковского персонала, при этом они должны быть согласованы со стратегией банка и быть адаптированы для стадии развития банка, применять отдельные стимулы для достижения краткосрочных и долгосрочных задач банка. Так, для достиже-

ния долгосрочных целей практикуется использование опционной программы поощрения топ-менеджмента.

В банке УРАЛСИБ существует стратегия развития, составлены стратегические карты. На основе целей, определенных стратегией, разрабатываются годовые планы банка в целом, бизнесов банка, подразделений. Устанавливаются КРІ, выполнение которых обеспечивает выполнение планов. Производится декомпозиция КРІ банка на КРІ бизнесов, подразделений, сотрудников. Стратегические задачи банка оформляются в виде проектов со своими КРІ. При этом все ключевые показатели должны быть измеримыми. В бюджете банка предусматриваются фонды материального стимулирования в зависимости от выполнения КРІ. Процедуры мотивации формализованы и регламентированы.

Для разработки целостной системы ключевых показателей банк применяет Balanced Scorecard - метод каскадирования и приоритизации КРІ от стратегии верхнего уровня на каждое подразделение и каждого сотрудника. В системе мотивации КРІ играет роль коэффициента трудового участия, т.е. размер бонусного фонда рассчитывается на бизнес-единицу по фондообразующим показателям, а внутри подразделения распределяется с учетом исполнения индивидуального плана. Кроме материального стимулирования очень важно использовать нематериальные формы. В условиях ограничения бюджета нематериальные формы мотивации очень важны. Они разнообразны и постоянно развиваются.

В УРАЛСИБЕ выбираются лучшие сотрудники как в целом по банку, так и по отдельным бизнес-единицам. Проводятся локальные конкурсы по различным направлениям деятельности. Внедряется система наставничества, предусматривающая для наставников выплаты за подготовку кадров, а также дополнительные возможности по обучению (включая MBA).

Таким образом, в разных банках используется множество систем стимулирования. Они строятся в зависимости от разнообразных факторов - величины банка, особенностей конкурентной среды, этапов развития.

Дальнейшее совершенствование систем стимулирования связано с более полной реализацией принципов мотивации и стимулирования труда. Если в организации создана единая система стимулирования, то абсолютно неприемлемы штрафы для работников. Система штрафов используется во многих организациях. Думается, это говорит о полном бессилии в плане создания эффективной системы стимулов. Как показывает практика, там, где используют системы штрафования, наблюдается высокая текучесть кадров. В самом деле, в жизни бывают разнообразные ситуации, не зависящие от работника, по которым, допустим, он может опоздать на работу (и быть оштрафованным).

Система мотивации должна быть позитивной. Система штрафования - негативная мотивация. Она неэффективна, как показывает западная практика. Там более широко используются позитивные стимулы-создающие побуждение к улучшению качественных показателей трудовой деятельности. Комфортные условия работы, гибкие графики рабочего времени создают чувство уверенности людей в себе, способствуют профессиональному росту.

Проведенное нами исследование в банке УРАЛСИБ также показало, что важными являются зачастую недежные формы стимулирования. Это - привлечение к участию в делах организации, возможность приобрести новые знания и навыки, обогащение труда, заключающееся в предоставлении сотрудника более содержательной, важной, интересной, социально значимой работы, соответствующей их личным

интересам и склонностям, дающей возможность проявить свои творческие способности. Работники высоко ценят доверие - свободу планирования на рабочем месте, возможность самостоятельного выбора решений, свободный доступ к информации, не имеющей прямого отношения к работе. В конечном итоге все это работает на конечные результаты деятельности фирмы – максимизацию прибыли.

Список использованной литературы.

1. Музыченко В. Управление персоналом. Лекции. М.: «Академия», 2003. – 528с.
2. Магура М., Курбатова М. Мотивация без секретов // «Управление персоналом», 2007. – 653 с.
3. Попов С.В. Влияние различных заинтересованных сторон на устойчивое и динамичное развитие банка // Банковские услуги. – 2013. – №7. – С. 66–67.
4. Черемошкина Л. Актуальность проблемы стимулирования трудовой активности // Человек и труд. – 2013. – №7. – С.66–67
5. Коренькова И., Зеленюк Ю. Стимулирование труда // Управление персоналом. – 2012. – №2. – С.33–36.

ПРОБЛЕМЫ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИИ

Я.Е. Карпенко, Е.С. Петренко

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: vip.yana.karpenko@mail.ru

Научный руководитель: Давлетгареев Н.Р., старший преподаватель

В статье рассматриваются понятия «коммуникация», «деловая коммуникация», «коммуникационная компетентность». Дается краткая характеристика письменной и устной деловой коммуникации, указаны их преимущества и недостатки, а также условия осуществления эффективной деловой коммуникации.

Коммуникация возникла в обществе с целью обмена информацией для взаимопонимания и согласованного действия людей в различных областях человеческой деятельности. Без нее невозможно существование ни одной организации. Если ликвидировать каким-то образом потоки сообщений, циркулирующих в организации, она прекратит свое существование. Коммуникация пронизывает все виды деятельности в организации, она является важным рабочим инструментом для интеграции организационных подразделений. Коммуникация является средством, с помощью которого повышается эффективность работы организации, реализуются поставленные работниками цели, обеспечивается необходимый уровень взаимодействия с деловыми партнерами, конкурирующими фирмами, потребителями, поставщиками, клиентами. Четко действующие коммуникации в организациях помогают решению всех проблем, с которыми сталкивается организация.

Коммуникация является объектом исследования многих наук: социологии, политологии, культурологии, психологии, лингвистики, информатики и др.

В настоящее время термин «коммуникация» имеет несколько значений:

- 1) средства связи любых объектов материального и духовного мира;

2) общение, передача информации от человека к человеку (межличностная коммуникация);

3) общение и обмен информацией в обществе (социальная коммуникация).

Распространенным понятием коммуникации чаще всего выступает информационный обмен между людьми, их группами, организациями. Коммуникация – «передача информации от человека к человеку; тип взаимодействия между людьми, предполагающий информационный обмен» [1, с. 7].

Одним из видов коммуникации является деловая коммуникация, под которой понимается «процесс взаимодействия деловых партнеров, направленный на организацию и оптимизацию того или иного вида предметной деятельности: производственной, научной, педагогической и при» [2, с. 15]. От эффективности деловой коммуникации зависят взаимопонимание, согласованность действий и четкость приоритетов, возникающих у субъектов, занятых общим делом, их стремление к сближению целей, улучшение партнерских отношений. Для эффективной коммуникации необходимо, чтобы партнеры понимали друг друга, то есть говорили на одном языке, имели общий социальный опыт. «Коммуникация есть способность человека вступать в контакт с другими людьми и добиться того, чтобы его поняли», считает Джон Адаир [3, с. 13]. Ученый выделяет следующие составляющие коммуникации [3, с. 15]: социальный контакт (люди, участвующие в процессе коммуникации, должны находиться в контакте друг с другом), общее средство (обе стороны в процессе должны пользоваться общим языком или средствами коммуникации), передача (сообщение должно быть четко передано), понимание (сообщение должно быть получено, правильно понято и интерпретировано).

Деловая коммуникация предполагает реализацию следующих условий:

– обязательность контактов всех участников общения независимо от симпатий и антипатий;

– предметно-целевое содержание коммуникации;

– соблюдение формально-ролевых принципов взаимодействия с учетом должностных ролей, прав и функциональных обязанностей, придерживаясь при этом субординации и делового этикета;

– взаимозависимость всех участников деловой коммуникации и в достижении конечного результата, и при реализации личных намерений;

– коммуникативный контроль участников взаимодействия, в том числе высокий (игра, манипулирование, камуфляж);

– формальные ограничения:

а) конвенциональные ограничения, то есть соблюдение правовых, социальных норм, следование регламентации (например, действия по инструкциям, протокол, соблюдение правил внутреннего распорядка, следование традициям предприятия и пр.);

б) ситуативные, то есть с учетом ситуации делового общения (например, деловая беседа, совещание, презентация, переговоры и пр.) взаимодействовать целенаправленно, в заданном регламенте, используя адекватные коммуникативные средства, создавая соответствующую пространственную среду и достигая прагматического ожидаемого результата;

в) эмоциональные, то есть независимо от степени напряженности деловой атмосферы проявлять стрессоустойчивость – управлять собой, демонстрировать эмоциональную культуру;

г) насильственные, то есть допустимо прерывание контакта любой из сторон в тех случаях, когда содержание информации перестает носить предметный характер, или когда исчерпано отведенное для коммуникации время, а также когда реакции партнера неадекватны ожиданиям и нормам (например, агрессивное поведение) [2, с. 16].

Самым распространенным средством осуществления деловых коммуникаций является письменная и устная речь.

Деловая коммуникация условно делится на прямую (непосредственный контакт, то есть беседы, совещания, собрания, деловые встречи, конференции) и косвенную (когда во время общения существует некая пространственно-временная дистанция, то есть письма, телефонные разговоры, деловые записки и т.д.).

Главное достоинство устной коммуникации состоит в возможности быстрого и полного обмена информацией. Собеседники вовлечены в непосредственный контакт со слушающими и должны добиться, чтобы их поняли. Конечно же, устная речь, в отличие от письменной, способна передать тончайшие оттенки мысли и чувства, использовать эмоциональные средства воздействия, тем самым усилив эффект внушения. Во время устного выступления можно воздействовать на слушателей путем использования речевых, интонационных, мимических средств, жестов, а также своим обликом и манерой поведения. Слово известно своей силой. Им можно оказать как конструктивное, так и деструктивное воздействие.

Однако устная речь является недостаточно эффективным средством воздействия. При устной коммуникации могут возникнуть проблемы на каждом из уровней оформления устного текста, связанные с определением предмета беседы, неумением вникнуть в суть этого предмета, осмыслить его, разобраться в логической структуре сообщения, использовать адекватные способы выражения содержания отсутствием или недостаточной развитостью языковых и речевых умений [4, с. 231]. Иногда хорошие специалисты не могут выразить свою мысль, боясь показаться косноязычным. Еще одной причиной неэффективной устной коммуникации является то, что чаще всего люди не умеют слушать. Как говорится в древней китайской пословице: «услышишь – забудешь, увидишь – zapomнишь, сделаешь – поймешь». Американский специалист по коммуникационным взаимодействиям А. Мехребиен установил, что 55 % сообщений воспринимается через выражение лица, позы и жесты, 38 % – через интонации и модуляции голоса и только 7 % остается содержанием слов, воспринимаемых получателем информации в процессе устной коммуникации [5, с. 179]. Поэтому при решении наиболее важных управленческих вопросов целесообразно прибегнуть к письменной форме коммуникации.

Любое письменное сообщение имеет несомненные преимущества перед устным сообщением. Прежде всего, у составителя есть возможность подумать, привести в порядок свои мысли и в случае необходимости откорректировать сообщение. Поэтому письменное сообщение часто более тщательно сформулированы, чем устные сообщения. Помимо этого, полученное сообщение не требует мгновенного восприятия, с ним можно ознакомиться в любое время, в связи с этим происходит экономия времени. Т.к. больше внимания уделяется сознательному восприятию информации, то письменная коммуникация вызывает меньше эмоциональных реакций, чем устная коммуникация. Письменные сообщения дают возможность длительного хранения содержащейся в них информации, на которую можно сослаться позднее и подтвердить документально. Эффективна письменная коммуникация с людьми, находящимися на расстоянии, с которыми сложно установить непосредственный

контакт. В сообщениях наглядно проявляются общая культура, грамотность, компетентность пишущего, что позволяет адресату составить представление о нем как о личности. Деловое сообщение предполагает обратную связь между адресантом и адресатом, поэтому коммуникацию легко можно проконтролировать. В настоящее время деловая коммуникация невозможна без использования Интернета, который намного облегчает и ускоряет ее. Даже в электронных письмах сформировался определенный кодекс поведения, которого придерживаются в деловой среде. А электронные сообщения все больше вытесняют сообщения на бумажных носителях.

Однако нужно отметить и недостатки письменной коммуникации. Восприятие сведений в сообщении напрямую зависит от качества его составления. Плохо написанные сообщения, за которыми следуют многочисленные письменные и устные объяснения, делают конечное сообщение дорогим и путаным. Письменное сообщение не может передать интонацию голоса и жестикуляцию, а также нет мгновенной обратной связи. Необходимо учитывать затраты, связанные с осуществлением операций с сообщением (составление, получение, ознакомление, хранение и др.) – временные, финансовые, материальные.

Дж.М. Лейхифф и Дж.М. Пенроуз предлагают 10 характерных особенностей, которые делают письменные коммуникации эффективными [5, с. 140–167]:

1. Тактичность. При составлении текста необходимо:
 - обращаться к личности, а не к категории;
 - избегать указаний на пол. Одним из способов является использование множественного числа. Например: «Служащие будут продвигаться по службе на основании их способностей и трудового стажа» вместо «Любой служащий будет продвигаться по службе, исходя из его способностей и трудового стажа»;
 - сконцентрировать внимание на восприятии получателя.
2. Персональность. При написании текста необходимо передавать позицию «вы», что означает необходимость сосредоточиться на нуждах и интересах вашего адресата, а не на своих собственных.
3. Позитивность. Эффективные письменные коммуникации должны иметь позитивный тон.
4. Энергичность, активность.
5. Цельность. В деловой корреспонденции каждое предложение должно содержать только одну мысль. При составлении предложения необходимо убедиться, что в нем нет нескольких не связанных друг с другом мыслей.
6. Связность. Сведения, изложенные в тексте, должны быть логически связаны.
7. Ясность. Эта особенность включает в себя выбор слов, структуры предложения и абзаца, а также общую организацию сообщения.
8. Краткость. В сообщении не должно быть многословных выражений, избыточных фраз, ненужных повторений и абстрактных слов.
9. Удобочитаемость. Текст должен легко пониматься читающим, если будет написан ясным стилем. Авторы предлагают применять Индекс туманности Ганнинга, который используется как индикатор, показатель для определения уровня образования адресатов [5, с. 161–164].
10. Элементы унификации. Унифицированное сообщение свободно от двух недостатков – грамматических ошибок и проблем с форматом.

В управленческой деятельности большую роль играет деловая переписка, которая становится всеобъемлющей отраслью деловой коммуникации. Деловая пере-

писка в последнее время все больше расширяется и завоевывает новые сферы в деловом мире. Это связано с техническим прогрессом, увеличением количества контактов между деловыми партнерами, нарастающей потребностью нахождения новых рынков сбыта продукции. Деловая письменная коммуникация занимает особое место в сегодняшней социокультуре и обладает своим функциональным стилем.

В процессе переписки коммуниканты отбирают и организуют необходимые языковые средства для успешной деловой коммуникации. Немаловажную роль в создании делового письма играет его строгая архитектура, которую образуют реквизиты: эмблема организации, адресат, наименование организации адресата, справочные сведения, дата, регистрационный номер, текст письма (включая обращение), подпись. Все это – важный набор элементов, необходимых для делового контакта. Деловое письмо предполагает обратную связь между адресантом и адресатом, поскольку без обратной связи не может существовать ни один акт деловой коммуникации.

Деловая переписка между партнерами может многое рассказать – не только явно написанного, но и скрытого «между строк». Важно не только, что написано, но и как это сделано. Ведь по тому, как составлено и оформлено письмо, поступившее из какой-либо компании, можно сделать достаточно точный вывод о культуре делопроизводства, об уровне культуры управления организацией. Для эффективного ведения деловой переписки необходимо знать и уметь применять нормы служебной переписки, правила создания, оформления и организации работы с документами. И нужно помнить, что любой документ, созданный в организации является элементом ее имиджа.

Для того чтобы коммуникация была эффективной, необходимо знание всех компонентов, владение которыми обеспечивает коммуникативную компетентность. Коммуникативная компетентность – это знания, умения, навыки в области организации взаимодействия и собственно взаимодействия в деловой сфере, уникальный сплав теории и практики общения [6, с. 25]. Понятие коммуникативной компетентности предполагает, что человек осознает следующие аспекты собственной личности:

- собственные потребности и ценностные ориентации, технику личной работы;
- свои перцептивные умения, т.е. способность воспринимать окружающее без субъективных искажений, без проявления стойких предубеждений в отношении тех или иных проблем, личностей, социальных групп;
- готовность воспринимать новое во внешней среде;
- свои возможности в понимании норм и ценностей других социальных групп и культур;
- свои чувства психические состояния в связи с воздействием факторов внешней среды;
- свои способы персонализации внешней среды, т.е. те причины и факторы, в соответствии с которыми по отношению к каким-то элементам внешней среды проявляется чувство хозяина;
- уровень своей экономической культуры, проявляющейся по отношению к элементам среды обитания.

Познав уровень собственной коммуникативной компетентности, человек начинает лучше понимать других. Коммуникативная компетентность имеет контекстуальное содержание, т.е. должна рассматриваться в контексте конкретной организации, коллектива, рабочего места. Повышение уровня коммуникативной компе-

тентности, умения эффективно коммуницировать способствуют методы социально – психологического обучения.

Список использованной литературы.

1. Адаир Дж. Эффективная коммуникация. М.: Изд-во Эксмо, 2012. – 240 с.
2. Коновченко С.В. Общество – средства массовой информации – власть. Ростов н/Дону: СКАГС. 001. – 208 с.
3. Лэйхифф Дж.М., Пенроуз Дж.М. Бизнес коммуникации. Стратегии и навыки. СПб.: Питер, 2011.
4. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М., 2011. Ч. 2. Гл. 6. Коммуникации.
5. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. СПб.: «знание», 2011.
6. Спивак В.А. Современные бизнес – коммуникации. – СПб.: Питер, 2013. – 448 с.

ВНУТРЕННИЙ КОНТРОЛЬ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМ СУБЪЕКТОМ: СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ И ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ И ПОВЫШЕНИЮ ЕГО ЭФФЕКТИВНОСТИ

Е.А. Касюк

Финансовый университет при Правительстве РФ,
Омский филиал Финуниверситета, г. Омск
E-mail: kasyuk_ok@bk.ru

С учетом изменившихся экономических условий в статье рассмотрены важные вопросы оценки эффективности и повышения эффективности внутреннего контроля в системе управления экономическим субъектом. Исследование и обобщение научной литературы и положений нормативно-правовых актов РФ позволили автору представить личную точку зрения на сущность внутреннего контроля и системы внутреннего контроля. Анализ организации системы внутреннего контроля дал возможность сформулировать критерии организации внутреннего контроля, обеспечивающие достижение цели контроля, определяющие его эффективность, предложить показатели количественной оценки эффективности функционирования внутреннего контроля, применение которых может позволить повысить ответственность высшего руководства за результативность контроля.

В современных экономических условиях управление можно рассматривать как процесс волеобразования, который состоит в получении, оценке, передаче информации, и реализации принятых управленческих решений. Управление также можно рассматривать как процесс решения различных проблем в ходе достижения целей. Специалисты в области теории управления среди основных этапов этого процесса называют, в том числе и контроль.

Взаимосвязь понятий «управление» и «контроль» наиболее точно определил известный специалист в области менеджмента П. Друкер: «...Если выразить основную идею этих понятий предельно сжато, то контроль – это измерение и информация, а управление – это, прежде всего, действие. Таким образом, целью контроля является выявление происходящего, а целью управления – обеспечение, чтобы выпол-

няемая работа соответствовала первоначальным планам, поэтому «контроль» позволяет получить информацию, на основании которой осуществляется «управление», то есть выполнить необходимые действия...» [1, с.23]. Таким образом, цикл управления начинается с контрольных действий, на основании которых система управления получает информацию о фактическом состоянии объекта контроля и заканчивается также процедурами контроля, определяющими реализацию принятого управленческого решения.

Сегодня значение внутреннего контроля для деятельности любого экономического субъекта переоценить трудно, т.к. внутренний контроль:

- обеспечивает бизнес надежной информацией, защиту имущества, качество бухгалтерского и управленческого учета, а также достоверность отчетности для внешних и внутренних пользователей,

- выявляет и мобилизует имеющиеся резервы в цикле производства, реализации, финансов и т.д.

Внутренний контроль охватывает все сферы деятельности экономического субъекта и направлен на обеспечение, а возможно и повышение эффективности управления компанией.

Таким образом управлять, не осуществляя контроль, невозможно. Контроль обеспечивает взаимосвязь между менеджерами различных уровней управления и исполнителями, и направлен на реализацию принятых управленческих решений и достижение целей системы управления.

Сегодня существует множество определений понятия «контроль». Исследования теории и практики контроля посвящены работы Адамова Н.А., Алборова Р.А., Андреева А.Г., Белова Н.Г., Белобжецкого И.А., Бурцева В.В., Газаряна А.В., Гутцайта Е.М., Касьяновой Г.Ю., Макальской А.К., Касьяновой Г.Ю., Сотниковой Л.В., Суйца В.П., Сониной А.В., Шеремета А.Д. и др.

В 1992 г. в США некоммерческим частным Комитетом Спонсорских Организаций Комиссии Трэдуэя (COSO) в изданной Интегрированной Концепции определено, что внутренний контроль является процессом, который осуществляется Советом директоров Общества, руководством Общества, а также другими сотрудниками, и направлен на обеспечение достаточной уверенности в достижении целей, связанных с обеспечением эффективности хозяйственных операций и достоверности финансовой отчетности, а также соблюдения требований законодательства [2].

Федеральным законом № 402-ФЗ «О бухгалтерском учёте» (ст. 19), вступившим в силу с 01.01.2013г. определена необходимость осуществления внутреннего контроля в каждом экономическом субъекте. В соответствии с рекомендациями по организации и осуществлению экономическим субъектом внутреннего контроля совершаемых фактов хозяйственной жизни, ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности, разработанным Минфином России, внутренний контроль является процессом, который направлен «на получение достаточной уверенности в том, что экономический субъект обеспечивает: эффективность и результативность своей деятельности, в том числе достижение финансовых и операционных показателей, сохранность активов; достоверность и своевременность бухгалтерской (финансовой) отчетности; соблюдение применимого законодательства, в том числе при совершении фактов хозяйственной жизни и ведении бухгалтерского учета» [3].

Анализ подходов других регуляторов и общественных организаций, а также ученых и практиков в области внутреннего контроля, позволяет сказать, что определение внутреннего контроля, которое дано COSO, являющееся одно из первых на протяжении более чем двадцати лет своего существования только лишь конкретизируется, при этом его суть не претерпевает каких-либо значительных изменений.

Таким образом, внутренний контроль - система мер, организованная руководством экономического субъекта и его собственниками, которая осуществляется для достижения следующей цели: обеспечение выполнения всеми работниками хозяйствующего субъекта своих должностных обязанностей наиболее эффективно. При этом следует иметь в виду, что речь идет не только и не столько о функционировании контрольно-ревизионного подразделения экономического субъекта, а о создании системы всеобъемлющего внутреннего контроля.

Система внутреннего контроля, являясь неотъемлемой частью системы управления, представляет собой совокупность элементов, взаимосвязанных между собой (цель, предмет, принципы, объект, субъект, методы), позволяющая объективно оценить эффективность и результативность финансово-хозяйственных операций, обеспечить достоверность финансовой информации, а также соответствие совершенных фактов хозяйственной жизни законодательству Российской Федерации и внутренним документам экономического субъекта.

Организация системы внутреннего контроля является важной задачей, которая во многом определяет возможность динамичного развития любого экономического субъекта. При этом среди основных факторов, влияющих на организацию системы внутреннего контроля можно назвать отношение руководства и собственников экономического субъекта к внутреннему контролю, а также особенности деятельности организации (размеры, организационная структура, масштабы и виды деятельности).

Для простоты принятия решения в отношении организации внутреннего контроля, обеспечивающей достижение цели контроля (дизайн системы внутреннего контроля) можно сформулировать следующие общие критерии:

- правило стратегической направленности контроля. Является одним из главных условий его эффективности. Контролироваться должны результаты деятельности организации по стратегическим направлениям на основе количественных оценок;

- правило практической пользы. Система внутреннего контроля должна быть направлена на то, чтобы приносить пользу бизнесу, снижая при этом потери и компенсируя риски;

- правило достаточности. Избыточность контроля вызывает необходимость использовать имеющиеся ресурсы организации не рационально, т.е. бесполезно. Следовательно, дизайн контроля должен осуществляться в соответствии с критерием «Необходимость и достаточность»;

- правило простоты. Лучшим контролем является автоматический контроль, т.е., когда система внутреннего контроля не позволяет сделать ошибку или выполнить хозяйственную операцию, не предусмотренную внутренними процедурами. Чем сложнее контроль, и чем больше требуется трудовых затрат на осуществление внутреннего контроля, тем хуже он работает;

- правило компенсирующих контролей. Внутренний контроль должен быть многоуровневым, т.е. во всех структурных подразделениях экономического субъекта, и также на всех уровнях его управления. Весь персонал экономического субъекта в соответствии с его полномочиями и функциям должен принимать участие в осу-

ществлении внутреннего контроля. Надежность системы внутреннего контроля обеспечивается за счет структуры контрольной среды, при которой контроль высокого уровня компенсируют недостатки в работе контролей более низкого уровня;

- правило мотивации. Контроль будет работать эффективно, только в том случае, если должностные лица, ответственные за его работу мотивированы на поддержание контрольной среды, при этом необходимо применять методы как поощрения, так и наказания;

- правило экономичности. Затраты на организацию и осуществление внутреннего контроля должны быть сопоставимы с его результативностью. Контроль не должен стоить больше чем риск, который он покрывает.

В оценке своей эффективности нуждается любая даже хорошо организованная система внутреннего контроля. При этом такая оценка должна осуществляться в отношении достижения поставленных целей, а также и в отношении ее экономичности [4, с.47].

Понятие эффективности системы внутреннего контроля тесно связано с понятием ее результативности, т.к. именно результативность можно назвать одним из ее главных критериев. Критерий результативности тесно связан с критерием действенности внутреннего контроля, который отражает влияние, оказываемое внутривнутрихозяйственным контролем на деятельность проверяемого структурного подразделения или должностного лица, ее качество, способность субъекта контроля исправить сложившееся положение: обеспечить должное (своевременное и полное) выполнение подконтрольным субъектом всех внутренних регламентов организации (приказов, указаний, положений, рекомендаций, предложений), а при необходимости - добиться их выполнения.

Однако следует отметить, что действенность, экономичность, результативность, которые являются критериями эффективности внутреннего контроля дают возможность оценить ее только в общей форме [5, с.28].

Результаты деятельности контроля необходимо оценивать с помощью ряда измерителей, которые обязательно должны иметь количественную оценку. Данные показатели с одной стороны, позволяют оценить уровень работы контролирующего органа (субъекта контроля) и являются основой для оценки его работы, а с другой – позволяют выявить и устранить в подконтрольных субъектах возникающие нарушения.

Как правило, оценка результатов деятельности контрольных органов связана с учетом показателей, которые характеризуют сумму затрат, связанных с осуществлением контроля. Они зависят от числа участников проверки и числа работников проверяемого органа, которые участвуют в подготовке необходимых материалы к проверке, затраченного теми и другими времени, полноты предоставленных сведений и т. д. Изучение данной информации позволяет устанавливать соразмерность произведенных затрат и полученных реальных результатов контроля. В некоторых случаях сопоставление затрат и достигнутых результатов показывает, что контроль проводился «на скорую руку» или, наоборот, было затрачено много времени, привлечено значительное число участников, а результаты оказались ничтожными. При подготовке к каждому контрольному мероприятию необходимо обеспечивать соблюдение правила ценности, сущность которого рассмотрена выше.

Типового решения по разработке системы показателей качества, эффективности, полезного результата функционирования системы внутреннего контроля в настоящее время не существует. Определение критериев эффективности внутренне-

го контроля, несмотря на сложность их выделения, возможно с использованием следующих подходов.

Во-первых, необходимо установить структуру показателей эффективности внутреннего контроля. Она состоит из двух частей:

- общий эффект от функционирования внутреннего контроля;
- непосредственно показатели, оценивающие эффективность деятельности внутреннего контроля.

Общий эффект контроля может быть определен как сумма эффектов, полученных от проведения внутреннего контроля, таких как воспитательный эффект, управленческий эффект и экономический эффект.

Воспитательный эффект внутреннего контроля проявляется в том, что помогая работникам экономического субъекта должным образом выполнять свои функциональные обязанности уменьшает вероятность совершения ошибочных и недобросовестных действий. Однако по результатам проведения внутреннего контроля должны применяться меры дисциплинарного воздействия в зависимости от вида и существенности нарушения к лицам, их допустившим. В результате осуществления контроля, таким образом, улучшается кадровая и социальная структура коллектива, руководящие должности занимают более квалифицированные люди, обладающие должными личностными характеристиками.

К управленческому эффекту от функционирования внутреннего контроля можно отнести следующее. Внутренний контроль, выполняя свои функции, может предлагать меры, в том числе и по улучшению организационной структуры экономического субъекта, в результате улучшаются организационные связи, устраняются ненужные звенья или организуются новые, которые необходимы для организации, повышается управляемость, повышается оперативность управления.

Экономический эффект достигается в результате экономии средств в результате более экономного, рационального использования имеющихся в распоряжении экономического субъекта ресурсов, снижения себестоимости продаж, повышения рентабельности всех видов деятельности и т.д. [6, с.42].

Количественная оценка общего эффекта внутреннего контроля может быть определена по следующей формуле:

$$\text{Эоб} = \text{Эв} + \text{Эу} + \text{Ээк} \quad (1)$$

где Эоб – общий эффект контроля, тыс. руб.;

Эв – воспитательный эффект от внутреннего контроля, тыс. руб.;

Эу – управленческий эффект от деятельности внутреннего контроля, тыс. руб.;

Ээк – экономический эффект от внутреннего контроля, тыс. руб.

Оценка эффективности, в том числе и функционирования внутреннего контроля, является достаточно сложной задачей.

Методологическое и практическое решение данной проблемы дает возможность определить наиболее целесообразные направления улучшения организации и управления функционированием внутреннего контроля. Важное значение при этом имеет установление влияния внутреннего контроля на конечные результаты деятельности экономического субъекта, так как на его финансово-хозяйственную деятельность оказывают влияние множество факторов. Выделение равновесной доли эффекта контроля в достижении тех или иных целей является весьма трудной задачей. Контрольная деятельность должна быть целенаправленной, призванной добиться определенных результатов. Качество работы субъектов внутреннего контроля, а

также его результативность и эффективность зависят от обоснованности поставленных целей, от правильного выбора средств достижения поставленных целей.

Важной частью общей проблемы определения экономической эффективности деятельности хозяйствующих субъектов является обоснование экономической эффективности его внутреннего контроля. Общие методологические принципы экономической эффективности могут быть использованы и при расчете экономической эффективности контроля. В данном случае, эффективность контроля может быть оценена путем сравнения результатов, полученных от функционирования внутреннего контроля, с затратами на его осуществление. Однако, необходимо иметь в виду, что оценка экономической эффективности внутреннего контроля имеет свою специфику вследствие особенностей контрольной деятельности. Следовательно, результат функционирования контроля, обеспечивающий достижение стоящих перед объектом контроля целей при наименьших затратах может быть принят в качестве общего критерия эффективности внутреннего контроля [7, с.149].

Таким образом, эффективность внутреннего контроля можно определить как соотношение общего эффекта контроля и затрат на организацию и функционирование внутреннего контроля. Тогда эффективность функционирования внутреннего контроля Эф рассчитывается по формуле:

$$\text{Эф} = \text{Эоб} / \text{Зсод}, (2)$$

где Зсод – затраты на организацию и функционирование внутреннего контроля, тыс. руб.

или

$$\text{Эф} = (\text{Эв} + \text{Эу} + \text{Эк}) / \text{Зсод}. (3)$$

Очевидно, если результат функционирования системы внутреннего контроля будет превышать затраты ее содержания, то применение данной системы принесет выгоду экономическому субъекту:

$$\text{Эф} > 0, \text{ или } \text{Эоб} > \text{Зсод}.$$

Кроме названных показателей для оценки эффективности функционирования системы внутреннего контроля можно использовать, например, следующие показатели:

1) Коэффициент возможных (потенциальных) упущенных положительных результатов в деятельности экономического субъекта (Кпр):

$$\text{Кпр} = \text{ВПП} / \text{Зсод}, (4)$$

где ВПП – выявленный в процессе контроля внутренний потенциал улучшения результатов деятельности экономического субъекта, тыс. руб.

2) Коэффициент реализации выявленного в процессе контроля внутреннего потенциала улучшения результатов деятельности экономического субъекта (Кр):

$$\text{Кр} = \text{РВПВ} / \text{Зсод}, (5)$$

где РВПВ – реализация выявленного в процессе контроля внутреннего потенциала улучшения результатов деятельности экономического субъекта, тыс. руб.

3) Коэффициент мобилизации выявленных внутренних резервов (Км):

$$\text{Км} = \text{РВПВ} / \text{ВПП} (6)$$

Данный коэффициент показывает степень мобилизации (реализации) выявленных в ходе осуществления контроля внутренних резервов в деятельность организации. Позволяет определить, насколько обоснованы были результаты внутреннего контроля, и оправданы определенные им размеры выявленных внутренних резервов в улучшении результатов деятельности экономического субъекта.

4) Коэффициент выявленных внутренним контролем нарушений, совершенных работниками организации ($K_{нр}$):

$$K_{нр} = НР / З_{сод}, (7)$$

где $НР$ – общая сумма выявленных в ходе контроля нарушений, совершенных работниками организации (недостачи, потери, хищения), тыс. руб.

В перспективе динамика данного коэффициента должна быть отрицательной.

5) Коэффициент возможных (потенциальных) потерь из-за нарушений в области расчетных операций, в т.ч. налогообложения ($K_{рн}$):

$$K_{рн} = ФС / З_{сод}, (8)$$

где $ФС$ – сумма возможных финансовых санкций, тыс. руб.

Показывает эффективность внутреннего контроля по обнаружению ошибок в области расчетных операций, в т.ч. по налогообложению, их своевременному исправлению и недопущению финансовых санкций, т.е. экономию в расчете на каждый рубль затрат на содержание и функционирование внутреннего контроля.

6) Коэффициент комплексной оценки эффективности функционирования внутреннего контроля ($K_{оц}$):

$$K_{оц} = K_{м} \times K_{нр} \times K_{рн}. (9)$$

Данный коэффициент показывает средний эффект (результат) работы внутреннего контроля на 1 рубль затрат на его содержание и функционирование.

7) Абсолютная сумма эффекта функционирования внутреннего контроля может быть определена:

$$Э_{абс} = РВПР + НР + ФС. (10)$$

или

$$Э_{абс} = ВПР + НР + ФС. (11)$$

Стоимость использования конкретных средств контроля и потенциальные убытки в случае их отсутствия оказывают влияние на степень сложности системы внутреннего контроля. Средства внутреннего контроля не должны использоваться в том случае если затраты на его проведение превышают ожидаемый результат. Кроме того контроль невыгодно осуществлять, и если сумма затрат на поддержание функционирования системы внутреннего контроля превышает ожидаемые убытки вследствие слабости внутреннего контроля.

Таким образом, осуществляя контроль эффективности функционирования системы внутреннего контроля необходимо оценить и сопоставить затраты на поддержание ее эффективного функционирования с ожидаемым результатом действия системы, а также потенциальными убытками предприятия.

Предпринимательская деятельность и финансовые риски неразрывно связаны. Экономический эффект может не достигать желаемой величины по ряду различных причин, среди которых можно назвать убытки от текущей деятельности, утрата части имущества по вине различных лиц или в связи с обстоятельствами непреодолимой силы. К факторам, которые влияют на изменение риска прямо или косвенно, можно отнести компетенцию руководства, маркетинг, информация, страхование имущественного и финансового риска, диверсификация деятельности и активов и т.д. Специфика деятельности каждого экономического субъекта определяет индивидуальный набор факторов, обуславливающих потенциальные убытки. Все эти моменты необходимо учитывать при оценке эффективности системы внутреннего контроля.

Для повышения эффективности внутреннего контроля необходимо:

- во-первых, повышать качество его работы. Внутренний контроль выполняет профилактическую функцию, которая состоит в том, что контроль должен, прежде всего, предупреждать, и только потом выявлять и устранять нарушения, ошибки, любые риски, которые могут оказать негативное влияние на результаты деятельности экономического субъекта. Тогда можно сказать, что качество контроля будет выше в том случае, если в перспективе внутренним контролем будет выявляться все меньшее количество таких нарушений, ошибок.

- во-вторых, снижать себестоимость контрольной работы. Однако здесь может быть некоторое ограничение, которое заключается в следующем: сокращение себестоимости функционирования внутреннего контроля может оказать негативное влияние на уровень его качества. Поэтому, руководству экономического субъекта необходимо найти оптимальный размер затрат на поддержание внутреннего контроля на уровне, обеспечивающим качество его функционирования.

Таким образом, изложенные выше теоретические положения, дают возможность сформулировать критерии и показатели эффективности функционирования внутреннего контроля.

Каждый из названных критериев должен быть оценен количественно. Для этого можно предложить следующие показатели эффективности внутреннего контроля по каждому критерию оценки эффективности контроля, приведенные в таблице 1.

Таблица 1 – Показатели эффективности внутреннего контроля по каждому критерию оценки его эффективности

Критерий оценки эффективности контроля	Показатели эффективности внутреннего контроля
1. Результативность	- установленный объем денежных средств, использованных с нарушениями законодательства; - выявленный объем неэффективно использованных средств; - выявленный объем средств, использованных не по целевому назначению; - количество подготовленных приказов о возмещении денежных средств;
2. Действенность	- количество исполненных приказов о возмещении; - объем средств, возвращенных виновными на счета организаций; - количество структурных преобразований, осуществленных по приказу руководителя; - увеличение доходной части бюджета предприятия или экономии его расходной части;
3. Экономичность	- объем средств, затраченных на осуществление внутреннего контроля; - уровень экономичности (отношение полученного экономического эффекта от реализации приказов руководителя к затратам).

Таким образом, эффективность внутреннего контроля как функции управления может быть оценена с помощью предлагаемых методических основ определения эффективности внутреннего контроля. Кроме того, они приемлемы на различных уровнях управления, а также количественно определимы, что позволяет оценивать функционирование внутреннего контроля в динамике.

Стоит остановиться также на рекомендациях по оценке эффективности внутреннего контроля, приведенных в рекомендациях, разработанных Минфином России, определяющих необходимость осуществлять на постоянной основе оценку внутреннего контроля, которая должна включать:

- во-первых, оценку эффективности дизайна внутреннего контроля, которая позволяет установить наличие неэффективных, отсутствующих и дублирующих процедур внутреннего контроля;

- во-вторых, оценку операционной эффективности внутреннего контроля, которая осуществляется путем проведения тестирования функционирования в течение исследуемого периода средств внутреннего контроля, с целью получения доказательств их постоянного функционирования в течение всего отчетного периода в полном соответствии с утвержденным дизайном.

Оценка эффективности дизайна операционной эффективности внутреннего контроля может осуществляться путем применения следующих действий: опрос персонала экономического субъекта, мониторинг средств внутреннего контроля и совершения хозяйственных операций и др.

Для обеспечения достаточной уверенности в эффективности дизайна внутреннего контроля или операционной эффективности внутреннего контроля необходимо сочетать способы оценки внутреннего контроля в зависимости от особенностей процедур внутреннего контроля, подвергнутых тестированию.

Система внутреннего контроля, независимо от того, она насколько эффективно организована и функционирует, способна дать руководству и представителям собственников лишь разумный (а не абсолютный) уровень гарантий достижения целей организации. Система внутреннего контроля способна предоставить менеджменту организации качественную информацию о фактическом состоянии дел, о степени реализации поставленных целей. Эффективная система внутреннего контроля позволяет увеличить вероятность достижения целей, стоящих перед экономическим субъектом. Не следует забывать, что всегда существует риск не достижения поставленных целей, в том числе и внутренним контролем [8, с.94].

Среди основных факторов, определяющих эффективность средств внутреннего контроля, следует назвать человеческий фактор, который может вызывать ошибки в планировании, оценках или интерпретации, халатность, усталость, отвлечение, сговор, злоупотребление или незаконные действия руководства.

Еще одним фактором, ограничивающим эффективность внутреннего контроля, является недостаточность ресурсов (трудовых, финансовых, материальных), необходимых для его осуществления.

Ну и конечно, одним из важнейших факторов оказывающим существенное влияние на эффективность внутреннего контроля, а также на персонал, занятый в системе контроля необходимо назвать организационные изменения и отношение руководства и представителей собственников. Контрольная среда экономического субъекта является основой эффективного функционирования системы внутреннего контроля данного субъекта. Таким образом, руководству необходимо постоянно осуществлять мониторинг и корректировку средств контроля, доводить до сведения персонала об изменениях в системе внутреннего контроля, и собственным примером демонстрировать соблюдения требований внутреннего контроля.

Понимание и применение предлагаемых теоретических и методических подходов к оценке эффективности внутреннего контроля может позволить существенно повысить ответственность высшего руководства за результативность контроля. От эффективности функционирования внутреннего контроля зависит эффективность деятельности хозяйствующих субъектов (экономических единиц), а эффективность функционирования хозяйствующих субъектов является одним из условий эффективности всего общественного производства.

Список использованной литературы.

1. Друкер П., Макьярелло Дж.А. Менеджмент. – М.: Инфра-М, 2010. – 704 с.
2. Внутренний контроль: интегрированный подход: докл., подготовл. Комитетом спонсорских организаций Комиссии Тридуэя США (The Committee of Sponsoring Organization of the Treadway Commissions's Internal Control – Intheegrated Frammework, COSO). 1992. [Электронный ресурс] // URL: <http://www.complianceofficer.ru/COSO.php>. (дата обращения: 17.09.2014 г.).
3. Информация Минфина России от 25.12.2013г. № ПЗ-11/2013 «Организация и осуществление экономическим субъектом внутреннего контроля совершаемых фактов хозяйственной жизни, ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности» [Электронный ресурс] // URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_156407/ (дата обращения: 26.09.2014 г.).
4. Опеньшев С.П. Теоретические и методические основы оценки эффективности государственного финансового контроля // Бюллетень Счетной палаты Российской Федерации. – 2001. – № 1. – С. 45-48.
5. Лапко А.В. Отношения контроля в системе государственного регулирования современной российской экономики: Дис. ... канд. экон. наук. - Казань, 2005. – 204с.
6. Конова А.С. Эффективность финансового контроля за государственными внешними заимствованиями Российской Федерации: Дис. ... канд. экон. наук. - Москва, 2007. – 190 с.
7. Дадавова И.К. Система контроля и ревизии в современных условиях хозяйствования: Дис. ... канд. экон. наук. - Нижний Новгород, 2011. – 186 с.
8. Ткачева Л.Е. Управление экономикой региона посредством совершенствования инструментария взаимодействия органов власти и бизнес-структур: Дис. ... канд. экон. наук. - Шахты, 2011. – 157 с.

ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В МЕНЕДЖМЕНТЕ

А.Н. Кочеткова, В.В. Калюжина *

Томский политехнический университет, г. Томск
E-mail: Anu_tka@sibmail.com, *kalyuzhinav@mail.ru
Научный руководитель: Давлетгареев.Н.Р., ст. преподаватель

На сегодняшний день информация является важнейшим составляющим элементом бизнеса. Главы организаций уже сегодня понимают значимость IT-технологий и современных научных разработок, завязанных на них. В XXI веке в конкурентной борьбе побеждают те, кто быстро занял совершенную и верную информацию. Важнейшим течением преобразования менеджмента и его решительного прогресса в механизмах к настоящим обстоятельствам стало массовое применение современных компьютерных и телекоммуникационных технологий, сформированных на основании высокой эффективности информационных и управленческих технологий.

1. Информационная технология

Основным течением преобразования менеджмента и его решительного совершенствования, адаптации к нынешним ситуациям стало поголовное применение современных компьютерной и телекоммуникационной техники, сформированных на их основании эффективных информационных и управленческих методов. Способы и

технологии теоретической информатики применяются как в менеджменте, так и в маркетинге. Новейшие методики, базирующиеся на компьютерной технологии, провоцируют радикальные изменения организационных структур менеджмента, его порядка, возможностей, фиксации и трансляции данных. Особенным смыслом обладает введение информационного менеджмента, основательно расширяющего потенциал применения организациями информационных резервов. Формирование информационного менеджмента зачастую завязано с организационными структурами обработки информации, хронологического их роста до степени объединения автоматизированных систем регулирования.

В общем понимании технология - это некая совокупность научных и инженерных сведений, осуществленных в трудах, методов обработки, изготовления, изменения состава, свойств. Технология объединена с промышленным или непромышленным предприятием, в первую очередь управленческой процедуры. Управленческие методики берут начало на применении компьютеров и телекоммуникационной техники.

Определение, принятое ЮНЕСКО, гласит, что информационная технология - это совокупность смежных, технологических, инженерных предметов, осваивающих способы действенного формирования работы сотрудников, занимающихся обработкой и сохранением информации. Информационная технология также включает в себя технику вычисления и способы объединения и взаимодействия людей с производственным оборудованием, их утилитарные применения, а также объединенные со всем перечисленным ранее социальные и экономические вопросы. Сама по себе информационная технология и все, что с ней так или иначе взаимодействует, требуют кропотливой подготовки, высоких начальных затрат и наукоемкого мастерства. Их вступление надлежит начинать с организации технического и математического оснащения, развития информационных потоков в системах связанных с подготовкой специалистов.

2. Новейшие технические средства для автоматизации информационной и управленческой деятельности

В минувшее время менеджмент в самых продвинутых странах, в таких как например США или Японии, на уникальные, созидательные информационные технологии наивысшей степени. Они облегают весь информационный период - формирование извещений, (новейших сведений), их трансляцию, переработку, применение для переустройства предмета, результата новых, более высоких мишеней.

Информационные технологии наивысшей степени говорят о третьем уровне компьютеризации менеджмента, что позволяет задействовать ЭВМ в творческом процессе, соединить силу и остроту человеческого ума с потенциалом и мощностью электронной техники.

Абсолютная автоматизация менеджмента подразумевает охват важнейших информационно-управленческих процессов: сбор и доступ к важной информации, анализ информации, подготовка текстов, содействие персональной работе, программирование и заключение особо значимых задач. Важная направленность автоматизации информационно-управленческой работы фирм заключается в: обеспечении процесса обмена информацией, обработке учрежденческой АТС, "электронную почту".

К прогрессивным технологиям автоматизации информационно-управленческой работы относятся:

1. индивидуальные компьютеры, соединенные по средствам сети интернет;
2. электронные пишущие машины;

3. текстообработывающие устройства (проблемно-ориентированные компьютерные системы, обладающие гигантскими активными возможностями);
4. копировальные машины;
5. коммуникационную и телефонную технику;
6. для автоматизации ввода архивных документов и розыска информации (к ним относятся нетрадиционные носители информации: магнитные диски и ленты, микрофильмы, диски с оптическими записями);
7. для обмена информацией - “электронная почта”;
8. видеоинформационные системы;
9. локальные компьютерные сети;
10. встроенные сети учреждений.

3. Информационные системы и технологии. Их классификация в организации управления

Информационная система управления – это комплекс информации, экономико-математических методов и моделей, технических, программных, других технологических средств и специалистов, рассчитанная на обработку информации и принятия управленческих решений.

Информационная система управления призвана помочь в решении сегодняшних вопросов стратегического и тактического составления планов, бухгалтерского учета и своевременного, грамотного управления организацией. Большинство задания учетного характера (бухгалтерского и материального учета, налогового планирования, контроля и т. д.) разрешаются без лишних затрат путем спецобработки данных оперативного управления. Учет является необходимым дополнительным средством контроля. Используя оперативную информацию, полученную в ходе функционирования автоматизированной информационной системы, руководитель может спланировать и сбалансировать ресурсы фирмы (материальные, финансовые и кадровые), просчитать и оценить результаты управленческих решений, наладить

- уровень обоснованности принимаемых заключений;
- обеспечить должным образом принятие решений по регулированию учреждением в рамках рыночной экономики;
- достичь подъема производительности регулирование благодаря актуальным представлениям важной информации руководителям;
- согласовывать заключения, принимаемые на всевозможных уровнях управления и в различных структурных подразделениях;
- благодаря знаниям руководящего персонала о настоящих положениях финансового объекта гарантировать подъем производительности труда, уменьшение непроизводственных утрат и т.д.

Классификация информационных систем управления находится в зависимости от всех процессов управления, от сферы функционирования финансового объекта и его организации, степени автоматизации управления.

Ведущими классификационными симптомами автоматизированных информационных систем считаются:

- уровень в системе муниципального регулирования;
- сфера деятельности финансового предмета;
- варианты регулирования;
- вид автоматизации информационных процессов.

В согласовании с классом систематизации по уровню муниципального управления информационные системы разделяются на федеральные, территориальные

(региональные) и городские ИС, которые считаются информационными системами высочайшего значения иерархии в управлении.

ИС федерального смысла решают задачи информационного сервиса аппарата административного управления и работают во всех ареалах государства. Территориальные (региональные) ИС предусмотрены для заключения информационных задач регулирования административно-территориальными предметами, находящимися на определенной земле.

Городские ИС работают в органах районного самоуправления для информационного сервиса специалистов данной области и обеспечивают обработки финансовых, общественных и хозяйственных мониторингов, районных бюджетов, контроля и регулировки работы всех звеньев социально-экономических областей мегаполиса, административного региона и т. д.

4. Особенности информационной технологии в организациях различного типа

В организациях разного вида в независимости от запросов к заключению задач управления денежным объектом формируется научно-технический процесс обработки информации.

При вступлении информационных систем организационного управления и технологий ключевым факторами является размер организации и район ее функционирования.

Организации (компании) следует поделить на три группы - малые, средние и большие (крупные).

На небольших предприятиях различных сфер работы информационные технологии, как правило, объединены с заключением задач бухгалтерского учета, скоплением информации по кое-каким видам бизнес поступков, созданием информационных баз данных по направлению работы компании и организации телекоммуникационной среды для связи пользователей с различными предприятиями и компаниями.

Личностные приложения и функциональная информация специалистов мелких фирм начинается на уровне автоматических рабочих систем (рабочих станций) локальной вычислительной сети, а автоматический банк данных употребляется для эффективной информационной помощи при работе верхнего звена управления. По причине этого на маленьких предприятиях более умная организация комбинированной информационной технологии, которая совмещает в себя распределенную обработку данных с централизацией информационных ресурсов в автоматическом банке данных.

Как основной вычислительного строя, осуществляемого для регулирования автоматического источника информации, применяют UNIX-сервер.

Комбинированная сетевая организация автоматической информационной схемы включает следующие случающиеся характеристики:

- экономия используемых расходов;
- вероятность эффективного осуществления потребностей «клиент-сервер»;
- значительная приспособленность к претензиям пользователей за счет широкого диапазона разновидностей совмещения аппаратных и программных методов и т.д.

Все же концентрация системы одного сервера никак не постоянно и является лучшим решением, так как есть жесткие ограничения на численность потребителей, подключенных к серверу. Повышение числа клиентов приводит к снижению реак-

ции системы. Кроме того, в данных условиях функционирования компании или организации для формирования управленческого решения нужно централизованно решать разноплановые задачи, начиная бизнес приложений, таких как, программа бухгалтерского учета и заканчивая целями критериев финансовых опасностей с употреблением систем искусственного интеллекта. Практика показывает, что мешать весь спектр подобных задач в одном компьютере недействительно, а попытки обойти указанные ограничения за счет наращивания вычислительной мощности главного сервера приводят к резкому росту финансовых затрат. Вследствие этого подобное комбинированное построение автоматизированной информационной технологии и организация локальной вычислительной сети с одним информационным узлом концентрации вполне себя оправдывают только при реализации на предприятии.

Список использованной литературы.

1. Абдеева Р. А. Философия информации. – М., 2012. – 215 с.
2. Грабаурова П. Г. Информационные технологии для менеджера. – М., 2010. – 143 с
3. Ларичева А. Б. Теории и методы принятия управленческих решений. – М.: «Логос», 2010. – 340 с.
4. Юзвизин М. Г. Логика в информатике. – М., 2009. – 112 с.
5. Юценко А.М. Моделирование информационного обеспечения управленческих решений. – М., 2012. – 190 с.
6. Матвеева Л.Л. Информационные технологии в менеджменте. – М., 2010. – 187 с.
7. Алладьева В.П, Тупалова Е.К. Компьютер и его хрестоматия: программное обеспечение ПК. – Киев: Энциклопедия. 2012. – 418 с.
8. Буренин Б.А. Автоматизированные рабочие места руководителей и специалистов управления предприятием. – М.: Машиностроение, 2013. – 200 с.

НОВЫЕ ФОРМЫ ЗАНЯТОСТИ В УСЛОВИЯХ ТРУДОВОЙ МОБИЛЬНОСТИ: ПЛЮСЫ И МИНУСЫ

А.Л. Кравченко

Томский государственный университет, г. Томск

E-mail: andrekravchenko1990@yandex.ru

Научный руководитель: Нехода Е.В., доктор экон. наук, профессор

Набирающий популярность удаленный тип занятости столкнулся с определенными проблемами, для решения которых необходимо грамотное участие руководителей компаний. Сотрудник должен найти правильный баланс между работой и личной жизнью, не быть изолированным на рабочем месте и не испытывать нехватку личного общения. Поняв проблемы своих сотрудников, руководители смогут ввести эффективные стратегии для их преодоления и добиться увеличения показателей эффективности предприятия в целом.

Обладая трудовой мобильностью, сотрудники по всему миру сегодня имеют шансы на получение большего дохода и обладание большим количеством свободного времени, чем работники, которым это качество чуждо. Чем выше человеческий капитал труженика, тем выше его трудовая мобильность. Быстрая реакция в ответ на

предложение интересной (и при этом высокооплачиваемой) работы приводит уже даже не к региональной или межгосударственной, а к общемировой миграции трудовых ресурсов.

Сейчас можно говорить о новой тенденции. Благодаря человеческому капиталу, который является новым, особым фактором производства, труд перешел в принципиально иное состояние: продукт создается при все более номинальном участии привычных средств производства.

Интеллектуальный потенциал человека, которому в современном информационном обществе отводится главная роль, становится основным средством производства. Что характерно, он целиком и полностью принадлежит самому работнику. Поэтому, в большинстве своем, ему не составляет труда сменить место использования собственных навыков и умений.

В любой момент человек может сменить не только рабочее место, но и собственную локализацию. Работники, которых отличает высокая профессиональная квалификация, в условиях глобализации все больше востребованы на рынках труда всего мира. Параллельно традиционно сдерживающие миграционные устремления материальные факторы (недвижимость, бытовые трудности, боязнь остаться без работы и т. д.) ослабевают.

Мобильная занятость привлекает человека тем сильнее, чем значительнее становится его человеческий капитал. Капитал постоянно ищет для себя наиболее комфортную сферу применения, что является одним из его основополагающих свойств (а человеческий капитал в данном случае ни в чем не отличается). Появился новый стиль жизни и трудовой деятельности. Затруднительно со стопроцентной точностью выделить в социальной структуре общества определенную часть, которая носит имя фрилансеров.

У фриланса есть несколько отличий от привычной нам самозанятости. Само понятие «фрилансер» появилось еще в Средние века. Если дословно, то «free» (англ.) – свободный и «lancer» (англ.) – копейщик (от названия разновидности холодного оружия: копьё). Это понятие достаточно точно охарактеризовало профессию целого сословия: солдат-наемников. Фрилансер – «свободный копейщик». Профессиональные наемники, будучи временными «работниками», на свой страх и риск, за вознаграждение участвовали в многочисленных феодальных войнах по всей Европе и за ее пределами. Нередко уже на завтра они сражались против вчерашних союзников на стороне некогда противников [2, с.107].

В современной экономике труда фриланс определяется как вид самозанятости, ориентированный на фактическое выполнение работы по подряду, по договору о возмездном оказании услуг с нанимателем. В большинстве случаев современные фрилансеры работают по устному соглашению или по разовым договорам без каких-либо социальных гарантий.

Типичного фрилансера можно охарактеризовать как легкого на подъем наемного работника с довольно высоким уровнем квалификации. Благодаря этому он может практически не бояться безработицы. Не регистрируя свои трудовые отношения официально, фрилансеры избегают уплаты налогов, позволяя тем самым снизить налоговое бремя и своим работодателям. Так называемая «теневая занятость» во многом представлена именно фрилансерами.

Чаще всего этот подряд носит характер дистанционной формы занятости (т. е. работа выполняется фрилансером не на территории нанимателя и без использования

оборудования последнего). Специфика дистанционной занятости, как правило, включает оформление официальных трудовых отношений.

Фриланс относится к низшей ступени самозанятости. Его отличие от превосходящих ступеней самозанятости заключается в том, что под самозанятыми, как правило, понимаются субъекты экономической деятельности, выступающие либо в качестве индивидуальных предпринимателей, либо наемных работников, но при этом не рядовых исполнителей, а организаторов труда, набирающих для исполнения подрядных договоров временные коллективы из фрилансеров различных профессий. Подобная практика, так называемого проектного управления, является очень прогрессивной и привлекает все больше внимания. Даже крупные (а потому трудно управляемые и инновационно инертные) корпорации внедряют ее.

Для нанимателей фриланс, безусловно, выгоден тем, что оплата распространяется исключительно на фактически выполненную работу (в противовес почасовой работе постоянного работника в офисе). Работодатель в данном случае может забыть про пенсионные отчисления, больничные, расходы на содержание рабочих мест. Риски, связанные с возможным срывом сроков или невыполнением работы, за которую взялся фрилансер, снижаются по мере развития сегмента такого типа занятости на рынке труда.

Подобный инновационный фриланс позволяет человеку в молодости получить максимум удовольствия от жизни и при этом развить свои навыки и получить полезный опыт, составить портфолио.

На этом основании можно вполне уверенно полагать, что подобная форма организации трудовой жизни становится все более привлекательной для наделенной способностями молодежи, которая обретает соответствующий профессионализм, знания. Таким образом, можно ожидать, что под «знамена» фриланс-занятости в ближайшие годы будут вставать все новые перспективные «бойцы».

К слову сказать, дистанционная работа получила широкое распространение в последнее десятилетие. Все больше специалистов работают удаленно из дома, из клиентских офисов, коллективных центров телекоммуникационных услуг или в любом другом удобном для них месте по всему миру. Некоторые крупные мировые компании, например, Procter & Gamble, IBM, Accenture и AT&T, частично или полностью отказались от традиционных офисов. На данный момент в США работают из дома около 10 % всех работников – это более чем в три раза больше, чем в 2000 г. Кроме того, компании сокращают штатные единицы в IT-отделах, бухгалтерии и департаментах по связям с общественностью, все больше полагаясь на фрилансеров.

В следующие десятилетия в ответ на продолжающуюся глобализацию, растущие требования клиентов, увеличение расходов и времени, необходимых на поездку до офиса, удаленная работа станет еще более популярной. Она является привлекательной и для корпораций, и для сотрудников, так как позволяет экономить средства, а также повышает автономность работников и предоставляет им больше личной свободы. Гибкость такой схемы позволяет корпорациям нанимать и удерживать сотрудников, которые ценят возможность больше времени проводить с семьей и хотят иметь больше контроля над личным временем, местом и организацией своей работы. Уменьшая число сотрудников, проводящих полный рабочий день в офисе, корпорации добиваются более высокой производительности и снижают затраты на офисную недвижимость. Например, IBM экономит ежегодно \$100 млн, позволяя 42 % своих сотрудников работать удаленно [5, с.121-123].

При этом и «дистанционные» сотрудники, и их руководители все отчетливее понимают связанные с удаленной работой сложности – и во внутренних коммуникациях, и в социальном взаимодействии, и в удовлетворенности, и лояльности сотрудников. Традиционная организация работы основана на увязывании времени, которое тратит сотрудник, с его задачами и местонахождением. Весь рабочий процесс построен вокруг группы сотрудников, находящихся в одном месте, что позволяет руководителям координировать их деятельность и налаживать внутренние коммуникации. Традиционный формат работы дает людям возможность обмениваться опытом, координировать действия, формировать общий стандарт профессионального поведения, советоваться друг с другом.

Эти трудности преодолимы, потому что сотрудники в первую очередь ценят экономию времени и денег, которые прежде тратились на дорогу в офис и домой, большую гибкость и автономность в работе. Это зачастую приводит к большей удовлетворенности от работы, снижению потерь рабочего времени от невыхода на работу и удержанию сотрудников в компании. Компании за счет грамотного использования дистанционной работы могут увеличивать производительность труда, повышать качество обслуживания клиентов, снижать затраты на недвижимое имущество. Если продолжить говорить о минусах данной формы занятости, то сотрудники упоминают о таких рисках удаленной работы как чувство изолированности и отсутствие возможностей для карьерного роста. В свою очередь, компании, управляющие удаленными работниками, обеспокоены снижением организационной синергии, опасаются за безопасность данных и боятся потерять контроль над дистанционными сотрудниками.

Дистанционная занятость дает уникальные возможности для трудоустройства людей с ограниченными возможностями, которым зачастую затруднительно найти источник для заработка. Не так давно премьер Дмитрий Медведев предложил официально узаконить дистанционную занятость. Такая инициатива была одобрена специалистами, которые отметили, что особенности такой системы занятости идеально подходят не только для проектных работ, но и для повседневной рутинной деятельности.

При этом до недавних пор при подобной форме занятости существовал один значительный недостаток - низкий уровень контроля со стороны руководства компаний. Однако на сегодняшний день эта проблема легко решается с помощью специального программного обеспечения, позволяющего отслеживать, чем занимается работник в определенное время.

При всех плюсах удаленной занятости, в некоторых случаях такие трудовые отношения носят негативный характер. В качестве примера можно привести ситуации, при которых в Сети появляются мошенники, выставляющие себя в качестве организаций, предлагающих дистанционный вид труда, но в последующем не оплачивающие выполненную работу. Однако и с этим явлением ведется борьба путем введения специальных инструментов, наподобие «делок без риска», как, например, на сайте для фрилансеров fl.ru.

К тому же, нельзя сказать, что возможность работать удаленно является приоритетной для российских работников. В 2012 году специалистами международного рекрутингового агентства Kelly Services было проведено исследование на тему «Мотивация персонала на российском рынке труда». Полученные результаты показали, что в качестве основного мотивирующего фактора по-прежнему выступают деньги, ради которых работники готовы мириться со многими неудобствами в рабочем про-

цессе. На втором месте расположился такой стимул как возможности карьерного роста. Гибкий график занял 5-6 место в опросе [3]. Однако никто не говорит, что удаленная занятость не может приносить работникам более высокий доход, а при грамотном подходе она сулит увеличение эффективности их труда.

Развитие удаленного труда на отечественном рынке зависит от материальной обеспеченности российских семей, уровня владения компьютерной техникой и английским языком, т.к. большинство организаций, которые предлагают дистанционную занятость, являются англоязычными и, как правило, занимаются созданием и написанием компьютерных программ.

Понятно, что такой вид занятости невозможно сделать универсальным, потому что потребность в рабочих кадрах остается, и еще долгое время будет оставаться существенной – ведь на заводах и промышленных предприятиях дистанционный труд не в состоянии заменить реальных людей и их материального присутствия.

Развитие технологий и коммуникаций сократило расстояния и создало глобальный рынок труда. Но это также способствовало физической и психологической изоляции дистанционных сотрудников от коллег и организаций. Компании извлекают пользу из новой формы работы, если смогут лучше понять, что нужно дистанционным сотрудникам для поддержания здорового баланса между личной и профессиональной жизнью, для общения с руководителями и коллегами, повышения мотивации и признания. Успешные компании найдут способы приспособиться к новым условиям и смогут предложить специализированное обучение, наставничество и широкие возможности для личного и профессионального общения между традиционными и дистанционными сотрудниками.

Список использованной литературы.

1. Злобин Р.Р. Гибкий рынок труда: стандартные и нестандартные формы занятости // Социология. – 2012. – С. 166–169.
2. Лопухин В.Ю. «Фрилансеры» - инновационная форма трудовой занятости // Теория и практика общественного развития. – 2014. – № 9. – С. 105–108.
3. Мотивирующие факторы на рынке труда в России [Электронный ресурс] // Энциклопедия маркетинга. 2013. URL: <http://www.marketing.spb.ru/mr/business/entertainment-mediaoutlook.htm> (дата обращения: 05.05.2014 г.).
4. Удаленная работа: аргументы за и против [Электронный ресурс] // РБК Рейтинг. 2013. URL: <http://rating.rbc.ru/article.shtml?2013/10/04/34037091> (дата обращения: 10.07.2014 г.).
5. Юдин А.В. Стратегия управления дистанционной формы занятости // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2012. – № 4. – С. 121–125.

МОТИВАЦИЯ И СТИМУЛИРОВАНИЕ ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ

И.А. Мелихова

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: melihova00@gmail.com

Научный руководитель: Макарова Н.Н., канд. фил. наук, доцент

В статье рассматриваются такие категории в управлении персоналом, как «мотивация» и «стимулирование трудовой деятельности». Приведены понятия, обосновывается цель деятельности по мотивации и стимулированию, механизмы формирования мотивации, типы работников, роль руководителя в управлении мотивацией и стимулированием.

Целью данной работы является определение значимости мотивации и стимулирования в управлении персоналом.

В настоящее время проблемы мотивации работников в организации являются очень актуальными, так как от точно разработанных систем мотивации зависят результаты организационной деятельности.

Мотивация трудовой деятельности занимает одно из ведущих мест в управлении персоналом организации. Изменения содержания труда в условиях нынешней экономики и социальных ожиданий работников сферы услуг усилило значение мотивации как одной из основных функций кадрового менеджмента.

Успешная деятельность любой организации зависит от качественной и эффективной работы ее персонала. Поэтому проблемы мотивации работников часто становятся предметом многих исследований и являются ключевыми в построении управленческого процесса.

«Мотивация» и «стимулирование» являются близкими понятиями, однако, если понятие «стимул» употребляют в основном для обозначения материального или морального поощрения, то «мотив» используют более широко и охватывает он все стороны поведения работника.

Анализ трудов отечественных ученых показал, что существуют различные определения понятия «мотивация».

Лукашевич В.В. считает, что мотивация – это побуждение человека к действию для достижения его личных целей и целей организации [2, с.180].

Турчинов А.И. дает следующее определение: мотивация – процесс побуждения человека при помощи внешних и внутри личностных факторов к определенной деятельности, направленной на достижение индивидуальных и общих целей. [5, с.190]

Герчиков В.И. считает, что мотивация выступает как основной компонент самосознания работника, определяющий его отношение и поведение в труде, его реакции на конкретные условия работы. [1, с.138]

Федосеева В.Н. определяет мотивацию как совокупность внутренних и внешних движущих сил (мотивов), побуждающих человека к деятельности для достижения поставленных действий. [3, с.372]

Конечно, каждый автор дает определение мотивации, исходя из своей точки зрения. Однако, все определения данного понятия, так или иначе, сходны в одном: под мотивацией понимаются активные движущие силы, определяющие поведение

людей. С одной стороны – побуждение, которое навязывается извне, а с другой стороны – внутреннее побуждение, т.е. самопобуждение.

Поэтому, на мой взгляд, наиболее содержательным будет следующее определение: мотивация – это внутреннее состояние человека, вызванное внешним или внутренним воздействием, связанное с его потребностями, которое активизирует, стимулирует и направляет его действия к поставленной цели. Чем активнее будут действия человека, тем более высоки возможности удовлетворения различных потребностей, потому что из-за нехватки чего-то у человека возникает состояние дискомфорта.

Необходимо помнить, что поведение человека всегда мотивировано. Мотивировать подчиненных – значит затронуть их важные интересы, потребности в чем-либо, т.е. побудить к деятельности с помощью стимулирования.

Стимулирование – это процесс использования конкретных стимулов в пользу человека и организации. Стимулировать – значит влиять на человека, побуждать к определенному действию, давать толчок снаружи. Стимулирование является одним из средств, с помощью которого можно осуществлять мотивацию трудовой деятельности, это внешнее воздействие на человека с целью побуждения его к конкретным действиям или процесс, который направлен на осознанное пробуждение в нем определенных мотивов и целенаправленных действий. Стимулирование оказывает влияние на усилия, усердие, настойчивость, нацеленность, добросовестность персонала предприятия.

Рассмотрев два, казалось бы, на первый взгляд почти одинаковых понятия, можно сделать вывод, что стимулирование и мотивация – это не одно и то же. Мотивацию, на наш взгляд, следует рассматривать на индивидуальном уровне каждого отдельного работника, который имеет свои собственные мотивы к трудовой деятельности.

Стимулирование – это более общий термин, используемый в целом ко всему трудовому коллективу, оно может иметь различные формы и методы применения. Система стимулирования работников имеет результаты на уровне предприятия. Однако, несмотря на определенную разницу в двух понятиях очевидным становится то, что и мотивация и стимулирование имеют общую цель – повышение результатов и производительности труда, как отдельного работника, так и предприятия в целом.

Существуют следующие современные теории мотивации: содержательные и процессуальные. Содержательные теории отталкиваются от внутренних потребностей, которые оказывают влияние на поведение человека, его трудовую активность. Процессуальные теории мотивации анализируют поведение людей, учитывая их восприятия и познания, и как они распределяют усилия для достижения определенных целей.

Данные теории объясняют причины, мотивирующие людей к труду, так как разработчики указанных теорий утверждают, что поведение человека во многом определяется его потребностями.

Прежде чем вести разговор об управлении мотивацией персонала, нужно определить цели этого процесса. Здесь мы сталкиваемся с интересом сторон – работодателя и работника. Для работодателя целью управления мотивацией работников является экономическая эффективность организации, достижение определенных результатов, в основном финансовых. Для работника целью мотивации служит достижение определенных социальных и значимых для него благ.

Экономическую эффективность организации определяют количеством и качеством труда, которое работники организации согласятся затратить или предоставить, что в свою очередь возможно только в случае существования социальных благ, а следовательно при наличии социальной эффективности определенного уровня. Социальной эффективности можно добиться только в том случае, когда предприятие получает прибыль, которая позволяет решать социальные задачи, удовлетворять ожидания и интересы работников, и находиться в устойчивом экономическом положении.[8].

Таким образом, управление мотивацией персонала является одной из составляющих эффективности управления персоналом, под которым понимается отношение степени достижения целей организации и достижения целей сотрудников с затратами на персонал.

Управлять мотивацией персонала в организации необходимо исходя из краткосрочной и долгосрочной перспективы сотрудничества работника и работодателя. Исходя из целей организации, целей руководства организации, работников необходимо выстраивать отношения, оптимальные для сторон, для чего применяются стимулы для сотрудников, а сотрудники, в свою очередь, имеют свои мотивы, обеспечивающие их труд, не противоречащий внутренним установкам.

Рассмотрим, что оказывает влияние на мотивацию персонала.

На мотивацию сотрудника оказывают влияние факторы мотивации. Они бывают внутренние и внешние. К внутренним факторам можно отнести самореализацию, самоутверждение, творчество, удовлетворение от выполненной работы. Внешними факторами мотивации могут выступать доход, продвижение по служебной лестнице, признание и положение в обществе. Таким образом, внутренние факторы служат для получения удовлетворения от имеющихся условий и объектов, а внешние направлены на приобретение отсутствующих объектов и обеспечение отсутствующих условий [7].

При формировании мотивации необходимо иметь в виду, что каждого работника можно отнести к одному из трех типов[9]:

- 1) работники, для которых наиболее важна общественная значимость труда и его содержательность;
- 2) работники, для которых важен размер заработной платы и другие материальные ценности;
- 3) работники, которые имеют сбалансированную значимость различных ценностей.

В своей деятельности руководство организации в качестве стимулирующих средств применяет монетарные побудительные системы, включающие оплату труда, участие персонала в прибылях и капитале, и немонетарные побудительные системы: групповую организацию труда, регулирование рабочего времени, социальные коммуникации, методы и стили руководства. Стимулирование сотрудников производится обычно руководством организации посредством определенных методов. Согласно последним исследованиям, доход, материальное стимулирование остается ключевым фактором заинтересованности сотрудников [6]. Среди нематериальных методов стимулирования можно выделить уважение, возможность инициативы, сотрудничество в команде, доверие руководства. Следовательно, стимулирование персонала – это применяемые меры, обеспечивающие сотрудникам достойные условия труда и удовлетворение их личных интересов. Естественно, эти меры направлены на достижение целей организации.

Необходимо отметить, что методы стимулирования на прямую влияют на мотивацию сотрудников. Чем более подходящим является какой-либо метод стимулирования для конкретного сотрудника, тем больше он оказывает положительное влияние на мотивацию этого сотрудника. Именно поэтому руководству необходимо изучать свой персонал, чтобы обеспечивать благоприятные условия труда, что в перспективе принесет еще большее количество полезного производимого продукта.

Очень важная роль в мотивации персонала отводится руководству организации. Сущность функции мотивации заключается в том, чтобы подчиненные в организации выполняли работу в соответствии с предоставленными ему правами и обязанностями. Но без надлежащего планирования, контроля и даже поведения руководителя невозможно сформировать соответствующую мотивацию у подчиненных, а также правильно стимулировать их. Имеет смысл рассмотреть типичные ошибки руководителя, влияющие на мотивацию подчиненного персонала. Нижеперечисленные ошибки, приводящие к последствиям, влекущим за собой несоответствующее стимулирование и формирование неправильной мотивации у сотрудников.

1. Неспособность учесть все детали. Высококвалифицированный руководитель обязан предусматривать все, включая мелочи. Он не оставит без внимания под предлогом своей занятости неожиданно возникший вопрос. Руководитель, который хочет добиться успеха, должен вникать во все детали, которые связаны с его непосредственной работой.

2. Неготовность к взаимозаменяемости. Любопытный и высококвалифицированный руководитель, если это необходимо, должен уметь всегда выполнить ту работу, которую он может спросить с других.

3. Ожидание вознаграждения просто за знание вместо использования своих знаний для дела. Во всем мире людям платят не за знание, а за умение что-то сделать или убедить других сделать это.

4. Отсутствие воображения. Руководитель будет незащищен перед непредвиденными обстоятельствами и не способен формировать четкие планы, в случае отсутствия у него воображения, от чего результативность от его деятельности резко снизится.

5. Эгоизм. Руководитель, который присваивает себе всю славу от проделанной работы, должен понимать, что его подчиненные могут и возмутиться. Компетентный руководитель всегда поделится славой. Он обязательно проследит за тем, чтобы чести за выполненную работу удостоились действительно заслужившие ее. Большая часть людей работает лучше, если делает это не только ради материального вознаграждения.

6. Вероломство. Руководители, неверные своим обязательствам и сотрудникам, стоят ли они выше или ниже их по положению, не в состоянии долго удерживать лидерство. Неверность слову и делу – одна из самых распространенных причин неудач в любой сфере человеческой деятельности, а тем более в управлении персоналом, где большая роль отводится межличностным отношениям.

7. Авторитарность в управлении. Компетентный руководитель сам должен быть достаточно целеустремлен и бесстрашен, но не должен наводить страх на подчиненных. Тот руководитель, который пытается надавить на подчиненных своим авторитетом, от авторитетности может быстро перейти к насилию. У настоящего лидера нет необходимости показывать свое превосходство. Он может достичь это другими способами – показывая свое сочувствие, честность и справедливость, понимание, а также абсолютное знание дела.

8. Щеголяние. У квалифицированного руководителя нет необходимости в званиях, с целью получить уважение подчиненных. Гордость и склонность к хвастовству не имеют ничего общего с деловыми качествами руководителя [4].

Таким образом, для формирования правильной мотивации работника, руководителю необходимо придерживаться четких правил: определить цель, для которой нужен конкретный сотрудник; сформировать долгосрочные и формировать краткосрочные планы стимулирования, ориентируясь на внешние и внутренние факторы мотивации, выбирая верные методы стимулирования; сам руководитель обязан вести себя достойно, правильно настраивать и воспитывать сотрудников, избегать управленческих ошибок, связанных с управлением персоналом.

Список использованной литературы.

1. Герчиков В. И. Управление персоналом: работник – самый эффективный ресурс компании: Учеб. пособие / В. И. Герчиков. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 282 с.

2. Лукашевич В. В. Основы управления персоналом: учебное пособие / В. В. Лукашевич. – 2-е изд., перераб. и доп. – КНОРУС, 2010. – 240 с.

3. Федосеев В. Н. Управление персоналом: Учебное пособие / В. Н. Федосеев. (Серия «Учебный курс»). – М.: ИКЦ «МарТ» Ростов-н/Д: Издательский центр «МарТ», 2006. – 528 с.

4. Думаи и богатей: Наполеон Хилл. – М.: ФАИР, 2008. – 272 с.

5. Управление персоналом: Учебник / Общ. ред. А. И. Турчинова. – М.: Изд-во РАГС, 2008. – 608 с.

6. Петренко Е.П., Хрипкова Т.П., Сентябова Т.А. Материальное стимулирование – ключевой фактор управления мотивацией // Клиническая лабораторная диагностика. – 2006. – №9. – С. 22-23.

7. Рассадин В.В. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности персонала// Труд и социальные отношения. – 2008. – №3. – С. 53–59.

8. Шишкина Е.С. Национальные аспекты формирования мотивационной системы// Экономика, управление и право в современных условиях: международ. сб. ст./ под общ. ред. В.Б. Тасеева. – Самара: Изд-во «Самарский университет», 2012. – Вып. 5(17). – С. 185–193.

9. Управление персоналом [Электронный ресурс] // Сайт Сергея Фишмана. URL: <http://www.hrfaq.ru/> (дата обращения: 26.09.2014 г.).

РАЗВИТИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ НАРАСТАНИЯ НЕИНДУСТРИАЛЬНОЙ ГЛОБАЛИЗАЦИИ И НЕРАВНОМЕРНОСТИ СОВРЕМЕННОГО СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ СТРАН И ТЕРРИТОРИЙ

С.З. Мусина

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: mysya0@mail.ru

Научный руководитель: Баннова К.А., канд. экон. наук, ассистент

В данной статье рассматривается развитие стратегического менеджмента как системы в целом, при современных условиях нарастания глобализации и в то же время неравнозначности социально-экономических процессов, происходящих под влиянием научно-технической революции и нарастающим числом промышленных стран, переходящих к неоиндустриальной модели хозяйствования. В данной работе исследуется реализация системного подхода к формированию взаимосвязи национальных, региональных и корпоративных стратегий, которые в комплексе обеспечивают реализацию национальных, территориальных и корпоративных конкурентных преимуществ и стратегических способностей России в ее ориентире на достижение определенных позиций в мировом неоиндустриальном сообществе XXI в. столетия.

Развитие нового технологического уклада в современной России и одновременное углубление ее интеграции в международное разделение общественного труда объективно резко повышают роль конкурентоспособности и конкурентных позиций национальной экономики и ее корпоративных образований в мировом хозяйственном сообществе как ключевого фактора успешности и перспективности российского хозяйственного прогресса в XXI в. При этом особое значение приобретает поиск путей опережающего развития российской экономики [2]. Это в свою очередь объективно ставит на повестку дня ряд ключевых вопросов, без решения которых невозможно эффективное наращивание конкурентных преимуществ и усиление конкурентных позиций российской экономики и ее интегрированных корпоративных структур на мировых и внутренних рынках. Во-первых, встает задача осмысления историко-хозяйственных особенностей современной экономической эпохи и разработки соответствующей парадигмы и прогнозов ее производственно-технологического и социально-экономического развития. Во-вторых, новые условия хозяйствования настоятельно требуют разработки соответствующей концепции и стратегии российского перехода к модели хозяйствования, соответствующей новому технологическому укладу общественного воспроизводства. В-третьих, при формирующихся новых условиях хозяйствования (внешней среды менеджмента организаций) огромное значение приобретает необходимость создания российской модели современного управления аналогично американской, западноевропейской и японской (азиатской) моделями промышленного менеджмента, которые возникли в XX в. Разработка и внедрение полученной модели позволит с соответствующей полнотой учитывать исторические, социокультурные, национально-хозяйственные и геоэкономические особенности российского общественно-управленческого развития в условиях современного перехода к новому неоиндустриальному технологическому укладу.

В этой российской модели современного менеджмента (как и в других национальных моделях менеджмента) объективно можно выделить три уровня ее разра-

ботки и развития – оперативнотактический, стратегический и макроэкономический, которые в теории и практике управления общественно - хозяйственными организациями выступают как общий (оперативный), стратегический (прежде всего корпоративный) и макроэкономический (государственное регулирование экономики) менеджмент. Это в свою очередь настоятельно требует осмысления проблем и перспектив развития современного российского менеджмента с точки зрения системной парадигмы [4]. Следует отметить, что если общий (оперативный) научный менеджмент возник в 1911 г. в США с публикацией научного труда Ф. Тейлора « Научные основы управления» и развивается уже почти 100 лет, то стратегический менеджмент как научное направление в теории и практике управления организациями появился сравнительно недавно. Он является результатом технической революции и началом поисков научных основ управления индустриальным производством конца XIX в. и начала XX столетия. Макроэкономический менеджмент (государственное регулирование экономики) возникает в промышленно развитых странах начиная с периода Первой мировой войны (административно-мобилизационная модель) и периода экономического кризиса 30-х гг. XX в. (рыночная-антициклическая модель). Такое понятие как «стратегический менеджмент» появляется лишь в 60-х гг. XX в. и по сути, это и есть научно-техническая революция второй половины XX в. , которая определила неоиндустриальные направления современного экономического развития. Это направление менеджмента получает первоначальное развитие в трудах А. Чандлера « Стратегия и структура» (1962), Ансоффа «корпоративная стратегия» (1965), Р. Анкоффа «Концепция стратегического планирования» (1970), К Эндрюса «Концепция корпоративной стратегии» (1972). Авторами термина «стратегическое управление» или «стратегический менеджмент» считаются Д. Шендел и К. Хаттен, которые ввели его в 1972 г. [4]. Традиционными разделами комплексного стратегического управления корпоративными организациями постепенно становятся товарно-рыночные, ресурснорыночные, производственно-технологические, финансово-инвестиционные, реорганизационноинтеграционные, социально-кадровые, инновационно-управленческие стратегии. Одновременно начинает формироваться общая системная парадигма стратегического управления, в которой структурируются следующие базовые направления. Во-первых, «объектное» стратегическое управление, т. е. управление объектными подсистемами корпоративной интегрированной структуры - ее линейными и функциональными подсистемами. Во-вторых, «средовой» стратегический менеджмент, т. е. управление средовыми подсистемами организации - её внутренней и внешней средой. В-третьих, «процессное» стратегическое управление, т. е. управление процессными подсистемами организации, прежде всего бизнес-процессами. В-четвертых, «проектное» стратегическое управление, то есть управление проектными подсистемами организации, прежде всего инновационными и инвестиционными проектами и целевыми программами [4]. Переход российской экономики в 90-х гг. прошлого столетия к рыночной модели хозяйствования объективно обусловил переход российского управления от централизованноплановой системы к реализации теорий и механизмов научного менеджмента, наработанных в промышленно развитых странах США, Западной Европы и Японии в XX в. Но первоначальное освоение хозяйственного управления в условиях рыночной экономики свелось преимущественно к освоению систем и концепции оперативного менеджмента. Дефолт 1998 г. впервые заставил обратить российский менеджмент на ключевое значение именно стратегического управления для достижения успеха в условиях современной быстро изменяющейся и глобально взаимосвязанной экономики.

С этого момента в стране начинается резко возрастать внимание к разработке теоретико-методологических основ и технологических инструментов реализации стратегического менеджмента в практике управления социально-экономическими организациями. При этом наряду с решением вопросов формирования эффективного корпоративного стратегического управления все большее внимание начинает уделяться проблемам формирования национальных и региональных стратегий. Разработка стратегического управления в свою очередь потребовала развития в системах его реализации соответствующих инструментов прогнозирования и формирования необходимых концепций. Отсюда все большее значение начинает приобретать разработка таких подходов к формированию стратегического менеджмента, которые бы опирались на глобальное видение современного динамичного социально-экономического развития. Современное мировое социально-экономическое развитие с середины XX в. разворачивается в направлении перехода сначала промышленно развитых, а затем и всех других стран от индустриальной к неоиндустриальной модели хозяйствования [3]. Совершенно очевидно, что этот переход охватит весь XXI в. Он будет сопровождаться, во-первых, соответствующей структурной социально-хозяйственной перестройкой общества. Эта перестройка даст импульс соответствующим глобальным воспроизводственно-продуктовым, производственно-технологическим и социальнодемографическим сдвигам в национальных и региональных экономиках. Во-вторых, он получит соответствующее пространственное развитие, что уже сейчас находит свое отражение в изменении конфигурации мировых хозяйственных связей и национальных эпицентров неоиндустриального хозяйственного прогресса. Разворачивающиеся процессы структурной модернизации национальных промышленно-производственных комплексов во многом определяются объемами и направленностью инвестиционных потоков в мировой и национальных экономиках. Это требует в свою очередь разработки и реализации соответствующей национальной промышленной политики с учетом тенденций новейшей индустриальной эволюции нашей страны [1]. В сфере производственных технологий современное экономическое развитие все более интенсивно разворачивается в направлении освоения пятого технологического уклада производства и постепенного перехода к шестому. В сфере отраслевой конфигурации экономики наблюдается переход от двухсекторной модели (промышленность и сельское хозяйство) к трехсекторной (ресурсодобывающий, обрабатывающий и информационно-сервисный этажи экономики). В воспроизводственно-отраслевых структурах национальных хозяйств разворачивается переход от индустриальноаграрной к индустриально-сервисной экономике и в перспективе - к индустриальноинформационной модели экономического развития. В социально-демографической структуре современных индустриальных обществ объективно происходит ускоренное формирование среднего класса, занятого преимущественно в сфере услуг и ориентированного на высококачественное потребление, требующего соответственной социальной инфраструктуры. В институциональной сфере получают развитие новые институты, призванные обеспечить эффективное взаимодействие государства, бизнеса и общества в условиях, когда наука и инновации становятся ключевым фактором конкурентоспособности и ускорения социально-экономического развития. В сфере развития корпоративных образований основным направлением выступает вертикальная интеграция корпоративных структур [3]. Глобальный анализ данных процессов показывает следующие их основные особенности. Во-первых, они отражают общую генеральную тенденцию современного социально-экономического развития, характерную для всех стран и народов.

Во-вторых, в различных странах и регионах данная тенденция развивается неравномерно. Эта неравномерность может при тех или иных условиях либо нарастать, либо уменьшаться. Во всяком случае, в современном глобальном социально-экономическом развитии достаточно отчетливо просматривается реализация двух противоположных закономерностей: нарастание глобализации и интеграции в мировое экономическое сообщество, и в то же время - усиление неравномерности и пространственнорегиональной концентрации научнопроизводственных ресурсов в конкретных национальных или региональных эпицентрах. Успешное развитие или неуспешное тех или иных стран, регионов, корпораций будет, видимо, в XXI в. по большей мере зависеть от того, насколько адекватно, эффективно и комплексно они сумеют освоить эти объективные закономерности. (Это мы наглядно увидели в XX столетии на примере Японии, Германии, Южной Кореи, Китая). Чтобы «оседлать» эти закономерности, с одной стороны, необходима разработка эффективной экономической политики (в том числе инновационно-промышленной), обеспечивающих ее реализацию соответствующих национальных и региональных экономических стратегий и тактик, формирующих базу реализации соответствующих корпоративных стратегий. С другой стороны, осуществление адекватного и эффективного позиционирования страны, региона, корпорации в глобальном социально-экономическом развитии становится более актуальным. Переход к неоиндустриальной (или постиндустриальной) модели экономического развития начался в 80-х гг. XX в. в промышленно развитых странах Северной Америки, Западной Европы и Дальнего Востока. Но уже в них он с самого начала получает преимущественное развитие в отдельных регионах, и прежде всего в мегаполисах, объективно выступающих эпицентрами этого процесса в современном мире. В то же время все большую роль локомотивов перехода к неоиндустриальной модели хозяйственного развития играют интегрированные корпоративные структуры, взаимодействующие с государством и проявляющие соответствующую национальную и социальную ответственность. В России после дефолта 1998 г., процесс перехода к постиндустриальной модели хозяйственного развития все заметнее связывается со становлением и развитием стратегического менеджмента крупнейших российских корпораций, которые начинают все активнее взаимодействовать с государством, одновременно постепенно превращаясь в транснациональные. В постдефолтовый период наблюдается постепенный отход сформировавшихся интегрированных корпоративных структур нашей страны от простого копирования зарубежных схем менеджмента к ориентации на разработку российской модели промышленного управления, учитывающего специфику российского индустриального хозяйственного развития XIX-XX столетий. В то же время данный процесс приобретает все более отчетливую пространственную неравномерность. В 90-х гг. XX в. он получает преимущественное ускорение в столицах - Москве и Санкт-Петербурге. Лишь после дефолта 1998 г. он начинает интенсифицироваться в других регионах. Среди этих регионов объективно выделились обладатели основных российских природных, а также и научно-индустриальных ресурсов с мегаполисами (городами-миллионниками). Таким образом, в современной России неоиндустриальное развитие объективно приобрело эшелонированный характер. Первый эшелон составили Москва и Санкт-Петербург. Вторым эшелон неоиндустриализма в стране в начале XXI в. стали образовывать региональные столицы и соперничающие с ними ведущие мегаполисы - Ростов-на-Дону, Екатеринбург, Новосибирск, Нижний Новгород, Хабаровск, Омск, Челябинск, Самара, Казань, Уфа, Красноярск, Пермь, Волгоград. За вторым эшелон в стране

постепенно начинает обозначаться третий эшелон развертывания неоиндустриальных процессов. В его состав, видимо, войдут крупнейшие городские образования с населением от 500 тыс. до 1 млн человек, концентрирующие у себя основные провинциальные ресурсы страны. Можно предположить, что возникнут еще и четвертый (малые и средние города), и пятый (сельские поселения) эшелоны развертывания перехода России к неоиндустриальной модели хозяйственного развития. Но это проблемы уже будущего. В настоящее время становится все более очевидным, что именно мегаполисы с их инновационными ресурсами и корпоративными структурами станут, во всяком случае, в первой половине XXI в., эпицентрами концентрации национальных ресурсов России и локомотивами прорыва страны в неоиндустриальную эпоху. При этом совершенно очевидно, что Москва и Санкт-Петербург только обозначили вектор современного постиндустриального развития России. Успех или неуспех его в конечном счете будет определяться динамикой перехода к неоиндустриальной модели хозяйственного развития регионов страны, и прежде всего Поволжья, Урала и Юга Сибири, где сосредоточены основные природные и научно-промышленные ресурсы страны. Именно насколько стратегически конкурентоспособными с постиндустриальной точки зрения окажутся эти районы России, настолько и будет она в основном соответствовать новым реалиям мирового экономического развития. Прорываясь в неоиндустриальную эпоху, мегаполисы своим кластерным воздействием будут подтягивать к новой модели хозяйственного развития окружающие территории. Переход этих территорий с их системами малых и средних городов, сельских поселений к неоиндустриальной модели развития обозначит переход к этой модели развития страны в целом. Приобретение позиций локомотивов национального неоиндустриального развития мегаполисы и территории их расположения получают преимущественный доступ к экономическим ресурсам страны, за счет чего ускоряется их социально-экономическое развитие и повышается уровень жизни живущего в них населения. Это мы сейчас наглядно видим на примере Москвы и Санкт-Петербурга. Как следствие в стране между мегаполисами будет возрастать конкуренция за право играть роль таких локомотивов и, следовательно, за право на преимущественный доступ к национальным ресурсам. В эту конкуренцию по мере активизации будут все более энергично включаться города, приближающиеся к мегаполисам по своему научноиндустриальному потенциалу и составляющие третий эшелон российского перехода к неоиндустриальной экономике - Воронеж, Ярославль, Саратов, Краснодар, Томск, Иркутск, Владивосток и др. Если им удастся занять достойные конкурентные позиции в национальном процессе перехода к неоиндустриализму, то экономика и уровень жизни в них будет получать преимущественное развитие. Как следствие неизбежно будет происходить перемещение регионов и агломераций из одного эшелона в другой. В этом получит свое проявление закономерность неравномерного перехода в современном мире к постиндустриальной модели хозяйственного развития. Одновременно конкуренция межрегиональная (внутри страны) будет сопровождаться развитием конкуренции российской экономики в мировом хозяйстве с лидерами современного перехода мирового сообщества в постиндустриальную эпоху.

В этих условиях чрезвычайно важным становится адекватное осознание своих стратегических конкурентных позиций каждым мегаполисом и регионом во всероссийском и международном разделении общественного труда, а затем разработка необходимых стратегий реализации конкурентных преимуществ этих позиций. Анализ конкурентоспособности регионов и их эпицентров-мегаполисов предполагает выяв-

ление совокупности тех их качеств, которые способны им обеспечить превосходство в их претензиях на роль локомотивов российского неоиндустриализма, и, следовательно, за право на преимущественный доступ к национальным ресурсам. Конкурентоспособность регионов и мегаполисов, располагающихся в них корпораций должна выявляться в их конкурентных преимуществах, среди которых необходимо особенно выявлять ключевые факторы успеха - т. е. преимущества, по которым регион, бесспорно, превосходит другие регионы в данный момент. При этом особое значение приобретает выявление стратегических способностей региона, к которым в современных условиях относятся прежде всего их уникальные конкурентные преимущества - местоположение, природные и производственно-технические ресурсы, а также сложные нематериальные активы. Анализ конкурентных преимуществ, ключевых факторов успеха и стратегических способностей позволяет выявить сильные конкурентные стороны региона. Но одновременно учет этих сторон предполагает последовательное выявление и слабых сторон региона, а затем возможностей и угроз внешней среды его развития - национальной и глобальной. Ключевые факторы успеха и стратегические способности с учетом слабых сторон региона, а также возможностей и угроз его внешней среды, посредством региональных инициатив обязательно должны находить свое отражение в национальных экономических стратегиях, исходящих из национальной промышленной политики. Затем они должны конкретизироваться в соответствующих региональных стратегиях, развивающих концептуальные подходы региональной промышленной политики. Наконец, свою практическую реализацию они должны получать через разработку и осуществление соответствующих стратегий интегрированных структур корпоративных, расположенных в регионе, прежде всего через реализацию разработанных на базе этих стратегий инвестиционных и инновационных целевых программ и проектов. Стратегическое корпоративное управление призвано обеспечить эффективную адаптацию развития внутренней среды корпоративной организации к изменяющейся внешней среде (микроэкономической и макроэкономической) и повышение на этой основе ее конкурентоспособности. При этом особое значение приобретает достижение оптимальной сбалансированности конкурентоспособности товаров, предприятий и макроэкономики (национальной, региональной) в целом, что в конечном счете определяет национальную конкурентоспособность в целом. Национальная конкурентоспособность выступает, таким образом, как система, состоящая из соответствующих уровней - базовых и факторных. Основными базовыми уровнями национальной конкурентоспособности выступают конкурентоспособность товаров, конкурентоспособность корпораций (предприятий), конкурентоспособность макроэкономической среды национального хозяйства. Конкурентоспособность товаров определяется функционально-ценовыми параметрами продукции, производимой и реализуемой на рынках организациями (предприятиями), их инновационными возможностями улучшения конкурентных свойств своей продукции. Конкурентоспособность корпораций определяется инновационной эффективностью их оперативного и прежде всего стратегического менеджмента. Конкурентоспособность экономики (национальной, региональной) определяется состоянием и тенденциями ее инновационного структурного развития - технологического, производственно-отраслевого, институционального, что формирует макроэкономическую среду функционирования корпораций и перспективы рентабельности их предпринимательской деятельности. Основными факторными уровнями национальной конкурентоспособности выступают группы низких (естественных) и высоких (приобретенных) факторов конкуренто-

способного роста экономики страны (региона). К низким (естественным) факторам конкурентоспособного роста национальной (региональной) экономики относятся ее геоэкономическое положение, обеспеченность относительно дешевыми природными и трудовыми ресурсами. К высоким (приобретенным) факторам конкурентоспособного роста национальной (региональной) экономики относятся прежде всего технологии, образованность трудовых ресурсов, макроэкономическая среда, развитость общественных институтов и менеджмента (макроэкономического, корпоративного, общего). Среди этих пяти основных высоких факторов конкурентоспособного роста национальной (региональной) экономики первенство принадлежит уровню технологического развития страны, её способностям к инновационному развитию [6]. Но одновременно по мере нарастания роли творческого потенциала человеческих ресурсов в развитии страны, наращивания конкурентоспособности корпораций все большее значение для усиления конкурентных позиций в условиях неоиндустриальной глобализации приобретает фактор менеджмента (оперативного, стратегического, макроэкономического). Ключевое значение при этом все больше начинает приобретать именно стратегический корпоративный менеджмент, призванный обеспечить эффективное сочетание в национальном менеджменте конъюнктурного оперативно-тактического управления организациями с макроэкономическим регулированием в русле соответствующих стратегий национальной промышленной политики. Наращивание конкурентоспособного роста национальной (региональной) экономики в направлении ее перехода к неоиндустриальной модели развития объективно требует сбалансированного наращивания инновационной составляющей производства товаров, развития менеджмента корпораций, прежде всего стратегического менеджмента, а также стимулирования развертывания структурной технологической перестройки экономики в соответствии с требованиями очередного технологического уклада индустриального производства. При этом сама эволюция к неоиндустриальной модели воспроизводства конкретных национальных (региональных) экономик в рамках глобальных тенденций, совершенно очевидно, будет иметь соответствующие как структурно-производственные, так и структурно-пространственные параметры. Это в свою очередь потребует развития сбалансированного национального, регионального и корпоративного стратегического управления. Данные уровни стратегического управления объективно будут развивать как структурно-производственные, так и структурно-пространственные направления своей реализации. Ключевая задача структурно-производственного направления стратегического управления - обеспечение сбалансированности развития технологической, производственно-отраслевой и институциональной структурной перестройки экономики и совершенствования менеджмента организаций. Главная задача структурно-пространственного направления стратегического управления - преодоление неравномерности пространственной трансформации и обеспечение сбалансированности центробежных и центростремительных тенденций развития экономики. При этом необходимо будет учитывать специфику циклического развития рыночной экономики и, следовательно, циклические особенности перехода к неоиндустриальной экономике. В самом процессе национального перехода к неоиндустриальной экономике становится необходимым выделение стратегически базовых, ключевых технологий, отраслей, регионов, мегаполисов и корпораций, способных сыграть роль локомотивов становления в стране инновационной модели хозяйствования. Одновременно актуальной становится задача развития российской модели современного менеджмента как системы,

с выделением в ней стратегического менеджмента как ее ключевого звена и важнейшего фактора национальной конкурентоспособности.

Список использованной литературы.

1. Винслав Ю. Федеральная промышленная политика: к определению приоритетов в контексте итогов и тенденций новейшей индустриальной эволюции страны / Ю. Винслав // Рос. экон. журн. 2008. №1-2. С.12-26.
2. Глазьев С. Перспективы социальноэкономического развития России / С. Глазьев // Экономист. 2009. №1. С. 3-18.
3. Губанов С. Неоиндустриализация плюс вертикальная интеграция (о формуле развития России)/ С. Губанов //Экономист. 2008. №9. С.3-27.
4. Корнаи Я. Системная парадигма / Я. Корнаи // Вопр. экономики. 2002. № 4. С. 4.
5. Клейнер Г. Стратегический менеджмент: актуальные проблемы и новые направления / Г. Клейнер // Проблемы теории и практики управления. 2009. №1. С.15-22.
6. Татаркин А. Промышленная политика как основа системной модернизации экономики России / А. Татаркин // Проблемы теории и практики управления. 2008. №1. С.8-21.

ОПТИМИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА ПОСРЕДСТВОМ ТЕОРИИ ОГРАНИЧЕНИЙ

В.К. Осадчий

Томский политехнический университет, г.Томск

E-mail: vkosad@mail.ru

Научный руководитель: Акельев Е.С., канд. экон. наук, доцент

Исследована теория ограничений Голдратта на производстве в рамках промышленного производства, улучшена модель полного цикла производства, демонстрирующая возможность повышения продуктивности выработки системы с помощью применения законов, предлагаемых теорией ограничений. Показано, что эффективное управление системой, обеспечивающей производство, возможно путем управления отдельными ее аспектами.

Часто предприятия сталкиваются с проблемами оптимизации производства. Несмотря на тот факт, что данные аналитиков компании указывают на повышение эффективности работников на производстве, заказы не выполняются в срок, прибыль падает, заводы банкротятся. Чтобы не допустить этого менеджерам приходится идти на крайние меры, чтобы успеть с заказами: рабочим приходится работать сверхурочно, использовать «толкачей».

Теория ограничений (Theory of Constraints, ТОС) – известная методика управления производством, автором которой является Элияху Голдратт. Теория разработана в 1980-е годы. В ее основе лежит управление основным ограничением в системе, которое обуславливает эффективность всей системы. Отличительной особенностью данного метода является то, что делая акцент на управление очень малым количеством параметров системы, достигается эффект, ко-

торый намного опережает результат одновременного воздействия на все или большинство проблемных элементов системы сразу.

Теория ограничений, разработанная Элияху М. Голдраттом, позволяет оптимизировать производственные процессы, увеличив тем самым количество выпускаемой продукции, снизив ее себестоимость, а главное – увеличив прибыль.

Принцип теории ограничений заключается в том, чтобы выявить ограничение и контролировать его для увеличения скорости генерации прибыли. Методологически теория ограничений содержит четко сформулированный алгоритм, позволяющий найти ограничение, обнаружить стоящее за ним управленческое противоречие, а также находить решение и внедрять его в систему с учетом интересов всех заинтересованных сторон. При правильно поставленной цели и применении теории значительный эффект наблюдается уже через 2-3 месяца.

Данное ограничение принято называть «узким местом» или «горлышком», так как процесс производства сравнивается с бутылкой, где выработка полностью зависит от эффективной работы данного «узкого места»

Изучение теории ограничений начать следует с того, чтобы понять, какова цель любого бизнеса. Главная цель любого бизнеса – получение прибыли.

При выборе компании заказчик руководствуется следующими критериями

- 1) Качество продукции
- 2) Цена единицы продукции
- 3) Благонадежность компании-поставщика

Под благонадежностью подразумевается способность компании выполнить заказ в установленные сроки. Данная характеристика зависит от того, насколько продуктивно работает организация.

По Голдратту, продуктивность – это то, что приближает компанию к поставленной цели. Следовательно, производство не может быть продуктивным, если цель не сформулирована или сформулирована некорректно.

Для определения продуктивности работы предприятия необходимо определить, движется ли оно к цели, получает ли прибыль. Для этого существует минимальный набор показателей:

1) Чистая прибыль - часть балансовой прибыли предприятия, остающаяся в его распоряжении после уплаты налогов, сборов, отчислений и других обязательных платежей в бюджет.

2) Коэффициент окупаемости инвестиций (КОИ) – отношение суммы прибыли к сумме инвестиций

3) Оборотные средства – обращение денег внутри предприятия

Исходя из этих показателей, можно сформулировать конечную цель предприятия: зарабатывать деньги, увеличивая чистую прибыль и одновременно повышая окупаемость инвестиций и поступление денежных средств.

Однако, на уровне завода эти параметры смысла не имеют. Существует ряд параметров, характеризующих получение прибыли на уровне производства. Их сформулировал Элияху Голдратт:

- 1) Выработка – это количество доходов от продаж в единицу времени
- 2) Запасы – это все деньги, которые система вложила в приобретение вещей для их (вещей) последующей продажи
- 3) Операционные расходы – все деньги, затрачиваемые системой на то, чтобы превратить запасы в выработку

Отсюда вытекает цель: уменьшение операционных расходов при одновременном сокращении запасов и увеличении выработки. [1]

В мире существует спрос на определенное количество продукции какого-либо предприятия. В сущности, каждый производственный менеджер стремится к тому, что называется «сбалансированным заводом», в котором мощности всех производственных ресурсов грамотно сбалансированы существующим рыночным спросом. Если производительность ресурсов недостаточна, предприятие не может реализовать потенциально возможную выработку. Но если мощностей избыток, это лишь финансовые расходы. Упускается возможность снижения операционных издержек.

Однако, существует математическое правило, доказывающее, что, когда производительность ресурсов подстраивается под требования рынка, выработка уменьшается, а запасы возрастают. И из-за роста запасов растут и издержки на транспортировку и складирование, которые относятся к операционным расходам. В таком случае, под сомнение ставится даже сокращение операционных расходов – того единственного показателя, который предприятие надеется улучшить.

Это объясняется двумя главными феноменами, доказывающими, что чем ближе предприятие к балансу, тем ближе оно к банкротству. Один из них называется «зависимыми событиями», другой – «статистическими флуктуациями». Данные понятия хорошо продемонстрированы в модели «Игра со спичками»:

В конкретном описанном примере участвуют пять человек. Ведущий достает из спичечного коробка определенное количество спичек, которые впоследствии будут перемещаться из одной тарелки в другую. Количество спичек, которые нужно переместить определяется с помощью количества очков, выпавших на игральном костяке. Это число очков обозначает производительность каждого ресурса – каждой миски. Весь ряд, таким образом, - это последовательность стадий производства, зависящих друг от друга. Потенциальная «производительность» всех мисок одинакова, но в реальности «загрузка» будет колебаться.

Для того, чтобы флуктуации были меньше ограничимся одной игровой костью. Это обеспечивает диапазон колебаний от одного до шести.

Выработкой этой системы является скорость, с которой спички покидают последнюю тарелку. Запасами считаются все спички, лежащие в тарелках в любой момент времени.

Данная модель работает по принципу, что рыночный спрос эквивалентен среднему количеству спичек, которое может обработать данная система. То есть, производственные мощности каждого ресурса и рыночный спрос идеально сбалансированы.

За начало отсчета принимается среднее количество спичек, которое может передвинуть каждую из участников за один ход – 3,5. Соответственно, если на кубике выпадет 4, 5, 6 в таблицу записывается 0,5, 1,5 или 2,5. А если выпадает 1,2 или 3 - - 2,5, -1,5 или -0,

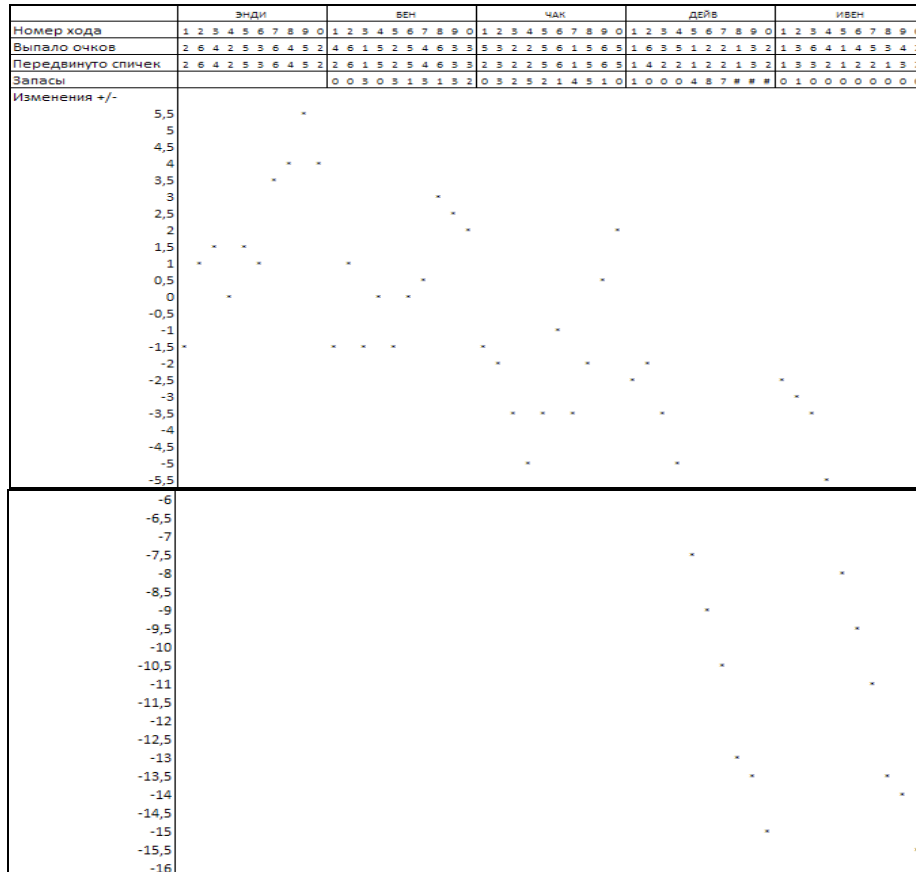


Рис. 1. Результат игры после десяти раундов

Данная модель демонстрирует, что при сбалансированной системе выработка все равно идет вниз, запасы растут, а если бы перемещение и хранение спичек стоило бы денег, росли бы и операционные издержки.

Получается, что имеющие место флуктуации не усредняются, а накапливаются в сторону замедления, потому что зависимость ограничивает возможности флуктуаций в сторону ускорения.

В данной модели на каждом этапе флуктуации одинаковы. Однако, на производстве это не так. Допустим, технические средства на этапе Бена позволяют работать максимум с тремя спичками за ход. Таким образом, среднее арифметическое равно 2 при флуктуациях от одного до трех, тогда как на других этапах производства по-прежнему 3,5 при флуктуациях от одного до шести. За один ход на его этапе возможна передача лишь трех спичек. Это значит, что в течение этого раунда на каждом из последующих этапов будет также возможна передача максимум трех спичек. Проще говоря, весь процесс производства *зависит* от того, как идет производственный процесс на этапе Бена. В условиях реального завода, под этим может пониматься простой станка, его переналадка, перерыв рабочих и так далее - любые факторы снижающие производительность на данном этапе.

На примере данной модели это приведет к тому, что в случае, если на этапе Энди регулярно будет выпадать от 4 до 6, на этапе Бена будут увеличиваться запасы, что противоречит нашей цели: уменьшение операционных расходов при одновременном **сокращении запасов** и увеличении выработки.

В данной цепи этап Бена является *слабым звеном* и то, насколько продуктивно движется процесс на его этапе, предопределяет всю выработку системы.

Суть теории ограничений Голдратта состоит в выявлении этих слабых звеньев.

На производстве это легко сделать, определив, *перед каким этапом на производстве происходит наибольшее скопление запасов*.

Основы взаимоотношений между «узкими местами» и остальными производственными ресурсами:

1) $Y \rightarrow X$

Станки Y , не являющиеся «узкими местами» снабжают деталями станки X , являющиеся «узкими местами». Благодаря избыточной производительности Y удовлетворяет спрос быстрее, чем X . Лишняя выработка ресурса Y обеспечивает ресурс X запасами, Превышающими производительностью X , что приводит к операционным издержкам на складирование и транспортировку.

2) $X \rightarrow Y$

Если ресурс Y получает работу исключительно от X , максимальное количество часов его продуктивной деятельности определяется выработкой ресурса X . Т.к. производительность Y выше, чем X , то, допустим 600 часов работы X в месяц эквиваленты 450 часам работы Y . Отработав эти часы, Y остается без заготовок. И это нормально.

3) $Y \rightarrow C$

$X \rightarrow B$

О Р К А

В этом случае узкое место не входит в производственный цикл части деталей и вся их обработка проводится только избыточными ресурсами, а поток идет от Y прямо на сборочный конвейер. В то же время, другая часть деталей пропускается через «узкое место» и с деталями первого типа соединяется в готовом изделии

4) $Y \rightarrow \text{изделие А}$

$X \rightarrow \text{изделие Б}$

На этот раз X и Y действуют независимо друг от друга. Они выполняют разные, непересекающиеся заказы. В данном случае ограничение на Y устанавливается не узким местом, а емкостью рынка, способностью реализовать продукцию.

Эти 4 линейные комбинации связывают «узкое место» с избыточным ресурсом. Конечно, таких комбинаций можно придумать сколько угодно, но этих вполне достаточно, чтобы изобразить *любую* производственную ситуацию. [1]

В свое время эту теорию успешно внедрил автомобильный концерн «Ford». Его проблемой являлось то, что менеджмент делал ставку на управление запасами внутри системы, в то время как Теория Ограничений подразумевает управление временем: вы следите за самым медленным звеном в производственной цепи, и с помощью него задаете темп работы всей системе. Таким образом, в случае необходимости, остальные центры смогут использовать свои избыточные мощности. В случае управления запасами, если в процессе сборки автомобиля случалась какая-либо форс-мажорная ситуация, вынуждающая остановиться один из центров, то простаивали все центры, в том числе и настоящее «бутылочное горлышко», которому не хватало этих запасов.. А, согласно ТОС, время, потерянное в основном ограничении системы есть время, потерянное всей системой.

Ниже продемонстрированы цифры, наглядно демонстрирующие эффект внедрения теории ограничений на заводах Ford:

➤ Сокращение времени полного производственного цикла (от момента поступления материала в систему и до отправки заказа):

- 1) до проекта по улучшению: 10,6 дней;
- 2) спустя два года работы по системе «just-in-time»: 8,5 дней;
- 3) спустя один год работы по ТОС: 2,2 дня;
- 4) спустя два года работы по ТОС: менее 2 смен.

➤ Освобождение 20% производственных площадей.

➤ Сокращение инвестиций в оборудование и помещение на 25%.

Следует учесть, что на заводах автомобильного концерна «Ford» был введен статистический контроль процессов (*statistical process control, SPC*), который раньше учитывался лишь на бумаге.

Последний пункт является очень важным. Он свидетельствует о том, что ТОС и «just-in-time» не только не противоречат друг другу, но, напротив, при правильном использовании менеджментом компании теории ограничений методики «just-in-time» (а также TQM, бережливого производства «Lean» и «Шесть сигм») становятся более действенными, поскольку применяются в правильных «точках опоры». [5]

Список использованной литературы.

1. Голдратт М. Элияху, Джефф Кокс. Цель: процесс непрерывного совершенствования. – Мн.: ООО «Попурри», 2004. – 560 с.

2. Голдратт М. Элияху, Джефф Кокс. Цель – 2. Дело не в везении. – Мн.: Иванов и Фербер, 2012. – 280 с.

3. Шрагенхайм Эли. Управленческие дилеммы. Теория ограничений в действии. – М.: Альпина Паблишер, 2007. – 296 с.

4. Федурко Е. Работа с рынком – подход теории ограничений (ТОС) [Электронный ресурс] // URL: <http://www.e-xecutive.ru/knowledge/announcement/1412038/> (дата обращения: 15.11.2010 г.).

5. Теория ограничений систем (ТОС) [Электронный ресурс] // URL: http://www.equipnet.ru/management/articles/articles_678.html (дата обращения 13.09.2010 г.).

ФАКТОРЫ И ИНСТРУМЕНТЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

И.Н. Пылаев

Томский государственный университет, г. Томск

E-mail: ig.pyl.or@gmail.com

Научный руководитель: Телегина Н.А., канд. экон. наук, доцент

В статье проводится анализ распространенных в научной литературе определений конкурентоспособности персонала. Формулируются особенности, характеризующие сущность данной экономической категории. Приводятся факторы конкурентоспособности персонала с позиции возможности управления ими. Предпринимается попытка классифицировать факторы конкурентоспособности персонала с точки зрения среды возникновения.

Под действием негативных внешнеполитических факторов в российской экономике усиливаются кризисные явления. Введение санкций и ответных «анти-санкций» привело к частичной изоляции российской бизнес-среды. Сложившуюся ситуацию можно оценивать как отрицательно, так и положительно. С одной стороны, организации различных сфер деятельности столкнулись с ресурсными ограничениями (прежде всего финансовыми и технологическими), что привело к снижению конкурентного потенциала этих компаний и совокупного потенциала экономики. С другой стороны, некоторые рыночные ниши стали недоступны либо непривлекательны (по политическим, а не экономическим мотивам) для иностранных участников, что привело к ослаблению конкурентной борьбы.

Сложившаяся ситуация может стать серьезным стимулом для развития отечественных товаропроизводителей, наращивания и укрепления их позиций на рынке. Для предприятий это возможность, в условиях государственного протекционизма, повысить свои текущие финансовые показатели и аккумулировать потенциал для создания и поддержания конкурентных преимуществ в будущем. При этом очень важно сфокусировать свои усилия не только на приращении материальных, но и нематериальных активов, формирующих значительную часть стоимости предприятия и включающих в свой состав трудовой потенциал работников и их конкурентоспособность. [1, с.5]

Все вышесказанное доказывает, что поиск путей формирования и развития конкурентоспособности персонала, как ключевой подсистемы предприятия, в соответствие со стратегическими целями компании является актуальной современной проблемой.

Цель данного исследования: выделить и описать факторы, влияющие на конкурентоспособность персонала как единой системы, а также привести примеры управленческих инструментов, позволяющих целенаправленно воздействовать на эти факторы.

Данная цель декомпозируется на следующие ключевые задачи:

1. Определить понятие «конкурентоспособность персонала» и выделить основные элементы, отражающие его сущность;
2. Перечислить ключевые, с точки зрения управляемости, факторы, влияющих на конкурентоспособность персонала предприятия, и классифицировать их;
3. Для перечисленных факторов конкурентоспособности персонала подобрать инструменты управления.

Формирование и поддержание высокой конкурентоспособности персонала является одним из основных условий успешной деятельности любого предприятия. С одной стороны, текущая конкурентоспособность персонала должна обеспечивать качественное решение оперативных задач, с другой, накопленный потенциал сотрудников должен способствовать достижению стратегических целей предприятия в долгосрочной перспективе. Для этого необходимо организовать постоянный процесс управления конкурентоспособностью персонала на предприятии. Но первоначально необходимо разобраться с сущностью этого понятия.

Анализ научной литературы показывает, что среди авторов нет единого мнения относительно определения понятия «конкурентоспособность персонала». Более того, если посмотреть на другие категории рынка труда: работник, трудовой потенциал, человеческий капитал, трудовые ресурсы, рабочая сила – большинство ученых также не приходят к единому мнению относительно определения конкурентоспособности этих объектов. Это, с одной стороны, объясняется многозначностью понятия конкурентоспособности, а с другой - сложностью объекта исследования.

Термин «конкуренция» происходит от латинского «concurrere», что в буквальном переводе означает «бежать вместе». [2, с.321] Таким образом, понятие «конкурентоспособность», если его применить в отношении работников предприятия, будет означать их «способность бежать вместе», то есть совместно, как одно целое, где-то сталкиваясь, а где-то поддерживая единый темп, двигаться и достигать общей цели.

Однако конкурентоспособность такого сложного объекта как персонал предполагает не только целенаправленное совместное движение – это лишь одна характеристика, определяющий её природу. В результате анализа 43 научных трудов, посвященных данной теме, были выделены несколько наиболее характерных определений конкурентоспособности персонала. Данные определения и рассвоенные в них акценты представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Определения понятия конкурентоспособности персонала

Автор	Конкурентоспособность персонала – это ...	Характерные особенности
Сотникова С.И.	...конкурентоспособность отдельных работников и их групп, которая в значительной мере зависит от механизма функционирования человеческого ресурса в производственно-коммерческом процессе. [3, с.98]	Конкурентоспособность персонала рассматривается как сумма отдельных элементов и ставится в зависимость от факторов внутренней среды предприятия
Носкова В.М.	...фактор, отражающий степень развития потенциала работников предприятия, который позволяет данному предприятию в существующих производственно-экономических условиях производить и сбывать продукцию, являющуюся по своим характеристикам более привлекательной для потребителей, чем продукция конкурентов. [4, с.110]	Берется во внимание развитие потенциала сотрудников; Учитываются факторы внутренней и внешней среды; Учитываются цели предприятия: производить и сбывать продукцию.
Галузо Е.А.	...степень развития корпоративной компетенции как синтеза индивидуальных компетенций работников в рамках социальных процессов, происходящих в организации. [5, с.37]	Акцент смещается в сторону социальных взаимодействий внутри организации
Сапиженко В.В.	...интегративное качество персонала, обеспечивающее реализацию факторов успеха предприятия на	Персонал рассматривается как интегративная сущность, а, сле-

Автор	Конкурентоспособность персонала – это ...	Характерные особенности
	рынке товаров и услуг. Интегративность конкурентоспособности проявляется в тесном взаимодействии личностных, профессиональных и квалификационных свойств персонала. [6, с.31]	довательно, его конкурентоспособность нечто большее, чем сумма конкурентоспособностей простых элементов.
Грошелева Е.Г.	...способность рабочей силы реализовывать совокупность профессиональных, личностных и деловых качеств, которые характеризуют её специфические особенности и способности удовлетворять требования работодателей. [7]	Учитываются ограничения, связанные с требованиями работодателей и способность рабочей силы к самореализации.

Нет необходимости формулировать на основе проведенного анализа новое определение конкурентоспособности персонала, так как каждое из них может быть применено в контексте конкретных исследований, однако следует отметить характерные особенности, которые отражают сущность понятия «конкурентоспособность персонала» и помогают правильно подойти к дальнейшему анализу факторов, воздействующих на конкурентоспособность:

1. Персонал предприятия – сложная система, состоящая из отдельных работников и набора формальных и неформальных связей между ними. При этом каждый работник обладает определенным уровнем конкурентоспособности, но совокупная конкурентоспособность системы, являясь величиной интегральной, может быть как выше, так и ниже простой суммы конкурентоспособностей работников предприятия.

2. Отдельный сотрудник предприятия, как самостоятельная личность, обладает уникальным набором качеств и собственным потенциалом развития, которые формируют его конкурентоспособность. Потенциал каждого работника и его стремление к самореализации влияют на конкурентоспособность всей системы. Однако, все сотрудники очень разные и влияние их на совокупную конкурентоспособность персонала тоже различается. Например, некоторые сотрудники, обладающие неординарными качествами (прежде всего, лидерскими) и большим потенциалом, могут оказывать преобладающее влияние на конкурентоспособность персонала, причем не всегда в лучшую сторону. Такая неоднородность персонала должна учитываться при управлении его конкурентоспособностью.

3. Персонал как ключевая подсистема предприятия находится в тесной взаимосвязи с внутренней организационной средой, факторы которой оказывают большое влияние на конкурентоспособность персонала. А потому конкурентоспособность персонала нельзя рассматривать в отрыве от конкретных организационно-экономических условий.

4. На предприятие воздействует внешняя среда, в которой предприятие работает. Это влияние сказывается и на всех подсистемах предприятия, в том числе, персонале. Однако, внешняя среда влияет на персонал и изнутри, так как каждый индивид, который является частью персонала предприятия, на котором он работает, является одновременно и членом социума, в котором он живет. А, следовательно, среда обитания оказывает влияние на каждого члена в отдельности, и, тем самым, опосредованно влияет на персонал как целостную систему. Таким образом, воздействие внешней среды на конкурентоспособность персонала намного обширнее, чем может показаться на первый взгляд.

Перечисленные особенности помогут в анализе факторов и выборе инструментов управленческого воздействия.

В научных работах по экономике труда выделяют достаточно много факторов, оказывающих влияние на конкурентоспособность субъектов рынка труда, поэтому для удобства проведения анализа целесообразно их классифицировать. Пример одной из наиболее популярных (ввиду своей очевидности) классификаций приводит Хохлова И.И. [8, с.53] И хотя эта классификация относится к факторам конкурентоспособности работника, представляется возможным взять её за основу для классификации факторов конкурентоспособности персонала.

Критерием классификации Хохловой И.И. является среда возникновения факторов. Таким образом, по отношению к сотруднику все факторы делятся на 3 большие группы: внешние факторы, факторы, создаваемые на предприятии и факторы личной конкурентоспособности. При выделении факторов для целей данной работы необходимо добавить критерий управляемости, то есть возможности воздействия на эти факторы с помощью инструментария, доступного руководству предприятия. Таким образом, в выборку не попадут, возможно очевидные, но слабо поддающиеся управлению факторы. Кроме того, с точки зрения управляемости представляется наиболее проблемным выделение факторов внешней среды, так как возможности предприятия повлиять на эти факторы крайне ограничены. Однако, когда рассматриваются факторы внешней среды, нужно говорить не о инструментах воздействия, а инструментах использования предоставляемых средой возможностей.

Классификация факторов конкурентоспособности персонала и соответствующие им инструменты представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Факторы конкурентоспособности персонала и инструменты управления ими

Факторы по группам	Инструменты
Факторы внешней среды	
Экономические факторы: доходность ниши, занимаемой предприятием; высокий и стабильный спрос на продукцию предприятия; уровень конкуренции на рынке, где работает предприятие; экономическая политика государства;	Продуманная <i>маркетинговая политика</i> предприятия для управления спросом и ценообразованием, что поможет стабилизировать спрос и максимизировать доходность ниши. Любое государство имеет программы поддержки приоритетных направлений развития, и предприятия должны периодически проводить <i>мониторинг государственных программ</i>
Правовые факторы: стабильность законодательства; законодательно установленные льготы для регионов или отраслей; правовая защищенность субъектов предпринимательской деятельности;	Профессиональное <i>юридическое сопровождение</i> фирмы позволит вовремя распознать как угрозы, так и возможности для бизнеса со стороны законодательства.
Социальные факторы: доступность и качество образования и здравоохранения; развитость культурно-развлекательной инфраструктуры; жилищные условия региона (ЖКХ, жилищный фонд)	Инструментами здесь может выступать реализация предприятием своих <i>социальных проектов</i> , а также участие в социальных проектах региона. Более дорогостоящими инструментами могут быть участие в проектах жилищного строительства и поддержка детских садов и общеобразовательных учреждений.
Демографические факторы:	<i>Мониторинг</i> рынка труда.

Факторы по группам	Инструменты
структура рабочей силы в регионе; регулирование миграционных процессов; качество профессионального образования.	<i>Работа с образовательными учреждениями</i> по проведению практик и стажировок, а также трудоустройству выпускников. <i>Получение квот</i> на использование труда мигрантов
Внутриорганизационные факторы	
Факторы оплаты труда: обоснованность уровня оплаты труда в коллективе; открытость и понятность расчета заработной платы; применение методов коллективного материального поощрения.	Рациональная <i>система оплаты труда</i> , с элементами коллективного поощрения и понятной структурой расчета; Использование <i>дополнительных материальных стимулов</i> : дополнительный отпуск, оплата спортивно-оздоровительных услуг, оплата детских садов, выплаты за выслугу лет.
Факторы условий и организации труда: нормирование труда на предприятии; техническая оснащенность рабочих мест; безопасные и санитарно-гигиенические условия труда	Введение <i>гибкого режима рабочего времени</i> для некоторых категорий сотрудников; <i>Проведение аудитов</i> условий труда и опросов мнений сотрудников.
Факторы социальных взаимодействий: наличие неформальных групп; наличие организационной культуры на предприятии; социально-психологический климат.	<i>Проведение корпоративных мероприятий</i> : корпоративных праздников, субботники, коллективный выезд на природу, праздничные поздравления (23 февраля, 8 марта), корпоративное обучение, выпуск корпоративной газеты и др.
Факторы организационного управления: требования работодателя; стиль руководства; уважение администрации к подчиненным; участие сотрудников в управлении.	<i>Создание рабочих групп</i> для решения сложных задач, стоящих перед компанией, <i>проведение регулярных планерок</i> , организация « <i>кружков качества</i> » для совершенствования бизнес-процессов организации
Факторы, возникающие на личностном уровне	
Факторы личности работника: желание работать в коллективе; отношение с окружающими; ответственность за качество своей работы; индивидуальные качества (целеустремленность, самообладание, интеллект, организованность и др.)	Проведение тренингов по <i>тимбилдингу</i> , разработка <i>индивидуальных планов развития</i> сотрудника, выявление и развитие <i>лидеров</i> .
Факторы профессиональной квалификации работника: уровень образования; стаж работы; профессиональная компетентность; профессиональная мобильность.	Поощрение получения <i>дополнительного профильного образования, повышения квалификации, ротация сотрудников</i> , проведение и участие в мероприятиях по <i>обмену опытом</i> с компаниями-партнерами, продвижение по результатам работы, <i>мероприятий по планированию карьеры</i> .

Помимо представленных в таблице 2, можно выделить ещё достаточно много разнообразных факторов конкурентоспособности персонала, например, не были представлены политические, конъюнктурные, экологические факторы внешней среды. Однако для целей данной работы были отобраны только факторы, для которых возможно подобрать понятный инструментарий воздействия или использования для получения положительных прогнозируемых эффектов.

Подводя итоги данной работы, следует отметить, что персонал предприятия это особый объект изучения в экономике труда. С одной стороны, он является целостным самостоятельным объектом, с другой, состоит из совокупности элементов, наделенных самостоятельностью и индивидуальностью, – работников. А

потому конкурентоспособность персонала имеет довольно специфичную природу, что необходимо учитывать при изучении факторов конкурентоспособности персонала. Это позволит избежать неверных допущений и критических ошибок при работе с персоналом и, в результате, увеличить потенциал и конкурентоспособность предприятия в целом. Анализ факторов и выработка собственного инструментария управления ими должна стать частью кадровой стратегии предприятия любой отрасли экономики.

Список использованной литературы.

1. Вирина И.В. Формирование и развитие конкурентоспособности молодых специалистов на рынке труда: автореф. дис. канд. экон. наук / И.В. Вирина. - М., 2007. – 46 с.
2. Латинско-русский и русско-латинский словарь / под ред. А.В. Подосинов. – М.: Флинта. – 744 с.
3. Сотникова С.И. Конкурентоспособность рынка труда: генезис социально-экономического содержания / С.И. Сотникова // Маркетинг в России и за рубежом. - 2006. – № 2. – С. 95-108.
4. Носкова М.В. Ключевые факторы управления развитием кадрового потенциала сельского хозяйства / М.В. Носкова // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. – 2010. – №4. – С. 109-112.
5. Галузо Е.А. Развитие конкурентоспособности персонала строительных организаций: дис. канд. экон. наук / Е.А. Галузо. - М., 2008. - 234 с.
6. Сапиженко В.В. Формирование конкурентоспособности управленческого персонала крупных промышленных предприятий: дис. канд. экон. наук. / В.В. Сапиженко. - Иркутск, 2004. – 147 с.
7. Грошелева Е.Г. К вопросу конкурентоспособности управленческого персонала [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Днепропетровск. 2006-2014. - URL: <http://www.rusnauka.com/NIO/Economics> (дата обращения: 07.10.2014)
8. Хохлова И.И. Классификация факторов конкурентоспособности работника / И.И. Хохлова // Российское предпринимательство. – 2013. – №11. – С.52-56.

ОТЧЕТНОСТЬ КРУПНЕЙШИХ КОМПАНИЙ ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ КАК ИНСТРУМЕНТ ИХ СОЦИАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО ПОВЕДЕНИЯ

Н.А. Редчикова

Томский государственный университет, г. Томск
E-mail: natako@yandex.ru

В рамках исследования рассмотрена практика корпоративной социальной ответственности крупных компаний Томской области, которая находит отражение в публичной отчетности. Проведен анализ соответствия отчетности обязательным требованиям, а также выявлены формы добровольного раскрытия информации о деятельности компаний. Определена возможность оценки социальных обязательств компаний с позиций концепции коллективных социальных инициатив.

В современном мире практика корпоративной социальной ответственности (КСО) набирает обороты не только в сфере интересов глобальных компаний, но и

компаний, действующих на национальных или региональных рынках в рамках одной страны. Формирование корпоративной нефинансовой или публичной отчетности является на сегодняшний день одним из инструментов социально-ориентированного поведения бизнеса, который понимает свое влияние на заинтересованные стороны и добровольно предпринимает дополнительные меры для удовлетворения их интересов. Здесь в первую очередь речь идет о крупных структурах, имеющих значительный вес в определенных отраслях, регионах, странах и на мировых рынках. Подотчетность и прозрачность именно таких бизнес-структур дает возможность заинтересованным сторонам быть в курсе не только их коммерческих проектов, но и экологической, социальной, финансовой составляющих деятельности корпораций, а также иметь представление о качестве управления, квалификации персонала, репутации компании и т.д. Поэтому целью представленного исследования является определение подходов крупных компаний Томской области к сущности КСО и отражение их социально-ориентированного поведения в отчетности. Задачи включают в себя, во-первых, рассмотрение социальных обязательств, которые реализуются многими компаниями в современных условиях; во-вторых, выявление на основе открытых источников информации крупных бизнес-структур региона; в-третьих, анализ публичной отчетности крупных компаний Томской области на предмет отражения в ней существующей практики социальной ответственности.

В рамках поставленных задач в первую очередь встает проблема понимания менеджерами компаний самой сущности КСО, а также поиска баланса в рамках социальных обязательств между стейкхолдерами.

В международной практике выделяют 4 вида социальных обязательств в рамках КСО [1, с.84-88]:

- экономические обязательства;
- юридические обязательства;
- этические обязательства;
- дискреционные обязательства.

Если рассматривать экономическую (формирование прибыли, производство надлежащего качества продукции при соответствующих затратах, предоставление рабочих мест, выплата кредиторской задолженности и т.д.) и юридическую (соблюдение законодательных норм) ответственность, то, как правило, компании (менеджеры) понимают и выполняют данные обязательства. Причем с точки зрения стейкхолдеров соответствие экономическим и юридическим нормам является обязательным. Что касается этических обязательств (соблюдение неформальных правил в деятельности фирмы), то хотя заинтересованные лица и ожидают их выполнение, но сами компании их не реализуют по многим причинам. Сюда можно отнести и международный характер деятельности, где существуют страновые различия по неформальным правилам делового оборота, непонимание менеджерами необходимости их соблюдения, удовлетворение менеджерами прежде всего личных интересов, а не интересов компании и др. Практика показывает, что несоблюдение этических обязательств может заканчиваться скандалами, конфликтами, из которых не всего фирмам удастся выйти успешно, восстановить доверие и продолжить функционирование. Дискреционные обязательства относятся к категории желательных для заинтересованных лиц и добровольно принимаемых бизнесом, включая в себя публичные связи, практику ответственного гражданства и концепцию полной корпоративной социальной ответственности. Как видим, в данное время использование принципов КСО не должно быть выбором, стоящим перед компанией, так как определенные

обязательства компании должны выполнять. Здесь речь скорее идет о механизмах реализации в практической деятельности. Все меры, предпринимаемые компанией в этом направлении, находят отражение в ее отчетности, которая является с одной стороны инструментом реализации КСО, а с другой – отражением ее результатов.

В России результаты социальных инициатив также находят отражение в отчетности компаний, которая носит комплексный и публичный характер. Формируется как обязательная отчетность (годовой отчет и бухгалтерская (финансовая) отчетность), так и добровольная (отраслевой, социальный, экологический отчет, отчет в области устойчивого развития) в соответствии с международной практикой и российскими рекомендациями. Данные тенденции рассмотрим на примере деятельности компаний Томской области. Для выбора организаций с целью исследования их социальной ответственности и отражения ее в отчетности можно использовать две методики:

- выявление крупных компаний (групп), функционирующих в экономике Томской области, на основе существующих рейтингов по финансовым показателям;
- на основе данных ЕГРЮЛ составление перечня компаний, являющихся по форме публичными компаниями, т.е. имеющих организационно-правовую форму в виде открытых акционерных обществ (ОАО).

У каждой методики есть свои достоинства и недостатки. В первом случае имеется возможность исследовать деятельность группы лиц (на основе консолидированных показателей), вклад которой в развитие региона, и не только Томской области, является значительным; можно проанализировать интегрированную отчетность; выявить социальные инициативы компаний, которые по форме не являются публичными (например, имеют организационно-правовые формы в виде обществ с ограниченной ответственностью (ООО), закрытых акционерных обществ (ЗАО) и прочие).

Вторая методика дает возможность проанализировать понимание и реализацию на практике КСО компаниями, не попавшими в перечень крупных, но успешно функционирующими на определенных социально-значимых рынках или в рамках небольшой территории (например, муниципального образования).

В нашем исследовании была использована первая методика с целью выявления социальных инициатив крупных компаний, ведущих деятельность в Томской области, так как она больше соответствует изначально поставленным задачам исследования. На основе данных журнала «Эксперт» (20 наиболее прибыльных крупнейших компаний Томской области, 2012 г. [2]), «Эксперт Сибирь» (100 крупнейших компаний Томской области, 2013 г. [3]), отчетности компаний был составлен перечень крупнейших компаний с выручкой за 2013 г. более 10 млрд. руб. В этот перечень были включены как группы лиц, так и отдельные компании в форме ОАО и других организационно-правовых формах, соответствующие указанному критерию. Основными параметрами исследования явились: соответствие отчетности обязательным требованиям (если это ОАО, то публикация в открытом доступе годового отчета общества и бухгалтерской (финансовой) отчетности), наличие других отчетов о деятельности согласно добровольно принятым обязательствам по раскрытию информации, отражение в отчетности подходов компании к сущности КСО, раскрытие в отчетности социальных обязательств, реализация концепции коллективных социальных инициатив. При формировании результатов исследования учитывалась только информация, отраженная в отчетности компании, а не публикации в СМИ и сообщения на корпоративных сайтах, хотя последние и

рассматривались в ходе анализа.

Таким образом, в соответствии с разработанной методикой, была осуществлена выборка бизнес-структур, осуществляющих деятельность в Томской области. Результаты отражены в таблице 1, где присутствует 7 компаний (групп лиц), результаты деятельности которых в 2013 г. превысили пороговое значение (по некоторым компаниям из-за отсутствия информации в отчетности были взяты показатели за 2012 г. по рейтингу Эксперт). В список вошли пять организаций в форме ОАО (публичные компании) и две – ООО. Все указанные общества входят в вертикально-интегрированные структуры.

Таблица 1 – Крупные компании Томской области (с выручкой выше 10 млрд. руб.)

Компания	Принадлежность в 2013 году (по основному владельцу)	Отрасль (доминирующая)	Объем реализации в 2013 году, млн. рублей	Отчетность в открытом доступе	Страница в сети для раскрытия информации
ОАО «Томскнефть» ВНК	НК «Роснефть» (50%)/Газпром нефть (50%)	Нефтяная и нефтегазовая промышленность	112 546,798	Годовая бухгалтерская отчетность, Годовой отчет 2008-2013	http://www.e-disclosure.ru/portal/company.aspx?id=622 , http://www.tomskneft.ru/
ОАО «КДВ»	КДВ Групп	Торговля	32 637,800*,* *	Годовая бухгалтерская отчетность, Годовой отчет 2007-2013	http://disclosure.1prime.ru/portal/default.aspx?emId=7017166840
ОАО «Востокгазпром», группа	Газпром	Нефтяная и нефтегазовая промышленность	31 712,000** (1 876,183)	Годовая бухгалтерская отчетность, Годовой отчет 2007-2013, Консолидированная финансовая отчетность (МСФО) 2006-2012	http://www.e-disclosure.ru/portal/company.aspx?id=17024 , http://vostokgazprom.gazprom.ru/
ОАО «Сибирский химический комбинат»	Росатом	Атомная промышленность	15 117,350	Годовая бухгалтерская отчетность, Годовой отчет 2008-2013, Отчет по экологической безопасности 2010-2013	http://www.e-disclosure.ru/portal/company.aspx?id=18186 http://www.atomsib.ru/
ОАО «Центрсибнефтепровод»	АК "Транснефть"	Транспорт и логистика	10 472,432	Годовая бухгалтерская отчетность, Годовой отчет 2008-2013	http://csib-tomsk.transneft.ru/

Компания	Принадлежность в 2013 году (по основному владельцу)	Отрасль (доминирующая)	Объем реализации в 2013 году, млн. рублей	Отчетность в открытом доступе	Страница в сети для раскрытия информации
ООО «Газпром Трансгаз Томск»	Газпром	Транспорт и логистика	36 034,30*	-	http://tomsk-tr.gazprom.ru/
ООО «Газпромнефть-Восток»	Газпром нефть	Нефтяная и нефтегазовая промышленность	12 469,50*	-	http://vostok.gazprom-neft.ru/

* Выручка за 2012 г. взята из данных [2]

**Выручка по группе лиц

Исследуемые публичные компании выполняют обязательные требования по раскрытию информации и публикации отчетности. Единственное, хотелось бы отметить ОАО «КДВ». Ни у данной организации, ни у группы «КДВ» не было найдено корпоративного сайта. Подтвердить информацию о выручке за 2012, 2013 г. ни по группе, ни по самому ОАО не получилось, так как на страничке раскрытия информации в месте размещения годовой бухгалтерской отчетности за 2013 г. выложено только аудиторское заключение по результатам аудита бухгалтерской (финансовой) отчетности за 2013 г. За 2012 г. ее просто нет, а за 2011 г. представлена бухгалтерская отчетность ОАО «Кемеровский кондитерский комбинат», хотя в годовом отчете за 2013 год сказано: «01 января 2009 года ОАО «КДВ» поставлено на учет в налоговом органе...» [4]. Из имеющихся годовых отчетов не выявляются подходы и осуществляемые обязательства в рамках КСО.

Что касается крупных компаний в форме ООО, то они не публикуют на добровольных началах ни бухгалтерскую отчетность, ни отчеты о деятельности, из которой можно судить о практике реализации социальных обязательств, хотя на корпоративных сайтах концептуальные подходы и конкретная информация имеются.

Из оставшихся компаний хотелось бы выделить в первую очередь отчетность ОАО «Сибирский химический комбинат» (ОАО «СХК») (группа Росатом, 9 дочерних компаний: ООО «Санаторий Синий Утес», ООО «Комбинат питания», ОАО «Опытно-демонстрационный центр по выводу из эксплуатации уран-графитовых ядерных реакторов», ООО «Северская телефонная компания», ООО «Управление автомобильного транспорта», ООО «Сибирский механический завод», ООО «СибРегионПромсервис», ООО «Прибор-Сервис», ООО «Энергосервисная компания»), которая соответствует не только обязательным требованиям, но и международным стандартам, положенным в основу Политики Госкорпорации «Росатом» в области публичной отчетности и фактических методических рекомендаций – Типовом стандарте публичной отчетности открытых акционерных обществ. Помимо обязательной отчетности, годового отчета, который по сути является обязательным, а по содержанию больше носит характер документа, отражающего позиции компании в области устойчивого развития, о чем прямо декларируется в нем [5, с.95], с 2010 г. составляется отчет по экологической

безопасности.

Из отчетности ОАО «СХК» мы видим три группы обязательств, которые компания для себя выстраивает: экономические, социальные и экологические. Они все органично вписываются в структуру социальных обязательств в рамках КСО, имеющую место быть в международной практике. Экономическая ответственность заявляется прямо, юридические обязательства прописываются во всех трех видах, этические обязательства раскрываются в годовом отчете и отчете по экологической безопасности, так как организация является предприятием ядерно-топливного цикла, отношение к которым в обществе неоднозначное. Поэтому ОАО «СХК», понимая свою ответственность, четко определяет, что «в своей деятельности стремится не только к высоким производственным результатам и экономической эффективности, но и к гармонии с окружающей средой, охрана которой является одним из приоритетных направлений его работы [6, с.6]». Дискреционные обязательства тоже прослеживаются в информации из годового отчета, хоть компания их отдельно и не выделяет (это и ориентация на принципы устойчивого развития с. 95, организация взаимодействия со стейкхолдерами, которому посвящается целый раздел годового отчета с. 174-184, оценка влияния ОАО «СХК» на развитие Томской области - региона присутствия с.168-174, социальная политика компании и т.д.).

Таким образом, концепция КСО и устойчивого развития ОАО «СХК», раскрываемая в отчетности, включает в себя экологические, экономические, социальные обязательства и взаимодействие с заинтересованными сторонами, непосредственная реализация которых находит отражение в практической деятельности.

Одним из результатов общественной оценки усилий, предпринимаемых компанией в сфере отчетности по корпоративной социальной ответственности и устойчивому развитию можно назвать ежегодный конкурс годовых отчетов, проводимый Московской биржей [7]. Так в 2012 году в номинации «Лучшее раскрытие информации для клиентов» ОАО «СХК» заняло 3-е место.

Группа «Востокгазпром» [8] (ОАО «Востокгазпром», дочерние общества ОАО «Томскгазпром», ЗАО «Метанол», ООО «Газтранссервис», ООО «Томскнефтегазпереработка», ОАО «Новосибирскнефтегазпереработка», ООО «Восток-Инфра», ООО «Сибирская нефтегазовая компания», дочернее общество ЗАО «Метанол» ООО «Сибирская метанольная химическая компания») является дочерней компанией ОАО «Газпром». Группа публикует обязательную отчетность, характерную для ОАО. Формируются только годовые отчеты по каждому из трех юридических лиц, по другим видам добровольных отчетов информации не представлено. Социальные обязательства группы в рамках КСО в основном определяются как реализация проектов, «способствующих развитию экономики Томской области и решению социальных проблем» [9]. Вся информация по социальным обязательствам раскрывается в годовых отчетах ОАО «Востокгазпром»*.

Реализуемые компанией проекты носят долгосрочный характер и направлены на развитие социальной инфраструктуры региона. Данные мероприятия можно

* Годовые отчеты, представленные на корпоративном сайте и на сайте раскрытия информации, различаются по форме и содержанию, так же как и размер совокупной выручки по группе лиц (31714,894 и 31712 млн. руб. соответственно).

рассматривать с позиции коллективных социальных инициатив (КСИ): долгосрочные коллективные решения компаний, некоммерческих организаций, органов власти по совместному решению проблем с использованием ресурсов и возможностей каждого участника, получением выгоды для всех. Данные КСИ «представляют собой наилучшее сочетание участия в делах общества и деловые стратегии» [1, с.98] и направлены на реализацию масштабных проектов, которые каждый из участников в одиночку не сможет осуществить.

1. Проект «Плавучая поликлиника», реализуемый с 2001 г. совместно с Администрацией Томской области. Долгосрочной социальной миссией здесь можно определить проблему нехватки качественных медицинских услуг в труднодоступных северных районах Томской области (Александровского, Парабельского, Каргасокского и Молчановского районов). В 2013 г. акция продлилась полтора месяца, специалистами было обследовано 6,5 тыс. жителей 39-ти поселков[10]. Мероприятия обеспечивают постоянный мониторинг здоровья жителей северных районов, выявление заболеваний на ранней стадии развития и оказание своевременной медицинской помощи. В данном проекте объединяются интересы многих участников: населения (получение квалифицированной медицинской помощи), органов власти различных уровней (обеспечение населения социальными услугами при невозможности организовать постоянно-действующие медицинские учреждения из-за малочисленности поселений) и самой компании, так как во многих указанных местах ведется непосредственная деятельность. Акции активно освещаются в СМИ.

2. Проект «Территория заботы»^{*}. Долгосрочная социальная миссия связана с невысоким качеством социальной инфраструктуры в районах области. В рамках проекта каждый год заключаются или продлеваются договоры с муниципальными образованиями о взаимном сотрудничестве по социально-экономическому развитию территорий присутствия компании в Томской области (Карагасокский, Парабельский, Бакчарский районы и г. Кедровый), которые предусматривают финансирование социальных проектов. В таблице 2 отражен непосредственный вклад группы Востокгазпром в развитие социальной инфраструктуры региона. Данные обязательства носят как добровольный характер, так и предусматриваются в рамках документов, дающих право на пользование недрами. В реализуемом проекте «Территория заботы» также сформирован баланс в рамках социальных обязательств между стейкхолдерами (компания, население, проживающие на территории присутствия, местные органы власти).

^{*} Информация рассматривается с 2007 г., когда стали публиковаться годовые отчеты

Таблица 2 – Вклад группы ОАО "Востокгазпром" в масштабные проекты, объединяющие интересы различных участников

Год	Каргасокский район	Парабельский район	Бакчарский район	г. Томск
2007	1. С. Каргасок, капитальный ремонт детского сада «Березка» (100 мест). 2. Строительство баскетбольной и волейбольной площадок на пришкольном стадионе школы № 2.	1. Ремонт объектов социальной сферы и начало строительства первого в районах области крытого ледового корта.		1. Спортивная площадка 300 кв.м. в школе-интернате «Басандайская жемчужина», где учатся дети с нарушениями опорно-двигательного аппарата.
2008	1. Капитальный ремонт детского сада «Максимка» (110 мест). 2. Завершение строительства стадиона возле школы № 2. (баскетбольно-волейбольная площадка, городошный корт, яма для прыжка легкоатлетов, трибуны для зрителей, беговая дорожка), 2,5 млн. руб.	1. Ремонт объектов социальной сферы и завершение строительства первого в районах области крытого ледового корта. 1000 кв. м. Общая сумма более 5 млн. руб. Первая очередь корта.		
2009	1. С. Средний Васюган капитальный ремонт детского сада. В рамках договора о взаимном сотрудничестве по социально-экономическому развитию территории Каргасокскому району было выделено 7,5 млн. руб. на поддержку социальной сферы.	1. Приобретение пассажирского катера, впервые появилось транспортное сообщение по воде в летний период между отдаленным от «большой земли» поселком Нарым и Парабелью.		
2010		1. Новый корпус гимназии, 200 мест, 25 млн. руб. Обязательства, связанные с выигранным конкурсом на право пользования недрами Сомовского лицензионного участка.	1. Капитальный ремонт родильного отделения ЦРБ, 1 млн. руб. Обязательства, связанные с выигранным конкурсом на право пользования недрами Сомовского лицензионного участка.	

Год	Каргасокский район	Парабельский район	Бакчарский район	г. Томск
2011	1. С. Каргасок, ремонт детского сада «Теремок», 7 млн. руб.	1. Завершение строительства второй очереди ледового корта и другие социальные проблемы, 23 млн. руб. Обязательства, связанные с выигранным конкурсом на право пользования недрами Сомовского лицензионного участка.	1. Благоустройство автомобильных дорог района, 1 млн. руб.	г. Кедровый
2012	1. С. Средний Васюган, ремонт врачебной амбулатории. В рамках договора о взаимном сотрудничестве по социально-экономическому развитию территории Каргасокскому району было выделено 7 млн. руб. на поддержку социальной сферы.	1. Реконструкция поликлиники Парабельской ЦРБ, по договору сумма составляет 16 млн. руб. на три года		1. Ремонт детского сада «Родничок», 120 мест, 1 млн. руб.
2013	1.С. Новоюгино ремонт детского сада (Около 8 млн руб. перечислил областной бюджет по целевой программе, вклад ОАО «Востокгазпром» в реализацию проекта – 7 млн. руб.)	1. Реконструкция поликлиники Парабельской ЦРБ, по договору сумма составляет 16 млн. руб. на три года.		1. С. Пудино, ремонт школы, рассчитан на два года, 7,5 млн. руб. в 2013 г.

Таким образом, концепция КСО группы ОАО «Востокгазпром», раскрываемая в отчетности, включает в себя социально-экономическое развитие территории присутствия. В то же самое время на корпоративном сайте говорится и про экономические обязательства (компания является одним из крупнейших налогоплательщиков Томска и Томской области) [9], и про экологическую ответственность (обеспечение охраны окружающей среды в соответствии с Экологической политикой ОАО «Газпром» и Политикой в области охраны окружающей среды, здоровья и безопасности на производстве – один из основных корпоративных приоритетов ОАО «Томскгазпром») [11].

Другие исследуемые компании Томской области с позиции КСО не отражают в отчетности так подробно свои обязательства.

ОАО «Томскнефть» ВНК (на 31.12.2013 16 дочерних обществ, все зарегистрированы в Томской области), общество является дочерней компанией аффилированных лиц ОАО «НК «Роснефть» и ОАО «Газпром нефть». Экологические обязательства приписаны в разделе 3.2.2. «Отраслевые риски по направлениям деятельности Общества». Компания «осознает характер, масштабы влияния собственной деятельности, продукции и услуг на окружающую среду, свою ответственность за обеспечение безопасных условий труда, защиту здоровья персонала и населения, проживающего в районах деятельности производственных

объектов. Общество гарантирует, что риски, связанные с воздействием на здоровье персонала и окружающую среду, находятся под его управлением» [12]. Экономические обязательства, например уплата значительных сумм налоговых платежей – за 2013 г. 72 964 268 тыс. руб. – прописана в разделе 5.3. Дополнительные финансовые показатели деятельности Общества за отчетный период. Кодекс корпоративного поведения не утвержден. Хотя на корпоративном сайте [13] имеется информация и по подходам компании в рамках КСО, и по конкретным проектам.

ОАО «Центрсибнефтепровод» (группа АК «Транснефть»), на 31.12.2013 г. три филиала и две компании (ЗАО «Томский завод электроприборов», ООО «Томскнефтестрой»), где рассматриваемая организация имеет право распоряжаться более чем 20% голосующих акций или долями. Представленная отчетность носит только обязательный характер. В Годовом отчете [14] прописаны только вопросы, указанные п. 8.2.3. Приказ ФСФР России от 04.10.2011 N 11-46/пз-н (ред. от 24.04.2012) «Об утверждении Положения о раскрытии информации эмитентами эмиссионных ценных бумаг», информации о социальных обязательствах компании в рамках КСО не отражено.

Таким образом, анализ показывает, что результатом происходящих изменений в сфере реализации ответственной деловой практики российских компаний, помимо формирования институтов, является все большая вовлеченность бизнеса в эти процессы. Одним из основных способов раскрытия информации об ответственном ведении бизнеса является добровольная нефинансовая отчетность, которая является следствием применения принципов КСО, с одной стороны, с другой – отражением использования социальных инициатив. В рамках проведенного исследования по крупным компаниям Томской области выявлены совершенно противоположные подходы бизнеса к формированию своей отчетности и отражению в ней социальных обязательств: от публикации только обязательных форм и отражения в них требуемых разделов, где нет целостного подхода к КСО, раскрытию информации о социально-ориентированном поведении, до полного добровольного раскрытия информации о своей детальности всем заинтересованным лицам по разным аспектам, в. т.ч. с позиций КСО и устойчивого развития.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта РГНФ (Корпоративная социальная политика: модельное представление, оценка эффективности), проект № 13-32-01004.

Список использованной литературы.

1. Пирс П Дж., Робинсон Р. Стратегический менеджмент. 12-е изд. – СПб: Питер, 2013. – 560 с.
2. 20 наиболее прибыльных крупнейших компаний Томской области [Электронный ресурс] // Эксперт Online. 2014. URL: <http://expert.ru/ratings/20-naibolee-pribylnyih-krupnejshih-kompanij-tomskoj-oblasti/> (дата обращения: 03.10.2014 г.).
3. 100 крупнейших компаний Томской области (2013 год) [Электронный ресурс] // Аналитический центр Эксперт Сибирь. 2014. URL: [http://expertsib.ru/top-kompanij-sibiri/top-100-tomskaya-oblast/100-krupnejshih-kompanij-tomskoj-oblasti-\(2013-god\)/](http://expertsib.ru/top-kompanij-sibiri/top-100-tomskaya-oblast/100-krupnejshih-kompanij-tomskoj-oblasti-(2013-god)/) (дата обращения: 03.10.2014 г.).

4. Годовой отчет ОАО «КДВ» 2013 [Электронный ресурс] // Прайм Раскрытие. 2014. URL: <http://disclosure.1prime.ru/portal/default.aspx?emId=7017166840> (дата обращения: 05.10.2014 г.).
5. Годовой отчет ОАО СХК 2013 [Электронный ресурс] // официальный интернет-сайт Сибирского химического комбината. 2014. URL: http://www.atomsib.ru/files/2013/annual_report2013_SHK.pdf (дата обращения: 15.09.2014 г.).
6. Отчет по экологической безопасности за 2013 год [Электронный ресурс] // ОАО «Сибирский химический комбинат». 2014. URL: http://www.atomsib.ru/files/2013/ecology_report2013.pdf (дата обращения: 15.09.2014 г.).
7. Конкурс годовых отчетов ОАО «Московская биржа» [Электронный ресурс] // ОАО «Московская биржа ММВБ-РТС». 2014. URL: <http://konkurs.micex.rts.ru/ru/default.aspx> (дата обращения: 20.04.2014 г.).
8. Годовая бухгалтерская отчетность ОАО «Востокгазпром» 2013 [Электронный ресурс] // Центр раскрытия корпоративной информации Интерфакс. 2014. URL: <http://www.e-disclosure.ru/portal/files.aspx?id=17024&type=3> (дата обращения: 20.04.2014 г.).
9. О компании ОАО «Востокгазпром» [Электронный ресурс] // ОАО «Востокгазпром». 2014. URL: <http://vostokgazprom.gazprom.ru/about/> (дата обращения: 20.09.2014 г.).
10. Годовой отчет ОАО «Востокгазпром» 2013 [Электронный ресурс] // ОАО «Востокгазпром». 2014. URL: <http://vostokgazprom.gazprom.ru/d/textpage/50/80/godovoj-otchet-vgp-za-2013.pdf> (дата обращения: 20.09.2014 г.).
11. Охрана природы [Электронный ресурс] // ОАО «Востокгазпром». 2014. URL: <http://vostokgazprom.gazprom.ru/ecology/> (дата обращения: 20.09.2014 г.).
12. Годовой отчет ОАО «Томскнефть» за 2013 год [Электронный ресурс] // ОАО «Томскнефть». 2014. URL: <http://www.tomskneft.ru/f/315/39/GO%20OAO%20TN%20VNK%20za%202013%20god.pdf> (дата обращения: 20.09.2014 г.).
13. Социальная ответственность [Электронный ресурс] // ОАО «Томскнефть». 2014. URL: <http://www.tomskneft.ru/social-responsibility/> (дата обращения: 20.09.2014 г.).
14. Годовой отчет ОАО «Центрсибнефтепровод» за 2013 г. [Электронный ресурс] // ОАО «Центрсибнефтепровод». 2014. URL: http://csib-tomsk.transneft.ru/u/section_file/66031/godovoi_otchet_za_2013_god.pdf (дата обращения: 20.09.2014 г.).

МЕЖДУНАРОДНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В УПРАВЛЕНИИ ПОСТАВКАМИ

А.В.Рябова

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: anuta_monya@mail.ru

Научный руководитель: Калмыкова Е.Ю., канд. эк. наук, доцент

В связи с расширением международной торговли возникает множество вопросов, связанных с условиями поставки товаров в зарубежные страны. Для решения таких задач были созданы специальные общепринятые коммерческие термины Инкотермс, определяющие обязанности экспортеров и импортеров. После анализа особенностей всех правил Инкотермс, а также примеров их неверного использования, были сделаны выводы о том, что данные термины имеют большое влияние на затраты предприятия.

Российские предприятия все более активно вовлекаются в международную деятельность под воздействием факторов международной интернационализации производства, а также процессов, которые происходят внутри страны. В первую очередь, следует отметить тенденцию свободы внешнеэкономической деятельности предприятий, которая дала возможность многим из них выйти на внешний рынок. Кроме того, неразвитость и отставание рыночных отношений в России, низкий платежеспособный спрос населения принуждают предприятия чаще обращать внимание на возможности зарубежных рынков.

Однако, наряду с этим, компаниям приходится сталкиваться с определенными проблемами перевозки грузов за рубежом, поскольку в каждой стране используют свои обозначения для отражения коммерческих условий сделки. В связи с этим, между продавцом и покупателем часто возникают недопонимания, которые, в конце концов, переходят в дополнительные затраты предприятий. Во избежание подобных ситуаций были разработаны специальные международные правила толкования наиболее часто используемых торговых терминов, которые называются Инкотермс (Incoterms).

Инкотермс – это принятые на международном уровне понятия, определяющие обязанности экспортеров и импортеров по отношению к поставкам и передаче ответственности за груз на различных этапах сделки.

Впервые, разработкой Инкотермс занялась Международная торговая палата (ИСС) в 1921 году, а в 1936 году идея воплотилась в жизнь - появились первые шесть правил. [1]

На сегодняшний день существует 11 правил Инкотермс 2010, которые были пересмотрены Международной торговой палатой и вступили в силу 1 января 2011. Они представлены в двух различных группах.

Первая группа включает семь правил Инкотермс 2010, которые могут применяться независимо от выбранного вида транспорта и количества используемых транспортных средств. К числу этих правил относятся EXW, FCA, CPT, CIP, DAT, DAP и DDP. Они могут использоваться, даже когда нет никакой морской перевозки вообще. Однако важно помнить, что эти правила могут также иметь применение в тех случаях, где судно используется для части перевозки. Для понимания разницы между правилами необходимо рассмотреть основные моменты по каждому термину Инкотермс: когда их следует применять, когда переходит риск, каким образом распределяются расходы между продавцом и покупателем. (см. рис.1)

• EXW (Ex Works / Франко завод) означает, что продавец поставляет товары в распоряжение покупателя в своем помещении (на складе или самом предприятии), не загружая товары на какое-либо транспортное средство. Также продавец не обязан выполнять формальности, необходимые для вывоза, если таковые применяются. Такой вариант является самым предпочтительным для экспорта, поскольку ответственность продавца за товар минимальна.

• FCA (Free Carrier / Франко перевозчик) – это когда продавец так же поставляет товары в распоряжении покупателя в своем помещении, но уже включая в свои обязанности погрузку товаров. В данном случае, продавец может быть ответственен за клиринг товаров для экспорта, к примеру, за заполнение электронной экспортной информации или EEI. Сторонам настоятельно рекомендуется наиболее чётко определить пункт в поименованном месте поставки, так как риск переходит на покупателя в этом пункте.

• CPT (Carriage Paid to / Перевозка оплачена до) подразумевает, что продавец поставляет товары через транспортную компанию в согласованное место, неся при этом все расходы по перевозке. По сравнению с предыдущими правилами, здесь продавец имеет больше риска, т.к. он передает товар уже в своем помещении и вынужден оплатить транспортировку товара.

• CIP (Carriage and Insurance Paid to / Перевозка и страхование оплачены до) означает то же самое, что и CPT (предыдущее правило), но к обязанностям продавца по заключению договора перевозки и уплате расходов по перевозке добавляется обязанность заключения договора страхования. Такая страховка должна покрывать риск утраты или повреждения товара во время транспортировки.

• DAT (Delivered at Terminal / Поставка на терминале) представляет собой ситуацию, когда продавец несет расходы, риск и ответственность, пока поставленные товары не будут разгружены в месте назначения: причал, склад, двор и т.д.. Продавец несёт все риски, связанные с доставкой товара и его разгрузкой на терминале в поименованном порту или в месте назначения.

• DAP (Delivered at Place / Поставка в месте назначения) используется, если продавец осуществляет поставку, когда товар предоставлен в распоряжение покупателя на прибывшем транспортном средстве, готовым к разгрузке, в согласованном месте назначения. Продавец несет расходы, риск и ответственность за доставку товаров до поименованного места.

DDP (Delivered Duty Paid / Поставка с оплатой пошлин) подразумевает, что продавец несет расходы, риск и ответственность за перевозку товаров в названное место назначения. Он также ответственен за оформление импорта, пошлины и налога. Таким образом, покупатель уже не является «ответственным импортером», он несет ответственность лишь за разгрузку товара. [1,2,3]

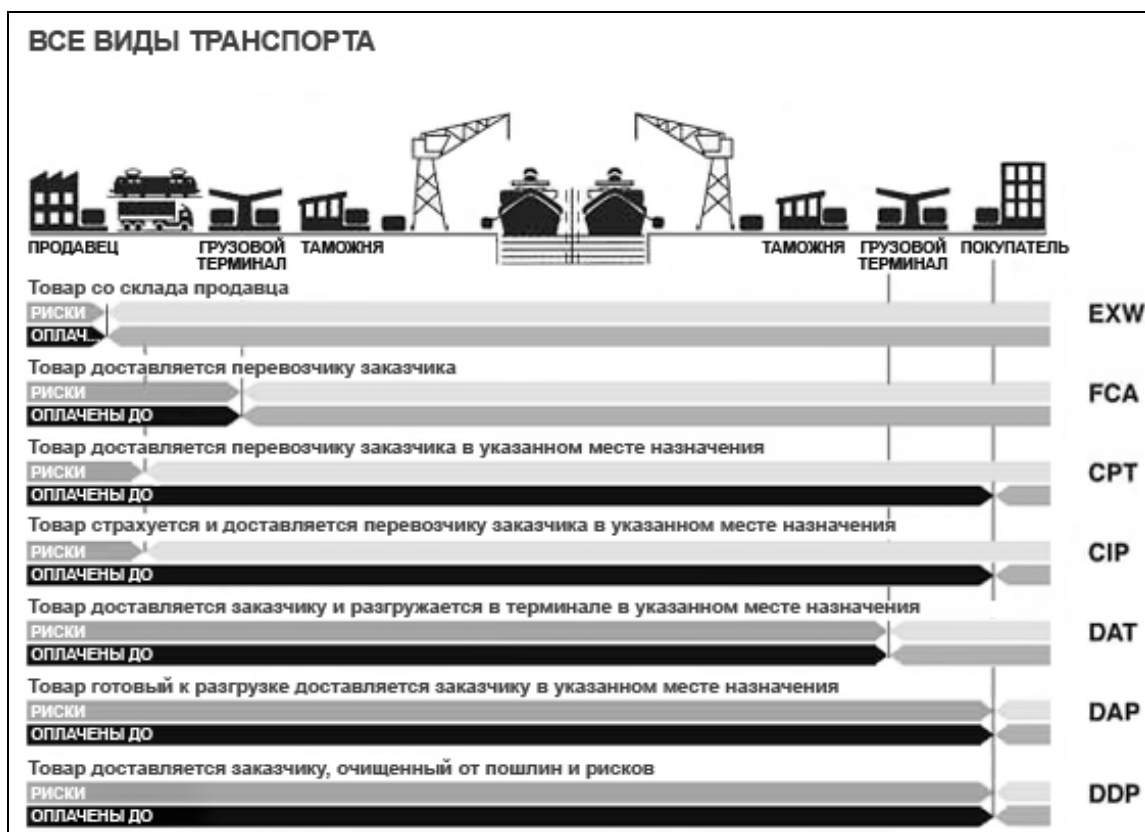


Рис.1. Первая группа терминов Инкотермс

Во второй группе терминов Инкотермс 2010 оба – пункт поставки и место, до которого товар перевозится покупателем, являются портами, и поэтому эти термины именуется «морские и внутренние водные правила». В эту группу входят оставшиеся четыре правила Инкотермс: FAS, FOB, CFR и CIF. (см. рис.2)

- FAS (Free Alongside Ship / Свободно вдоль борта судна) означает, что ответственность продавца по поставке товара заканчивается в тот момент, когда товар размещен вдоль борта номинированного покупателем судна (т.е. на причале или на барже) в согласованном порту отгрузки. С этого момента весь риск утраты или повреждения товара переходит на покупателя, включая также платеж всех транспортных затрат и расходов на страхование.

- FOB (Free on Board / Свободно на борту) применяется в ситуациях, когда обязательства продавца считаются выполненными только после поставки товара на борт судна в поименованном порту. В сравнении с предыдущим правилом, здесь продавец передает риски, связанные с утратами и повреждениями товара, лишь тогда, когда груз находится на борту судна, и с этого момента покупатель несет все расходы.

- CFR (Cost and Freight / Стоимость и фрахт) используется, если продавец поставляет товары на борт судна, передавая в этот момент покупателю риск утраты или повреждения товаров. Причем, в данном случае, продавец обязан заключить договор и оплатить все расходы и фрахт (т.е. плату за перевозку груза), необходимые для доставки товара до назначенного порта.

- CIF (Cost Insurance and Freight / Стоимость, страхование и фрахт) подразумевает то же самое, что и CFR, т.е. риск переходит к покупателю, когда груз

поставлен на борт судно, однако увеличиваются обязательства продавца. Кроме заключения договора и оплаты всех расходов и фрахта, продавец также должен заключить договор страхования, покрывающий риск утраты или повреждения товара во время перевозки. [1,2,3]



Рис. 2. Вторая группа терминов Инкотермс

Представленные выше пояснения не являются частью действующих правил Инкотермс 2010, их целью является помощь пользователю в аккуратном эффективном выборе соответствующего международного торгового термина для конкретной сделки. [1]

Также следует помнить, что сами правила Инкотермс не относятся к договорам на обслуживание, не определяют вытекающие из контракта права или обязанности (за исключением поставки). Они не защищают стороны сделки от их собственного риска или потерь. Инкотермс не являются законом, поэтому не могут указывать на какие-либо данные передачи, транспорта и поставки товаров.

В торговле сырьевыми товарами, в отличие от торговли готовыми изделиями, груз часто несколько раз последовательно продается в период перевозки. Если это имеет место, продавец в середине цепочки «не осуществляет отгрузку» товара, поскольку товар уже отгружен первым продавцом в этой цепочке. Поэтому продавец в середине цепочки выполняет свои обязанности в отношении покупателя, осуществляя не отгрузку товара, а предоставление отгруженного товара. С целью уточнения в соответствующие термины Инкотермс 2010 включена обязанность по «предоставлению отгруженного товара» как альтернатива обязанности по отгрузке товара в соответствующих терминах Инкотермс. [1]

Правила Инкотермс традиционно использовались в договорах продажи на международном рынке, где товары проходят через национальные границы. Однако, в различных областях мира торговые блоки, такие как Европейский союз, сделали формальности границы между разными странами менее значительными. Поэтому формально признается, что правила Инкотермс возможны для применения как к

продаже на международном рынке, так и во внутринациональных договорах купли-продажи. В результате правила Инкотермс 2010 в ряде пунктов чётко подчеркивают, что обязанность по осуществлению экспортно-импортных формальностей имеется только тогда, когда это применимо. [1]

Не смотря на такое обширное применение правил Инкотермс многие предприниматели зачастую допускают ошибки в выборе того или иного термина при заключении сделки с покупателем. Им приходится нести дополнительные затраты, но такие ошибки поправимы: накапливая опыт, компании со временем выбирают наилучшие условия сделки для себя. Однако, иногда предприятия не следят за изменениями правил Инкотермс и продолжают использовать устаревшие правила, в результате чего, также несут дополнительные затраты для своих компаний.

Ярким примером такого правила считается FOB (Свободно на борту) - одно из самых старых правил, которое много лет использовались, несмотря на то, что международная торговля постоянно развивалась, и Международная торговая палата прогрессивно изменила свои регулирующие положения. Тем не менее, компании продолжали применять теперь устаревшие Инкотермс при использовании определенных видов транспорта или типов товаров.

С одной стороны, эти пользователи могут быть правы, но они не знают о том, что могло потенциально произойти. На самом деле, международная торговля обусловлена выгодными отношениями обеих сторон: покупатель хочет купить, а продавец хочет продать. Но если работа идет не так, как надо, затраты неудачного договора и неправильного выбора Инкотермс могут возрасти к большим высотам. Не только это, но и хороший выбор Инкотермс предоставляет повышенную эффективность, более низкую цену и лучшее управление рисками работы.

Одной из причин такого выбора могут быть пробелы знаний. В наше время пособия по международной торговле, и в частности по использованию правил Инкотермс, не являются грандиозными. Большинство частных лиц, которые работают в крупных компаниях, ведущих активную деятельность на зарубежных рынках, получают их знание через опыт и ежедневную практику. Сегодня еще встречаются компании и преподаватели, говорящие такие вещи, как “Для продажи всегда используем FOB, для покупки всегда используем CIF”. Для компаний также свойственно прилагать усилия, чтобы сократить производственные затраты по мере возможности, но впоследствии игнорировать важные аспекты и создавать огромные затраты в логистических транспортных процессах. Очевидно, что знание может помочь нам проводить операции лучше и сокращать затраты и риски.

В случае с FOB для сокращения затрат продавцу необходимо взять на себя ответственность за расходы, связанные с управлением товарами в порту отправления. В зависимости от страны, эти расходы могут называться по-другому, например ТНС (услуги, по погрузке и выгрузке контейнера с борта судна на контейнерный терминал). По правилу FOB покупатель берет на себя ответственность за груз, во многих случаях это включает и погрузку товара. Однако эти операции уже включены в ТНС, которые оплачивается поставщиком. В результате, за одни и те же операции платится дважды: один раз покупателем и один раз продавцом. Это уже дополнительные потери.

Помимо этого, неправильное использование правил Инкотермс будет нести большую сумму рисков в международной сделке. Так, в начале сделки продавец принимает риск грабежа, риск нарушения договора, риск таких затрат, как стои-

мость пребывания контейнера в выходном портовом терминале при задержке судна и т.д.

Если подсчитать все потенциальные затраты, которые может понести продавец при неправильном выборе Инкотермс, то окажется, что такие сделки совсем не выгодные для компании. В будущем, эти издержки могут сильно повлиять на цену товара, спрос на продукцию уменьшится, и предприятие начнет нести убытки, хотя первоначально выход на зарубежные рынки казался очень перспективным.

Исходя из приведенных выше аспектов, можно сделать вывод, что предприятиям не стоит опираться на устоявшиеся принципы использования правил Инкотермс. Главную роль играет именно профессионализм, это главная причина, почему стоит правильно применять Инкотермс в целом. Это означает, что для того, чтобы быть профессионалом Международной торговли, необходимо использовать такие инструменты в достигаемости должным образом.

Список использованной литературы.

1. Инкотермс 2010 [Электронный ресурс] // Международная торговая палата ICC. Мировая бизнес-организация. 2011. URL: <http://incoterms.iccwbo.ru/pravila-incoterms-inkoterms> (дата обращения 21.10.2014 г.)

2. Нормативные документы. Инкотермс 2010 [Электронный ресурс] // Express-Interfracht RUS. Rail Cargo Austria Group. 2011. URL: http://www.sp-express.ru/laws/laws_1.html (дата обращения 19.10.2014 г.)

3. Инкотермс 2010 [Электронный ресурс] // Информационно-аналитический портал «Тамогня.ру». 2011. URL: http://www.tamognia.ru/incoterms_2010/ (дата обращения 19.10.2014 г.)

ИМИДЖ ДЕЛОВОГО ЧЕЛОВЕКА

Д.Д. Саврасова

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: daryasavrasova@yandex.ru

Научный руководитель: Карпова А.Ю., канд. соц. наук, доцент

Первыми, кто начал работать над созданием имиджа, стали американские экономисты, которые занимались предпринимательством. Стэнли Болдуин – американский экономист, который в 1960 году ввел в деловой оборот понятие «имидж», а также обосновал его важность для процветания бизнеса [1].

Однако еще в средневековье мыслитель Никколо Макиавелли доказал полезность имиджа для политики [2]. В особенности, он указал, что государственное лицо должно иметь соответствующую маску, которую в то время называли личиной.

В настоящее время спрос на имидж заметно возрастает и, в следствие этого, зарождается новая профессия – имиджмейкер – специалист по созданию личного имиджа человека, а также имиджа политических и деловых структур (общественной организации, политической партии). Проблемами технологии реализации имиджа и имиджем в целом занимается прикладная наука имиджелогия (термин введен в 1990 году), целью которой является научное обоснование создания модели достойного

поведения, привлекательного имиджа, которые соответствуют жизненным ситуациям человека.

«Я есть то, чем признают меня окружающие». У. Джеймс [3].

Специалисты выделяют две основные функции имиджа:

1. Технологическая. Функция заключается в создании привлекательного образа, позволяющего войти в необходимую социальную среду и привлечь к себе внимание, а также установить дружелюбные отношения со всеми окружающими. От недостатков человека окружающих можно отвлечь с помощью правильного макияжа, прически, аксессуаров, одежда и т.д. Привлекательный имидж невольно притягивает людей.

2. Ценностная. Функция связана с тем, что вокруг управленца создается ореол привлекательности, в результате чего личность становится раскованной, социально востребованной, стремительно проявляет свои лучшие качества: симпатию к окружающим, доброжелательность, терпимость и такт. В результате человек находится в отличном настроении и становится значительно увереннее в себе.

Перед выбором стиля одежды необходимо изучить общество, в котором человеку придется находиться или же аудиторию, перед которой нужно будет выступать. Нужно всегда помнить о том, что окружающим нравятся те, кто на них похож, поэтому нужно стараться соответствовать стилю атмосферы, в которой скоро окажешься.

Также необходимо учитывать то, что в большинстве крупных компаний принят дресс-код – строго определенный стиль внешнего вида.

Внешний вид не должен отвлекать от сути дела, поэтому следует одеваться солидно и сдержанно, а не эффектно и небрежно. Однако женщине не следует одевать строгий костюм, похожий на мужской, для выступления перед мужской аудиторией. В таком случае женственность пойдет на пользу, если в целом поведение будет соответствовать поставленным целям. Готовиться следует заранее, а не в последний момент.

Имидж должен быть динамичным и подвижным, изменяться в зависимости от изменений моды (естественно, в разумных пределах).

В большинстве случаев люди воспринимают друг друга по внешнему виду, в основном, по лицу. Практически каждый из нас всегда концентрирует внимание на лице своего собеседника, в особенности на его глазах. Менеджеры должны обладать умением мгновенно считывать информацию с лица подчиненного или делового партнера, так как это помогает моментально подобрать ключ к общению.

Список используемой литературы:

1. Панасюк А. Ю. Формирование имиджа. Стратегия, психотехнологии, психотехники. – М.: ОМЕГА-Л, 2008. – 266 с.

2. Панасюк А. Ю. Имидж. Энциклопедический словарь. – М.: РИПОЛ классик, 2007. – 768 с.

3. Политическая имиджелогия / Под ред. А. А. Деркача, Е. Б. Перельгиной и др. – М.: Аспект Пресс, 2006. – С. 367–377.

УПРАВЛЕНИЕ КОНФЛИКТАМИ В ОРГАНИЗАЦИИ

Д.Д. Саврасова

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: daryasavrasova@yandex.ru

Научный руководитель: Карпова А.Ю., кандидат соц. наук, доцент

Также как у большинства фундаментальных терминов конфликт имеет множество толкований и определений. С позиции управления предприятием конфликт – это недостаток согласия между двумя, а также более сторонами, которые являются определенными лицами, неформальными или формальными группами. Каждая из сторон делает все для того, чтобы ее цель и точка зрения были приняты, а также пытается мешать другой стороне добиться своего.

Конфликт чаще всего ассоциируется с войной, ссорами, угрозами, агрессией и т.д. В итоге существует мнение, что конфликт – это нежелательное явление и по возможности его следует избегать. К конфликту так относятся последователи школы научного управления, классической школы и приверженцы концепции бюрократии по Максус Веберу. В рамках данных школ считали, что наличие иерархической системы, разработка правил и процедур, рациональное распределение задач между сотрудниками и подразделениями на предприятии устранят причины появления конфликта.

Последователи школы человеческих отношений также считают конфликт нежелательным явлением. В этой школе он рассматривался в виде результата неэффективного руководства предприятием. Также считалось, что благоприятные взаимоотношения могут избавить организацию от возникновения конфликтов. [1]

В настоящее время специалисты по управлению персоналом считают, что конфликт в организации как возможен, так и бывает желателен. Естественно, конфликты чаще всего имеют отрицательный характер. К примеру, человек может спорить потому, что он просто не может не спорить. Группа может принять решение спорщика только потому, что желает избежать конфликта, а это может снизить эффективность предприятия в целом. Однако во многих случаях конфликт может выявить разнообразные точки зрения, большое число альтернатив, может дать дополнительную информацию и т.п. Именно это помогает людям удовлетворить свои потребности во власти и уважении.

В результате можно сделать вывод, что конфликт многофункционален и может привести к повышению эффективности предприятия или же быть деструктивным и привести к снижению эффективности, группового сотрудничества и личной удовлетворенности. Таким образом, роль конфликта зависит только от того, насколько эффективно им управляют в организации. [3]

У каждого из конфликтов есть несколько своих причин. Основными причинами конфликта считаются плохие коммуникации, различия в уровне образования, в манере поведения, различия в ценностях и представлениях, взаимозависимость заданий, а также ограниченность ресурсов, которые необходимо делить.

Функциональные последствия конфликта:

1. Проблема может решиться таким путем, который подходит для каждой стороны, и, в результате, каждая сторона будет чувствовать свою причастность к решению проблем, а это – мотивирующий фактор. Это поможет свести к минимуму

или устранить трудности в принятии решений: принудительность поступать против воли, несправедливость и враждебность.

2. Каждая сторона будет больше расположена к сотрудничеству друг с другом, а не к антагонизму в последующих ситуациях, которые могут привести к конфликтам.

3. С помощью конфликта уменьшается возможность появления синдрома покорности, при котором подчиненные не высказывают своего мнения и своих идей, если считают, что они противоречат начальству. Этот фактор приводит к совершенствованию процесса принятия каких-либо решений.

4. Через конфликт обе стороны могут проработать все возможные проблемы до начала выполнения решения.

Дисфункциональные последствия конфликта:

1. Снижение производительности, рост текучести кадров, плохое состояние духа, неудовлетворенность работой.

2. Наименьшая степень сотрудничества в ближайшем будущем.

3. Довольно сильная преданность своей группе, больше непродуктивной конкуренции с другими.

4. Принятие другой группы «врагом» (то есть мысли о том, что свои цели положительные, а цели другой группы – отрицательные).

5. Ограничение общения и взаимодействия между конфликтующими.

6. В результате ограничения общения и взаимодействия между конфликтующими сторонами увеличивается враждебность между ними.

7. Придание победе большего значения, чем решению проблемы (смещение акцента).

В настоящее время специалисты выделяют несколько межличностных стилей разрешения конфликтных ситуаций: решение проблемы, принуждение, компромисс, сглаживание, уклонение. Решение проблемы – это стиль, которые предпочитают в таких ситуациях, когда требуется разнообразие данных и мнений. Данный стиль характеризуется признанием разницы во взглядах, а также столкновением этих взглядов, чтобы в результате найти решение, приемлемое для конфликтующих сторон. Наиболее эффективные и крупные организации чаще всего применяют данный стиль в разрешении конфликтных ситуаций. [2]

Список использованной литературы:

1. Основы психологии и педагогики: практикум для студентов всех специальностей и всех форм обучения / И. Г. Шупейко, А. Ю. Борбот, Е. М. Доморацкая, Д. А. Пархоменко – Минск : БГУИР, 2008.

2. Зубок Ю. А. Конфликты // Знание. Понимание. Умение. – 2005. – № 2. – С. 179–182.

3. Вдовина М. В. Межпоколенческие отношения: причины конфликтов в семье и возможные пути их разрешения // Знание. Понимание. Умение. – 2009. – № 3 – Социология.

ИССЛЕДОВАНИЕ СУЩНОСТИ И ВЗАИМОСВЯЗИ ПОНЯТИЙ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ, ЛИКВИДНОСТИ И ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

А.Б. Самсонова, Т.В. Конорева*

Филиал «Омское моторостроительное объединение им. П.И. Баранова» ФГУП
«НПЦ газотурбостроения «Салют», г. Омск

*Финансовый университет при Правительстве РФ, Омский филиал, г. Омск

E-mail: t.v.konoreva@mail.ru

В статье актуализируется интерес к финансовому состоянию компании, обобщаются подходы к определению таких понятий как финансовая устойчивость, платежеспособность и ликвидность организации. Уделено внимание обоснованию важности управления финансовой устойчивостью, выделены как микро-, так и макроэкономические факторы. Особый интерес представляет авторская трактовка соотношения исследуемых понятий.

В связи с развитием рыночных отношений анализ финансового состояния организации сегодня приобретает новые обороты. Особенно это наблюдается в средних и крупных организациях, в частности акционерных обществах.

Интерес к анализу финансового состояния объясним, во-первых, тесной связью между предприятиями не только в черте одного города, региона, но и даже стран. Например, колебания финансового состояния одной компании может породить падение или рост акций других, а значит и изменение их капитала, что в свою очередь повлияет на их платежеспособность и финансовую устойчивость. Неблагоприятные изменения финансового состояния одной организации несут риск каскадных неплатежей ее контрагентов и их бизнес-партнеров.

Во-вторых, современные финансовые институты (банки, страховые компании), инвесторы и собственники компаний так же проявляют интерес к финансовому состоянию конкретной компании, например, с целью выдачи кредита или дальнейшего инвестирования проекта. Подтверждение финансовой устойчивости организации служит для различных контрагентов определенной гарантией безопасности принимаемых ими решений.

И наконец, в-третьих, самое серьезное внимание к оценке финансовой устойчивости в последнее время проявляется со стороны топ-менеджеров компаний. Знания основ финансового анализа, умения руководителей определять и прогнозировать финансовую устойчивость и платежеспособность руководителями существенно повышают уровень эффективности принимаемых управленческих решений, связанных с инвестиционной активностью как с точки зрения вложений во внеоборотные активы, развития новых направлений в бизнесе, так и в сфере рынка ценных бумаг. Сегодня наблюдается устойчивый интерес и востребованность знаний по финансовому менеджменту именно со стороны высшего руководства компаний. Основными целями получения профессиональной компетенции являются возможности их применения для усиления контроля за финансовой стороной деятельности, а также для постановки корректных задач финансовым службам директоратом организаций.

Таким образом, определение финансовой устойчивости организации важно для широкого круга пользователей от внешних до внутренних. С позиции внешней среды финансовая устойчивость организаций определяет здоровую конкурентоспособ-

ную среду для компаний и потребителей одного отраслевого сегмента. Внутренние аспекты финансовой устойчивости связаны с увеличением шансов компании на повышение эффективности бизнеса в целом, обеспечением стабильного функционирования, а также развития.

Важное значение имеет в настоящее время определение терминологии в данной области. Целью нашего исследования является выявление взаимосвязей и взаимозависимостей финансовой устойчивости, ликвидности и платежеспособности организации для выработки в дальнейшем приемлемой системы показателей их оценки для машиностроительных предприятий, а также рекомендаций по управлению финансовой устойчивостью организации.

Финансовое состояние компании зависит от его финансовой устойчивости и платежеспособности. Определение сущности этих понятий имеет большое значение для выработки единых механизмов управления финансовыми процессами.

Устойчивость – это способность системы сохранять текущее состояние при влиянии внешних воздействий.[1] То есть компания устойчива тогда, когда она имеет стабильно-текущее состояние при воздействии внешних факторов (конкуренты, политика государства и т.д.).

Однако следует помнить, что внутренняя среда организации или компании представляет собой ядро всей системы (см. Рис. 1), а значит, чем устойчивее будет внутренняя среда организации, тем устойчивее она будет в условиях внешней среды.



Рис. 1. Внешняя и внутренняя среда организации

Таким образом, устойчивость компании – это состояние ее равновесия, предполагающее своевременную экономическую и финансовую адаптацию к изменениям внутренней и внешней среды.

По мнению Паршенцева А.С., на финансовую устойчивость предприятия оказывают влияние ряд факторов:

- положение предприятия на товарном рынке;

- производство и выпуск дешевой, качественной и пользующейся спросом на рынке продукции;
- его потенциал в деловом сотрудничестве;
- степень зависимости от внешних кредиторов и инвесторов;
- наличие неплатежеспособных дебиторов;
- эффективность хозяйственных и финансовых операций и т.п.» [2]

На наш взгляд, несколько сомнителен фактор выпуска дешевой продукции для финансовой устойчивости, так как от ценового сегмента как такового финансовая устойчивость не зависит. Другие названные факторы, несомненно, оказывают влияние на формирование финансово устойчивого положения организации.

Финансовая устойчивость, являясь важнейшим компонентом общей устойчивости компании, выражается через состояние финансовых ресурсов, их формирование, распределение и использование с целью роста прибыли и капитала при условии сохранения платежеспособности компании. Финансовая устойчивость – показатель на долгосрочную перспективу [3]. Но не следует забывать и о кратковременных аспектах финансовой устойчивости, выражающихся в платежеспособности компании, как частном случае финансовой устойчивости.

Можно выделить три основных условия финансовой устойчивости компании:

1. Сбалансированность доходов и расходов компании. Следует помнить о целесообразности проведения операционного анализа и выявлении точки безубыточности организации. Залогом же обеспечения этого условия является использование результатов такого анализа для оперативного и стратегического управления издержками.

2. Доходы и расходы компании формируют денежные потоки. Устойчивое превышение доходов над расходами, являясь долгосрочным условием финансовой устойчивости компании, обеспечивает положительный денежный поток. В то же время превышение расходов над доходами в краткосрочном аспекте может вообще не отразиться на изменении финансовой устойчивости, а иногда, наоборот, обеспечить в дальнейшем ее повышение за счет положительного денежного потока в будущем, например, от инвестиционных вложений, когда эффект срабатывает в отложенном периоде. Финансовая устойчивость зависит от текущей (операционной) деятельности организации, ее финансовой и инвестиционной деятельности. Поскольку в финансовом менеджменте выделяют 3 вида денежных потоков (операционный, инвестиционный и финансовый), то можно утверждать, что компания финансово устойчива тогда, когда денежные потоки этой компании сбалансированы.

3. Финансовая устойчивость рассчитывается через такие показатели как коэффициенты автономии, маневренности, капитализации и др., а это означает, что для оценки финансовой устойчивости используется бухгалтерский баланс компании. Сбалансированность активов и пассивов компании, их оптимальная структура также влияет на ее финансовую устойчивость.

Таким образом, залог стабильной финансовой устойчивости компании – выполнение всех трех условий. Если под финансовой устойчивостью понимать некое состояние, часть общей устойчивости, которое характеризуется рядом разноплановых финансовых характеристик, то платежеспособность является более узким показателем. Из понимания финансовой устойчивости, приведенного нами, видно, что платежеспособность организации является частью финансовой устойчивости компании, а не наоборот.

Платежеспособность – способность организации своевременно и полно погашать свои задолженности. Платежеспособность предполагает наличие у организации денежных средств и их эквивалентов, достаточных для проведения таких расчетов. Платежеспособность, таким образом, характеризует финансовую устойчивость в кратковременном аспекте, когда компания в состоянии рассчитаться с долгами, требующими погашения в данный момент времени. Однако в теории и практике финансового управления различают платежеспособность текущую и долгосрочную. Текущая платежеспособность предполагает способность организации рассчитываться по краткосрочным обязательствам. Способность покрытия долгосрочных обязательств характеризует долгосрочную платежеспособность. Принципиальная разница в расчетах двух видов платежеспособности заключается в учете основных средств для определения долгосрочной платежеспособности в связи с тем, что возникают некоторые трудности при реализации основных средств в срочном порядке, хотя и в этом случае имеются исключения в некоторых видах основных средств («легковой транспорт, предметы дизайна офиса и некоторые другие объекты, которые имеют высокую привлекательность для потребителя» [4, с. 84]).

Платежеспособность зачастую путают с ликвидностью.

Прежде всего, следует различать ликвидность активов и ликвидность баланса.

Ликвидность активов – способность компании превращать свои активы в наличность. Ликвидность баланса – это степень равенства между обязательствами организации и ее активами, срок превращения которых в деньги соответствует сроку погашения обязательств.



Рис. 2. Соотношения понятий «финансовая устойчивость», «платежеспособность», «ликвидность»

Таким образом, ликвидность баланса является одним из условий финансовой устойчивости компании, а ликвидность активов – условием платежеспособности (см. рис. 2).

Если анализировать данные понятия по критерию времени, то их можно представить так (см. рис. 3): финансовая устойчивость характеризуется долгосрочной перспективой, платежеспособность – это состояние компании в какой-то период, а ликвидность – это состояние компании в конкретный промежуток времени.

Итак, термин «финансовая устойчивость» – понятие, включающее в себя «платежеспособность» и «ликвидность». Ликвидность при этом представляется промежуточным звеном между платежеспособностью и финансовой устойчивостью компании. Тем не менее, все три понятия используются на практике с целью проведения анализа финансового состояния организаций и являются основными для определения конкурентоспособности компании на рынке.

Такой подход к установлению взаимосвязи между данными понятиями позволяет финансовому менеджеру выявить и позиции взаимовлияния, которые не являются столь однозначными. Представляется, что управление процессами ликвидно-

сти активов и баланса позволяет добиться текущей и долгосрочной платежеспособности и, в конечном счете, способствовать повышению финансовой устойчивости.

Определенность взаимосвязей и взаимозависимостей исследованных понятий предопределяет процессы управления ими и поиска резервов улучшения финансового состояния.

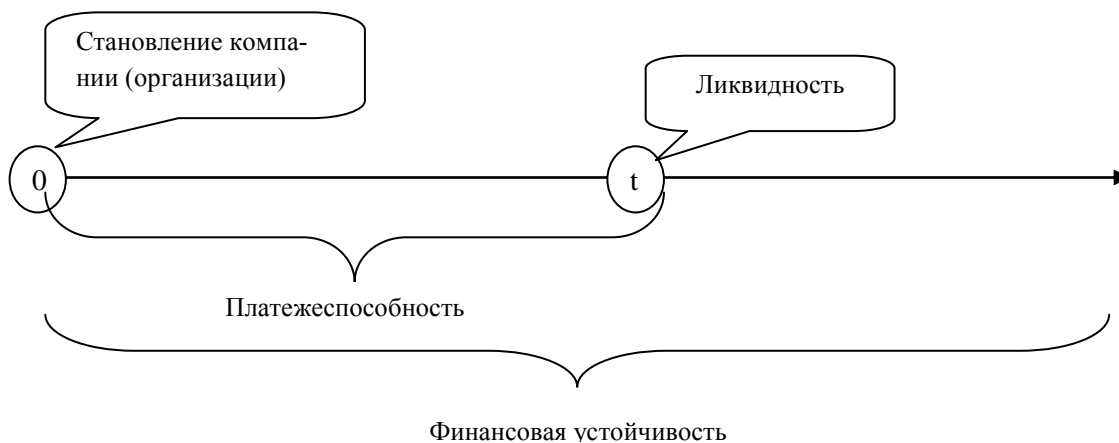


Рис. 3. Трактовка «финансовой устойчивости», «платежеспособности», «ликвидности» по критерию времени

Список использованной литературы.

1. Википедия [Электронный ресурс] // URL. <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D3%F1%F2%EE%E9%F7%E8%E2%EE%F1%F2%FC> (дата обращения: 01.10.2014 г.).

2. Паршенцев А.С. Финансовая устойчивость предприятия // Современные наукоемкие технологии. – 2005. – № 2. – С. 66-67. URL: www.rae.ru/snt/?section=content&op=show_article&article_id=3770 (дата обращения: 17.10.2014).

3. Математический форум [Электронный ресурс] // URL. <http://mathhelpplanet.com/static.php?p=finansovaya-ustoychivost-i-dolgosrochnaya-platezhеспособnost> (дата обращения: 10.10.2014 г.).

4. Ефимова О.В. Финансовый анализ. – М.: Изд-во «Бухгалтерский учет», 2002. – 528 с.

СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ МЕНЕДЖМЕНТА В РОССИИ

В.О. Слинько, К.В. Кузнецова

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: kseniakv@mail.ru, vika_slinko@bk.ru

Научный руководитель: Давлетгареев Н.Р., старший преподаватель.

Выявлены некоторые особенности современной модели управления на российском предприятии. Они заключаются в следующем: иерархическая модель управления с жесткой централизацией, большая зависимость персонала от злоупотреблений менеджеров своими полномочиями, закрытость предприятия от внешней среды, непрозрачность принимаемых решений, отсутствие гибкости главных менеджеров, их неспособность учитывать влияние различных факторов и изменений под действием внутренних и внешних условий. Подчеркивается, что качества, характерные для русского национального характера, такие как высокий потенциал для достижения целей, трудолюбие, самопожертвование, смогут сгладить установленные негативные особенности российской модели управления и превратить их в реальные конкурентные преимущества.

Сложно назвать более важную сферу деятельности, чем управление или менеджмент, от которого зависит как эффективность производства, так и удовлетворение потребностей людей в услугах и товарах.

Если сопоставлять российский менеджмент с американским и японским, то можно сказать, что он сочетает в себе черты обоих, что во-первых, отвечает особенностям рынка России, а во-вторых, позволяет бизнесу качественно функционировать в сложных, переменчивых условиях.

Если говорить в общем, то история российского менеджмента состоит из четырех основных этапов, продолжительность которых невелика, так как развитие менеджмента в России началось с середины 1980-х годов в результате социально-политических преобразований, которые носят название "перестройка".

Первый этап развития, который пришелся на конец 1980 года, характеризуется прежде всего возникновением так называемых менеджеров-антрепренеров, целью которых было собственное обогащение вне зависимости от выбранной сферы деятельности или же отрасли. Хозяйствующие субъекты носили название кооперативов и позволяли их менеджерам приобретать необходимый опыт и навыки управления коллективом, взаимодействия с контактными аудиториями, в том числе и с органами государственной власти, а так же освоения новых рынков и производств.

Второй этап развития, который пришелся на период с 1992 по 1998 года, главным образом связан с появлением необходимости создания нового типа менеджеров для сложившейся в России территориальной и отраслевой производственной структуры экономики, когда производство товаров должно было осуществляться в новейших условиях. Производственно-хозяйственные связи с предприятиями, которые были расположены в республиках бывшего Советского Союза, разрушились, требовался поиск новых источников сырья, рынков сбыта. На данном этапе произошло четкое разделение менеджеров на 3 типа: наемный персонал, антрепренеры и хозяйственники.

Следующий этап развития, который начался примерно в 1998 г., характеризуется тем что, возникают группы профессиональных управленцев в таких отраслях и сферах как, консалтинговые, инвестиционные услуги, а также на новых рынках.

Четвертый этап определяется характерными признаками: увеличение доли профессиональных, квалифицированных менеджеров, работающих практически во всех отраслях и сферах производства и обслуживания.

За рубежом, например, накоплен опыт управления в области торговли, промышленности, сельского хозяйства и так далее за счет непосредственного участия людей в управленческой деятельности. Этот опыт обогащается за счет мировых достижений в практической организации экономических процессов и знаний основ науки управления.

В нашей же стране сформировалась психология так сказать подозрительного отношения к менеджменту за счет многолетнего монопольного господства командно-административной системы управления.[1] Менеджмент, с присущими ему принципами автономии, мотивации, децентрализации, ну никак не вписывался в систему российских командных методов и не воспринимался.

Система управления сложившаяся в России, часто отвергала квалифицированных специалистов, поскольку требовала руководителей типа – “командир производства”. Так же можно отметить, что подготовка специалистов в области управления практически не осуществлялась. Одной из причин системного кризиса российского общества и экономики явилась безграмотность в области управления.

В начале 90-х годов отношение к управлению начало изменяться. Демократизация общественной жизни России позволила широким слоям населения ознакомиться с накопленным мировым опытом теории и практики в области управления. Необходимому изучению и использованию опыта в области менеджмента способствовал переход к рыночной экономике, так же приобретение самостоятельности предприятий и рост конкуренции.

Российский менеджмент имеет ряд общих и специфических черт. Основные факторы, которые определяют особенности современного менеджмента, рассматриваются в научной литературе по-разному.

Первый подход основывается на исследованиях антропологических особенностей людей, национального менталитета и социальных ценностей, которые формируются исторически и находят свое проявление во взаимоотношениях между людьми.[2] В процессе становления национальной системы менеджмента это невозможно не учитывать. Ученные выделяют ряд генетических, исторических, природно-климатических факторов, которые определяют менталитет как «код», определяющий социальное поведение одного человека и всей нации. Под менталитетом понимается подсознательная социально-психологическая «программа» действий и поведения отдельного человека, группы людей и нации в целом, которая проявляется в практической деятельности народа. Таким образом, менталитет - важнейшее звено национального управления. Модель российского менеджмента должна иметь свое специфическое содержание, соответствующее национальным особенностям менталитета.

Иной взгляд выявления основных факторов, которые характеризуют особенности российского управления, предполагает их сбалансированную оценку. Влияние особенностей на развитие эффективного управления в России может быть как положительным, так и отрицательным. Изучение специфических особенностей управления в России имеет такую цель, как определение характеристик. Которые в свою очередь способствуют пониманию ограничений, существующих в национальной системе управления. А с другой стороны - могут послужить реальным конкурентным преимуществом предприятий при их интеграции в глобальную мировую экономику.

Множество ученых заботит вопрос о том, как и какие эффективные методы управления должны применяться для становления благополучного менеджмента на российских предприятиях с учетом особенностей национального менеджмента.

Российская модель управления - это динамично развивающаяся система. Понять сущность этой системы можно исходя из анализа базовых ценностей и специфического менталитета россиян.

Выявленные ранее российскими историками черты, которые присущи российскому национальному характеру, продолжают существовать и в настоящее время. К таким чертам можно отнести: противоречивость, осторожность, осмотрительность, расчетливость, великодушие, так же склонность к коллективной работе, потребность в централизации и т.д.[3] Они отражаются нередко в специфических формах в системе ценностей и требуют обязательного учета в формируемой национальной системе менеджмента.

Эту особенность национальной системы ценностей, а так же умение сочетать европейскую идею индивидуализма и азиатскую идею коллективизма надо использовать в процессе становления системы менеджмента в России. Историей доказано, что использование особенностей национальной системы ценностей при построении системы менеджмента в Японии дало отличные результаты. Потенциал особенностей российского архетипа может стать неким мотором экономического развития страны в целом, опираясь на которые можно повысить эффективность отечественного менеджмента.

Как раз в менталитете русского человека изначально и было положено противопоставление между начальниками и подчиненными. Дуалистичность русского менталитета проявляется, прежде всего, в дуалистичности системы управления. Другие классические для национального менталитета и, следовательно, системы управления черты, такие как принцип равенства, который подавляет конкуренцию, отрицательное отношение к богатству, отмечены в новейшей истории страны. Следует привести пример того, как при проведении рыночных реформ широко использовались режимы вынужденных и не оплачиваемых отпусков и неполной занятости рабочих. Уравнительные стандарты поведения российских управленцев породили в то время высокий уровень безработных.

На сегодняшнем этапе развития следует все же согласиться с учеными, которые утверждают, что система управления, которая имеет место быть сейчас и которая вобрала в себя черты национального менталитета, пока еще не может бороться с теми вызовами, с которыми столкнулась Россия.[4, с.126]

Для того чтобы, построить эффективную модель менеджмента, которая будет адекватна условиям новой экономики, нужно не только опознавать существующие столетиями характерные черты и особенности менталитета и системы управления, но и идентифицировать ключевые направления развития российского менеджмента, которые смогут обеспечить достижения значимых результатов, то есть приближение российских предприятий к идеальному управлению. Убежденность в том, что в будущем такая особенность русского менталитета, как дуализм "русской души" и ее противоречивость так и останется основной чертой, поможет правильно спрогнозировать развитие отдельных характеристик русского менеджмента по направлению повышения его эффективности.

Если обобщить подходы к анализу специфических черт современного русского менеджмента, то можно выделить отличительные черты менталитета и обусловленные им особенности системы управления в особых формах их проявления.

К специфическим чертам менталитета и системы ценностей россиян можно отнести следующее:

- дуализм, то есть противоречивость русского человека;
- игнорирование законов;
- скрытие доходов;
- принцип равенства.

К современным чертам менталитета и системы ценностей россиян можно отнести:

- переменчивость, двойственность поведения;
- отсутствие желания брать ответственность на себя;
- отсутствие инициативы у работников среднего и нижнего уровня управления.

К особенностям же российского менеджмента стоит отнести следующее:

• единоличное принятие решений, а так же преобладание административных методов управления;

• жесткий авторитаризм;

• наличие механизмов, которые подавляют конкуренцию;

• автономия на нижнем уровне управления и жесткая централизация на высшем уровне;

• наличие у менеджеров нескольких стандартов поведения;

• неконкурентность;

• наличие как стабильных, так и нестабильных режимов функционирования управленческих структур;

• перенесение с государства на уровень предприятий "центра тяжести";

• появление примеров личностного роста в карьерной лестнице;

• стремление к расщеплению власти и ответственности, то есть существование параллельных властных структур, которые внедряются в предприятие, регион;

• наличие принципа равенства внутри социальных организаций и конкуренция между ними.

Таким образом, модель российского менеджмента и национальный менталитет содержат специфические механизмы, которые обеспечивают различные действия людей и компаний. Стабильный режим функционирования определяет, что действия одних и тех же людей и компаний будут направлены на сохранение положения дел, на интересы руководителей и подчиненных, как должностные, так и материальные в ущерб целям системы. В противоположной ситуации - звенья всей системы менеджмента вынуждены эффективно работать, что подразумевает достижение результатов, соответствующим целям системы менеджмента.[5, с.189]

Можно выделить следующие особенные характеристики существующей системы менеджмента:

• зависимость персонала предприятия от руководства;

• иерархическая система управления с жесткой централизацией;

• непрозрачность решений, принимаемых руководством;

• отсутствие наличия гибкости у менеджеров высшего звена, их неумение учитывать влияние различных факторов и изменяться под действием внутренних и внешних условий;

• "закрытость" предприятия для внешнего окружения;

- поощрение и продвижение сотрудников предприятия на основе их организационной и персональной лояльности;

- наличие барьеров между подразделениями предприятия.

Данный перечень, отражает организационную культуру, которая характерна для многих стран. Между тем качества, которые заложены в национальном российском характере, необходимо развивать и всячески поощрять посредством управленческих техник и инструментов, встраиваемых в российскую систему эффективного управления.

В настоящее время, в трансформирующемся российском менталитете тенденции развития индивидуализма становятся определяющими, но с другой стороны, увеличивается потребность в обучении и командной работе, единении, что демонстрирует эффективность возвращения из предприятий самообучающихся организаций. Ведь именно дуализм в поведении, изменчивость и являются важнейшими чертами российского менталитета и менеджмента.

Двойственность российского менталитета, его противоречивость и способствует формированию не очень устойчивой национальной системы менеджмента. И только понимание ограничений, которые существуют в национальной системе менеджмента, даст возможность целенаправленно сражаться с его отдельными характеристиками и, наоборот, поощрять развитие других, опираясь прежде всего на использование специфических особенностей менталитета и национальной системы ценностей.

Исследования национального комплекса уникальности России в сравнении с США и Японии, говорят, о том что, национальные особенности менталитета негативно влияют на разработку и выбор методов управления, так же на выбор концепций и подходов к созданию и совершенствованию систем управления организацией.

Характерные специфические черты складывающегося российского национального комплекса уникальности, совпадают с особенностями российского управления. Так же к ним можно отнести: недостаточную мотивацию менеджеров, сотрудников организации для достижения личных успехов.

Организации, для того чтобы стать успешной в условиях модернизации экономики в России, необходима более эффективная система менеджмента, что подразумевает квалифицированный управленческий состав, персонал, владеющий необходимыми современными управленческими инструментами, которые смогут позволить ставить цели и достигать их.[6, с.190]

Именно управление движет развитием организации, компании, экономика развивается под влиянием управляющих воздействий, а несовершенство сфер объясняется исключительно неквалифицированным их управлением.

Список использованной литературы.

1. Карасёв А.Б. Комплекс уникальности и эффективные стандарты российской системы корпоративного управления опережающим развитием предприятия // Менеджмент в России и за рубежом. – 2003. – № 6.

2. Карасёв А. Б. О развитии российской системы корпоративного управления предприятием (на примере промышленного предприятия) // Менеджмент в России и за рубежом. – 2003. – № 5.

3. Становление и специфические особенности развития менеджмента в современной России [Электронный ресурс] // Научная библиотека КиберЛенинка: <http://cyberleninka.ru>

3. Прохоров А.П. Русская модель управления. – Москва, 2013. – 492 с.

4. Орлов А.И. Менеджмент. М.: Издательство "Изумруд", 2003. – 298 с.

5. Гольдштейн Г.Я. Основы менеджмента. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2003. – 250с.

КАТЕГОРИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ КАК СИСТЕМА РАЗВИТИЯ ЭФФЕКТИВНОГО РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ТОВАРОВ

Е.В. Сухостав

Омский Государственный Университет им. Ф.М.Достоевского, г. Омск

E-mail: liza.2189@mail.ru

Научный руководитель: Козлова О.А., доктор экон. наук, профессор

В статье рассмотрены предпосылки формирования категорийного менеджмента и изучены подходы разных авторов к данному понятию. Показано, что с одной стороны авторы рассматривают категорийный менеджмент как управление ассортиментом внутри организации производителя, с другой – как деятельность торгового предприятия, целью которого является грамотное распределение полочного пространства. Сделан вывод, что эффективное функционирование системы категорийного менеджмента возможно при эффективном взаимодействии производителя и ритейлера с учетом их акцента на потребителя.

Розничная торговля является достаточно динамичным сектором российской экономики. За 2013 год ее оборот был увеличен на 6,3%, и продолжает сохраняться огромный потенциал в самой отрасли для развития инновационных проектов в новых форматах. Рост рынка розничной торговли способствует усилению конкуренции и вынуждает как производителя, так и ритейлера осваивать новые подходы к управлению ассортиментом. Одним из таких подходов является категорийный менеджмент. Главная цель данного подхода: увеличение экономической «отдачи» от каждой товарной единицы и, соответственно, повышение прибыли организации [12].

Актуальность рассмотрения данной темы состоит в том, что представители российских компаний находятся на начальном этапе формирования системы категорийного менеджмента. Как следствие возникает множество вопросов, начиная от составляющих самого понятия категорийный менеджмент применительно к российским условиям. Рассмотрение ключевых аспектов категорийного менеджмента, выделение его ключевой основы и является целью исследования.

Для начала рассмотрим предпосылки формирования категорийного менеджмента.

Проанализировав мнение таких авторов как Сысоева С., Бузукова Е. можно сделать вывод, что предпосылками формирования системы категорийного менеджмента являются такие факторы как изменение покупательских вкусов и предпочтений, усиление конкуренции, изменение экономической ситуации в стране.

Первое связано с усложнением демографического портрета покупателей, с изменением их образа жизни и стиля поведения и, как следствие, с изменением структуры спроса. Эти изменения требовали от розничных торговцев ориентации на кон-

кретные рыночные сегменты, формирования лояльности своих целевых покупателей за счет максимально полного удовлетворения их потребностей. Необходимость формирования лояльности объясняется тем, что в общей структуре покупателей доля лояльных обычно составляет порядка 20-30%, однако они обеспечивают около 70-80% оборота и соответственно прибыли магазина. Причем такая закономерность наблюдается практически во всех магазинах независимо от размера, формата и других факторов [3, с.55].

Что касается усиления конкуренции, то рост числа конкурентов со схожими характеристиками привел к тому, что традиционные формы торговли и типичные методы управления магазином не позволяли формировать устойчивых конкурентных преимуществ. Это привело к тому, что магазины, пытаясь выделиться из массы конкурентов, постепенно приспособливали свою деятельность к требованиям конкретной группы целевых потребителей.

Третий фактор – изменение экономической ситуации в стране и регионах: предприятия торговли столкнулись с ситуацией, когда в условиях жесточайшей конкуренции невозможно получать высокую прибыль, рентабельность в данной сфере значительно снизилась, что заставило предпринимать меры по повышению производительности и снижению издержек [3, с.56].

Система категорийного менеджмента зародилась на Западе и с каждым годом привлекает все больше внимания российских специалистов.

Изучение и проведение анализа материалов представленных такими авторами как Безукова Е., Снегирева В., Балакирев С., Козлова О., Кравченко Г., Харриса Б., а также представителей организаций Electool, Category Management Association, Efficient Consumer Response позволяет рассмотреть составляющие категорийного менеджмента, понять какие аспекты изучены достаточно глубоко, а где возникают спорные моменты, которые дают повод для научных дискуссий.

Снегирева В., автор множества книг по маркетингу и бизнес консультант, трактует категорийный менеджмент как «самостоятельный вид профессионально осуществляемой деятельности по управлению торговым ассортиментом, направленной на развитие ассортимента в соответствии с объемом и структурой спроса, при наиболее эффективном использовании финансовых, материальных, информационных и трудовых ресурсов» [9, с 19].

В данной трактовке отсутствует пояснение, касающееся того, кто стоит во главе управления ассортиментом – производитель или ритейлер. В связи с этим считаем, что данная трактовка не до конца раскрывает суть категорийного менеджмента. В то же время важным здесь является замечание о том, что категорийный менеджмент позволяет эффективно использовать различные виды ресурсов (финансовые, материальные, информационные, трудовые).

Ведущий консультант компании Fashion Consulting Group – Кравченко Г., а также специалисты компании Electool рассматривают категорийный менеджмент с точки зрения торгового предприятия [8], [10].

При этом представители Electool рассматривают категорийный менеджмент очень узко специализировано, делая акцент на процесс закупок торговым предприятием: «категорийный менеджмент – это концепция ведения процессов, когда закупки разбиваются на отдельные группы аналогичных или связанных с ними продуктов (по товарным категориям) для консолидированного управления закупками, по категориям» [10].

Кравченко Г. также говорит о выделении товарных категорий розничными представителями, за счет чего считает, что происходит и совершенствование работы самой розничной компании. Дословно трактовка автора звучит следующим образом: «категорийный менеджмент – это подход к совершенствованию работы розничных компаний и их ключевых поставщиков, ключевая идея которого заключается в выделении внутри ассортиментной группы (или же товарных направлений) товарных категорий» [8, с.12].

По нашему мнению вышеуказанные определения можно считать неполными, так как здесь не говорится о месте потребителя в системе категорийного менеджмента, а также не уделяется должного внимания интересам производителя товара.

Согласно терминологии специализированного отраслевого журнала «Управление магазином» категорийный менеджмент понимается как «система управления ассортиментом, в результате применения которой максимально удовлетворяются потребности покупателей, и повышается эффективность взаимодействия розничного оператора и поставщика» [2].

И здесь мы можем видеть, что в отличие от вышеописанных трактовок акцент смещается на потребителя и теперь совсем не затрагивает тему выделения категорий.

Еще больший акцент на потребителя делает зарубежный автор – Брайн Харрис.

Американский профессор является прародителем концепции категорийного менеджмента, в основе которой лежит мнение о том, что весь фокус действий розничной сети должен быть сосредоточен на потребителе. В процессе внедрения и применения концепции категорийного менеджмента потребитель содействует получению информации розничной сети для принятия более эффективных решений о формировании ассортиментной политики в целом [6, с.131].

С данной трактовкой нельзя не согласиться. Так как все, что делается в торговой точке направлено именно на потребителя. Но, к сожалению, автор не описывает, как именно по его мнению должна стоится подобная работа, не затрагивает процесс взаимодействия ритейла и производства при работе с потребителем.

В публикациях Балакирева С. можно встретить следующее определение категорийного менеджмента: «Категорийный менеджмент – это система управления ассортиментом, в основе которой лежит выделение в структуре ассортимента товарных категорий с последующим управлением ими как самостоятельными бизнес-единицами. Главная цель категорийного менеджмента заключается в повышении эффективности взаимодействия между производителем (начальным звеном товарной цепочки) и последующими звеньями (ритейлерами) для полного удовлетворения запросов потребителей» [1, с.9].

В данном определении упоминаются вышеперечисленные тем или иным автором аспекты категорийного менеджмента. Но по нашему мнению, главная цель смещена с потребителя на взаимодействие продавца и производителя.

По данным Category Management Association (CMA) категорийный менеджмент является совместным непрерывным процессом между производителями и розничными торговцами для управления потребностями потребителя. Целью этого процесса является упрощение выбора товара и как следствие максимальное удовлетворение потребностей покупателя. Конечным состоянием процесса управления категориями является то, что сочетание ассортимента, цены и продвижения продукции на полке повышает роль категории с течением времени [11].

Трактовку СМА можно считать наиболее полной и выбрать за основу дальнейших исследований категорийного менеджмента. Заметим, как авторы точно говорят о потребителе в системе категорийного менеджмента «упрощение выбора товара и как следствие максимальное удовлетворение потребностей покупателя».

Схожее определение дает Международная организация ECR (Efficient Consumer Response), она интерпретирует это понятие как «стратегическое сотрудничество розничного оператора и поставщика, при котором стороны управляют категорией как Стратегической единицей, и достигают роста категории (увеличение продаж и прибыли) путем набора действий, ориентированных на покупателя» [5, с.21].

Но не смотря на то, что два последних определения выделены нами, как более полно раскрывающие суть категорийного менеджмента, стоит отдельно отметить подход Бузуковой Е. в статье «Категорийный менеджмент – новый подход к управлению ассортиментом».

По мнению Бузуковой Е. категорийный менеджмент предполагает разделение всего ассортимента на товарные категории не обязательно в соответствии с общепринятыми группами и видами товаров, а опираясь в первую очередь на психологические аспекты совершения покупок. Таким образом, автор делает акцент на том, что категории следуют исходя в первую очередь из действий потребителя в торговой точке.

Отдельно приведем цитату Бузуковой Е. «категорийный менеджмент подразумевает деление ассортимента на классы, группы и категории иногда вопреки общепринятой логике и классическому товароведению» [10].

Кроме того Бузукова Е. подчеркивает, что при категорийном менеджменте необходим подход к ассортименту магазина как к единой совокупности всех категорий – так, как воспринимает магазин покупатель.

Проанализировав труды авторов, можно сделать вывод, что разность подхода к категорийному менеджменту сводится ни к спорным противоположным точкам зрения и оспариванию сути терминологии предшественника, а скорее к разности расстановки акцента, как основы категорийного менеджмента. Совокупность проанализированных подходов дает нам право выделить следующие составляющие категорийного менеджмента.

Таблица 1 – Основные составляющие категорийного менеджмента

Автор	Система управления ассортиментом	Формирование категорий	Взаимодействие производителя и ритейлера	Акцент на потребителя, его регулярное изучение
Снегирева В.	X			
Кравченко Г.	X	X		
Балакирев С.		X	X	X
Бузукова Е.	X	X		X
Болотова И.	X		X	X
Electool	X			
Брайн Харрис	X			X
Category Management Association		X	X	X
Efficient		X	X	X

Consumer Response				
-------------------	--	--	--	--

Таким образом, можно сделать вывод, что категорийный менеджмент – это система управления ассортиментом центром, которой является удовлетворение запросов потребителя, путем выделения категорий товаров с учетом непрерывного взаимодействия ритейлера и производителя.

Подчеркивая важность потребителя в категорийном менеджменте, приведем слова эксперта в области маркетинга и массовых коммуникаций Билла Бишоп: «Реальная ценность - это вовсе не та ценность, которой обладает сам по себе твой товар или услуга, а ценность, которой он наделен в сознании клиента».

Таким образом, действительно, реализация всех вышеописанных основ категорийного менеджмента бессмысленна без ориентации на потребителя. Покупатель здесь – это центр вокруг, которого формируются товарные категории. Система категорийного менеджмента подразумевает качественную ориентацию на требования и запросы покупателей, регулярное изучение предпочтений и мнений о том или ином продукте или услуге.

Список использованной литературы.

1. Балакирев С.В. Категорийный менеджмент в качестве современного подхода к управлению товарным ассортиментом // Менеджмент в России и за рубежом. – 2006. – № 5.
2. Болотова И. Терминология // журнал «Управление магазином» [Электронный ресурс] URL: <http://www.trademanagement.ru/termin/51/>
3. Бузукова Е.А., Сысоева С.В. В Категорийный менеджмент. Курс управления ассортиментом в рознице – М.: Вильямс, 2009. – 336 с.
4. Бузукова Е.А. Категорийный менеджмент – новый подход к управлению ассортиментом // Управление магазином – 2009.
5. Буянова Е., Давыдов Н., Кельбах Л. Комитет по управлению спросом ECR-Rus Сборник – 2010. – 152 с.
6. Клайв Хамби, Терри Хант, Тим Филлипс. Начисление Очков: Как Tesco Продолжает Завоевать Лояльность Клиентов. – Коган, 2010. – 131–132 с.
7. Козлова О.А., Нечаева Е.В. Инновации в системе маркетингового управления товарным ассортиментом // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2011. – №4. – 310–318 с.
8. Кравченко Г.С. Категорийный менеджмент: как управлять ассортиментом// Shoes Report – 2010. – № 64.
9. Снегирева В. Розничный магазин. Управление ассортиментом по товарным категориям. – СПб.: Питер, 2011. – 82 с.
10. Официальный сайт компании Electool [Электронный ресурс] URL: <http://www.electool.com/ru/>
11. Официальный сайт Category Management Association (CMA) [Электронный ресурс] URL: <http://www.cpgcatnet.org/>
12. Прогнозы российского рынка розничной торговли на 2014 год [Электронный ресурс] URL: <http://www.pravda-tv.ru/2014/05/22/61287>

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ ПЕРЕВОЗОЧНОГО ПРОЦЕССА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ АВТОМОБИЛЬНОГО ТРАНСПОРТА

М.Л. Третьякова

Учреждение образования федерации профсоюзов Беларуси «Международный университет «МИТСО», г. Минск
E-mail: Tretyakova.ml@gmail.com

Цель работы – повышение эффективности перевозочного процесса на основании предложенных вариантов оптимальной загрузки транспорта, . Объект исследования – система доставки грузов автомобильным транспортом в международном направлении. Изучено влияние сложившегося логистического процесса в Республике Беларусь на деятельность автотранспортных предприятий, проведен анализ основных показателей работы транспорта, разработан критерий эффективности перевозочного процесса, рассчитан экономический эффект на основании предложенных четырех стратегий повышения эффективности работы подвижного состава.

Создание и развитие логистической схемы управления перевозочным процессом на предприятиях автомобильного транспорта, в том числе и повышение эффективности перевозок грузов автомобильным транспортом – задача, являющаяся актуальной в коммерческих целях, тем более в настоящее время, когда так остро стоит вопрос о конкуренции на рынке не только автотранспортных услуг, но и всех видов транспорта. Сегодня разрыв в технологиях, применяемых при перевозке грузов в республиканском и международном направлениях, в сравнении со странами Западной Европы значительны; транспортная система Республики Беларусь по многим позициям работает без единой координации ее элементов как на стратегическом, так и на оперативном уровнях в процессе доставки материальных ресурсов и готовой продукции, в том числе при синхронизации логистических потоков в процессе взаимодействия с клиентами. Поэтому необходим поиск новых научно-практических решений, методов и моделей оптимизации перевозочного процесса [3, с.8].

В качестве объекта исследования принято транспортное предприятие, осуществляемое международные автомобильные перевозки грузов. Как показывает практика и проведенные исследования предприятия такого типа сталкиваются с рядом трудностей и проблем в рамках перевозочного процесса: неэффективные сделки, низкая загрузка транспортных средств, неструктурированное управление транспортным процессом, высокий износ парка подвижного состава, как следствие недополучение прибыли. Проблемы такого типа требуют оптимального решения [5, с.15].

Задача повышения эффективности перевозок грузов автомобильным транспортом является актуальной с момента появления автотранспортных предприятий. Наиболее остро данная проблема проявляется в условиях жесткой конкуренции между различными видами транспорта, а также между самими автоперевозчиками. При этом необходимо отметить, что в существующих условиях понятие «эффективность» должно максимально отражать экономический интерес перевозчика. Поэтому, основной целью данного исследования является разработка мероприятий по повышению экономической эффективности от работы автомобильных транспортных средств (АТС) на международных маршрутах. Достичь данной цели предполагается за счет выбора стратегий поведения перевозки.

Говоря об экономической эффективности перевозочного процесса, построении структурированной модели управления доставкой грузов, особое внимание следует уделить попутной или обратной загрузке транспортного средства.

В настоящее время оптимальная обратная загрузка выбирается по принципу минимального порожнего пробега или максимальной ставки фрахта перевозки. Когда транспортное средство готовится к выгрузке, обратная загрузка для него уже известна, поэтому время ожидания при расчетах не учитывается. Выбор, как по первому, так и по второму принципу можно объяснить стремлением автотранспортного предприятия обеспечить минимальные издержки на содержание автомобиля в стране выгрузки груза [6, с.84].

Проведенные ниже варианты выбора обратной загрузки АТС позволили выделить несколько стратегий поведения, при которых предприятие возможно сократит издержки и повысит свою прибыль. Определить оптимальную из них можно путем моделирования работы АТС при различных стратегиях поведения. В рамках работы выделено четыре стратегии:

1. при первой стратегии в качестве альтернативных загрузок в обратном направлении рассматриваются те грузы, заявки, на перевозку которых поступили в информационную систему до момента освобождения АТС от прямой перевозки. При данной стратегии из созданного множества обратных загрузок к перевозке принимается тот груз, который находится ближе всего к пункту выгрузки при прямой перевозке;

2. при второй стратегии в качестве альтернативных загрузок в обратном направлении рассматриваются те грузы, заявки, на перевозку которых поступили в информационную систему до момента освобождения АТС от прямой перевозки. При данной стратегии из созданного множества обратных загрузок к перевозке принимается тот груз, прибыль от перевозки которого на маршруте за оборот будет наибольшая;

3. при третьей стратегии рассматривается один из математических методов для определения оптимального пути доставки груза: метод, основанный на пошаговой оптимизации, который может быть использован при нахождении кратчайших расстояний, например, на географической карте, представленной в виде сети;

4. при четвертой стратегии в качестве альтернативных загрузок в обратном направлении также рассматриваются те грузы, заявки на перевозку которых поступили в информационную систему до момента освобождения АТС от прямой перевозки. Однако при данной стратегии из созданного множества обратных загрузок к перевозке принимается уже тот груз, удельная прибыль от перевозки которого за оборот будет наибольшая [5, с. 46].

В данной работе приводится пример расчета существующей системы выбора оптимального варианта загрузок конкретных автотранспортных средств. За исходные данные приняты варианты загрузок, собранные в период с 28.03.2014 по 05.04.2014 г. При этом варианты загрузок конкретизируются по странам отправителей и получателей.

В таблице 1 приводится информация о вариантах загрузки транспортных средств с показателями пункта погрузки / разгрузки груза, даты погрузки/отгрузки, ставки фрахта, расстояния перевозки. Выбраны варианты обратных загрузок из России, стран Бельгии, Нидерландов, Люксембурга, Германии и Беларуси.

Таблица 1 – Варианты загрузок

Пункт погрузки	Пункт разгрузки	Дата предложения	Дата погрузки	Ставка фрахта, €	Расстояние перевозки, км
Грузы из России					
Каменск-Уральский	Штутгарт (Германия)	28.03.14	30.03.14	3735	4500
Каменск-Уральский	Штутгарт (Германия)	30.03.14	01.04.14	3690	4500
Каменск-Уральский	Фрайбург (Германия)	03.04.14	05.04.14	3850	4640
Каменск-Уральский	Маастрихт (Нидерланды)	03.04.14	07.04.14	4250	5040
Первоуральск	Штутгарт (Германия)	02.04.14	04.04.14	3700	4510
Челябинск	Речица (РБ)	29.04.14	02.04.14	2100	2425
Набережные Челны	Минск (РБ)	03.04.14	03.04.14	1720	2200
Полевской	Гомель (РБ)	04.04.14	05.04.14	2420	2950
Полевской	Минск (РБ)	05.04.14	07.04.14	2670	3250
Грузы из стран Бенилюкса					
Амстердам	Астана (Казахстан)	28.03.14	06.04.14	5900	5980
Роттердам	Алматы (Казахстан)	29.03.14	03.04.14	7600	7160
Амстердам	Атырау (Казахстан)	02.04.14	07.06.14	4700	5070
Роттердам	Астана (Казахстан)	28.03.14	04.04.14	5900	5980
Антверпен	Кокшетау (Казахстан)	04.04.14	05.04.14	5500	5230
Грузы из Германии					
Штутгарт	Омск (РФ)	02.04.14	03.04.14	6000	6030
Мюнхен	Бишкек (Кыргызстан)	03.04.14	08.04.14	7900	6330
Франкфурт	Астана (Казахстан)	04.04.14	10.04.14	6000	5380
Нюрнберг	Алматы (Казахстан)	05.04.14	10.04.14	7300	6770
Грузы из Беларуси					
Гомель	Шарлелуа (Бельгия)	29.03.14	01.04.14	2400	2820
Могилев	Остенде (Бельгия)	04.04.14	07.04.14	2400	2840
Мозырь	Брюгге (Голландия)	04.04.14	06.04.14	2290	2700

Приведем пример выбора направления, исходя из первой стратегии – критерия минимального порожнего пробега и максимальной ставки фрахта.

Произведем маршрутизацию перевозок при прямой езде Кёльн (Германия) – Екатеринбург (Россия) с фрахтом 3000 € и временем движения 211 ч, а также Алматы (Казахстан) – Роттердам (Нидерланды) с фрахтом 5000 € и временем на движение 325,5 ч, Омск (Россия) – Штутгарт (Германия) с фрахтом 4800 € и временем на дви-

жение 274 ч, Гент (Бельгия) – Гомель (Беларусь) с фрахтом 1000 € и временем на движение 129 ч. При этом в качестве критерия выбора обратной загрузки используем стратегию минимума порожнего пробега, то есть при прямой езде от пункта выгрузки до пункта выгрузки при обратной загрузке автомобиль должен сократить порожний пробег до минимума, что, в свою очередь, сократит издержки.

Наиболее выгодной обратной перевозкой из России является перевозка Первоуральск – Штутгарт (Германия) на 04.04.2014 г., при которой порожний пробег из всех существующих наименьший – 46 км, в то время как от Екатеринбурга до Каменск-Уральского 109 км, от Екатеринбурга до Челябинска 202 км, до Набережных Челнов – 702, до Полевского – 52 км. При перевозке из стран Бенилюкса наилучшими являются перевозки на 03.04.2014 г. и 04.04.2014 г. Роттердам – Алматы с нулевым порожним пробегом, в то время как от Роттердама до Амстердама автомобилю придется проехать 98 км порожним, до Антверпена – 101 км. Из Германии лучшей будет обратная загрузка из Штутгарта на Омск на 03.04.2014 г. с нулевым порожним пробегом, в то время как от Штутгарта до Мюнхена порожним автомобилю придется проехать 218 км, от Штутгарта до Франкфурта – 214 км, до Нюрнберга – 207 км. Из Беларуси наиболее целесообразной будет перевозка из Гомеля в Шарлелуа на 01.04.2014 г., при которой порожний пробег равен нулю, в то время как от Гомеля до Могилева – 171 км, до Мозыря – 133 км.

Произведем маршрутизацию перевозок при прямой езде Кёльн – Екатеринбург с фрахтом 3000 € и временем движения 211 ч, а также Алматы – Роттердам с фрахтом 5000 € и временем на движение 325,5 ч, Омск – Штутгарт с фрахтом 4600 € и временем на движение 274 ч, Гент – Гомель с фрахтом 1000 € и временем на движение 129 ч. При этом в качестве критерия выбора обратной загрузки используем вторую стратегию – максимум ставки фрахта, то есть имея ставку оплаты на том или иной маршруте и расстояние перевозки можно рассчитать фрахт для 1 км пути. Наибольшая ставка фрахта говорит о наиболее оптимальном выборе обратной загрузки.

Таким образом, наиболее выгодной обратной перевозкой из России является перевозка Каменск-Уральский – Маастрихт, при которой ставка фрахта наибольшая 4250 €, за 1 км – 0,843 €. При перевозке из стран Бенилюкса наилучшей является перевозка Роттердам – Алматы со ставкой фрахта 7600 €, за 1 км – 1,061 €. Из Германии наилучшей является обратная загрузка из Мюнхена со ставкой фрахта 7900 €, за 1 км – 1,248 €. Из Беларуси наиболее целесообразной является перевозка Гомель – Шарлелуа, при которой ставка фрахта составляет 2400 €, за 1 км – 0,851 €.

В следующей стратегии рассматривается один из математических методов для определения оптимального пути доставки груза. Основанный на методологии пошаговой оптимизации данный метод используется для нахождения кратчайших расстояний, например, на географической карте, представленной в виде сети. В данной дипломной работе с использованием третьей стратегии поставлена задача определить кратчайшие расстояния между пунктами отправления и назначения по существующей транспортной сети. В свою очередь, сокращение расстояния позволит сократить транспортные затраты и уменьшить время пребывания груза в пути.

Ниже приводится пример выбора оптимального направления, исходя из данной стратегии – выбора маршрута с минимальным расстоянием перевозки. Рассмотрим один из вариантов обратной загрузки из Беларуси в Бельгию: маршрут Могилев – Остенде.

Пусть транспортная сеть состоит из 18 узлов, соединенных магистралями. На рисунке 2 показана сеть дорог, по которым возможна перевозка груза в направлении Могилев – Остенде (рисунки 1).

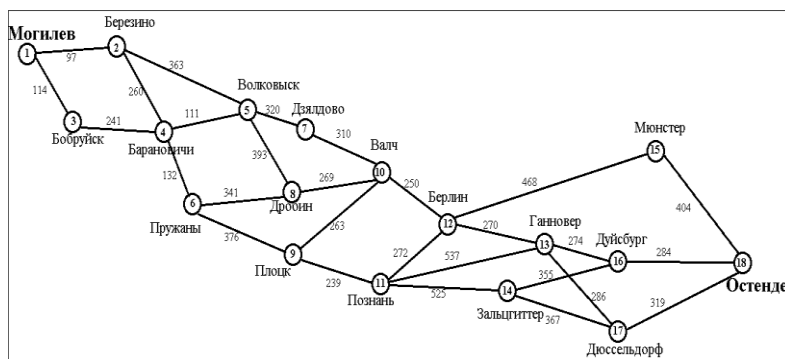


Рис. 1. Транспортная сеть маршрута Могилев – Остенде

Необходимо определить маршрут доставки груза из пункта 1 в пункт 18, обеспечивающий минимальные транспортные расходы. Решение данной задачи происходит в 2 этапа. 1 – условная оптимизация; 2 – безусловная оптимизация.

В задаче имеется ограничение – двигаться по изображенным на схеме маршрутам можно только слева направо, т.е. попав в пункт 7, мы имеем право переместиться только в пункт 10, и не можем возвратиться обратно в 5-й. Эта особенность транспортной сети дает право отнести каждый из десяти пунктов к одному из поясов. Будем считать, что пункт принадлежит k -му поясу, если из него попасть в конечный пункт ровно за k шагов, т.е. с заездом ровно в $(k - 1)$ -й промежуточный пункт. Таким образом, пункты 15, 16 и 17 принадлежат к первому поясу, 12, 13 и 14 – ко второму, 10 и 11 – к третьему, 7, 8, 9 – к четвертому, 4, 5 и 6 – к пятому, 2 и 3 – к шестому, 1 – к седьмому. Тогда на k -м шаге будем находить оптимальные маршруты перевозки груза из пунктов k -го пояса до конечного пункта. Оптимизацию будем производить с конца процесса, и потому, дойдя до k -го шага, неизвестно, в каком из пунктов k -го пояса окажется груз, перевозимый из первого пункта.

Введем обозначения:

k - номер шага ($k = 1, 2, 3, 4, 5, 6, \dots$);

i - пункт, из которого осуществляются перевозки ($i = 1, 2, \dots, 17$);

j - пункт, в который доставляется груз ($j = 2, 3, \dots, 18$);

$C_{i,j}$ - стоимость перевозки груза из пункта i в пункт j .

$F_k(i)$ - минимальные затраты на перевозку груза на k -м шаге решения задачи из пункта i до конечного пункта.

Очевидно, что минимум затрат на перевозку груза из пунктов k -го пояса до пункта 18 будет зависеть от того, в каком пункте этого пояса мы оказались. Номер i пункта, принадлежащего k -му поясу, будет являться переменной состояния системы на k -м шаге. Поскольку оптимизация осуществляется с конца процесса, то, находясь в некотором пункте i k -го пояса, принимается решение о перемещении груза в один из пунктов $(k - 1)$ -го пояса, а направление дальнейшего движения известно из предыдущих шагов. Номер j пункта $(k - 1)$ -го пояса будет переменной управления на k -м шаге.

Для первого шага управления ($k - 1$) функция Беллмана представляет собой минимальные затраты на перевозку груза из пунктов 1-го пояса в конечный пункт, т.е. $F_1(i) = C_{i18}$. Для последующих шагов затраты складываются из двух слагаемых – стоимости перевозки груза $C_{i,j}$ из пункта i k -го пояса в пункт j ($k - 1$)-го пояса и минимально возможных затрат на перевозку из пункта j до конечного пункта, т.е. – $F_{k-1}(j)$. Таким образом, функциональное уравнение Беллмана будет иметь вид:

$$F_k(i) = \min \{ C_{ij} + F_{k-1}(j) \} \quad (1)$$

Минимум затрат достигается на некотором значении j^* , которое является оптимальным направлением движения из пункта i в конечный пункт. На последнем шаге попадаем на 7-й пояс и состояние системы становится определенным $i=1$. Функция $F_{kn}(1)$ представляет собой минимально возможные затраты по перемещению груза из 1-го пункта в 18-й. Оптимальный маршрут определяется в результате анализа всех шагов в обратном порядке, а выбор некоторого управления j на k -м шаге приводит к тому, что состояние системы на ($k - 1$)-м шаге становится определенным [3, с.46].

I этап. Условная оптимизация.

1-й шаг. $k=1$

$$F_1(i)=C_{i18}$$

На первом шаге в пункт 18 груз может быть доставлен из пунктов 15,16 или 17. При этом суммарные затраты из пункта 15 в пункт 18 составляют 4065 тыс.руб., из пункта 16 в пункт 18 – 2951 тыс. руб., из пункта 17 в пункт 18 – 3211 тыс. руб. Очевидным является, что целесообразным является выбор маршрута с наименьшими суммарными издержками. Аналогичным образом проводятся расчеты для остальных шагов.

II этап. Безусловная оптимизация.

На этапе условной оптимизации получено, что минимальные затраты на перевозку груза из пункта 1 в пункт 18 составляют $F_9(1) = 16.3$ млн руб. Данный результат достигается при движении груза из 1-го пункта в 3-й, из 3-го в 4-ый, из 4-го в 6-ой, из 6-го в 8-ой, из 8-го в 10-ый, из 10-го в 12-ый, из 12-го в 13-ый, из 13-го в 16-ый, из 16-го в 18-ый. Таким образом, оптимальный маршрут доставки груза:

$$1 \Rightarrow 3 \Rightarrow 4 \Rightarrow 6 \Rightarrow 8 \Rightarrow 10 \Rightarrow 12 \Rightarrow 13 \Rightarrow 16 \Rightarrow 18.$$

Аналогичным образом построены транспортные схемы остальных маршрутов и, исходя из поставленной задачи – минимизация транспортных издержек за счет сокращения расстояния перевозки, выбраны оптимальные.

В связи с тем, что существующие методики определения обратных загрузок имеют некоторые недостатки (например, не учитывается ожидаемое время сверхнормативного простоя под грузовыми операциями по вине заказчика, нормативное время напогрузку-разгрузку, ожидаемая длительность простоев при контроле и документальном оформлении), можно предложить другую методику определения выбора обратной загрузки, в которой в качестве критерия маршрутизации международных автомобильных перевозок грузов используется удельная прибыль, то есть прибыль, получаемую автоперевозчиком в единицу времени на единицу грузоподъемности автотранспортного средства. Данный показатель максимально отражает интересы перевозчика и учитывает технико-эксплуатационные и экономические стороны перевозочного процесса. В развернутом виде показатель удельной прибыли выглядит следующим образом:

$$\Pi_{уд} = \frac{V_T (L_{ег} (\beta d_{уд} - C_{пер}) + T_{пр.св} d_{пр})}{q(L_{ег} + \beta V_T (t_{пр} + t_T + T_{пр.св} + T_{ож}))} - \frac{C_{пост}}{q} \quad (2)$$

где V_T – средний пробег автомобиля за единицу времени движения, км;
 $L_{ег}$ – пробег автомобиля с грузом, за время работы на маршруте, км;
 β – коэффициент использования пробега автомобиля;
 $d_{уд}$ – удельная выручка за единицу пробега, руб./ч.;
 $C_{пер}$ – переменные затраты на единицу пробега, руб./ч.;
 $T_{пр.св}$ – ожидаемое время сверхнормативного простоя под грузовыми операциями по вине заказчика, ч.;
 $d_{пр}$ – оплата за единицу времени сверхнормативного простоя под грузовыми операциями по вине заказчика, руб./ч.;
 q – грузоподъемность транспортного средства, т;
 $t_{пр}$ – нормативное время на загрузку – разгрузку автомобильного транспортного средства, ч.;
 t_T – ожидаемая длительность простоев при контроле и документальном оформлении (на таможнях и др.) ч.;

$T_{ож}$ – предполагаемая продолжительность ожидания обратной загрузки.

Определим значение удельной прибыли при работе на маршруте с обратной ездой Роттердам – Алматы. Найдем параметры, входящие в выражение удельной прибыли:

- техническая скорость равна 60 км/ч;
- длина ездки с грузом составляет 7160 км;
- коэффициент использования пробега на маршруте с учетом того, что порожний пробег равен 0, составляет $7160/7160 = 1$;
- удельный фрахт при перевозке груза в обратном направлении составляет $7600/7160 = 1,061$ € за 1 км;
- грузоподъемность транспортного средства, которым выполняется перевозка, равна 22 т;
- время на погрузку-выгрузку груза принимается равным 24 ч, а время на таможенное оформление равным 10 ч.

В формуле удельной прибыли фигурируют постоянные и переменные расходы. Составляющими постоянных расходов являются заработная плата водителей, общехозяйственные расходы, заработная плата руководителей, специалистов и служащих. Переменные расходы составляют затраты, зависящие от пробега автотранспортных средств, т.е. расходы по текущему обслуживанию и ремонту транспортных средств, расходы на ремонт и восстановление автомобильных шин, затраты на топливо и смазочные материалы, затраты на амортизацию. Издержки по конкретным статьям затрат рассчитываются отдельно.

Подставляя полученные числовые значения в выражение удельной прибыли, получим значение данного показателя для маршрута Роттердам – Алматы.

$$\Pi_{уд} = \frac{60 \cdot (7160 \cdot (1 \cdot 11368 - 6259,9))}{22 \cdot (7160 + 1 \cdot 60 \cdot (24 + 10 + 24))} - \frac{54069,8}{22} = 6917 \text{ руб./}(ч \cdot \text{т}) \quad (2)$$

Полученное положительное значения удельной прибыли говорит о прибыльности работы на данном маршруте, отрицательное – об убыточности.

Из приведенных расчетов видно, что по условию максимума удельной прибыли целесообразно выполнять обратные ездки по следующим маршрутам:

- с учетом прямой ездки Кёльн – Екатеринбург с датой прибытия 30.03. целесообразной обратной ездкой является маршрут Каменск-Уральский – Штутгарт с датой загрузки 30.03. Удельная прибыль при этом равна 1775,3 руб./ч.т.). Удельная прибыль положительная так же и для маршрута Каменск-Уральский – Штутгарт на 01.04, но она меньше и время ожидания загрузки составляет 24 ч. Остальные маршруты имеют отрицательную удельную прибыль от перевозки. На это повлияли время ожидания, порожний пробег и ставка фрахта;

- с учетом прямой ездки Алматы – Роттердам с датой прибытия 02.04 наиболее целесообразной обратной ездкой является маршрут Роттердам – Алматы с датой загрузки 03.04. Удельная прибыль при этом равна 6917 руб./ч.т.). На остальных маршрутах удельная прибыль также положительная, но наименьшая. На это повлияли время ожидания, порожний пробег и ставки фрахта;

- с учетом прямой ездки Омск – Штутгарт с датой прибытия 02.04 наиболее целесообразной обратной ездкой является маршрут Мюнхен – Бишкек с датой загрузки 08,04 Удельная прибыль от перевозки равна 3147,1 руб./ч.т.). Несмотря на время ожидания ставка фрахта на данном маршруте наибольшая. На остальных маршрутах удельная прибыль также положительная, но наименьшая. На это повлияли ставка фрахта, время ожидания, порожний пробег;

- с учетом прямой ездки Гент – Гомель с датой прибытия 01.04 наиболее целесообразной обратной ездкой является Гомель – Шарлелуа с датой загрузки 01.04 Удельная прибыль от перевозки равна 233 руб./ч.т.). На остальных маршрутах удельная прибыль отрицательная. На это повлияли время ожидания, наименьшая ставка фрахта и порожний пробег.

В результате выполнения расчетов по выбору оптимальной обратной загрузки транспортных средств по четырем направлениям были намечены четыре стратегий этого выбора. В качестве критериев выступали минимум порожнего пробега, максимум ставки фрахта, сокращение расстояний перевозки и максимум удельной прибыли. Для окончательного установления наилучшего из вариантов загрузки, а также наилучшей стратегии необходимо сравнить суммарную годовую прибыль от перевозок в каждом из направлений. Для этого необходимо определить время оборота транспортного средства на маршруте, суммарный пробег на маршруте, суммарные затраты, приходящиеся на один кругорейс, а также количество оборотов на данном маршруте за год.

Время оборота транспортного средства на маршруте определяется по формуле:

$$T_{об} = \frac{L_o}{I_{сч}}, \quad (3)$$

где L_o – общий пробег на маршруте, км;

$I_{сч}$ – среднечасовой пробег на маршруте, км/ч. Принимается 22 км/ч.

Прибыль от перевозки рассчитывается по формуле

$$\Pi = \Phi - S, \quad (4)$$

где Φ – ставка фрахта, руб.;

S – суммарные затраты, приходящиеся на один кругорейс, руб.

Суммарные затраты, приходящиеся на один кругорейс, рассчитываются по формуле

$$S = Z_{пер} \cdot L_o + Z_{пост} \cdot T_{об}, \quad (5)$$

где $Z_{пер}$ – переменные затраты;

L_o – общий пробег автомобиля;

$Z_{\text{пост}}$ – постоянные затраты;

$T_{\text{об}}$ – время оборота транспортного средства на маршруте.

Количество оборотов на данном маршруте за год определяется по формуле:

$$N = \frac{365 \cdot 24}{T_{\text{об}}} . \quad (6)$$

Суммарная годовая прибыль на маршруте определяется по формуле

$$\sum \Pi_r = \Pi \cdot N \quad (7)$$

В соответствии с формулой 3 произведем расчет времени оборота транспортного средства на маршруте Первоуральск – Штутгарт (Германия):

$$T_{\text{об}} = \frac{4556}{22} = 207,1 \text{ ч.}$$

Произведем расчет суммарных затрат, приходящихся на один кругорейс

$$S = 6387,4 \cdot 4556 + 54069,8 \cdot 207,8 = 40298849,98 \text{ руб.}$$

В соответствии с формулой 4.25 произведем расчет прибыли от перевозки:

$$\Pi = 39627000 - 40298849,98 = -671849,98 \text{ руб}$$

Произведем расчет количества оборотов на данном маршруте за год

$$N = \frac{365 \cdot 24}{207,1} = 42 \text{ оборота.}$$

Произведем расчет суммарной годовой прибыли на маршруте:

$$\sum \Pi_r = -671849,98 \cdot 42 = -28217699,17 \text{ руб.}$$

Суммируя годовую прибыль по каждой стратегии выбора обратной загрузки можно получить:

- по минимуму порожнего пробега – 673356 тыс.руб.
- по максимуму ставки фрахта – 1029315 тыс.руб.
- по выбору кратчайшего расстояния – 989667 тыс. руб.
- по максимуму удельной прибыли – 1124013 тыс.руб.

Таким образом, экономическая эффективность от предложенных мероприятий можно определить по формуле

$$\mathcal{E}_\phi = \Pi_{\text{max}} - \Pi_{\text{исп}}, \quad (8)$$

где Π_{max} – суммарная годовая прибыль, полученная от наиболее выгодной стратегии выбора обратной загрузки, тыс. руб.;

$\Pi_{\text{исп}}$ – суммарная годовая прибыль, полученная от наиболее целесообразной стратегии выбора обратной загрузки, тыс. руб.

$$\mathcal{E}_\phi = 1124013 - 1029315 = 94698 \text{ тыс.руб}$$

Таким образом, экономический эффект от предложенных мероприятий для четырех автомобилей, работающих отдельно в четырех направлениях составит 94698 тыс.руб.

Анализируя методы, с помощью которых выполнялся выбор вариантов обратной загрузки, можно сделать вывод, что наилучшим является метод, в котором в качестве критерия выбора выступает максимум удельной прибыли. Этот показатель наилучшим образом подходит для выбора обратной загрузки, т.к. показывает прибыль, получаемую автоперевозчиком в единицу времени на единицу грузоподъем-

ности автотранспортного средства. При расчете удельной прибыли учитываются общий и груженный пробеги автомобиля, грузоподъемность автомобиля, коэффициент использования пробега, выручка от перевозки, постоянные, переменные затраты перевозки, время простоев на под погрузкой / разгрузкой, сверхнормативного простоя, время ожидания обратной загрузки. Данные расчеты позволяют более точно определить прибыль от перевозки в единицу времени на единицу грузоподъемности транспортного средства, годовую прибыль.

Все выше представленные стратегии при расчетах в итоге являются прибыльными. Так, годовая прибыль от стратегии с учетом минимизации порожнего пробега составила 673 млн руб. в год., годовая прибыль с учетом стратегии максимума ставки фрахта – 1029 млн руб., от стратегии с учетом минимального расстояния – 989 млн руб., годовая прибыль с учетом выбора альтернативного транспортного средства – 415 775 млн руб., годовая прибыль от стратегии учетом удельной прибыли за перевозку составила 1124 млн руб. Следует учитывать тот факт, что предприятие в своей деятельности использует часть некоторых стратегий, представленных выше, например выбор маршрута обратной загрузки обычно зависит от ставки фрахта за перевозку. Экспедитор при получении заявки на перевозку в первую очередь оценивает именно этот показатель. Также он учитывает расстояние, которое автомобиль должен пройти порожним и старается минимизировать его. Однако в данных случаях расчет конкретных затрат на транспортировку не рассчитывается, не учитываются многие показатели. Так, например, при использовании стратегии максимума удельной прибыли за перевозку мы получаем ту прибыль, которая будет получена перевозчиком в единицу времени на единицу грузоподъемности автотранспортного средства.

Экономическим эффектом в данном случае считается та прибыль, которую возможно получить дополнительно от перевозки грузов с учетом вышеуказанных стратегий. Экономический эффект от перевозки грузов в международном направлении от четырех автомобилей в год составляет 94968 тыс. руб. Если учесть, что в 2014 году на предприятии 23 тентованных рабочих автотранспортных средства, то можно предположить, что прибыль за год составит не менее 546066 тыс. руб.

Список использованной литературы.

1. Республика Беларусь. Законы. Гражданский кодекс Республики Беларусь: принят Палатой представителей 28.10.1998 г.: одобр. Советом Респ. 19.11.1998 г. – Мн.: ООО «Амалфея», 2002. – 654 с.
2. Республика Беларусь. Законы. Об автомобильном транспорте и автомобильных перевозках: принят Палатой представителей 14.06.2007г.: одобр. Советом Респ. 29.06.2007 г.: с изм. и доп.от 4.01.2010 г. № 109-3, – Мн.: Дикта, 2010. – 1375 с.
3. Автомобильный транспорт Республики Беларусь / М-во транспорта и ком. Республики Беларусь / под ред. Н. Лешенко.– Мн: Редакция газеты "Транспортный вестник", печ. 2011. – 59 с.
4. Автотранспорт на предприятии. Особенности организации: уч. пособие / под ред. Г. А. Корнийчук. – М.: Дашков и К°, 2008. – 216 с.
5. Аземша, С.А. Международные автомобильные перевозки грузов: учебн.-методич. пособие / С.А. Аземша, В.А. Марковцев. – Гомель: УО «БелГУТ», 2005. – 68 с.
6. Еловой, И.А. Интегрированные логистические системы доставки ресурсов:

теория, методология, организация /И.А. Еловой; под науч. ред. В.Ф. Медведева; Бел. гос. университет транспорта. – Мн.: Право и экономика, 2011. – 461 с.

ТЕНДЕНЦИЯ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

Ю.В. Михайлова, И.А. Шипилова

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: mrs_kiss@sibmail.com

Научный руководитель: Давлетгареев Н.Р., старший преподаватель

В статье проведен анализ малого предпринимательства в России. Рассмотрены его роль и функции. Выявлены основные преимущества и недостатки этой формы бизнеса, а также проблемы, с которыми приходится сталкиваться предпринимателям. Определены перспективы развития малого бизнеса.

Развитие малого бизнеса является важной и актуальной темой в современной России. Предприятия малого бизнеса - это самостоятельная и наиболее часто встречаемая форма организации современной экономики России. Малые предприятия имеют свои отличительные черты, достоинства и недостатки. Основными чертами малого бизнеса, являющиеся его основными преимуществами, которые повышают устойчивость на внутреннем рынке, являются: узкая специализация в конкретном сегменте рынка, функционирование на определенном рынке, быстрая реакция на изменение конъюнктуры рынка, создание предприятия с небольшим начальным капиталом, а также непосредственная связь с потребителем. [1]

Малое предпринимательство в России начало развитие с момента разрешения властей. Однако из-за отсутствия необходимого количества финансовых ресурсов и развитой нормативно-правовой базы, государство не смогло дать ему достаточно эффективную поддержку и целенаправленно приложить свои силы на его развитие. Именно поэтому можно сказать, что на сегодняшний день для эффективного воздействия властей и органов местного самоуправления важны финансовые, правовые и организационные рычаги, которые будут направлены на процесс развития малого предпринимательства.

За последние годы экономических реформ предприятия малого бизнеса являются главным сектором народного хозяйства, который проявляет особое воздействие на социально-экономическое положение современной России. Предприятия малого предпринимательства играют весьма важную роль в экономике в целом. С помощью него в экономике создаются новые, дополнительные рабочие места. Этот сектор формирует разветвленную сеть малых предприятий, которые существуют в основном на местных рынках и напрямую связанных с массовым потреблением товаров. Предприятия малого бизнеса создают основную массу продуктов, являющиеся питательной средой для средних и крупных предприятий.

По опыту стран, имеющих развитую рыночную экономику можно сказать, что одним из важнейших условий качественного и стабильного развития является одновременное содействие крупных, средних, малых предприятий, а также осуществление деятельности, основанной на собственном труде. Малый бизнес имеет большую доступность для широкого круга людей. Это связано в первую очередь с тем, что

для его функционирования не требуются крупные финансовые вложения, а также большие материальные и трудовые ресурсы. Малые и средние предприятия имеют ряд отличий, такие как: форма собственности, цели деятельности, отраслевая принадлежность, характер и структура деятельности. [3]

Особенности малых предприятий

Главной ролью малых предприятий является обеспечение появления дополнительного количества новых рабочих мест, а также направление своих усилий на удовлетворение многочисленных нужд крупных предприятий и предоставление рынку новые товары и услуги. Для малого и среднего бизнеса также большое значение имеет социальная функция. Суть данной функции заключается в раскрытии и реализации своего творческого потенциала через малые и средние формы предпринимательской деятельности.

МСБ являются местом, в котором происходит обучение и испытание новых, молодых кадров. К ним могут относиться так называемые социально уязвимые группы населения, а именно: студентов, женщин, инвалидов, беженцев и пр., которые долгое время никак не могут найти себе работу в более крупных организациях. Малые и средние предприятия имеют место во всех областях экономики. К основным направлениям их деятельности можно отнести: строительство, сельское хозяйство и охота, здравоохранение, оптовая и розничная торговля и др.

К основным потребителям услуг малого и среднего бизнеса можно отнести как местное население, так и предпринимателей, частные фирмы, государственные учреждения, государственные и торгово-посреднические организации. Однако предприятия малого и среднего бизнеса имеют ряд недостатков, к которым можно отнести: слабая компетентность и недостаточная квалификация предпринимателей; высокий риск в конкуренции, зависимость от крупных компаний; происшествия из-за нарушения техники безопасности; криминал; сложность внедрения новых технологий; ограниченность собственных ресурсов.

Проблемы малого и среднего бизнеса

В России малые предпринимательства также имеют большие трудности. Примером таких проблем для предприятия являются:

- 1) административные барьеры;
- 2) недоступность кредитных ресурсов;
- 3) высокий уровень налогообложения [4].

В своей статье «Время простых решений прошло» премьер – министр России Д. А. Медведев указал на необходимость модернизации экономики, основной акцент которой будет направлен на поддержку малого и среднего бизнеса. На заседании Правительства, которое состоялось 3 октября 2013 года, были рассмотрены некоторые меры, которые будут реализовываться, начиная с 2014 года.

И первое что обсудили на данном заседании – это необходимость скорректировать тарифы страховых взносов во внебюджетные фонды. С 2012 года общую ставку страховых взносов уменьшили с 34 % до 30 %, а для некоторых предприятий малого бизнеса до 20 %. Однако, премьер-министр России отметил, что работники малых предприятий и работники любой другой организации должны иметь одни и те же права, поэтому необходимо немедленно повысить обязательные страховые платежи. Но для того, чтобы данное увеличение отрицательно не повлияло на состояние многих субъектов малого и среднего предпринимательства (СМСП), ставка будет увеличиваться постепенно на 2 % т. е. в 2015 году она составит 24 % и т. д. До 2018 года платежный тариф страховых взносов на уровне 20 % может сохраниться

для субъектов малого предпринимательства, действующих в производственной, социальной сферах и применяющих упрощенную систему налогообложения. [5].

Количество закрывших бизнес индивидуальных предпринимателей с начала этого года достигло 531,9 тыс. человек, свидетельствует статистика Федеральной налоговой службы. Решение прекратить работу приняли также 18,2 тыс. фермеров. В октябре 2013 года количество ИП и фермерских хозяйств уменьшилось до 2,126 млн. Значительному увеличению числа тех, кто прекратил свой бизнес, способствовало решение правительства увеличить страховые взносы с 2013 года для лиц, осуществляющих деятельность в рамках малого предпринимательства, более чем в два раза.

По словам уполномоченного по правам предпринимателей, введение новых налоговых отчислений, привело к закрытию тех предприятий, которые вообще не работали, либо были не в состоянии в силу своей низкой рентабельности выдержать эту налоговую нагрузку

В октябре 2013 года Союз промышленников и предпринимателей России провел очередной опрос бизнеса. Данные, полученные специалистами, не обрадовали: сводный индекс деловой среды по-прежнему находится в негативной зоне, а динамика Индекса инвестиционной и социальной активности упала на 7,9 пунктов. Выяснилось, что всего 45,5 процента респондентов указали, что их компании осуществляли инвестиционные проекты за прошедший месяц. Число таких предприятий снизилось на 16,5 процента по сравнению с августом. На 12 процентов сократилось число компаний, которые проводили наём сотрудников.

Также не удивляют данные, которые были получены в результате мониторинга темы выживания малого и среднего бизнеса, проведенного в Европе Высшей школой менеджмента, Центром предпринимательства. Как оказалось, лишь три российских предприятия из ста могут просуществовать свыше 3-х лет. Иными словами, лишь 3,4% вновь возникающих в России малых и средних предприятий существует на рынке более трех лет. Другие страны имеют совсем другой показатель выживаемости стартапов. В Норвегии – это 6,15 процентов, в Финляндии – 6,65 процентов, в Испании – 8,39 процентов, в Греции – 12,6 процентов.

По статистике 95% стартапов умирает еще в первый год», потому что малый бизнес в России не получает заметной поддержки от государства и при этом вынужден конкурировать с крупными компаниями. Но и это не единственная проблема, которое имеет государство в связи с понижением активности малого бизнеса. В последнее время обозначилась тенденция вывода капитала за рубеж малыми и средними предпринимателями. Как сообщил Росстат, в 2013 году отток заметно активизировался. Заметно возросло число мелких и средних предпринимателей, которые продают российский бизнес в России и приобретают малые зарубежные активы. Большим спросом сейчас пользуются чешские рестораны, маленькие магазинчики в ОАЭ, мини отели в Австрии.

Аналитики посчитали, что подобная тенденция продолжится и в 2014 году. Причем, главными причинами называют следующие:

- низкая доступность кредитов;
- усилившееся налоговое бремя;
- ужесточение российского законодательства в отношении малых предпринимателей;
- заметное повышение арендных ставок в крупных российских городах.

- высокий уровень конкуренции с крупным бизнесом.

Руководству страны эти тенденции хорошо известны. Намечены определенные меры по их устранению. Так, на ежегодном Гайдаровском экономическом форуме в Москве Медведев заявил, что на поддержку малого и среднего бизнеса в 2013 году было потрачено 21,5 млрд. рублей государственных субсидий, и эта поддержка будет больше в 2014 году. Глава Минэкономразвития РФ, Алексей Улюкаев, тоже заявляет о серьезных намерениях оказать помощь малому предпринимательству. В 2014 будет создан специальный Федеральный гарантийный фонд, в который из госбюджета будет направлено 70 миллиардов рублей. Предполагается, что деятельность фонда будет направлена на предоставление финансовые гарантии банкам за компании малого и среднего бизнеса.

Неэффективность государственной политики развития малого бизнеса

Во время кризиса все мероприятия государства обязаны быть ориентированы на стимулирование деловой активности, в особенности в сфере малого бизнеса. Основными мерами налоговой политики являются: обеспечение налоговыми льготами на инвестиции и внедряемые инновации, осуществление ускоренной амортизации, а также понижение ставок налога.

В сфере кредитования необходимо увеличение кредитов с целью оживления производства. Этого можно добиться за счет уменьшения процентных ставок на кредиты. Но во время кризиса налогово-бюджетная политика государства ориентирована на повышение налогового бремени, т.к. для предприятий сферы малого предпринимательства обязательные отчисления в социальные фонды были увеличены в два раза. Это отрицательно повлияло на его развитие, особенно в реальном секторе экономики.

Неэффективность государственной политики развития малого предпринимательства подтверждается в анализе динамики количества зарегистрированных малых предприятий по видам экономической деятельности.

Высокие темпы развития малого бизнеса именно в сфере торговли показывают неэффективность государственной политики поддержки малого предпринимательства. Это объясняется тем, что сфера торговли имеет малые риски банкротства, требует небольшого первоначального капитала, также характерен быстрый оборот капитала. Для малых предприятий производственной сферы требуется первоначальный капитал, позволяющий приобрести достаточное количество оборудования.

Малому предпринимательству не позволяет развиваться в секторе экономики отсутствие льготных условий кредитования малого бизнеса, эффективной программы поддержки. Чтобы получить государственную поддержку необходимо пройти контроль комитетов и департаментов и получить их согласие. Данные процедуры занимают несколько месяцев.

Таблица 1 – Количество зарегистрированных малых предприятий по федеральным округам Российской Федерации на 1 октября 2013 г.

Федеральные округа	Количество зарегистрированных МП на 1 октября 2013 года в расчете на 100 тыс. чел. Населения*		
	Единиц	Прирост/ сокращение за период	В % от среднего по РФ
РФ	163,6	-2,82	100,0
Центральный ФО	194,4	8,5	118,8
Северо-Западный ФО	236,9	-7,4	144,8
Южный ФО	125,8	-6,2	76,9
Северо-Кавказский ФО	55,6	-3,2	34,0
Приволжский ФО	156,9	-5,3	95,9
Уральский ФО	162,3	-8,3	99,2
Сибирский ФО	139,5	-12,6	85,3
Дальневосточный ФО	171,2	-0,6	104,6

По состоянию на 1 октября 2013 года в России было зарегистрировано 234,5 тыс. малых предприятий, что на 1,5% меньше, чем по состоянию на 1 октября 2012 года. Количество малых предприятий на 100 тыс. жителей снизилось на 2,8 ед., что составляет 163,6 ед.

Количество малых предприятий, как в абсолютном значении, так и в расчете на 100 тыс. жителей, зафиксирован только в Центральном федеральном округе на 5,0% или 8,5 малых предприятий. Во всех остальных федеральных округах отмечается снижение показателей.

Наибольшее снижение отмечено в Сибирском федеральном округе на 12,6 предприятий, в Северо-Кавказском федеральном округе на 8,3 предприятий, Южном федеральном округе на 6,2 предприятий и Приволжском федеральном округе на 5,3 малых предприятий.

Наименьшее снижение заметно в Северо-Западном федеральном округе на 2,6% и Дальневосточном федеральном округе на 0,6%.

Малое предпринимательство в России на сегодняшний день все еще находится в отдаленных условиях от рыночных отношений, в отличие от европейских и западных стран. Поддержка малого бизнеса еще слабо осуществляется в регионах России. Несвоевременно и в недостаточном объеме также осуществляется материально-техническое обеспечение предприятий малого и среднего бизнеса. Приобретение высоких технологий требует существенных материальных затрат.

Для успешного развития предприятий малого бизнеса можно выделить следующие рекомендации и меры. В первую очередь, необходимым является продолжить борьбу с коррупцией и бюрократией. Они остаются серьезными проблемами абсолютно любого, в том числе малого и среднего бизнеса. Согласно данным неправительственной международной организацией по борьбе с коррупцией и исследования уровня коррупции по всему миру за 2010 год, Россия заняла 154-е место из 178.

Список использованной литературы.

1. Научный журнал «Молодой ученый» [Электронный ресурс] URL: <http://www.moluch.ru/>

* Исходя из численности населения на 1 января 2013

2. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»
3. Никитина Л.Н., Худилайнен М.И. Становление малого бизнеса в России // Инновации. – 2009.
4. Малый бизнес: Учебное пособие. / Под редакцией В.Я. Горфинкеля. – М.: Кнорус, 2009.
5. Федеральная государственная служба статистики [Электронный ресурс]
URL: <http://www.gks.ru/>

**ТРУДОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ В РОССИИ:
СОВРЕМЕННЫЕ СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ**

Т.Р. Аминов

Томский государственный университет, г. Томск
E-mail: timaminov91@gmail.com

Научный руководитель: Нехода Е.В., доктор экон. наук, профессор

В данной статье рассмотрена социальная проблема современной России – нелегальные трудовые отношения. Выявлены причины их появления, проанализированы различные варианты «серых» схем найма труда и их последствий. Предложено системное решение этой глобальной проблемы.

Одной из острейших социальных проблем в настоящее время является нелегальная занятость населения нашей страны.

Возникновение данной проблемы связано с переходом к рыночной экономике. Предприниматели того времени преследовали только одну цель – получить как можно большую прибыль. Система социальной защиты, которая существовала в СССР, была разрушена. Рабочая сила, ушедшая с развалившихся заводов, была готова наняться к предпринимателям без официального трудоустройства. Такое положение дел устраивало некоторых рабочих, они получали свой доход от нелегального труда. Соответственно, не на какие социальные выплаты такие рабочие не могли претендовать. Эту часть населения нельзя отнести к занятому, поскольку отсутствует юридическое оформление трудового договора.

В неофициальном трудоустройстве есть положительный фактор – снижение напряженной конкуренции на рынке труда. Но работник, работающий в такой действительности, деградирует как профессионал. Без оплаты остаются больничные листы, отпуска, не отчисляются деньги в пенсионный фонд. Человек становится неуверенным в себе, завтрашнем дне и чувствует себя неполноценным.

Существует много причин, по которым работники соглашаются работать неофициально. Одни получают свою зарплату и не задумываются, почему их работодатель не просит трудовую книжку, не подписывает трудовой договор, не требует других необходимых документов. Другие задумываются, но никак не противодействуют этому. Тем более, когда работодатель не особенно ценит персонал, будучи уверен, что с легкостью найдет замену на «сером» рынке труда.

Для них такой вариант крайне удобен, не смотря на риск. Работодатель может понести ущерб в виде брака или утечки информации. Ясно, что и претензий предъявить такому работнику невозможно, так как юридически они не находятся в трудовых отношениях. Максимально, что может сделать работодатель в данной ситуации – увольнение без оплаты труда.

Для работника последствия нелегальных трудовых отношений более серьезные. В данном случае он лишает себя следующих гарантий: обеспечение права на обязательное социальное страхование работников, и право каждого работника на

своевременную и в полном размере выплату справедливой заработной платы, и многих других прав (статья 2 Трудового кодекса РФ).

Не оформляя официально трудовые отношения, работодатель не перечисляет деньги в Пенсионный фонд, которые в будущем будут формировать трудовую пенсию, а при выходе работника на пенсию, он будет получать только базовую ее часть. Не идет речи и о защите нелегального работника от травм и профессиональных заболеваний, поскольку в этом случае на них не распространяется закон «Об обязательном социальном страховании от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний» [1]. Также работник лишается гарантированного минимального размера оплаты труда: работодатель может платить столько, сколько он захочет.

Если работник не оформил трудовые отношения, как того требует закон, то нет никаких юридических оснований для выплаты ему заработной платы. Работодатель может отказаться от своих слов, не выплачивая зарплату в течение нескольких месяцев, а затем разорвать с работником трудовые отношения. Доказать в суде факт трудовых отношений возможно, но сложно. Необходимы показания свидетелей, но практика показывает, что работники не всегда согласны дать их против своего работодателя [2].

Еще одна не менее важная проблема заключается в том, что местные и региональные бюджеты не досчитываются налоговых выплат в случае ухода трудовых отношений в теневую экономику. А, значит, бюджет не дополучает на развитие образования, дорожного строительства, здравоохранения, ЖКХ и других социальных сфер.

Очевидно, что трудовые отношения регулируются трудовым правом, которое имеет социальную направленность, то есть главной задачей трудового права является защита труда наемного работника. Для этой цели и призваны трудовой договор, трудовое законодательство и вообще вся система трудовых отношений. Но, если работник и работодатель заключают гражданско-правовой договор, который отличается от трудового своей направленностью, чтобы урегулировать трудовые отношения, сразу теряются все гарантии и компенсации, прописанные трудовым законодательством.

Таким образом, получается, что при неофициальных трудовых отношениях и выплаты зарплаты «в конверте» возникает следующая проблема: работник остается полностью незащищенным и не может отстаивать свои права перед работодателем, не смотря на то, что ему платят большую заработную плату, не вычитывая налоги и различные взносы в фонды обязательного страхования.

Действующий Трудовой кодекс осуществил попытку решения проблемы легализации трудовых отношений. Так, в абзаце 3 статьи 11 Трудового кодекса закреплено, что «В тех случаях, когда в судебном порядке установлено, что договором гражданско-правового характера фактически регулируются трудовые отношения между работником и работодателем, к таким отношениям применяются положения трудового законодательства». Лишь единицы готовы судиться со своим работодателем по поводу легализации своих трудовых отношений. К сожалению, многие не задумываются о будущем, о том, какая у них будет пенсия и будет ли она вообще, не говоря о других социальных гарантиях.

Члены профсоюзных объединений отмечают, что «... бывают случаи, и их абсолютное большинство, когда работодатели предпочитают вообще не заключать с работниками никакого договора: ни гражданско-правового, ни трудового. Теорети-

чески с такими грубыми и явными нарушениями трудового законодательства призвано бороться государство в лице его органов: прокуратуры, рострудинспекции, судов. Однако на практике это происходит очень редко» [3].

Существуют проблемы и в денежно-налоговой части трудовых отношений. Прописывая в контракте сумму вознаграждения, компания обязана выплачивать страховой взнос 30% и еще подоходный налог на физических лиц (НДФЛ) в размере 13%. Предприниматель задумывается: выплатить налог в убыток себе или вычесть эту часть из заработной платы работника, но тогда финансовая составляющая предложения теряет свою привлекательность. Поэтому вряд ли руководитель пойдет на то, чтобы полностью легализовать трудовые отношения со своим сотрудником, отсюда снова получаем формальность кодекса и серую заработную плату.

Есть еще одна схема нетрадиционного найма с целью уклонения от налогов – «страховая схема». Работнику при устройстве в организации предлагают подписать гражданско-правовые договоры с банком или страховой компанией. Такая схема актуальна сегодня среди предпринимателей, поскольку минимизирует налогообложение на фонд оплаты труда. Заработная плата оформляется как промежуточные выплаты по долгосрочному договору страхования жизни. А по налоговому законодательству такие выплаты не облагаются никакими налогами. Предприниматели и руководители вынуждены идти на этот шаг, чтобы не платить единый социальный налог, начисляемый на фонд оплаты труда из своего кармана и не вычислять эту сумму из заработной платы работник [4].

Данная операция налоговой экономии вполне законна с точки зрения налогового законодательства, хотя и были случаи преследования должностных лиц за использование этого способа.

Вопрос нелегального найма и «серых зарплат» колоссальная социальная проблема России. Она имеет множество сторон и аспектов. Причины ее возникновения глобальны. Как уже было отмечено, главной из них является переход России к новой системе хозяйствования, многообразие форм собственности, принципам свободы трудового договора, неурегулированность правом многих актуальных вопросов, бессистемность законодательства. Сюда можно отнести и наш менталитет: правовая неграмотность и культура как работников и работодателей, так и государства в трудовых отношениях.

На сегодняшний день сложившаяся ситуация несколько сдвинулась с мертвой точки. Российский бизнес заявляет о желании легализовать трудовые отношения, отказаться от «зарплат в конвертах». Это напрямую связано с ростом социальной ответственности бизнеса в России. Цивилизованность предпринимательства определяется не только по отношению с партнерами по бизнесу и государством, но и по выполнению всех своих обязательств перед работниками в социально-трудовой сфере. Решить данную проблему можно только общими усилиями руководителей предприятий всех форм собственности, предпринимателей, органов местного самоуправления и самих наемных работников.

Список использованной литературы.

1. Тимофеева С.А. Современные проблемы социально-трудовых отношений в РФ. [Электронный ресурс] // Орловский государственный институт экономики и торговли, Россия. URL: http://www.rusnauka.com/12_EN_2008/Economics/31381.doc.htm (дата обращения: 04.10.2014 г.).

2. Кошелева М. «Легализация трудовых отношений сегодня необходима». [Электронный ресурс] // URL: <http://vchaspik.ua/pravozashchitnik/pensiya-i-nalogi/239166legalizaciya-trudovyh-otnosheniy-segodnya-neobhodima> (дата обращения: 05.10.2014 г.).

3. Качанов Р.Е. Легализация трудовых отношений в РФ: современные проблемы. [Электронный ресурс]. // URL: http://uraltradeunion.ru/sborniki/stati/zpl_konvert/legalno.html (дата обращения: 03.10.2014 г.).

4. Сгибнева О.В., Дырда В.А. Соотношение трудовых и гражданско-правовых договоров: теория и практика // «Советник бухгалтера в сфере образования и науки». – 2004. – № 1 (21). – С. 47-59.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СИСТЕМА РОССИИ КАК ОБЪЕКТ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Г.С. Бельская, В.С. Чувакина

Томский государственный университет, г. Томск

E-mail: nomas@mail.ru

Рассматривается ограниченность предмета экономической теории в ее неоклассическом варианте и обосновывается объективная потребность «расширения» предмета за счет введения в него характеристики национальной социально-экономической системы. При этом социально-экономическая система должна стать объектом междисциплинарных исследований.

Современный этап развития характеризуется глубокими качественными изменениями, которые происходят в социально-экономических системах: развитие корпоративной формы собственности, образование сетевых организаций, новые формы конкуренции, изменение роли человека в экономической системе, и весьма значимые изменения в характере труда. Формируется новая парадигма труда, основанная на гуманизации и социализации, а это означает, что максимизация прибыли, как стратегическая цель бизнеса и бизнес-сообщества в целом не может быть критерием эффективности развития. Как отмечает А.В. Бузгалин: «Если мы достигаем высокой прибыли за счет грязного производства на основе ручного труда и 60-ти часовой рабочей недели, то для общества такая эффективность вредна» [1. С. 144]. Именно поэтому в научный оборот вводятся такие дефиниции как «качество жизни», «социально-ориентированное развитие», «индекс человеческого развития» и др. Все более ясным становится понимание, что стратегической целью развития современной социально-экономической системы является социо-гуманитарный прогресс общества. Требуется, таким образом, принципиально новый подход к изучению и анализу социально-экономической системы страны.

Однако в преподавании экономической теории, которая является методологической и теоретической базой всего экономического знания, продолжает доминировать *мейнстрим*. Мы уже отмечали, что «методология мейнстрима малочувствительна к историческому контексту и исследует поверхностные функциональные связи» [2. С. 140]. Неоклассическая теория и ее более современные направления, в частности неонституционализм, социально нейтральны, изучают зрелое состояние

рыночной экономики, рассматривают ее как устойчивую и упорядоченную, равновесную систему, для которой характерно *линейное* поступательное развитие. Очевидно, что такой подход не соответствует качественным цивилизационным сдвигам, характеризующим переход к индустриально-информационному обществу, в котором чрезвычайно возрастает роль человека и использование его потенциала. Как отмечает А. Проховский, по своему значению «человек в действительности находится в основе экономической системы, являясь, в то же время ее продуктом» [3. С. 66].

Во всех сферах деятельности возрастает ценность работника, от которого во все большей степени зависит не только эффективное использование традиционных ресурсов, но и социально-гуманитарный прогресс общества. Познавать и развивать социально-экономическую систему на основе модели «*homo economicus*» не продуктивно, и, что принципиально важно, «человек экономический», «рациональный максимизатор», ориентированный исключительно на материальные ценности, противоречит целям современного общественного развития. И, если ставится цель «социально-ориентированного развития», необходимо вводить в экономический анализ модель «экономико-социологического человека».

Возрастающее значение человека как основы экономического развития предопределяет особое значение социально-культурной сферы, как условия экономического и социального прогресса. Р. Гринберг в своей новой работе акцентирует внимание на приоритете культуры «... в целях предотвращения дегуманизации общества, нивелирования духовного начала в жизни людей» [4. С. 53]. Теория рыночной экономики не рассматривает сложные экономические системные изменения, происходящие в условиях индустриальной цивилизации. Назрела необходимость расширить предметную область экономической теории и в связи с тем, что современные кризисы неправомерно рассматривать как чисто экономические, поскольку последние есть следствие глубокого системного кризиса, охватившего практически все страны, а не только страны с развитой рыночной экономикой.

Можно выделить основные черты проявления системного кризиса.

Во-первых, система социальных отношений и социальная структура общества не соответствуют новым цивилизационным сдвигам.

Во-вторых, система социально-политических и правовых отношений, отсутствие определенной идеологии развития государства, также отражает глубину системного кризиса.

В-третьих, глубокий кризис охватил и систему экономических отношений, что проявляется в деформированной структуре экономики, а в России, кроме того, в устаревших технологиях, в разрушенном технико-технологическом потенциале, в низком уровне экологичных способов производства и т.п.

В-четвертых, в глубоком кризисе находится сам человек с его потребностями, уровнем знаний, профессиональными навыками и трудовой мотивацией.

В-пятых, кризис затронул, прежде всего, духовный мир человека и систему морально-нравственных отношений социума («деньги не пахнут», «власть любой ценой», «все дозволено»).

Постиндустриальное развитие экономики все также подчиняется принципам индустриального капитализма с лозунгом «все, что способствует росту экономики в целом (или отдельной корпорации) способствует росту благополучия отдельного человека». Хотя вряд ли кто сегодня будет отрицать, что рыночная экономика, смешанная экономика ведет к социальной дифференциации. «И пока каждый хочет иметь больше, неизбежно будут возникать классы, будет продолжаться классовая

борьба, а в глобальном масштабе – мировые войны. Жажда обладания и мирная жизнь исключают друг друга» [5. С. 16]. Этот прогноз великого гуманиста и философа сегодня особенно актуален.

Глубокие системные кризисные явления современная экономическая теория не затрагивает вообще, не исследуются социально-экономические системы и их основные элементы (подсистемы). Каждый тип социально-экономических систем предполагает выявление его особенностей, анализ страновых моделей. Современная экономическая теория в ее неоклассическом и неоинституциональном вариантах не анализирует эти проблемы, поскольку изучает абстрактную модель индустриально развитых стран, в которой главным мотивом является личный эгоистический интерес, а стимулом – неограниченное потребление, главным образом, материальное. И в этом кроется глубокое противоречие между целями социально-ориентированной модернизации экономики и экономической теорией. Назрела объективная необходимость выделения в самостоятельный курс (по крайней мере, для экономистов-магистров) изучение социально-экономической системы с возможным рабочим названием «Социально-экономическая система России: социально-гуманитарная модель ее развития».

Социально-экономическая система общества представляет сложную систему многообразных общественных отношений. Схематично и весьма упрощенно она может быть представлена в следующем виде (рис. 1.).

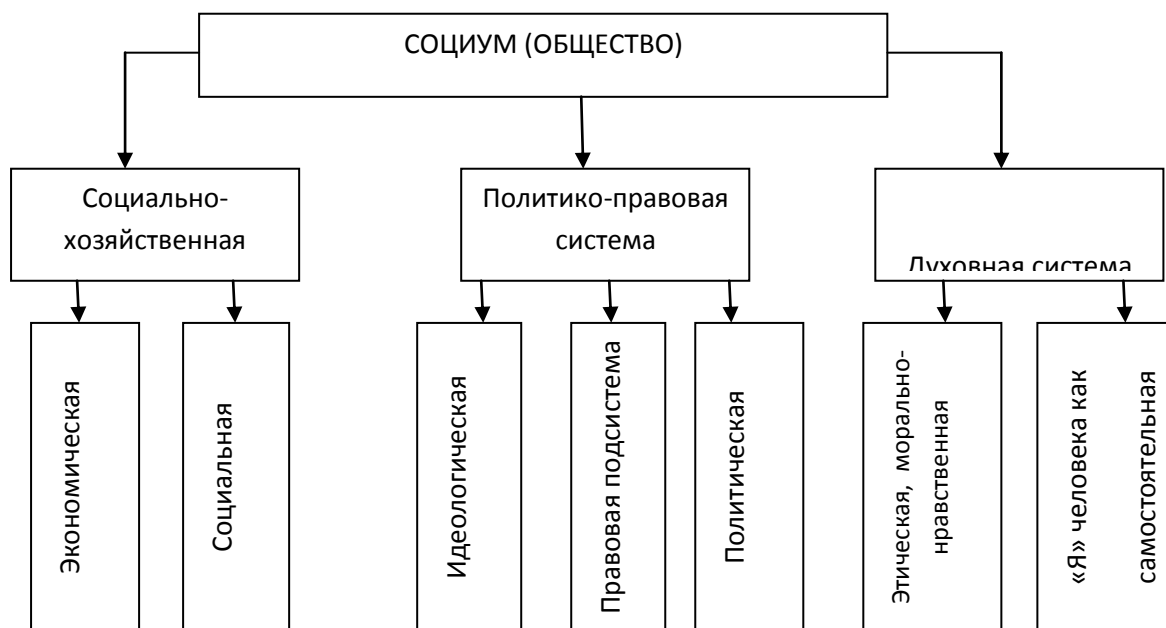


Рис. 1. – Социально-экономическая система общества

Все подсистемы социума должны находить отражение в социально-экономической политике государства и обеспечивать продвижение страны «... по пути социального, гуманитарного, технологического прогресса» [6. С. 12].

В предлагаемом курсе необходимо рассматривать и проблемы современной социально-экономической политики. Объективно в развитых странах происходит социализация всей экономической жизни, в частности, в Конституции РФ записано

(ст. 7), что в России будет создано социальное государство. Каждая социально-экономическая система характеризуется определенной совокупностью общественных отношений, и они являются главной формой жизнедеятельности людей, которая и приводит в процессе своего развития к эволюции сложившейся системы общественных отношений.

Сложившаяся система общественных отношений отражает уровень развития всех подсистем общества: уровень развития технико-технологического базиса, степень экологизации технологий, состояние его культуры, образования, социального и гуманитарного прогресса. Функционирование социально-экономической системы и ее подсистем реализует материальные и социальные потребности человека. Условно их принято делить на две группы – первичные (физиологические потребности человека, экономическая безопасность, воспроизводство способности к труду и т.д.) и вторичные (потребность в труде, общении, образовании, социальной справедливости, а также потребности во власти, взаимопомощи, успехе и т.д.). И поскольку в основе развития любого общества лежат духовные ценности и духовная программа развития, именно они определяют и характеризуют культуру конкретного социума, то по своей значимости для развития человека, его интеллектуального уровня духовная система и культура первичны, а материальная – вторична. С точки зрения формирования духовных ценностей огромную роль в развитии социально-экономической системы имеют этические потребности человека, которые реализуются через морально-нравственную подсистему и внутренне сущностное «Я» человека. Выстраивается следующая взаимосвязь: нравственность порождает культуру, культура порождает цивилизацию.

Таким образом, цивилизация и соответствующая ей социально-экономическая система являются порождением культуры данного общества, а культура в целом (в том числе и экономическая) – это философия и мировоззрение, отличающие один народ от другого, одну нацию от другой. Поэтому национальная идея, как внутренний стимул развития, лежит в сфере нравственных и духовных ценностей общества, а не в области обеспечения материальными благами. Экономический и социальный прогресс в стране, в первую очередь, определяется состоянием духовной подсистемы общества, и только она обеспечивает будущее страны и ее благополучие. Государственно-правовая подсистема общества является «посредником» между социально-хозяйственной и духовной системами и осуществляет эту функцию через определенную «идеологию» общества, которую мы называем идеологией развития и функционирования всех систем (подсистем) социума. И уж конечно такой «идеологией» не может быть идеология рынка, который стимулирует и воспроизводит «идеологию» потребительского общества и потребительского эгоизма.

Поскольку в России старая коммунистическая идеология уже не существует, а новая так и не появилась, нет и соответствующих законов (при огромном их количестве), а большинство принимаемых и принятых законов не соответствуют истории, менталитету, этическим и нравственным принципам российского народа. Отсюда в стране царят коррупция, экономический хаос, социальный пессимизм, разобщенность и недоверие людей к заявленным и проводимым реформам.

Основным условием формирования новой социально-экономической системы является создание новой философской концепции развития российского государства, основанной не на потребительски-ориентированной модели развития, а на социально-гуманитарной модели. Только тогда и можно ожидать появления «правильно» работающих законов в интересах всех граждан страны, а не узкой группы «из-

бранных», что позволит избежать прихода к власти мафиозных и криминальных структур, включить механизм мотивации на основе этики свободного и ответственного работника и работодателя за результаты труда, а также эффективный рыночный обмен. Новая парадигма развития позволит разработать и проводить оптимальную на данном отрезке времени социально-культурную политику, направленную на развитие человека и повышение качества его жизни.

Для создания и реализации новой модели общественного развития необходим междисциплинарный подход: экономистов, социологов, философов, культурологов. Не имея знаний и научных представлений о структуре и движущих мотивах функционирования и развития социально-экономических систем, выпускники экономических факультетов университетов будут способны только искать способы максимизации прибыли.

Формирование новой парадигмы экономической теории должно исходить из приоритета культуры над цивилизацией, ибо культура никогда не погибает, а земные цивилизации сменяют одна другую. Культура – это социальная память общества, она определяет его социогенотип, формирует идеи, нравственные и духовные ценности, которые передаются из поколения в поколение и определяют формы деятельности, поведение индивидов и общества в целом. В новой социально-экономической политике Российского государства достойное место должна занять политика «социальной памяти».

В новых условиях главными ресурсами человечества становятся знания, информация, развитый интеллект, творчество, образование и высокоорганизованный труд. Переход к новой цивилизации актуализирует значение компетенций и времени и, как следствие, возрастающее значение роли гуманитарной составляющей во всех видах человеческой деятельности. Доминантный постулат рыночной экономики, сформулированный еще А. Смитом в XVIII веке, существенно преобразовал общественное сознание и изменил социальный характер наций в сторону развития технократической цивилизации, высшим достижением которой является создание общества «высокого уровня массового потребления» (потребительского общества). Все это отразилось и на системе образования, в том числе и гуманитарного, экономического. Вся система образования направлена на формирование технократического мышления, что и привело к глубокому противоречию между технико-экономическим и социальным прогрессом. Данное противоречие, прежде всего, проявляется в отнесении человека к производственным ресурсам, к одному из факторов развития, к составной части экономического развития. Такой подход существенно ограничивает развитие человека и ведет к его деградации.

Формирование и развитие «постиндустриальной» цивилизации предполагает перенесение «центра тяжести» из материальной сферы в социальную, духовную и культурологическую. Необходимо «построить общество, в котором акты личного самовыражения будут цениться выше, чем изготовление вещей и манипуляция людьми» [7. С. 116]. Будущее развитие российского общества (не только экономики) зависит во многом от стремлений современной политической элиты модернизировать социально-экономическую систему страны, однако реализуемая сегодня в России «модель бюрократического капитализма блокирует прогресс общества» [8. С. 5]. Современная модель рыночной экономики не только противоречит целям и задачам социально-экономического развития, но и не способствует формированию цивилизованного рынка. Предпринимаемые попытки модернизации экономики только на основе реформирования преимущественно самой экономики без глубинных каче-

ственных преобразований всех подсистем социума не принесут России позитивных результатов даже хоть в сколько-нибудь отдаленном будущем.

Список использованной литературы.

1. Бузгалин А.В. Справедливость как предпосылка свободы и эффективности: обновление социального проекта возможно? // Социологические исследования. 2013. № 3. С. 135-145.
2. Бельская Г.С., Чувакина В.С. Для чего необходимо экономистам изучать социально-экономическую систему России? // Вестник Томского государственного университета. 2012. № 3(19). С. 140-145.
3. Пороховский А. Политическая экономия – основа и стержень экономической теории // Экономист. 2011. № 1. С. 61-73.
4. Гринберг Р.С. Свобода и справедливость. Российские соблазны ложного выбора. М.: Магистр ИНФРА-М, 2012.
5. Фромм Э. Иметь или быть / Эрих Фромм, пер. с нем. Э.М. Телятниковой. М.: АСТ: Астрель, 2012.
6. Бузгалин А., Колганов А. Российская экономическая система: некоторые итоги «реформ» // Проблемы теории и практики управления. 2014. № 8. С. 8-19.
7. Иллич И. Освобождение от школ. М.: Просвещение, 2006.
8. Микульский К. Модернизация российской экономики: необходимость и возможность // Общество и экономика. 2011. № 11-12. С. 5-19.

МЕСТО ТОМСКОЙ КЛИНИЧЕСКОЙ ПСИХИАТРИЧЕСКОЙ БОЛЬНИЦЫ В СИСТЕМЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ ОБЛАСТИ

А.Е. Бондарчук

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: alisabondarchuk@mail.ru

Научный руководитель: Роготнева Е.Н., канд. фил. наук, доцент

В данной статье определяется место Томской клинической психиатрической больницы в системе здравоохранения области. Целью является определение роли данного лечебного учреждения в деле сохранения психического здоровья населения Томской области. Проведен краткий обзор истории учреждения, определены направления работы данного учреждения, а так же значение больницы для области.

В 1899 году начинается история Томской окружной психиатрической больницы. В 1901 году началось ее строительство, а 23 октября 1908 года больница была принята комиссией, и в тот же день прибыла первая партия больных [1].

На тот момент клиническая психология была новым явлением в системе здравоохранения области. Несмотря на это, концепция реабилитации явилась основным направлением, которое дало Томской областной клинической психиатрической больнице известность. Первоначально под реабилитацией понимались лечебно-восстановительные мероприятия, которые исходили из взглядов врачей, но не учитывались индивидуальные особенности пациентов. Так же не учитывались их эмо-

циональные нарушения и нарушения мышления. Не уделялось достаточное внимание поэтапным и последовательным шагам в период восстановления здоровья пациентов.

Что же послужило ключевым моментом в реабилитационной концепции, сыгравшим знаменательную роль в развитии психиатрической больницы? В первую очередь это изменение отношения к пациентам. За небольшой период, в силу упорных действий специалистов, «лежачие» больные встали с кроватей и стали проявлять свою активность. [2]

Томская окружная лечебница так же служила целям преподавания психиатрии. Профессор по кафедре нервных и душевных болезней медицинского факультета Томского университета пользовался клиническим материалом лечебницы для своих лекций. Образовательной основой, кафедры и психиатрической больницы стало направление по клинической эпидемиологии и реабилитации потребителей психиатрических услуг. В результате этой деятельности Томское научно-учебно-практическое объединение стало базой региональных, всероссийских и всесоюзных школ и конференций по социально-трудовой реабилитации психически больных, что получило широкое признание в отечественной психиатрии. Стремительное изменение облика психиатрической службы сыграло большую роль в развитии Томской практической психиатрии и привлекло талантливых прогрессивных специалистов. Развитие образования в области психиатрии и повышение ее престижа в Томске исторически базируется на наследии видных клиницистов профессоров Я.А. Анфимова, Л.И. Оморокова и А.А. Перельмана. Под их особым вниманием были вопросы расширения преподавания, организация общества психиатров, клинические разборы, психология пациентов и воспитание гуманистических основ в подготовке кадров. [2]

Поскольку психологам приходилось переучиваться из педагогов, некоторое время наблюдалось отставание клинической психологии. Ситуация была такой, что психотропное средство являлось основным лечебным фактором, а клинические психологи не являлись партнерами психиатров. Однако, уже довольно скоро Томская областная клиническая психиатрическая больница и психоневрологический институт им. В.М. Бехтерева быстро стали лидерами в отечественной психиатрии в данной области.

Прогресс в условиях содержания пациентов и качестве образования врачей начался с приходом главного врача томской психиатрической больницы А.И. Потапова (ныне академика РАМН) и блестящего организатора, педагога и клинического эпидемиолога, профессора Е.Д. Красика. Высокий уровень квалификации, непрерывное образование на протяжении всей профессиональной деятельности – всегда отличали томскую психиатрию.

В отличие от всех других медицинских дисциплин, организация лечебного дела в психиатрической больнице тесно связана с теоретическими, терапевтическими и организационными вопросами. Психиатрическая больница исполняет роль основной учебной и клинической базы. В больнице проводится подготовка и повышение квалификации начинающих и работающих специалистов, испытываются новые виды лечения и диагностики, апробируются новые виды лечебно-диагностического оборудования и лекарственных препаратов [3].

Томская область с населением 1 млн. 36,5 тыс. человек обладает одним из самых высоких уровней общей заболеваемости психическими расстройствами на тер-

ритории РФ: среднероссийский показатель по общей заболеваемости психическими расстройствами превышен в 1,5 раза.

Следует отметить, что экономический ущерб от психических расстройств составляет более 12% от всех болезней и продолжает увеличиваться с каждым днем. Психические расстройства влекут за собой не только расходы на лечение, но и приводят к снижению производительности труда, семейным конфликтам, преждевременной смертности, а так же социальным ограничениям, упущенным жизненным возможностям и ущербам от несчастных случаев по вине больных.

Томская психиатрическая больница единственное лечебное учреждение в регионе, которое ориентировано на работу с пациентами, нуждающимися в психиатрической помощи. В настоящий момент Томская психиатрическая больница рассчитана на 1410 человек, из них 1210 мест предназначено для больных, 100 – для испытуемых подследственных, 100 – для частных больных за плату. Так же в Томской клинической больнице определен перечень заболеваний и список видов медицинской помощи, которая оказывается гражданам бесплатно. В рамках этой Программы бесплатно предоставляются: первичная медико-санитарная и скорая помощь, в том числе специализированная медицинская помощь. Первый этап это медико-санитарная помощь, включающая лечение наиболее распространенных болезней и травм. Так же к нему относятся отравления и другие состояния, требующие незамедлительной медицинской помощи и профилактику заболеваний. Осуществляются мероприятия по проведению профилактических прививок и профилактических осмотров. Происходит диспансерное наблюдение граждан с хроническими заболеваниями. Осуществляются и другие мероприятия, связанные с оказанием первичной медико-санитарной помощи гражданам. Так же в медицинском учреждении предоставляются и платные дополнительные услуги, такие как консультация врача-психиатра – 730 руб., курсовое лечение хронического алкоголизма – 3690 руб., индивидуальная психотерапия (один сеанс) – 790 руб., индивидуальное предоставление ухода за пациентом (1 сутки) – 390руб. [1]

По выполнению постановления общего собрания РАМН выполняется научно-исследовательская работа в рамках научно-практического объединения. Проводятся исследования раннего аутизма, синдрома дефицита внимания, гиперактивности, эпилепсии, умственной отсталости, а так же нервно-психических расстройств. Осуществляется это практически врачами и научными сотрудниками. Разрабатываются и внедряются в практику научно-обоснованные программы реабилитации с нервно-психическими расстройствами. Внедрены и эффективно используются комплексные программы реабилитации с ранним аутизмом, синдромом дефицита внимания и гиперактивности. Осуществляется организационно-методическая помощь логопедам, дефектологам, педагогам, психологам учреждений здравоохранения и образования.

Используются современные методы немедикаментозной коррекции нервно-психических расстройств. Такие как: технология биологической обратной связи для лечения пограничных нервно-психических расстройств, кинезиотерапия (программа развития межполушарных связей, логического и творческого мышления), оперантная терапия для реабилитации с ранним аутизмом, индивидуальная и групповая психотерапия с использованием методик арт-терапии, сказка-терапии, игровой-терапии, музыка-терапии, когнитивно-поведенческой, гештальд-терапии и другие, а так же работа с родителями (организация образовательных семинаров, семейное консультирование, активное участие родителей в реабилитационном процессе). [2]

В условиях динамично развивающейся и конкурентоспособной экономики стратегической целью социально-экономического развития Томской области является создание благоприятных условий для жизни, работы, отдыха и воспитания детей. Человеческие ресурсы являются трудовыми ресурсами и состояние здоровья, физическая дееспособность населения являются одним из качественных аспектов трудовых ресурсов. Доступное и качественное медицинское обслуживание является основным факторами развития. Таким образом, эффективное развитие региональной системы здравоохранения является необходимым условием для достижения целей стратегии социально-экономического развития Томской области. [2]

В РФ существует несколько клиник, осуществляющих психиатрическую помощь: полустационары (дневные, ночные стационары и др.), лечебно-производственные мастерские, реабилитационные отделения в составе психиатрических больниц (Калуга, Томск, Ставрополь, Санкт-Петербург, Москва, Омск и др.), внебольничные отделения, центры реабилитации (Омск, Калуга, Москва и др.), отделения интенсивного лечения (более 30-и регионов). [3]

Однако как отметил Председатель Правления Российского общества психиатров, директор Московского НИИ психиатрии Минздрава России, профессор В.Н. Краснов: «В последние годы научная и практическая деятельность томских специалистов в области образовательных программ по психиатрии и профилактики психических расстройств получает все большее признание в России и за рубежом». Важно отметить, что деятельность психиатров встречает понимание и поддержку у Администрации Томской области, что выразилось, в помощи по организации конференции и, несомненно, отражает прогресс в понимании социальной значимости проблем психического здоровья и может служить примером для других территорий Российской Федерации».

Государственные психиатрические больницы просуществуют еще длительное время. Их различия во многом будут определяться местными условиями, позицией самих психиатров, отношением к ним общества. Основным контингентом в них будут больные с хроническим течением болезни. В условиях больниц будут оказываться наиболее квалифицированные виды помощи, которые общинная психиатрическая служба не будет в состоянии оказывать.

Поводя итоги, необходимо сказать, что стационарная психиатрическая помощь является важным звеном общей системы здравоохранения, а психиатрическая больница – учреждением, в условиях которого оказываются специализированные виды помощи, совершенствуются методы диагностики и лечения психических расстройств. Томская психиатрическая больница в настоящий момент играет роль основной клинической, научной и учебной базы. Лечебно-диагностический, реабилитационный процесс, функциональная структура психиатрической больницы должны быть организованы в соответствии с современными достижениями психиатрической науки и практики.

Список использованной литературы.

1. Томская клиническая психиатрическая больница [Электронный ресурс] // URL: <http://tokpb.ru/> (дата обращения 15.10.2014 г.).
2. Развитие биопсихосоциального подхода в сфере охраны психического здоровья Вып.1, 1995 /под ред. Н.А. Корнетова, А.П. Агаркова. – 2005 с.

3. Перспективы развития психиатрической помощи детям и подросткам в Томской области [Электронный ресурс] // URL: <http://www.otrok.ru/doktor/info/agarkov.pdf> (дата обращения 16.10.2014 г.).

4. Роль и место психиатрической больницы в современной системе помощи В.С. Ястребов НЦПЗ РАМН Москва [Электронный ресурс] // URL: <http://www.myshared.ru/slide/330336/> (дата обращения 15.10.2014 г.).

**РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА
КАК НАПРАВЛЕНИЯ АЛЬТЕРНАТИВНОЙ ЗАНЯТОСТИ
В ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ ЧЕРЕЗ СОЗДАНИЕ ЕДИНОГО
ИНФОРМАЦИОННОГО ПОРТАЛА «СЕЛЬСКИЙ WEEKEND»**

А.А. Загайнов, А.В. Турлов

Томский государственный университет, г.Томск
E-mail: luckyne@mail2000.ru

В настоящей статье проведен анализ состояния и перспектив развития в Томской области одного из направлений альтернативной сельской занятости – сельского туризма. В результате было выявлено, что одним из основных сдерживающих факторов развития сельского туризма в регионе является отсутствие устойчивой связи между фермерами и организациями, которые предлагают услуги сельского туризма, и потребителями. В качестве оптимального решения указанной проблемы предлагается создание и запуск единого информационного портала «Сельский weekend».

Проблемами российского села сегодня трудно кого-нибудь удивить. Это увеличивающееся отставание от города по уровню, условиям и средней продолжительности жизни, неразвитая инфраструктура, старение и вымирание деревень, относительно более низкие доходы и меньшие гарантии занятости, низкая мотивация к труду. И это далеко не полный перечень. Но вот чему удивляться, так это тому, что сколько-нибудь действенное решение перечисленных проблем так до сих пор не найдено, что ярко иллюстрирует сложившаяся в Томской области ситуация.

В последние годы наблюдается устойчивое снижение численности сельского населения Томской области (на фоне увеличения общей численности населения региона) в среднем на 0,5–1,0% ежегодно, что привело в итоге к сокращению числа сельских жителей на 2,5% по сравнению с началом 2008 года и на 11% по сравнению с началом 2001 года. Причем до 90% общего сокращения сельского населения обеспечила миграционная убыль (табл. 1).

Таблица 1 – Основные демографические показатели Томской области

Показатель	2001	2003	2005	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Численность населения - всего, тыс. чел., в т. ч.:	1054,3	1045,5	1029,9	1023	1026,3	1031,5	1040,2	1048,5	1057,7	1064,2
городское	709,8	709,3	703,1	706,1	710,9	718	728,1	737	749,6	757,6
сельское	344,5	336,2	326,8	316,9	315,4	313,5	312,1	311,5	308,1	306,6
На 1000 чел. Населения										
Родившихся	9,7	10,6	10,8	12,1	12,9	13,3	13	13	13,6	...
Умерших	13,4	14,5	14,6	12,9	13	12,9	12,6	12,2	11,9	...
Естественный прирост, убыль(-) населения	-3,7	-3,9	-3,8	-0,8	-0,1	0,4	0,4	0,8	1,7	...
Миграционный прирост, убыль (-) населения	-0,6	-3,4	-1,7	4	5,1	8,1	7,5	7,9	4,5	...

Источник: Составлено авторами на основе данных Томскстата [1]

Отток населения в города (прежде всего, в г. Томск) стал результатом того, что к настоящему времени 17 сельских населенных пунктов Томской области не имеют населения. Более того, $\frac{3}{4}$ сельских населенных пунктов области относятся к группе населенных пунктов с численностью до 500 чел., при этом 135 сельских населенных пунктов (почти четверть общего числа сельских населенных пунктов) относятся к мелким с численностью населения до 50 чел. В них проживает в совокупности 2,3 тыс. чел., или 0,7% от общей численности сельского населения области [рассчитано авторами по 2].

Наиболее остро сегодня встает проблема занятости в сельской местности. Даже по официальным данным уровень безработицы в Томской области по состоянию на начало 2013 года составил 8,4%. С учетом 3,6 тыс. работников организаций, по тем или иным причинам работавших в 2012 году в режиме неполного рабочего времени, а также никак не учитываемой скрытой и неэффективной занятости, реальный уровень безработицы может быть куда более высоким. Прогнозы перспектив развития рынка труда Томской области дают

основания утверждать, что численность сельского населения Томской области к началу 2031 года сократится еще на 41,6 тыс. чел., или на 13,6%. Сокращение численности населения, в т.ч. трудоспособного возраста, усилит диспропорции между спросом и предложением на рынке труда региона и напряжению на городском рынке труда [на основе 2, 3, 4].

Оптимальным выходом в данной ситуации представляется развитие альтернативной несельскохозяйственной занятости на селе. Наиболее перспективным ее направлением представляется сельский туризм (далее также – агротуризм), который может стать импульсом к развитию сельских территорий. Широкий интерес к агротуризму со стороны исследователей, бизнеса и властных структур объясняется, во-первых, тем, что агротуризм – это доступный способ отдыха для городского населения, во-вторых, он создает на селе новые рабочие места и служит дополнительным источником дохода (причем, несельскохозяйственным), в-третьих, вносит определенный вклад в решение проблемы сбыта сельхозпродукции, в-четвертых, привлекает на село инвестиции, что будет стимулировать развитие инфраструктуры. Однако важнее всего то, что агротуризм позволит существенно сгладить негативное влияние такой неотъемлемой характеристики сельского хозяйства, как сезонность: сезонность доходов и сезонность применения труда. Кроме того, имеет значение и нематериальный эффект от развития агротуризма: крепнет самоуважение фермера, повышается его социальный статус, возрождается интерес к национальной культуре среди населения, происходит приобщение к здоровому образу жизни.

Высокая значимость и перспективность данного направления для Томской области подчеркивается в Концепции развития туризма и гостеприимства в Томской области на 2008–2013 годы [5] и региональной долгосрочной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма на территории Томской области на 2013–2017 годы» [6], которая рассчитывает привлечь значительные инвестиции для развития отрасли. Кроме того, на фоне продолжающегося массового банкротства туроператоров, в результате которого пострадало уже свыше 130 тыс. россиян [7], а зарубежному выездному сегменту туристической отрасли нанесен серьезный удар, внутренние туристические направления (в т.ч. и сельский туризм) представляются более привлекательными (прежде всего с точки зрения надежности и безопасности) для потребителей. Вышеизложенное предопределяет актуальность проведенного авторами исследования.

Цель данного исследования заключалась в анализе состояния и перспектив развития сельского туризма как альтернативного направления сельской занятости в Томской области. В соответствии с целью были поставлены следующие задачи: оценка текущего состояния развития сельского туризма в Томской области, выявление существующих проблем, формирование стратегии по разрешению основных проблем развития сельского туризма в Томской области.

На сегодняшний день, сельский туризм в Томской области находится на стадии становления. Туры, которые готовы предложить туристические агентства области, пока не могут похвастаться высоким уровнем сервиса и качеством предоставляемых услуг, да и в целом выбор предложений достаточно ограничен. На данный момент на рынке сельского туризма Томской области существует «пропасть» между фермерами, которые готовы размещать у себя отдыхающих, и туристическими компаниями, предлагающими такие туры населению. Владельцы гостевых домов неохотно идут на контакт с турагенствами, считая их лишним промежуточным звеном

между ними и отдыхающими. «Современный турист готов платить хорошие деньги за свой отдых, но и требования к этому отдыху достаточно высокие, чего фермеры пока не могут предложить. Поэтому турагентства со своей стороны должны предложить отдыхающему максимально насыщенный и увлекательный маршрут путешествия, чтобы у туриста остались только положительные эмоции и желание повторить подобный отдых», – отмечает эксперт одного из турагентств области.

Последнее время интерес к сельскому туризму со стороны томичей возрастает, хотя доля таких туристов по прежнему очень мала. Однако что касается иностранцев, то такие туры у них пользуются особой популярностью: делегации из Китая, Германии, Индии и других стран, регулярно обращаются в туристические агентства с просьбой организовать для них экскурсию в российскую глубинку. Наибольший интерес вызывает турпоездка в с. Зоркольцево, где находится известный в области парк Околица, собирающий сотни туристов на Международный фестиваль-конкурс «Праздник топора», где зрители своими глазами смогут увидеть, как мастера не только из Томской области, но и из других регионов России, а также Европы создают настоящие шедевры деревянного искусства. Так же в селе есть несколько гостевых домов, которые готовы разместить у себя отдыхающих.

В Кривошеинском районе круглый год открыта для туристов охотничья заимка «Кедр». Благодаря заинтересованности со стороны местных администрации, туристическим агентствам удается налаживать контакт с местным населением и разрабатывать новые маршруты для отдыха в сельской местности. В этом году началось развитие такого вида отдыха в Кожевниковском районе, известном среди рыбаков и охотников, где активно идет строительство гостевых домов и разработка туристических маршрутов, куда войдут различные мастер-классы по выпечке хлеба, кузнечному ремеслу, знакомству с сибирскими традициями и обычаями и многое другое. Зырянский район также готов развивать сельский туризм на своей территории и активно работает в данном направлении. В целом, тур выходного дня в сельской местности, включая питание и трансфер, составит примерно 4 500 – 5 000 руб. на одного отдыхающего.

Своим экспертным мнением о перспективах развития сельского туризма в регионе охотно поделился заместитель директора Аграрного центра Томской области Болтовский Валерий Михайлович. «Сельский туризм как вид отдыха только начинает развиваться в нашем регионе, – отмечает он. – Достижение конкурентных позиций на рынке требует от фермера понимания потребностей и мнения клиентов, а также знания конкурентных преимуществ мест размещения для туристов – вот чего сегодня не хватает томскому фермеру». Валерий Михайлович предложил воспользоваться опытом Алтайского края как одного из лидеров в развитии сельского туризма на территории нашей страны, вошедшего в список регионов, успешно развивающих сельский туризм. «Но тут нельзя не принимать во внимание тот факт, что Алтай обладает уникальным рекреационным потенциалом, который обеспечивает этому региону весомые конкурентные преимущества в развитии сельского экологического туризма», – заключает В.М. Болтовский.

Между тем, картина была бы неполной без мнения потребителей (потенциальных потребителей) услуг сельского туризма. Поэтому авторы прибегли к помощи **методов** социологического исследования, таких как социологический опрос и интервью, а также анализа и прогнозирования. Объем случайной выборки составил более 200 чел. в возрасте от 30 до 60 лет, опрос проводился на улицах г. Томска в местах массового скопления людей. Результаты проведенного исследования показали,

что потенциальный спрос на услуги сельского туризма достаточно высок: более 69% респондентов хотели бы воспользоваться данным видом отдыха и готовы заплатить за это достаточно высокую цену. Кроме того, в г. Томск как в один из деловых, образовательных и научных центров России ежегодно приезжают тысячи партнеров, студентов, ведущих ученых, гостей из других регионов РФ и иностранцев, которые также являются потенциальными потребителями услуг сельского туризма. Отсутствие же качественного туристического продукта на территории области не дает возможности наиболее полно раскрыть ее потенциал.

Однако, как выяснилось, серьезная проблема возникает в продвижении агротуристических продуктов, в доведении информации до потенциальных клиентов. По результатам опроса, большая часть респондентов (60%) вообще не знают о существовании в Томской области фермеров, предпринимателей и организаций, которые оказывают услуги сельского туризма (т.н. агроферм), 93% опрошенных отметили в качестве одного из основных препятствий для развития агротуризма в Томской области именно отсутствие рекламы и вообще каких-либо сведений об агротуристических услугах.

Для решения вышеуказанной проблемы авторами предлагается создание единого информационного портала «Сельский weekend», который бы позволил объединить в единую информационную базу предложения томских фермеров, готовых разместить у себя туристов. В общих чертах портал представляет из себя яркий, информативный и удобный в пользовании веб-сайт. Основным его элементом является интерактивная карта Томской области, на которой маркерами обозначено расположение агроферм (рис. 1).



Рис. 1. Макет единого информационного портала «Сельский weekend»

При переходе по ссылке пользователь попадает на личную страницу фермера (агрофермы), где будет представлена вся необходимая информация: контактные

данные, состав и стоимость туристического пакета с подробным описанием всех досуговых мероприятий, которые может предложить фермер, фотографии фермы и окрестностей. К тому же у пользователя будет возможность задать интересующие вопросы, оставить отзыв о полученных впечатлениях, забронировать путевку онлайн, посетить онлайн-экскурсию на агроферму и т.д. Отдельно будет создан раздел, предназначенный для информационно-консультационной помощи начинающим фермерам готовым развивать сельский туризм.

Продвижение сайта планируется посредством размещения баннера на сайтах Аграрного центра Томской области, Департамента по социально-экономического развития села и Департамента по культуре и туризму Томской области, на городских культурно-досуговых порталах, в социальных сетях, а также через туристические агентства г. Томска и г. Северска. Создание такого информационного портала призвано способствовать популяризации и продвижения агротуристических продуктов, информированию и привлечению потенциальных клиентов и информационному сопровождению агротуристического бизнеса.

В заключение стоит отметить следующее. Как показал проведенный анализ, Томская область с ее природным потенциалом имеет большие возможности для развития сельского туризма. И на сегодняшний день проблема не в том, что нет таких фермеров, которые предлагают услуги сельского туризма, проблема и не в отсутствии спроса на такие услуги. Проблема же заключается в том, что нет устойчивой связи между участниками рынка. Отношения между фермерами, туристическими компаниями и потребителями носят неформальный, как правило, разовый характер, не налажена система информационного взаимодействия между субъектами рынка, нет отработанной действенной схемы продвижения агротуристических продуктов. Такую связь, по мнению авторов, может обеспечить создание и запуск единого информационного портала «*Сельский weekend*». Это будет способствовать развитию сельского туризма в Томской области. И только тогда сельский туризм может стать реальной альтернативой занятости сельского населения.

Список использованной литературы.

1. Официальная статистика. Население [Электронный ресурс] // Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Томской области (Томскстата). 2014. URL: http://tmsk.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/tmsk/resources/debf76004d756337be05ff344d6b6963/%D0%9D%D0%B0%D1%81%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5+%D0%B4%D0%BB%D1%8F+%D1%81%D0%B0%D0%B9%D1%82%D0%B0.pdf (дата обращения: 08.10.2014 г.).
2. Сельские населенные пункты Томской области по состоянию на начало 2013 г. / Статистический сборник с аналитической запиской. Официальное издание. – Томск: Томскстат, 2013. – 64 с.
3. Среднегодовая численность работников, среднемесячные начисления заработной платы, трудоустройство населения в Томской области. 2008–2012 гг. / Статистический сборник. – Томск, Томскстат, 2013. – 44 с.
4. Труд и занятость в Томской области. 2008–2012 гг. / Статистический сборник. – Томск, Томскстат, 2013. – 100 с.
5. Постановление Губернатора Томской области от 29.06.2007 № 71 «Об утверждении Концепции развития туризма и гостеприимства в Томской области на 2008 – 2013 годы».

6. Постановление Администрации Томской области от 26.11.2012 № 467а «Об утверждении долгосрочной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма на территории Томской области на 2013 – 2017 годы».

7. Эксперт: банкротства туроператоров приведут к росту цен на путёвки [Электронный ресурс] // Аргументы и Факты. 2014. URL: <http://www.aif.ru/money/business/1342054> (дата обращения: 08.10.2014 г.).

СОВРЕМЕННАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ИДЕЙ Й.А. ШУМПЕТЕРА. РОЛЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

А.С. Зайковская

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: zaikovskaya.anastasia@gmail.com

Научный руководитель: Воробьева И.П., канд. экон. наук, доцент

Концептуальные теории об инновационной природе предпринимательства имеют важное значение для определения оптимальной модели зарождения и развития предпринимательской деятельности в современной России. Существенно помочь решению данной задачи может обращение к теоретическому опыту изучения предпринимательства выдающегося экономиста и социолога – американского ученого Й. Шумпетера. Цель данной статьи заключается в рассмотрении его теоретико-методологических взглядов об инновационной сущности предпринимательства и ценности для построения социологической теории предпринимательства в современной России.

Во многих социологических работах в современной России уделяется особое внимание проблеме инноваций и предпринимательства. Учитывая, что формирование предпринимательства пока находится в начальной стадии своего развития, важность рассмотрения взглядов Йозефа Шумпетера приобретает глубокое методологическое значение.

По мнению большого количества ученых, термин «предпринимательство» был введен в научный оборот в XVIII веке. В «Эссе об общей природе коммерции» (Лондон, 1755 год) английского ученого, занимающегося рассмотрением вопросов демографии и экономики, Ричарда Кантильона сказано, что достижение положительных экономических результатов предпринимательской деятельности основано на деловом риске. Неопределенность и непостоянство получаемой прибыли были последствиями такой деятельности. Как правило, добиться дохода безрисковыми методами предприниматель не мог. Вероятность неудачи порождает потребность в использовании инновационных средств и технологий, которые ранее не применялись [1].

Осознание содержательного смысла предпринимательства нашло отражение в его этимологическом толковании («Entrepreneur, entreprendre» (фр.) – «предпринимать, затевать, браться, приниматься за что-либо»; «Enterprise, entrepreneurship» (англ.) – «предприятие, дело, предпринимательство»). Иначе говоря, предпринимательство – это экономическая деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от производства и/или продажи товаров, оказания услуг. Таким образом предприниматели выступают социальной общностью людей, исполняющих такого рода деятельность [2].

В контексте хозяйственного права предпринимательство воспринимается как «...инициативная самостоятельная деятельность граждан, физических и юридических лиц, направленная на получение прибыли или личного дохода, осуществляемая от своего имени, на свой риск, под свою имущественную ответственность или от имени и под юридическую ответственность юридического лица», причем имущественная ответственность предпринимателя предполагается в пределах, «определяемых организационно-правовой формой предприятия» [3].

Толкование данных определений существенно не изменяется, если их дополнить описанием конкретных видов деятельности, которые традиционно связывают с предпринимательством: «Предприниматель <...> может осуществлять любые виды хозяйственной деятельности, не запрещенные законом, включая коммерческое посредничество, торгово-закупочную, консультационную и иную деятельность, а также операции с ценными бумагами» [4]. В этих определениях заметен фактор правового регулирования и юридического оформления предпринимательской деятельности. Как правило, социальная природа и сущность предпринимательства остаются вне области исследования. Это подчеркивает необходимость в социальной и исторической интерпретации данного феномена в контексте методологических установок социолога и экономиста Й. Шумпетера.

Взгляды Шумпетера о социальной природе предпринимательства формируются на фоне сложившегося в социально-экономической литературе понимания данного вида деятельности, с одной стороны, как некоего объективного и независимого параметра капиталистического производства, с другой – как фактора, косвенно влияющего на эффективность производства, посредством личности предпринимателя.

Концепция предпринимательства, предложенная Йозефом Шумпетером в его работе «Теория экономического развития» (1912), может считаться революционным прорывом в осознании природы этого феномена и его функций в обществе. Шумпетер впервые занялся исследованием экономики не как статичного равновесного состояния, а как непрерывного изменения, характеризующего смену подобных состояний [5]. По Шумпетеру, развитие экономики сопровождается инновациями в самой структуре и соотношении экономических показателей, т. е. изменениями качественного характера.

Новые комбинации факторов хозяйственной деятельности осуществляются путем их выведения из ранее используемых производственных процессов. Однако происходит это только тогда, когда для предпринимателя выгоднее вносить инновации, а кредит дает средства для таких изменений. Й. Шумпетер классифицировал подобные новаторские предложения (инновации) следующим образом:

- 1) производство принципиально нового, не известного ранее блага или товара;
- 2) открытие нового способа производства, технологии изготовления блага или товара;
- 3) предложение нового способа коммерческого использования уже существующего блага товара;
- 4) освоение нового рынка сбыта;
- 5) освоение нового источника сырья;
- 6) кардинальная реорганизация производства, ведущая к достижению монополии или подрыву производства конкурентов.

Подобные преобразования, по мнению Шумпетера, неизбежно создадут спрос на особый тип людей, обладающих новаторским мышлением и способных осуществлять инновационные преобразования производства. Такого инноватора Й.

Шумпетер и определяет как предпринимателя, олицетворяя его с главной движущей силой экономического развития общества. Именно признание за фигурой предпринимателя общественной функции реализации экономических и социальных изменений является основным отличием концепции Шумпетера от всех других авторов того времени, которые рассматривали предпринимательство как совокупность ценных для хозяйственной деятельности субъективных качеств личности, встроенных в устойчивую систему производства, в качестве дополнительного, второстепенного фактора.

Предпринимателем у Й. Шумпетера выступает как собственник средств производства (классический промышленный капиталист того времени), так и наемный человек, управляющий предприятием. Свойство собственности не является в данном случае определяющим, поскольку предпринимательство у Й. Шумпетера отождествляется с функцией управления хозяйственной деятельностью.

В рамках такой концепции, предпринимателями могут считаться также финансист, спекулянт, «делец», если его деятельность связана с такой реорганизацией экономических сущностей, которая создает новую комбинацию производственных факторов, создает инновации. Предприниматели, как считал Й. Шумпетер, не образуют отдельного социального класса. Лица, обладающие качествами предпринимателя, сосредоточены по различным сферам деятельности (собственники земли, наемные работники, капиталисты). В то же время предприниматель – это не должность или профессия, а, скорее, состояние активной инновационной деятельности человека, которое он редко способен сохранять на протяжении длительного времени [6].

Следует отметить, что Й. Шумпетер стремился придать своей концепции также и социологическое значение. Он рассматривал предпринимательскую функцию как характерную не только для капитализма как исторического периода, но и для всей истории человечества. Предпринимателем и инноватором, в его представлении, мог быть вождь примитивного племени, руководящий орган социалистического общества. Важно лишь выполнение ими условия реорганизации факторов производства, изменения организации общественной и хозяйственной системы.

Й. Шумпетер предложил следующий набор признаков, которые отличают предпринимателя, его ценностные установки и поведение от других людей:

а) не ограниченное стремление к приобретению все большего количества товаров и благ, которое не является общим с чувством удовлетворения от их потребления. Для такого типа людей более важной является потребность во власти и влиянии, которая реализуется не столько получением материальной прибыли, сколько умножением богатства как «материализацией» показателя господства. Можно заметить, что даже в тех случаях, когда основной целью предпринимательской деятельности является получение прибыли, данные денежные средства служат зачастую не удовлетворению личных потребностей человека, а инвестициям в дальнейшее расширение предприятия и создание новых производственных комбинаций. При этом в процессе производственной деятельности предприниматель зачастую испытывает преобладающие положительные эмоции от своего творческого труда, он поглощен деловой активностью не только в рабочее, но и в личное время. Его дело и благосостояние предприятия становится для него смыслом жизни;

б) интеллектуальные усилия предпринимателя сосредоточены на узком сегменте хозяйственных процессов производства, на изучение которых он затрачивает преобладающее количество времени. Это позволяет ему концентрироваться лишь на имеющих значение вещах. Вместе с тем, сосредоточиваясь на конкретном явлении

или процессе, предприниматель имеет возможность сопоставлять множество вариантов их улучшения;

в) предприниматель зачастую обладает развитой интуицией, которая может компенсировать ему недостаток информации для принятия важных управленческих решений;

г) предприниматель является обладателем сильных волевых качеств. Они позволяют ему преодолевать собственную инерцию мышления, а также сопротивление внешней среды. Для предпринимателя крайне важно наличие авторитета у других людей, для принятия таким людьми зачастую рискованных изменений производственных факторов [7].

Приведенные выше свойства личности предпринимателей Й. Шумпетер предложил на основе наблюдений за лидерами успешно действующих субъектов рыночной экономики того времени. Й. Шумпетер также ввел в научный оборот понятие «предпринимательской функции». Оно обозначает присущую активным субъектам экономики способность нарушать устойчивое рыночное равновесие путем реализации инновационных прорывов и нововведений в различных сферах хозяйственной деятельности. Такое определение выходит за границы экономики и может характеризовать большое количество социальных ролей, связанных с изменениями в обществе в целом. Таким образом, концепция Й. Шумпетера представляет собой междисциплинарную, экономико-социологическую теорию предпринимательства.

Й. Шумпетер создает в своей теории концептуальный тип инновационного предпринимательства, и расширяет его влияние до всей общественной системы. Социальное толкование природы предпринимательства позволяет воспринимать экономические изменения в современной России как универсальный феномен, который проявляется во всех сферах общественного развития.

Предпринимательская функция личности, по Й. Шумпетеру, выражает особую социальную роль, которая стремится в завоеванию доминирующего положения в обществе. Инновационная роль предпринимательства определяется направлением общественных трансформаций. Такую закономерность можно отследить и на примере изменений в российской экономике. Концепция Й. Шумпетера об инновационной природе предпринимательства также затрагивает рассмотрение потребности общества в новом, доминантном типе личности. Она трансформируется в фундаментальную методологическую основу для понимания изменений в социальной среде, которые протекают в нашей стране, а также ментальных изменений населения, формирования культуры предпринимательства в обществе.

На сегодняшний день инновации – это способ технологического развития продуктов хозяйственной деятельности, а также самих предприятий. Также одними из целей внедрения инноваций выделяют обеспечение прочных позиций на рынке товаров и услуг, создание значительных конкурентных преимуществ. Все большее количество предприятий применяют инновации в успешной организации своей деятельности, завоевывая новые рынки, усиливая свою конкурентоспособность. Предприятия осуществляют обновление основных фондов, внедрение результатов научной деятельности и новых технологий в производство, а также выпускают новые виды продукции, расширяют ассортимент продаваемых товаров и предоставляемых услуг, повышают их качество. Проблема инновационного развития находится в сфере внимания как органов законодательной, так и исполнительной власти, которая разрабатывает стратегии инновационного развития всей страны и отдельных регионов.

Вместе с тем, необходимо отметить наметившуюся тенденцию преобладания в инновационном развитии современной экономики роли субъектов малого и среднего предпринимательства, основанных на использовании высоких технологий. Малые и средние инновационные предприятия (МСИП) в совокупности с образовательным и научным потенциалом нашей страны, представляют собой важный ресурс, который может трансформироваться в ключевой фактор экономического роста и увеличения благосостояния в масштабах всей страны.

Малые предприятия, зачастую находясь на стыке нескольких сфер хозяйственной деятельности, являются важным компонентом любой развитой инновационной системы. Они стимулируют развитие эффективных связей между образовательными, исследовательскими, финансовыми и промышленными секторами экономики и в некоторой мере противостоят риску неэффективной бюрократической организации инновационных процессов [8].

Малых и средних инновационных предприятий в России относительно немного. Темпы роста данных субъектов экономики не велик, отмечается их слабая позиция в глобальном разделении труда – они присутствуют в основном на нижних и средних участках производственной цепи. Рост отечественного инновационного сектора во многом связан с вовлеченностью компаний в проекты крупнейших транснациональных корпораций, отдающих часть разработок на аутсорсинг. При этом хорошо известно, что ведение малого бизнеса в Российской Федерации связано с дополнительными рисками, что требует особой личностной организации предпринимателя, предъявляет повышенные требования к его стрессоустойчивости.

В последнее время можно говорить о положительных тенденциях в развитии МСП. По состоянию на начало 2010 года в Российской Федерации было зарегистрировано 1 602,4 тыс. малых предприятий, что на 20% больше, чем годом ранее. Количество малых предприятий в расчете на 100 тыс. жителей увеличилось на 189,2 ед. и составило 1 129,2 ед., а совокупный прирост МСП за год составил 9,3% [9].

В целом инновационную сущность и природу предпринимательства можно выделить в качестве основной движущей силы в реализации изменений и развитии экономической и общественной сферы. На наш взгляд, концепции Й. Шумпетера могут рассматриваться как единая экономико-социологическая теория инновационного предпринимательства. В рамках неё предприниматель выступает в качестве преобразователя и создателя новых факторов производства в экономической системе, в противовес образу необходимого компонента для осуществления устойчивой хозяйственной деятельности.

После создания концепции предпринимательской и инновационной деятельности Й. Шумпетером прошло уже несколько десятилетий, однако необходимое внимание и развитие она начинает получать только сейчас.

Йозеф Шумпетер, анализируя динамику предпринимательства в свое время, был совершенно прав, предсказывая возможность появления строгих научных методов к организации такой деятельности. Технологии целенаправленного поиска инновационных решений в организации хозяйственной деятельности могут позволить научно подойти к разработке и внедрению новых идей, обоснованию инвестиционных проектов, значительно снизить величину предпринимательского риска, не допустить или своевременно предупредить негативные последствия, которые могут возникнуть при реализации новшеств.

Список использованной литературы.

1. Верхован П. Х. Предприниматель: его экономическая функция и общественно-политическая ответственность. – Минск: Эридан, 2002. – 59 с.
2. Кузьмин С. А. Социальные системы: развитие и метаморфозы. К вопросу о перспективах переходной экономики России: Монография. – М.: Academia, 2006. – 344 с.
3. Радаев В. В. Этническое предпринимательство: мировой опыт и Россия // Политические исследования. – 1993. – № 5. – С. 79–87.
4. Рыночное предпринимательство: теоретические основы и практика регулирования : учеб. пособие. М.: Ин-т междунар. права и экономики, 2004.
5. Шереги Ф. Э. Социология предпринимательства: прикладные исследования. М. : Центр соц. прогнозирования, 2012, с. 193.
6. Экономическая энциклопедия / под ред. Л. И. Абалкина. – М.: Экономика, 2007. – С. 597.
7. Энциклопедический словарь предпринимателя / сост. С. М. Синельников, Т. Г. Соломоник, Р. В. Янборисова. – СПб.: Алга-фовд: АЯКС, 2002. – С. 138.
8. Санто Б. Инновация как средство экономического развития: Пер. с венг. – М.: Прогресс, 2009. – С. 296.
9. Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 1982. – 169 с.
10. Малое предпринимательство в России в 2009 г. и первой половине 2010 г., влияние государственной поддержки на сектор: Материалы V Межрегионального круглого стола «Финансирование малого и среднего бизнеса в Урало-Западносибирском регионе». – Екатеринбург, 2010.
11. Российский статистический ежегодник. 2010: стат. сборник/ Росстат. – М.: Росстат, 2011.
12. Макконелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. 14-е изд. М.: Инфра-М, 2004. 972 с.

ГУМАНИЗАЦИЯ КАК ВАЖНЕЙШИЙ ПРИНЦИП МОДЕРНИЗАЦИИ РОССИИ

Н.С. Максименко

Санкт-Петербургский политехнический университет им. Петра Великого,

г. Санкт-Петербург

E-mail: nikmaksimenko@gmail.com

Научный руководитель: Матвеева О.Ю., канд. филос. наук, доцент

В статье предположено, что гуманизация является ключевым инструментом модернизации России в настоящее время. Рассмотрены предпосылки к модернизации государства как в экономическом, так и в социокультурном плане на примере образования, выявлены наиболее продуктивные пути решения данной проблемы.

В настоящее время Россия испытывает достаточно серьезные потрясения, связанные с отсталостью государства прежде всего в экономическом и социокультурном плане в сравнении со странами Европы и США. При этом уже сейчас сформи-

ровалось достаточное количество предпосылок к модернизации большинства отраслей функционирования государства как общества. В развернувшейся сегодня дискуссии на эту тему не всегда представляется очевидным, что именно понимается под модернизацией и чем она должна отличаться от той, которая проходила, например, в 90-е годы прошлого века.

Целью исследования является рассмотрение фактора гуманизации как основного инструмента модернизации общества. Задачи исследования включают в себя анализ предпосылок модернизации России, определение отраслей, наиболее нуждающихся в развитии и улучшении, а также наиболее продуктивных путей решения данных проблем. Основными объектами исследования для изучения воздействия гуманизации являются такие отрасли, как экономика и образование.

Под модернизацией в общественной науке принято понимать не просто технический прогресс, но переход от традиционного к современному обществу [1]. Сегодняшняя риторика же сводит модернизацию к формированию сильной в экономическом, политическом, военном, научном и иных отношениях страны при росте благосостояния ее населения. При этом свою роль играют самые различные факторы, в том числе нелинейность развития, положительная роль некоторых национальных традиций социальной эволюции, влияние на общественное развитие эндогенных и экзогенных факторов, вариативность развития социальных структур в условиях одной системы, возможность прерывности социального развития и усиливающая зависимость результатов от реальных действий основных факторов. [2]

Кризис мировой и национальной экономики выставил напоказ основной недостаток экономического развития России: специфика структурно-воспроизводственной модели, которая характеризуется низкой конкурентоспособностью обрабатывающих отраслей, монополизация большинства этих отраслей государством и следующий из этого «сырьевой перекося» и соответствующее положение на мировом рынке. Наличие большого количества сырьевых ресурсов является отличной платформой для развития и модернизации экономики, однако, в долгосрочной перспективе показатели роста стран, обладающих значительными ресурсами, оказывается ниже, чем в странах со сходным доходом на душу населения, но располагающих меньшими ресурсами. Теоретической основой, объединившей статистические данные и исследования ученых по проблематике эффективного использования ресурсов, стала концепция «ресурсного проклятия», согласно которой «в долгосрочном периоде изобилие ресурсов может не столько стимулировать экономическое развитие, сколько замедлять его». [3]

Таким образом, уже сегодня можно с легкостью заметить уже сформировавшиеся основные предпосылки к скорейшей модернизации общества:

- экономика, столь сильно зависящая от продажи сырьевых ресурсов, при этом не использующая средства для развития постиндустриальных отраслей экономики, неизбежно ведет к стагнации в долгосрочной перспективе;
- растущая потребность в работниках творческих профессий. Если раньше основная часть людей трудилась на фабриках и заводах, где главной задачей рабочих являлось собственно производство материальных благ, то теперь с практически стопроцентной автоматизацией любого производства главным видом трудом является интеллектуальный труд. В нынешних условиях гораздо важнее придумать новую концепцию, которая смогла бы привести компанию к успеху или же оптимизировать

производство с целью минимизации затрат. Для этого нужно обладать необходимым творческим потенциалом;

- развитие и практически повсеместная доступность сети Интернет и связанные с этим возможности мгновенного доступа к знаниям, накопленным человечеством, из практически любой точки нашей страны;

- развитие самосознания общества, осознание необходимости двигаться вперед у все большего числа людей.

Эти и другие предпосылки являются достаточным основанием утверждать о том, что состояние общества располагает к модернизации. Основным принципом, ведущим Россию в этом направлении должна стать гуманизация общества.

В широком смысле этого слова под гуманизацией жизни понимают развитие человека как личности, при этом создавая все условия, необходимые для этого развития.

Принято считать, что гуманизация осуществляется как результат социализации индивида, т.е. всемерного вовлечения его в систему самых разнообразных общественных отношений, в которой он постоянно осваивает (присваивает, усваивает и продуцирует) культурные условия своего существования и в конечном счете формируется как личность.

Основной проблемой, которую необходимо решить в процессе модернизации общества, является гуманизация образования. Ведь именно образование является краеугольным камнем любого современного общества. В основе гуманизации образования лежит человеколюбие, признание за обучаемыми права на всестороннее развитие, создание для этого подлинно человеческих условий.

Гуманизация образования как определенная направленность его развития не сводится, вопреки обыденному представлению, лишь к изменению соотношения специальных, например, естественнонаучных и социогуманитарных знаний. Хотя последние, т.е. знания о человеке, его природе, ориентациях, способах деятельности и т.д., в значительной степени концентрируются в соответствующих отраслях науки и учебных дисциплинах наибольшие «заряды» подобных знаний.

Гуманизация образования в предельно широком содержании представляет собой систему взаимоорганизованных ценностей, вписанных в образовательный процесс и обеспечивающих через усваиваемые людьми знания их профессионально-нравственное развитие, формирование социально значимых ориентаций и установок, осознание своего личностного достоинства, свободы и ответственности за поступки и результаты деятельности. Гуманизация, таким образом, это не только и не столько освоение студентами суммы различных (включая и социальные) знаний через учебные дисциплины. Суть гуманизации значительно шире: это сложный процесс, имеющий различные направления и способы реализации непосредственно в самом образовании, так и в пограничных с ним началах воздействия на студентов воспитательных факторов. Одним из таких способов является гуманитаризация образования. Развитие студента не только как специалиста в заданной области, но прежде всего, как личность, способную полностью реализовать свой потенциал.

Таким образом, перед государством стоит задача реформировать систему образования так, чтобы на первый план вышло гуманитарное образование. Конечно, здесь не имеется ввиду замещение технических дисциплин гуманитарными. Необходимо лишь сделать акцент на гуманитарный подход к освоению знаний. Первым шагом будет являться осознание мировоззренческих функций технических наук и

поиск их точек соприкосновения с социогуманитарными науками. Эта необходимость вытекает из основополагающих целей высшего образования, социальных запросов на личностные качества выпускника вуза и роли гуманитарных знаний в жизнедеятельности человека.

Внеся данные изменения в систему образования России, мы приблизимся к новой ступени развития общества. Выпускники вузов, таким образом, будут более подготовлены к работе в реальных условиях труда. Ведь для продуктивной работы недостаточно лишь уверенно разбираться в предмете, необходимо уметь донести свою точку зрения до коллег по работе, а также осознавать ценностные критерии как естественнонаучной, так и социогуманитарной рациональности. Именно такие умения будут особенно ценны в новом обществе. Ведь через гуманитарно-культурную деятельность индивид себя самореализует, самоутверждает, проявляет духовную свободу и творчество, изменяет социокультурную среду. Превалирование творческих профессий над механическими является одной из основных черт эпохи постмодерна. Таким образом, новый подход к образованию должен приблизить государство к этой эпохе. Ведь в настоящее время наши вузы ценятся за рубежом гораздо меньше, чем нам бы хотелось. В первую очередь это происходит именно из-за устаревшего подхода к обучению студентов. Необходимо вовлекать их в процесс обучения, стараться развивать в них сильные личностные качества. Возможно, начинать стоит даже не с высшего образования, но со средней школы, где закладывается фундамент личности. Больше внимание должно уделяться психологическому воспитанию детей. Основной задачей школы должно стать не механическое обучение, а выявление талантов человека, ведь зачастую, заканчивая школу, многие так и не могут определиться с тем, какой путь им выбрать, тем самым лишая себя духовного благополучия.

Гуманизация образования является первым шагом по постройке нового общества эпохи постмодерна. Но помимо социокультурного подхода к модернизации России нужно рассмотреть и экономический. В связи с этим, необходимо ответить на вопрос, остается ли принцип гуманизации важнейшим и в этом аспекте модернизации?

Под гуманизацией экономики понимается такое развитие и функционирование экономики, которое позволяло бы отвечать интересам каждого отдельного человека и общества в целом, то есть служить источником благосостояния и благополучия для экономики, а также источником внутренней гармонии и счастья для всех людей (а не отдельных групп людей). Как многокомпонентный процесс, гуманизация проявляется в усилении фундаментальной функции экономики – служить добру и совершенству жизни каждого человека одинаково, с учетом их заслуг и альтруистического принципа (бескорыстной помощи нуждающимся членам общества).

Гуманизации сопутствуют обстоятельства, порождающие тенденцию дегуманизации. На основе соотношения тенденций гуманизации и дегуманизации формируются и баланс общечеловеческих ценностей и антиценностей, среда и условия, гарантирующие счастье людей, или лишаящие их счастья. Исходя из этого можно рассматривать аксиометрическое и эвдемоническое видение как метод анализа гуманизации в рамках более широкого антропоцентристского подхода. Таким образом, анализ сводится к рассмотрению экономических благ, отношений с точки зрения внутреннего комфорта и счастья каждого индивида. При этом, имеется ввиду, что именно человек определяет и оценивает все процессы и явления, происходящие в обществе, являясь при этом ценнейшим богатством. [4]

Экономические блага являются амбивалентными и относительными величинами, в зависимости от применения, а также направления и характера использования, они могут принести людям как счастье, так и нанести вред. Таким образом, экономические блага могут трансформироваться в так называемое «социальное зло» или «социальное добро».

Таким образом, для трансформации экономических благ исключительно в социальное добро необходимо соединить экономические блага с человеческими ценностями, к примеру справедливостью, что гарантирует благосостояние для всех людей.

Одной из основных предпосылок к гуманизации экономики является созидательно-креативный потенциал индивида, а также конструктивная деятельность людей, результаты которой служат освобождению человека от страданий, приносимых трудностями жизни – тяжестью труда, нуждой, противоречиями межчеловеческих отношений и т.п. Из этого следует, что основа гуманизации экономики должна содержать в себе развитие человека, его самореализацию и самоутверждение. Каждый человек должен иметь возможность реализовать свой творческий и профессиональный потенциал для того, чтобы состояться в жизни.

Политику государства в сфере экономического развития следует подчинить именно этим принципам. Государство должно создать как можно более благоприятные условия для роста и развития не сырьевого, постиндустриального производства. Законы, регулирующие данные области, должны приниматься с оглядкой на влияние, которое они могут оказать на изменение инвестиционной привлекательности бизнеса. На первое место необходимо ставить внутренне душевное состояние индивида, для того чтобы результаты, полученные в итоге производства экономических благ, превосходили как материальные, так и моральные затраты.

Одной из многих причин, препятствующих гуманизации экономики, является нерациональность потребления, излишнее потребление, порча неиспользованных продуктов и т.п. В связи с этим большое количество произведенных благ не способно трансформироваться в социальное добро, т.е. в улучшение жизни и благосостояния человека. Если бы это происходило, сотни миллионов людей смогли бы улучшить свои жизненные условия. Соответственно нужно стараться увеличивать продуктивность и рациональность потребления для того, чтобы эти блага оказывали больший социальный эффект, тем самым повышая гуманность жизни.

Нерациональность потребления, конечно же, является не единственным препятствием на пути к гуманизации экономики. Одной из самых серьезных причин является огромное расслоение между доходами самой богатой части общества и классом бедняков. Необходимо понимать, что в условиях рыночной экономики невозможно полностью устранить неравенство в распределении доходов и благ. Всегда будет достаточно сильное расслоение между классом богатых и остальными. Именно с помощью гуманизации экономики можно не уравнивать богатых с бедными, но сделать так, чтобы люди, получающие меньше материальных благ, все равно оставались счастливыми и чувствовали, что они самореализовались или способны самореализоваться как в профессиональном, так и в личностном плане. Для того, чтобы нивелировать данную несправедливость, государство должно использовать социальные инструменты перераспределения доходов, такие как механизм налогообложения, социальные программы для малоимущих и т.п. Необходимо найти баланс между нормальным функционированием экономики, при котором существует конкурентная среда и блага распределяются соответственно с затраченными на их по-

лучение усилиями, и уровнем счастья в целом в стране. Косвенно, решая данную проблему можно решить и проблемы нерационального потребления. Бедные слои населения можно обеспечивать благами, которые негодились людям с более высоким социальным статусом, не ущемляя при этом личность более низких сословий. Тем не менее, накопление богатств одним человеком должно подстегивать другого к тому, чтобы работать еще усерднее и достичь его уровня, а не вызывать в нем злобу. В то же время в нашей стране очень часто слово «богатый» является синонимом не таких слов как «трудолюбивый», «успешный», а скорее «хитрый» и «нечестный». И данную установку необходимо изменить в первую очередь. Каждый человек должен понимать, что трудолюбие и раскрытие своего профессионального потенциала может привести его к покорению невиданных доселе высот.

Несмотря на то, что время для модернизации общества, несомненно, пришло, пройдет еще немало времени, прежде чем Россия вступит в новую эпоху. Огромные размеры страны не позволяют провести все реформы быстро и безболезненно. Нельзя сказать, что предпосылки к гуманистической модернизации полностью сформировались в каждом регионе и в каждом уголке нашей страны. Тем не менее, как в рассмотренных примерах модернизации образования и экономики, так и остальных сфер функционирования государства, необходимо придерживаться принципа гуманизации, который должен стать ведущим и определить будущее России в новое для страны время. Ведь настоящим субъектом модернизации в любой стране должны являться люди, и модернизация станет реальностью только при условии увеличения количества людей, обладающих «новым» самосознанием, людей, стоящих на одном уровне с культурой современного мира, уважая свободу, достоинство, право на самовыражение каждого человека, равно как признавая за каждым право принимать рационально обдуманное решение. Такое самосознание должно быть само собой разумеющимся в «новом» обществе, а это невозможно без специального воспитания сознания, ставящего во главу угла внутренний комфорт и благополучие каждого конкретного человека.

Список использованной литературы.

1. Модернизация России; информационный, экономический, политический, социокультурный аспекты. Сборник научных статей. М.: Изд-во Московского гуманитарного университета, 2012. – С. 17-27.
2. Побережников И.В. Переход от традиционного к индустриальному обществу: теоретико-методологические проблемы модернизации. – М.: РОССПЭН, 2006.
3. Сонин К., Плеханов А., Гуриев С. Экономический механизм сырьевой модели развития // Вопросы экономики. – 2010. – № 3. – С. 4.
4. Малашиха Г. Отчуждение человека в перспективе глобализации мира. Сборник статей. Выпуск 1 // Под ред. Маркова Б.В., Парцвания В.В., Солонина Ю.Н. СПб: Изд-во «Петрополис». – 2001. – С. 87-99.

МОЛОДЕЖЬ КАК ОСНОВА СОЦИО-ГУМАНИТАРНОГО ПОТЕНЦИАЛА РОССИИ

А.А. Портнягина, С.Н. Сискович*

Томский политехнический университет, г. Томск

Томский государственный университет, г. Томск

E-mail: portniagina@outlook.com

Статья посвящена периоду становления молодежи в момент модернизации. Проведен анализ молодежных проблем как социально-демографической группы в контексте социально-культурного подхода. В заключение описаны характеристики рекреационной активности современной молодежи.

Модернизация – это процесс, предполагающий качественное улучшение структур общества, структур формирующих сложную когерентную систему взаимосвязи и взаимоотношений. Модернизация непосредственно связана с прогрессом науки и техники на международном уровне.

Социальная модернизация – это становление общества демократического типа с динамичной социальной системой.

Для модернизации как для процесса характерно улучшение таких категорий, как «Образ жизни», «уровень жизни» и «качество жизни». Качественные и количественные улучшения начинаются с наиболее наиболее активных в социально-экономическом аспекте групп населения, так как представители таких групп открыты новым технологиям и технике, что по определению является движущей силой модернизации. Логично предположить, что наиболее политически, экономически, социально и диджитал активная группа является катализатором процессов локального роста, обеспечивающих в последствии общую тенденцию к модернизации. Исходя из набора активностей, играющей наиболее важную роль группой является молодежь. В настоящее время существует тенденция к трансформации определения «молодежь». Во-первых, группа взрослеет, то есть смещаются возрастные границы, во вторых группе присваивают новые социальные характеристики, среди которых как позитивные ожидания, так и опасения. С точки зрения потенциала модернизации молодежь служит генератором будущих изменений. Следовательно, для того, чтобы корректно оценивать траекторию и темпы потенциал модернизации страны следует начать с изучения молодежи, как наиболее активной и в ближайшем будущем наиболее продуктивной группы.

На данный момент модернизация, ее истоки и ее потенциал стали центром внимания российской политики и соответствующих направлений журналистики. Однако, несмотря на позитивные тренды, внимание к молодежи остается недостаточным.

Качественное улучшение вышеописанных категорий «Образ жизни», «уровень жизни» и «качество жизни» - пролонгированный процесс, следовательно, стимулировать улучшения в будущем можно только воздействуя на ту часть населения, которая на текущий момент определяет для себя социальные ориентиры и ценностные установки, формирует правила поведения. Поколение современной молодежи также обладает несколькими новыми проблемами и преимуществами, что позволяет особым образом оценивать потенциал или траектории развития общества в целом.

Публицистические издания применяют такой термин, как «Поколение ЯЯЯ», которое достаточно отличается от предыдущих.

Молодежь это группа людей, находящихся в стадии взросления, становления личности, получения знаний и навыков, социальных норм и ценностей для того, чтобы стать полноценным членом общества.

Сегодня молодежь сталкивается со все большим кругом проблем, что в дальнейшем нанесет урон динамике модернизации и ее характеру.

Одним из факторов, влияющим на положение молодежи в обществе является экономический фактор. Молодые люди стремятся быть самостоятельными и независимыми, но этого сложно достигнуть без собственного жилья или хотя бы съемной квартиры. Молодежь является классом общества, который только начинает жить и не может позволить себе многие блага. Молодые люди зависимы от финансовой помощи родителей, и именно родители решают, нужна ли их ребенку отдельная жилплощадь. Прежде всего, решение родителей зависит не только от желания, но и от материального положения. Поэтому в большинстве случаев родители не могут решить квартирный вопрос, но и сами молодые люди не имеют достаточных средств. Но и на помощь государства рассчитывать не приходится: ипотечное кредитование, предлагаемое на банковском рынке не является выходом. Так, например, ипотечная программа от Сбербанка «Для молодых семей» с процентной ставкой от 11,5 до 14% не спасает положение, а ведь еще где-то нужно найти деньги на первый взнос в размере 10% от стоимости квартиры. Ипотека в нашей стране практически не развита. Помимо квартирного вопроса молодежь сталкивается с проблемой финансовой нестабильности. Они опять же зависят от своих родных и вынуждены подрабатывать. Но из-за отсутствия знаний и опыта вынуждены работать на низкооплачиваемых должностях, чаще получают заработную плату ниже среднего и имеют низкие стипендии.

Следующей проблемой является проблема с образованием. Для того чтобы занимать престижную должность и получать высокую заработную плату молодым людям необходимо получить высшее образование. Это и является следствием того, что большинство молодежи старается продолжить свое среднее образование. Но в большинстве университетов нашей страны бюджетные места сокращаются, а чтобы учиться платно нужно опять обратиться к родителям за помощью. Также молодые люди вынуждены передвигать период трудовой деятельности на более зрелый возраст из-за занятости с образованием.

После работы или учебы каждому молодому человеку хочется провести где-нибудь свой отдых. Но советские времена с бесплатными секциями давно ушли, а сейчас все снова упирается в финансовый вопрос. На сколько человек может себе позволить пойти в тренажерный зал, на дискотеку или кинотеатр, опять же зависит от финансов. Не имея возможности посещать данные заведения многие начинают употреблять алкогольные напитки, наркотики и табачные изделия, просто от того, что людям нечем заняться.

Трудоустройство молодежи является ключевым моментом в жизни каждого молодого человека. Но найти именно ту работу, которая будет приносить стабильный доход и сопутствовать развитию личности и карьерному росту порой бывает очень даже сложно. Основной под проблемой данной ситуации выступает географическое местоположение. Многие согласятся, что в таких мегаполисах как Москва работу найти гораздо легче и проще нежели в русских «глубинках». Каждый молодой человек начинаю свой трудовой путь задумывается о том, что он будет из себя

представлять через год или два и какую работу он сможет получить, приобретая опыт. Но не все молодые люди понимают то, что на первых порах опыт гораздо важнее заработной платы и этот опыт сможет сделать их более привлекательными сотрудниками на рынке труда. В нашей стране очень сложно найти работу молодому специалисту, не имеющему хотя бы какой-то трудовой опыт. Также, зачастую не маловажную роль играют связи, а также коррупция в стране. Исходя из этого поиски работы могут затягиваться годами, молодым людям приходится учиться грамотно составлять резюме, рассылать по компаниям и проходить множество собеседований. Отсюда мы и получаем безработицу, которая должна стать главной заботой нашего государства. Если же государство уделяет мало внимания этой проблеме, то она, в свою очередь, порождает другие, например, такие как преступность. Проблема безработицы вынуждает людей переезжать в другие регионы нашей страны, где шанс найти работу гораздо выше.

Молодость это очень важный период в становлении человека как личности. Это время, когда человек изучает мир и старается занять место в ячейке общества. Молодые люди сталкиваются «лицом к лицу» с проблемами, которые становятся важными для них. Молодежь сегодня не принимает стандарты, по которым жили их родители в период их молодости. Они не воспринимают прежние ценности, не имеют четких ориентиров в жизни, что были у наших отцов и матерей. Это является одной из причин разрыва поколений. Среднее поколение, как правило, применяют старые стандарты для начала нового образа жизни. Большинство молодых людей не хотят жить в прошлом. Они имеют свои собственные идеи. Они хотят совершать свои собственные ошибки, чем слушать предупреждения их родителей. Почти все родители не понимают своих детей. Но у наших отцов и матерей было то, чего нет у современной молодежи: знание о законах общества и системы. Они точно знали, как достичь ту или иную цель или все же не достичь. Но современная молодежь не имеет такого представления.

Однако, несмотря на все проблемы, современная молодежь обладает уникальными преимуществами, определяющими силу и глубину модернизации, необходимые для создания динамичной структуры общества.

Во-первых, каждое поколение молодых людей образованнее предыдущего. Это продиктовано не только ростом количества учебных заведений, но и постепенным расширением возможностей получения дополнительного образования, повышения квалификации и обучения за рубежом, что в значительной мере повышает потенциал как отдельно взятой личности, так и совокупного эффекта деятельности таких молодых людей. Примечательно, что с каждым годом молодеет бизнес аудитория, то есть молодые люди, получившие качественное образование и обладающие инициативой используют ее для создания собственного бизнеса, часто инновационного и высокотехнологичного. Сегодня большое количество инновационных стартапов открывают молодые люди, еще являющиеся студентами.

Во-вторых, современная молодая аудитория является наиболее интегрированной в международное сообщество социальной группой России. Кросс культурный диалог российской и зарубежной молодежи позволяет достигнуть синергетического эффекта общения, являющегося одним из факторов инновационной активности и творческого мышления. С другой стороны, происходит формирование толерантного отношения ко многим сторонам жизни общества, дающего возможность в дальнейшей или настоящей профессиональной деятельности находить компромиссы, эффективно разрешать нестандартные спорные задачи. Две стороны международного

общения служат основой для формирования новой парадигмы менеджмента, в которой диспозиция ролей отличается наименьшей степенью иерархичности и наибольшей степенью вовлеченности каждого элемента в процесс.

В-третьих, современное молодое поколение является наиболее мобильным из всех предшествующих поколений. Мобильность в данном случае понимается не только как возможность посещения различных стран, но и как возможность заниматься профессиональной деятельностью удаленно, или точнее не имея привязанности к конкретному месту. Мобильность современной молодежи позволяет достичь интерактивного управления процессами и в любой момент времени, что повышает их эффективность. Наряду с этим мобильность через призму культа путешествий и туризма формирует видение открытой экономики и открытой общественной системы, на данный момент необходимой для модернизации России.

В-четвертых, на данный момент молодежь - это будущая основная часть онлайн аудитории, это значит, что именно молодежь через приблизительно 5 лет будет формировать контент для постоянно растущего числа потребителей информации. Соответственно, именно молодое поколение обладает наибольшей потенциальной информационной властью и способностью формировать общественные настроения. С другой стороны включённость в интернет коммуникации так же способствует особому формату ведения бизнеса, ориентированному на оптимизацию бизнес процессов и снижение транзакционных издержек.

Итак, исходя из того, что модернизация – это совокупность улучшений, направленных на совершенствование общества, можно сказать, что модернизация это процесс с очень высокой степенью будущности. Соответственно, будущее определяет современное молодое поколение. Говорить об успешности и эффективности процесса модернизации - значит говорить о потенциале современной молодежи. Потенциал молодежи в свою очередь представляет собой разницу позитивных и негативных характеристик данной социальной группы. Как описано выше, современная молодежь обладает широким спектром проблем в различных сферах жизни. Такие проблемы как финансовая нестабильность, бюрократия в сфере образования, безработица, являются лимитирующим фактором не только позитивных тенденций современного общества, но и самого процесса модернизации в его глобальном понимании. Однако, наличие достаточного числа преимуществ современной молодежи позволяет утверждать, что потенциал к модернизации существует и достаточен.

ПРОБЛЕМА ВХОЖДЕНИЯ РОССИЙСКИХ ВУЗОВ В ТОП-100 МИРОВОГО РЕЙТИНГА

А.Н. Теслюк

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: ateslyuk5@gmail.com

Научный руководитель: Аникина Е.А., канд. экон. наук, доцент

В статье обсуждается проблема вхождения российских вузов в топ-100 мирового рейтинга. Приводятся критерии оценки деятельности вузов и показатели, составляющие основу лидирующих мировых рейтингов. Дается соответствующая оценка деятельности российских вузов, анализируется возможность и целесообразность их вхождения в топ-100 мирового рейтинга.

Глобализация привела к усилению образовательной миграции: у студентов появилась возможность выбирать те университеты, которые им нравятся независимо от их расположения. Подобные изменения приводят к усилению конкуренции между вузами в мировом масштабе. Возникает необходимость создания независимого инструмента для сравнения вузов, которым в итоге и стала система рейтинга. Первые строчки рейтинга позволяют вузу привлекать лучших студентов, ученых-исследователей, получать поддержку от государства, заключать выгодные контракты, в целом повысить авторитет своей страны. В данной статье будет проанализирована позиция российских вузов в мировом рейтинге и возможности ее улучшения.

В 2012 г. указом президента РФ № 599 от 07.05.12 перед российскими вузами была поставлена важная задача – к 2020 г. как минимум пять российских вузов должны войти в первую сотню одного из трех мировых рейтингов [1]. Последние данные престижного рейтинга QS (рейтинг Quacquarelli Symonds Ltd) за 2014 г. показывают, что прогресс в этом направлении есть: количество российских вузов в рейтинге увеличилось на 3 по сравнению с прошлым годом (21 университет). Отмечается, что некоторые вузы улучшили свои показатели: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова поднялся на 6 позиций (114 место), Санкт-Петербургский государственный университет – на 7 (233 место), Московский государственный технический университет им. Н.Э. Баумана – на 12 (322). Большие успехи у Московского физико-технического института, который сдвинулся примерно на 30 пунктов ближе к началу рейтинга, два Томских университета – государственный и политехнический – продвигались вперед на 40–50 позиций. В рейтинге QS теперь есть Московский инженерно-физический институт, Саратовский национально-исследовательский госуниверситет, Московский университет стали и сплавов [2].

В июне 2014 г. тема рейтингов университетов оказалась одной из центральных тем обсуждения на Международном форуме вузов СНГ «Глобальная конкурентоспособность». Один из спикеров, Д. Гришанков (гендиректор рейтингового агентства «Эксперт») заявил: «Задача попадания пяти российских вузов в топ-100 к 2020 году – провокация. Очевидно, что с ней не удастся справиться. Она поставлена для того, чтобы взбодрить вузы». Мнение спикера оказалось популярно, больше половины участников конференции в ходе интерактивного голосования на вопрос «Верите ли Вы, что к 2020 г. 5 российских вузов войдут в топ-100 мировых рейтингов» ответили, что нет (51 %). По их мнению, под силу, это может быть 1–2 вузам, но не более. Вызывает определенный интерес ответ на вопрос: «За что конкурируют

вузы?» – 46 % участников конференции выбрали вариант «За абитуриентов» и столько же «За финансирование», «За ученых» и «За преподавателей» проголосовали всего несколько процентов [3].

В свете выше изложенного возникают закономерные вопросы: насколько достижимы для российских вузов высшие строчки мировых рейтингов и что именно дает попадание в топ-100. Российские вузы прекрасно понимают, что именно нужно, чтобы повысить свое место в рейтинге: рост числа публикаций в международных научных журналах, числа цитирований, числа высокоцитируемых ученых, лауреатов Нобелевской премии среди выпускников и работников, доли студентов и преподавателей из-за рубежа, публикаций в самых авторитетных журналах – Nature и Science. При этом у каждого рейтинга своя специфика, например, для выше упомянутого QS особенно важны академическая репутация, отражающая восприятие вуза в мировом научно-исследовательском сообществе (40 % в общем итоге), соотношение численности профессорско-преподавательского состава (ППС) и студентов, цитирование на одного преподавателя (по 20 % каждый) [1].

Рассмотрим, насколько успешно вузам удается справляться с некоторыми из поставленных задач. Значительных успехов вузам удалось достигнуть по направлению увеличения числа иностранных студентов, обучающихся в России.

Число иностранных студентов растет, как на количественном уровне – растет число вузов, обучающихся иностранных студентов, так и на качественном – появляются новые образовательные программы для иностранцев, создаются условия для социальной адаптации.

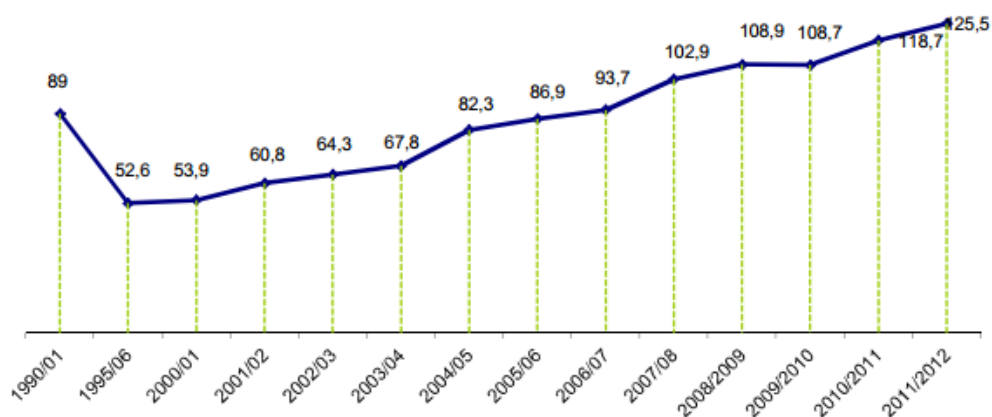


Рис. 1. Число иностранных студентов очной формы обучения в вузах РСФСР и Российской Федерации в 1990/1991 – 2011/2012 академических гг. [4]

В реализации других показателей достигнуты более скромные успехи. Обратимся к данным, которые отражают научную активность ученых из России. Для ее оценки разработаны различные показатели, основными из них выступают: индекс цитируемости, индекс Хирша. В таблице представлены данные статистики с 1996 по 2013 гг. [5].

Таблица 1 – Научная активность ученых разных стран мира за период 1996 по 2013 гг.

№	Страна	Количество публикаций (1996–2013)	Цитируемые публикации	Цитируемость	Цитируемость внутри страны	Цитируемость, приходящаяся на одну публикацию	Индекс Хирша
1	США	7 846 972	7 281 575	152 984 430	72 993 120	22,02	1 518
2	Китай	3 129 719	3 095 159	14 752 062	8 022 637	6,81	436
3	Великобритания	2 141 375	1 932 907	37 450 384	8 829 739	19,82	934
4	Германия	1 983 270	1 876 342	30 644 118	7 966 777	17,39	815
5	Япония	1 929 402	1 874 277	23 633 462	6 832 173	13,01	694
6	Франция	1 421 190	1 348 769	21 193 343	4 815 333	16,85	742
7	Канада	1 110 886	1 040 413	18 826 873	3 580 695	20,05	725
8	Италия	1 083 546	1 015 410	15 317 599	3 570 431	16,45	654
9	Индия	868 719	825 025	5 666 045	1 957 907	8,83	341
10	Испания	857 158	800 214	10 584 940	2 629 669	15,08	531
11	Австралия	782 149	723 460	11 447 009	2 449 459	18,24	583
12	Южная Корея	658 602	642 983	5 770 844	1 281 366	11,49	375
13	<u>Россия</u>	<u>639 598</u>	<u>629 671</u>	<u>3 664 726</u>	<u>1 088 981</u>	<u>6</u>	<u>355</u>
14	Нидерланды	614 552	574 144	12 103 482	2 003 644	23,03	636
15	Бразилия	529 841	510 194	4 164 813	1 415 014	10,98	342

Как мы видим из таблицы, Россия занимает 13 место, однако очень велика конкуренция со стороны Нидерландов, которые отстают от нас только по показателю общего количества публикаций. Стоит обратить внимание на достаточно низкий показатель цитируемости, приходящийся на одну статью. Основная проблема заключается в том, что большинство российских ученых и исследователей публикуют свои изыскания на русском языке. Публикации на русском значительно ограничивают круг исследователей, которые могут использовать эти материалы. Увеличение количества публикаций на английском будет способствовать повышению интереса к российским ученым и их работам.

Публикационная активность действительно важна, что подтверждается результатами опроса, проведенного И.Н. Рыковой на базе Российской академии естественных наук [6], среди респондентов из всех регионов России. Из опрошенных 73 % респондентов подтвердили, что показатель публикационной активности является одним из ключевых в области науки. Респонденты также отметили ряд мер, которые могли бы способствовать повышению данного показателя [6], приведем их в порядке значимости для участников опроса:

- стимулирующая надбавка за публикацию (69 %);
- финансирование перевода на английский язык публикаций российских авторов и стимулирование организации переводов (51 %);

- создание национальной системы (рейтинга) и введение его в базу данных «Web of science» (47 %);
- включение оценки доли российских исследователей в мировых научных журналах в общую систему оценки организаций (36 %);
- повышение импакт-фактора российских журналов (24 %);
- повышение количества публикаций с зарубежными коллегами (19 %);
- повышение количества публикаций аспирантами и магистрантами (8 %).

Респонденты отдают предпочтение финансовым методам стимулирования. К финансовому стимулированию в первую очередь относят размер заработной платы профессорско-преподавательского состава. Представители журнала «Эксперт» провели анализ уровня заработной платы по 28 странам. Анализ показал, что в России один из самых низких уровней заработной платы (одно из трех последних мест). После России в рейтинге идут только Китай и Армения [1].

Проблему повышения заработной платы профессорско-преподавательского состава пытаются решать с помощью введения эффективного контракта. Оценить успешность принятых мер, пока трудно. Одним из видимых результатов стало сокращение профессорско-преподавательского состава в среднем на 5–10 %. Сокращение вызвано тем, что ряд преподавателей систематически не выработывали свою полную нагрузку (в основном, они не уделяли внимание научно-исследовательской работе и не выпускали учебные пособия). У преподавателей помимо увольнения есть возможность перейти на неполную ставку (тогда не нужно выполнять все критерии) или отработать невыполненную нагрузку за счет учебной, прежде всего, аудиторных часов. Существует два основных подхода к применению эффективного контракта на практике:

- системы, базирующиеся на баллах по видам работ;
- системы, базирующиеся на учете времени, затраченного на каждый вид работ.

Первая система более распространена по сравнению со второй, но тем или иным образом оба подхода нацелены на стимулирование профессорско-преподавательского состава на ведение научной деятельности. Основными показателями в общем случае выступают следующие: количество статей в журналах с импакт-фактором > 1 , международная аккредитация образовательных программ, чтение лекций на английском языке, учебные пособия с грифом Минобрнауки и другие.

Система эффективных контрактов предполагает коренную перестройку, что может вызвать сопротивление со стороны работников вузов. Полная реализация целевых проектов возможна только в случае, если произойдет постепенное обновление профессорско-преподавательского состава. Новые кадры должны чутко реагировать на изменения окружающей среды, хорошо владеть иностранными языками, чтобы способствовать продвижению российских университетов по мировым рейтингам.

Оценивая возможность выполнения задачи по вхождению 5 российских вузов в топ-100, нужно сказать, что в такие сокращенные сроки это невозможно. Под силу это может отказаться только 2–3 университетам по оптимистичным прогнозам. Обусловлено это тем, что первая сотня довольно устойчива, так как немаловажную роль играет репутационный фактор. А репутацию невозможно наработать в короткие сроки, просто увеличивая число публикаций и цитируемость.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта РГНФ (Обеспечение доступности высшего образования и повышение его качества в условиях инновационных преобразований в России), проект № 14-32-01043а1.

Список использованной литературы.

1. Толмачев Д. Попасть в сотню [Электронный ресурс] // Эксперт.online. 2013. URL: <http://expert.ru/2012/09/21/popast-v-sotnyu> (дата обращения: 24.09.2014 г.).
2. Ивойлова И. Поднялись ступеньку [Электронный ресурс] // Российская газета RG.RU. 2014. URL: <http://www.rg.ru/2014/09/16/qs-poln.html> (дата обращения: 24.09.2014 г.).
3. Муравьева М. Истерия вокруг рейтингов [Электронный ресурс] // S&TRF Наука и технологии РФ. URL: http://www.strf.ru/material.aspx?CatalogId=221&d_no=72128 (дата обращения: 26.09.2014 г.).
4. Арефьев А.Л., Шереги Ф.Э. Иностранцы в российских вузах. Раздел первый: Россия на международном рынке образования. Раздел второй: Формирование контингента иностранных студентов для российских вузов [Электронный ресурс] / Министерство образования и науки Российской Федерации. – М.: Центр социологических исследований, 2013. – 228 с.
5. Country rankings [Электронный ресурс] // SCImago Journal & Country Rank. URL: <http://www.scimagojr.com/countryrank.php> (дата обращения: 26.09.2014 г.).
6. Рыкова И.Н. Публикационная активность российских научных и образовательных организаций в условиях инновационной экономики [Электронный ресурс] // Российская академия естественных наук. 2013. URL: <http://www.raen.info/press/faces/document4014.shtml> (дата обращения: 26.09.2014 г.).
7. Раицкая Л. Зачем университетам эффективный контракт [Электронный ресурс] // МГИМО университет. 2014. URL: <http://www.mgimo.ru/news/experts/document249763.phtml> (дата обращения: 26.09.2014 г.).

ТИПИЧНЫЕ ТРУДНОСТИ ПРИ ДОКУМЕНТИРОВАНИИ ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

А.В. Усова

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: alejandro_ro@mail.ru

Научный руководитель: Роготнева Е.Н., канд. филос. наук, доцент

В статье представлен аналитический обзор наиболее часто возникающих трудностей и ошибок, которые появляются при документировании трудовых отношений, приведены пути их устранения.

Современный рынок труда с каждым годом устанавливает все более серьезные требования для тех, кто желает вступить в трудовые отношения. В настоящее время существует проблема недостаточной правовой грамотности, как общего числа работников организаций, так и специалистов отдела кадров в частности. В совокупности это приводит к многочисленным ошибкам в работе с документами, которые, так или иначе, обнаруживаются. Для предотвращения возникновения неправомерных

действий произведен анализ типичный трудностей при документировании трудовых отношений.

Алгоритм получения желаемой должности состоит из нескольких этапов. Необходимо, в первую очередь, отправить резюме, пройти собеседование, и, зарекомендовав себя с лучших сторон, выиграть конкурс на вакансию. Но на этом процедура трудоустройства только набирает свои обороты, ведь необходимо собрать пакет документов для оформления на работу. Далее в отделе кадров ответственные лица готовят документы, отражающие факт возникновения трудовых отношений. Перечень документов предоставляемых работником определяется в ст. 65 ТК РФ: паспорт или иной документ, удостоверяющий личность; трудовая книжка, за исключением случаев, когда трудовой договор заключается впервые или работник поступает на работу на условиях совместительства; страховое свидетельство государственного пенсионного страхования; документы воинского учета - для военнообязанных и лиц, подлежащих призыву на военную службу; документ об образовании, о квалификации или наличии специальных знаний - при поступлении на работу, требующую специальных знаний или специальной подготовки [5]. В определенных случаях, если специфика работы предусматривает необходимость дополнительных документов, наряду с основными документами работник должен предоставить и дополнительные.

При приеме документов инспектор отдела кадров может столкнуться с рядом проблем: неверно оформлены документы или не хватает необходимых записей, печатей, а также и вовсе отсутствуют какие-либо обязательные при трудоустройстве документы. Обнаруживаются ошибки в оформлении документов, таких как страховое свидетельство государственного пенсионного страхования или ИНН, чаще всего место рождения указано не в соответствии с записью в паспорте гражданина. В соответствии с Положением о паспорте гражданина Российской Федерации, утв. Постановлением Правительства РФ от 8 июля 1997 года № 828 паспорт гражданина РФ является основным документом, который удостоверяет личность гражданина РФ на всей территории России [2]. Таким образом, все документы, касающиеся гражданина, должны быть оформлены в абсолютном соответствии с паспортными данными. В случае обнаружения такого нарушения работник направляется по месту выдачи свидетельств с просьбой переоформить данные документы.

При проверке правильности заполнения трудовой книжки также выявляется ряд нарушений: изменение данных, записанных на титульной странице (например, изменение фамилии, образования), не заверено печатями, фамилия в трудовой книжке может быть вовсе не изменена, внесены неверные записи на титульном листе трудовой книжки. В соответствии с Инструкцией по заполнению трудовых книжек от 10 октября 2003 года все изменения, вносимые на первую страницу (титульный лист), вносятся на основании паспорта, свидетельства о рождении, о браке, о расторжении брака, изменении фамилии, имени, отчества и других документов со ссылкой на их номер и дату [1]. Изменения вносятся на внутреннюю сторону обложки трудовой книжки и заверяются подписью работодателя или уполномоченного им лица и печатью организации (кадровой службы). В случае если сведения внесены неверно или неточно, исправление необходимо производить по месту работы, где была произведена соответствующая запись либо работодателем по настоящему месту работы. Данная запись производится только на основании официального документа из той организации, где допустили ошибку, что подробно описано в разделе III Правил ведения и хранения трудовых книжек, изготовления бланков трудовой

книжки и обеспечения ими работодателей, утв. Постановлением Правительства РФ от 16 апреля 2003 № 225 (далее Правила ведения трудовых книжек) [3]. Строго недопустимыми в трудовой книжке, как на титульном листе, так и в содержательной ее части являются исправления путем зачеркивания с сопроводительной надписью «исправленному верить».

Существует еще одна проблема, с которой могут сталкиваться работники отдела кадров при проверке трудовых книжек. В соответствии с Приказом Минфина РФ от 22 декабря 2003 года № 117н «О трудовых книжках» с 1 января 2004 года работники, впервые поступающие на работу, должны оформлять трудовые отношения на утвержденных данным приказом бланках трудовых книжек [4]. Однако часть организаций своевременно не смогли обеспечить свои кадровые службы новыми бланками трудовых книжек и, таким образом, продолжалось оформление трудовых отношений на старом образце, утвержденном в 1973 году, что является нарушением. Данный вопрос не урегулирован трудовым законодательством РФ. Прецедентная практика показывает, что в данном случае целесообразно оформить дубликат трудовой книжки. На основании документов, которые подтверждают стаж работника у предыдущих работодателей, необходимо внести сведения об общем и (или) непрерывном стаже работника, опираясь на правила, описанные в п. 32 Правил ведения трудовых книжек.

Далее, говоря о непосредственном документировании трудовых отношений, к числу наиболее проблемных документов относится трудовой договор. Он является основным документом, регулирующим отношения между работником и работодателем, гарантом прав, свобод и обязанностей каждой из сторон. Не уделив должное внимание составлению обязательных условий договора, можно много времени и сил потратить на выяснение своих прав в судебных заседаниях. Зачастую, при проведении кадрового аудита, выявляется нарушение ст.57 ТК РФ, которая отражает содержание трудового договора. Работодатель не различает необходимость отражения в данном документе обязательных условий и дополнительных, часто уделяя внимание вторым или игнорируя конкретные условия первого. Например, еще в 2006 году были внесены изменения в ст. 57 ТК РФ, но, тем не менее, не все работодатели перестроились на новые поправки. Ранее было необходимым указание наименования должности, специальности, профессии с указанием квалификации в соответствии со штатным расписанием организации или конкретная трудовая функция. Теперь же нет той свободы выбора, необходимо конкретно указывать трудовую функцию с указанием должности и конкретным видом поручаемой работнику работы. Изменения были внесены для облегчения понимания, как работником, так и самим работодателем функционала и должностных обязанностей. В зависимости от того, насколько емко в трудовом договоре описана трудовая функция работника и ее содержание, работодатель может «страховать» себя от негативных последствий, а также проводить контроль за выполнением возложенных трудовых функций. Например, если работник после заключения трудового договора будет уволен за невыполнение каких-либо должностных обязанностей, то при трудовом споре в суде, как показывает практика, довольно сложно доказать, что конкретно относилось к его трудовым обязанностям. Безусловно, возможно в трудовом договоре сослаться на должностную инструкцию, но это не будет являться выполнением нормы трудового права, так как ст. 57 ТК РФ обязывает вносить данную информацию в трудовой договор.

Также зачастую возникает сложность при документировании такого дополнительного условия заключения трудового договора, как установлении испытательного срока. Причиной тому является неоднозначность положений Трудового кодекса РФ. Например, при приеме работника на время исполнения обязанностей отсутствующего работника, за которым сохраняется место работы, ст. 70 ТК РФ определяет возможность установления испытательного срока. Однако, если при тех же условиях работник принимается на срок до двух месяцев, то указанная статья прямо запрещает устанавливать ему испытательный срок. Но ведь отсутствующий работник может появиться через месяц, а может через три месяца. В таких случаях специалисты-практики рекомендуют устанавливать испытательный срок, злоупотребив тем самым нормами об испытании для того, чтобы при необходимости беспрепятственно расстаться с работником, мотивируя это неудовлетворительным прохождением испытания. Та же ст. 70 ТК РФ определяет срок испытания при заключении трудового договора на срок от двух до шести месяцев, который не может превышать двух недель. Тем не менее, руководствуясь ч.1 ст. 293 ТК РФ, которая допускает возможность проведения сезонных работ сроком более шести месяцев, возникает вопрос: возможно ли предугадать сколько месяцев продлится сезон? Таким образом, работникам кадровых служб приходится устанавливать испытательный срок исходя из опыта прошлых лет и специфики конкретной организации.

В процессе документирования трудовых отношений, как и в любой другой отрасли деятельности, возникают проблемы, обнаруживаются и совершаются ошибки. К причинам, порождающим данные явления, можно отнести не только человеческий фактор, незнание или неумение применить нормы права, но и пробелы действующего законодательства. Учитывая эти факторы, было бы целесообразно разбирать каждый проблемный случай для пополнения как личных знаний специалиста отдела кадров, так и для практики ведения кадрового делопроизводства всей организации.

Список использованной литературы.

1. Инструкция по заполнению трудовых книжек (Приложение N 1 к постановлению Минтруда РФ от 10 октября 2003 г. N 69) [Электронный ресурс] // Информационно-правовой портал Гарант. URL: http://base.garant.ru/186478/#block_1000#ixzz3GJV2wQcX (дата обращения: 16.10.2014 г.).

2. Положение о паспорте гражданина Российской Федерации (утв. постановлением Правительства РФ от 8 июля 1997 г. N 828) с изменениями и дополнениями от: 25 сентября 1999 г., 5 января 2001 г., 22 января 2002 г., 2 июля 2003 г., 20 декабря 2006 г., 28 марта 2008 г., 12 августа 2010 г., 22 февраля 2012 г., 7 октября 2013 г., 18 февраля 2014 г. [Электронный ресурс] // Информационно-правовой портал Гарант. URL: <http://base.garant.ru/11900262/#ixzz3GJTXQ2Ir> (дата обращения: 15.10.2014 г.).

3. Правила ведения и хранения трудовых книжек, изготовления бланков трудовой книжки и обеспечения ими работодателей (утв. постановлением Правительства РФ от 16 апреля 2003 г. N 225) с изменениями и дополнениями от: 6 февраля 2004 г., 1 марта, 19 мая 2008 г. [Электронный ресурс] // Информационно-правовой портал Гарант. URL: http://base.garant.ru/12130601/#block_1000#ixzz3GJSyVas4 (дата обращения: 15.10.2014 г.).

4. Приказ Минфина РФ от 22 декабря 2003 г. N 117н «О трудовых книжках» [Электронный ресурс] // Информационно-правовой портал Гарант. URL: <http://base.garant.ru/12133695/> (дата обращения: 16.10.2014 г.).

5. Трудовой кодекс РФ [Электронный ресурс] // URL: <http://www.trudkodeks.ru> (дата обращения: 15.10.2014 г.).
6. HR-Portal: Сообщество HR-Менеджеров [Электронный ресурс] // форум. 2014. URL: <http://hr-portal.ru/forums/trudovye-knizhki> (дата обращения: 16.10.2014 г.).
7. ВКК-Национальный союз кадровиков [Электронный ресурс] // форум. 2012. URL: <http://www.kadrovik.ru/index.php?file=viewtopic&name=PNphpBB2&t=182682&view=next> (дата обращения: 16.10.2014 г.).
8. Кадровое делопроизводство [Электронный ресурс] // форум. 2014. URL: <http://www.kadrovik-praktik.ru/communication/forum/forum3/> (дата обращения: 16.10.2014 г.).
9. Резепов И.Ш. Сложности оформления срочного трудового договора [Электронный ресурс] // Кадровые решения. 2012. URL: <http://www.kadrovik.ru/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=12340> (дата обращения: 16.10.2014 г.).
10. Составление трудового договора [Электронный ресурс] // Кадровое дело-производство. 2012. URL: <http://alianskadrovic.ru/trudovoi-dogovor/sostavlenie-trudovogo-dogovora#more-4030> (дата обращения: 16.10.2014 г.).

РАЗВИТИЕ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА ВО ВЬЕТНАМЕ

Т.Х.Н. Фам

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: phamthi_hoangan@yahoo.com

Научный руководитель: Галанина Е.В., канд. фил. наук, доцент

Статья посвящена анализу развития культурно-познавательного туризма во Вьетнаме, так как сегодня большое количество туристов посещают Вьетнам, знакомятся с ее культурой, обычаями, памятниками архитектуры. В статье описывается регион с ее особенностями и достопримечательностями, раскрываются факторы привлечения туристов, и формируется турпродукт для русских туристов по культурно-познавательному туризму. Цель исследования заключается в изучении познавательного туризма, проектировании туристского продукта инкаминговым туроператором по культурно-познавательному виду туризма во Вьетнаме.

В условиях интенсивно развивающегося мирового туризма Вьетнам представляет собой чрезвычайно привлекательную страну. В настоящее время особое внимание государства сосредоточивается на развитии познавательного туризма и конкурентоспособности страны в туристской области с другими странами. Актуальность темы статьи заключается в том, что туризм является лучшим способом для знакомства с другой культурой. Сегодня вместе с пляжным отдыхом, культурно-познавательный туризм обеспечивает большой доход в экономике Вьетнама, играет значительную роль в развитии туризма и привлечении большого потока туристов, приезжающих в эту страну.

Следует напомнить, что культурно-познавательный туризм представляет собой туристские посещения памятников истории и культуры, прибытие в туристские территории и объекты культурного наследия. Культурно-познавательный туризм знакомит туриста с культурными ценностями, расширяет его культурный кругозор. При

этом турист получает знания, которые подходят собственному выбору с собственными культурными запросами.

Туризм во Вьетнаме развивался не так давно, как глобальный туризм, только появился в 1951 г. с созданием Национального департамента по туризму [1] и постепенно растёт значение туризма для экономики. С 1997 года иностранным туристам разрешается свободно передвигаться по стране. Для любителей туризма, пляжного отдыха, природы, изучающих культуру Вьетнам предстаёт как новая дестинация в юго-восточной Азии. Туристические предложения становятся всё более разнообразными. В связи с этим, Вьетнам считается одним из самых интересных направлений российского выездного туризма среди Азиатских стран.

Страна состоит из положительных аспектов, таких как: необычные и увлекательные экскурсии, прекрасные пляжи с широкими выборами для активного отдыха, обширная и качественная отельная база. Кроме этого – невысокие цены в гостиницах, ресторанах, вообще везде и на экскурсиях. Более того, культурно-познавательный туризм представлен разнообразием исторических памятников. Причем, древние храмы в изобилии во всех трех частях Вьетнама. Перечислим несколько наиболее известных памятников мирового значения: Чамский храмовый комплекс Ми Шон (My Son), Чамские башни По Нгар (Po Ngar Cham Towers), Чамская Пагода (Cham Pagoda), Древний город ХОЙ АН (HOI AN).

Государство оказывает главную роль в регулировании и развитии туризма. Правительство Вьетнама к 2015 году намерено вывести страну на уровень посещаемости не менее 12 млн. туристов в год [2]. С этой целью был осуществлен ребрендинг туристской кампании страны. Прежний девиз «Вьетнам – скрытое очарование» сменился на «Вьетнам – вечное очарование», а символ сменился на раскрывшийся бутон пятилепесткового лотоса. В надежде повысить привлекательность страны на зарубежных рынках, особенно за счет предстоящего празднования тысячелетнего юбилея столицы Ханоя (в древности Тханг-Лонга), Государственное управление по туризму Вьетнама (VNAT) изо всех сил усиливает свое присутствие на международных туристических выставках, а также фестивалях вьетнамской культуры, проходящих на территории других стран. Это лишь часть широкомасштабной промоакции, в рамках которой страна, во-первых, разрекламировала свой туризм на каналах мировых телеведущих корпораций, и, во-вторых, обратилась к зарубежным аналитикам с предложением самим оценить состояние национального рынка [3].

На счет потребностей клиентов можно делать следующие выводы: при поездке во Вьетнам, туристы требуют получения максимально возможной и реальной информации о стране, об особенностях жизни местного населения, национальной кухни и народном творчестве; в турпакет необходимо включить страховую поддержку во время поездки, в том числе страхование в случае невыезда, и туристы предпочитают разместить в отелях, которые находятся не слишком далеко от места посещения достопримечательностей. По классификации отелей рекомендуется 3* или 4* в соответствии с платежеспособностью туристов и по типу питания рекомендуется полупансион (завтрак + ужин) в соответствии с программой посещения.

Русским туристам давно знакома страна с лучшими условиями для развития пляжного отдыха, но на сегодняшние дни, Вьетнам примечателен красивой природой, древними храмовыми комплексами и качественными отелями с хорошим сервисом и низкими ценами. В связи с этим разработан турпродукт по некоторым городам Вьетнама с целью привлечения туристов. Этот тур формируется для группы 2-10 человек, в таких городах, как: Ханой, Халонг, Хюэ, Хошимин и в дельте Меконг.

Тур длится 11 дней и 10 ночей. В этом туре туристы имеют возможность посетить и посмотреть самые красивые из популярных достопримечательностей Вьетнама, такие как: Площадь Бадинь, Пагода Чанкуок, Озеро Хоанкьем (г. Ханой), Пещера Сунгсот, Пляжи на острове Туан чау (Халонг), Имперские цитадели и гробницы императоров династии Нгуен и пляж Тхуан Ан (г.Хюэ), Собор Нотре дам де Сайгон, Дворец Воссоединения и Рынок Бентхань (г.Хошимин) и самое последнее, но не менее интересное место в программе экскурсии – дельта Меконг. Здесь туристы могут испытать новые ощущения кататься на джонке по узким каналам с гидом с посещением островов, плавучего рынка, фруктовой плантации и т.д.

Каждый город из этой программы имеет свои красоты и особенности. Ханой – город столица Вьетнама считается жемчужиной Юго-Восточной Азии. В Ханое сегодня больше культурных памятников, чем в любом другом городе Вьетнама, включая около 600 пагод и храмов. Благодаря такому богатому культурному наследию поездка в Ханой – это всегда увлекательно. Город Халонг давно славился островом и заливами, которые были внесены в список объектов всемирного наследия ЮНЕСКО в 1994 году. Город Хюэ представляет собой древнюю столицу последних императоров династии Нгуен, расположен в самом сердце Вьетнама. Это один из культурных, религиозных и образовательных центров страны. Город славится архитектурой имперских цитаделей и гробниц императоров династии Нгуен. Город Хошимин – вторая неофициальная столица Вьетнама, сердце Дельты Меконга, развивается, расширяется, появляются громадные небоскребы, что делает его похожим на Бангкок и Сингапур. Дельта Меконг характеризуется иллюстрациями плавучих рынков, узких каналов, фруктовых садов и мастерских народных ремесел. Все касаются идеальных, привлекательных для небывалого отдыха туристов.

В целом можно сказать, что культурно-познавательный туризм не только знакомит туристов с красотой достопримечательностей Вьетнама, расширяет их исторический и культурный кругозор, но и обеспечивает им возможность участвовать в мероприятиях национальной кухни, прикладного искусства и выставках национального народного творчества. Исходя из вышеуказанных ресурсов, можно задействовать их для создания турпродукта:

- познавательный тур в Ханой, Халонг, Хюэ, Хошимин и дельта Меконг.
- кулинарные занятия в городе Ханой (на севере)
- поездка на узких лодках по каналам – протокам.
- знакомство с процессом и испытание изготовления сувениров из кокоса у местных умельцев в дельту Меконга.
- некоторые дни отдыха на пляже в городе Халонг и Хюэ.

Для русских туристов, Нячанг и Фантьет считаются самыми популярными направлениями во Вьетнаме и имеют прекрасные природные и туристские условия для пляжного отдыха. Но с увеличением масштабов и развитием инфраструктуры на сегодняшние дни кроме Нячанг и Фантьет, красивые пляжи в Халонг и Хюэ притягивают к себе не только туристов, но и местных жителей. Чтобы избежать шума и больших потоков туристов, отдыхающих в 2 известных городах во время горячего сезона, следует отправиться купаться на пляже в Халонг и Хюэ.

Кроме вышесказанных преимуществ сейчас познавательный туризм во Вьетнаме сталкивается с такими проблемами, как:

- Отсутствие грамотно организованных PR-компаний по формированию и продвижению образа региона, именно в оказании внимания туристов в познавательном туризме.

- Для проведения качественных туров, вьетнамские гиды должны владеть русским языком, а таких специалистов пока недостаточно, чтобы обеспечить возрастающий поток русских туристов, приезжающих во Вьетнам. Это также требует решения, так как интерес со стороны России постоянно растет.

- По сообщению на официальном сайте государства, на сегодняшний день местная индустрия гостеприимства испытывает острый недостаток 4-5-звездочных отелей, умудряясь поддерживать высокие цены на свои услуги и достаточно низкий уровень самих услуг в туристическом секторе.

- С увеличением количества качественных курортов других стран (Китай, Тайлан, Египет и т.д.) снижается спрос на продукт в познавательном секторе, т.е. усиливается конкурентная борьба с другими странами.

Подводя итог по проектированию туристского продукта во Вьетнаме, можно сказать, что природные и туристический потенциал Вьетнама и развитие культурно-познавательного туризма дают стране возможность привлекать больше потоков туристов и продвигать свою популярность на мировой туристический рынок. В будущем в индустрии туризма Вьетнама будет происходить реформирование управления по пути повышения эффективности использования туристских ресурсов, улучшения его финансового положения, а также будут проводиться специальные программы по его развитию и мотивированию.

Список использованной литературы.

1. Du lịch Việt Nam – Туризм во Вьетнаме [Электронный ресурс] // URL: http://vi.wikipedia.org/wiki/Du_l%E1%BB%8Bch_Vi%E1%BB%87t_Nam (дата обращения: 12.08.2014 г.).

2. Популярность Вьетнама у россиян растет [Электронный ресурс] // URL: <http://tourinfo.ru/news/tourism/34237/> (дата обращения: 10.09.2014 г.).

3. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» [Электронный ресурс] // URL: www.tourism.minstm.gov.ru (дата обращения: 02.09.2014 г.).

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВЪЕЗДНОГО И ВЫЕЗДНОГО ТУРИЗМА РОССИИ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

А.А. Воробьева

Томский государственный университет, г. Томск

E-mail: jules123@yandex.ru

Научный руководитель: Воробьева И.П., канд. экон. наук, доцент

Определены внешние и внутренние факторы, влияющие на российский туристический рынок в современных условиях: изменение геополитической картины мира, вхождение Крыма в состав России, экономические санкции против российского бизнеса со стороны стран запада и пр. Показаны направления государственной политики относительно туристического бизнеса в новых экономических условиях

Туризм – это особый вид услуг, требующий комплексного использования специфических факторов производства (транспортных средств, гостиниц, ресторанов и пр.). Туристическая услуга неоднозначна по содержанию и включает в себя культурно-развлекательные, оздоровительные, бытовые, транспортные услуги и пр. В настоящее время туризм входит в число наиболее перспективных отраслей национальной экономики во многих странах и является одним из динамично развивающихся направлений в мировой экономики. Туризм позволяет потребителям познакомиться с культурой, бытом, достопримечательностями других стран, которые, в свою очередь, имеют возможность развивать экономику за счет иностранных туристов. По прогнозам Всемирной туристской организации, число туристских прибытий к 2020 г. составит 1,6 млрд. человек, мировые доходы от туризма возрастут до 2 трлн. долл. [1].

Туризм как сфера хозяйственной деятельности имеет особое значение в национальной экономике. Он является одним из факторов создания дополнительных рабочих мест (работники гостиниц, ресторанов, экскурсоводы и пр.). Для подготовки этих работников не требуется много времени и расходов, что очень важно для слаборазвитых стран. Туризм ускоряет развитие дорожного и гостиничного строительства, стимулирует пассажиропотоки. Туристическая деятельность, связанная с обслуживанием иностранных туристов, увеличивает валютный запас страны, активизирует внешнеторговый баланс. В целом это самостоятельная отрасль экономики, которая способствует увеличению валового внутреннего продукта. Это обуславливает особое внимание государств к развитию туристической отрасли, поддержке малого бизнеса, сферы гостиничных и развлекательных услуг и пр. Страны, обладающие уникальными природными и историческими объектами, в значительной степени пополняют свои доходы за счет въездного туризма. Среди них Таиланд, Турция, Египет, Филиппины, Тунис и пр. Даже для развитых европейских государств туризм занимает не последнее место в обеспечении валового внутреннего продукта. В первую очередь зарабатывают на туризме Греция, Италия, Франция, Испания, Португалия.

Россия выступает на мировом туристическом рынке, в первую очередь, как потребитель туристических услуг, как страна выездного туризма. По данным Всемир-

ной туристской организации, в 2013 году доходы по международному туризму в мире составили 1,4 трлн. долларов, в том числе, от российских туристов, 54 млрд. долларов. В 2013 году Россия показала рост выездного туризма в 25% и заняла 4 место среди стран-потребителей международных туристических услуг [2]. Подавляющая часть туристических поездок совершаются с целью отдыха. В 2013 году россияне, в первую очередь, посещали Турцию (3 млн. чел.), Египет (1,9 млн. чел.). Грецию, Китай и Таиланд посетило по 1 млн. чел. [3].

Нельзя сказать, что это отрицательный результат для внутренней экономики России. Развиваются международные перевозки, создаются посреднические компании, продающие путевки и пр. Но внутренний и международный въездной туризм активизирует хозяйственную деятельность гораздо значительнее. По данным показателям Россия существенно уступает. В 2013 году Россию с целью туризма посетило 2,5 млн. иностранных граждан, в то время как из России выехало за границу 17,68 млн. российских туристов [4]. По данным Агентства ИНТЕРФАКС-ТУРИЗМ, внутренний туризм в РФ составляет ежегодно около 30 млн. чел. Доходы от туристической деятельности составляют около 3% ВВП [5]. Для сравнения, Турцию посетило в 2013 году 39,2 млн. иностранных туристов, что дало доходы в 32,3 млрд. долларов [6].

Причины столь скромных показателей весьма разнообразны. Некоторые из них являются объективными и связаны с неблагоприятными природно-климатическими условиями. Средняя месячная температура воздуха по Краснодарскому краю в январе 2012 года составила 0°, а в остальных регионах России – минусовая температура. Средняя месячная температура воздуха в январе составляет в Сибирском федеральном округе минус 22°; в Дальневосточном – минус 30°; в Приволжском федеральном округе – минус 12° [7].

Для России характерна также неразвитость туристической инфраструктуры, неподготовленность кадров, низкое качество сервиса и пр. Особо следует отметить формирование имиджа государства, который складывается в мире за счет поступающих в средства массовой информации новостей, рекламы достопримечательностей и возможных туристических маршрутов. Сообщения о вооруженных конфликтах, террористических актах, банкротствах туристических фирм не улучшают представления в мире о нашей стране. Федеральное агентство по туризму мало заботится о рекламе достопримечательностей нашей страны за границей.

Ситуация 2014 года для России существенно изменилась. Можно назвать как положительные, так и отрицательные тенденции. К положительным моментам следует отнести:

1. Развитие инфраструктуры города Сочи в связи с Олимпиадой – 2014. Построенные объекты являются привлекательными для зимнего и летнего спорта.

2. Вхождение Крыма в состав России. Несмотря на изношенность туристической инфраструктуры, в Крыму имеются привлекательные места для отдыха и экскурсий. Российский турист видит Крым как территорию здоровья, где можно получить весь спектр оздоровительных мер. Там есть санатории и детские лагеря. С начала 2014 года Крым посетило 2,6 млн. туристов, доходы от туризма составили 60 млрд. рублей [8]. В последующем, после реконструкции пляжей, развлекательных и оздоровительных объектов, Крым может стать конкурентом для Турции, Египта и прочих принимающих стран.

Неоднозначно влияют на российский внутренний и внешний туристический рынок вводимые западными странами экономические санкции. Во-первых, санкции

не коснулись, казалось бы, выездного туризма. Но вследствие указанных санкций вырос курс доллара. Для сравнения: курс доллара на 1.01.2014 года был равен 33,13 рубля, а на 27.10.2014 года составил 41,81 рубля [9]. Только за 10 месяцев 2014 года курс вырос на 26%. Значит, для посещения других стран, российским туристам необходимо потратить в рублевом эквиваленте больше, чем раньше. Некоторые потенциальные туристы будут вынуждены отказаться от поездок, искать места отдыха в России, либо оставаться дома.

Во-вторых, санкции могут отрицательно повлиять на доходы российского бюджета. Значит, планируемые расходы на возрождение инфраструктуры Крыма могут быть скорректированы в сторону уменьшения. В настоящее время правительство России прорабатывает вариант секвестра бюджета 2015 года на 10%.

В-третьих, ситуация с Украиной откорректировала туристические потоки. В настоящее время российским туристам невозможно, даже небезопасно посещать Украину. Кроме того, меняются транспортные маршруты в связи с вводимыми запретами на проезд по территории Украины.

Следует обратить внимание и на положительные моменты, которые могут быть получены вследствие экономических санкций. Появляются возможности перераспределения инвестиций. Коммерческие банки и инвесторы стали больше обращать внимание на возможности получения прибыли внутри страны. Туристический бизнес, при правильной организации, может быть выгодным. Следующий положительный момент связан с рабочей силой. Вследствие санкций теряется привлекательность работы за границей, в том числе, в туристическом бизнесе. Есть возможность использовать эту рабочую силу в России. Экономические санкции мобилизуют бизнес на внутренние потребности, на поиск мест приложения капитала, в том числе, в российский туризм.

В данной ситуации перед органами власти стоят серьезные задачи. Российское правительство всерьез планирует пересмотр туристических потоков, ориентир российских граждан на отдых в Крыму. Этому может способствовать применение к туристической индустрии Крыма кластерного подхода. Суть кластерного подхода предполагает развитие различных форм партнерства государственных и частных структур, реализацию программно-целевых методов управления, что требует мобильности и экономической эффективности системы регионального управления. Создание туристических кластеров планируется в настоящее время в Республике Северная Осетия-Алания. При создании туристических кластеров важно обеспечить благоприятный климат для частного капитала. Кроме того, накопился определенный опыт создания туристско-рекреационных особых экономических зон (ОЭЗ). Таких зон в России сейчас 14. В этих зонах частный капитал получает определенные льготы (налоговые, инвестиционные). Наиболее известной является особая экономическая зона «Горный Алтай». Обустраиваются также ОЭЗ туристско-рекреационного типа в Зеленчукском районе Карачаево-Черкесии; Апшеронском районе Краснодарского края; Майкопском районе Адыгеи; Черкесском, Чегенском, Эльбрусском районе Кабардино-Балкарии; Алагирском и Ирафском районе Северной Осетии; Хунзахском районе Дагестана и пр. Это уникальные исторические и природные места, поэтому создание и развитие ОЭЗ нужно продолжить. Кроме того, в регионах нужно разрабатывать программы привлечения туристов с целью оздоровления и ознакомления с уникальными природными и историческими объектами, развивать рекламу, формировать благоприятное представление о территории.

Итак, в заключении можно сказать следующее. Не стоит относиться к экономическим санкциям поверхностно. Они представляют определенную угрозу для экономики страны, а также для туристического бизнеса. Но следует проводить политику поддержки туристического бизнеса, развивать внутренний туризм. Не менее важной является задача правового обеспечения туристической деятельности. В настоящее время Центробанк России очень серьезно подходит к деятельности коммерческих банков, лишает лицензии недобросовестных исполнителей сберегательных услуг. Аналогично нужно проводить работу по оздоровлению рынка туристических услуг, не допуская к работе с клиентами фирмы, не обеспечивающие свои обязательства. Кроме того, назрела необходимость совершенствования системы страхования туристов. Это касается в первую очередь страхования потерь от невыездов и досрочного возвращения из туристических поездок. Для поддержки въездного туризма сейчас важно изменять представление о России в положительную сторону. Нужно убеждать иностранцев в том, что в России живут доброжелательные люди, имеются уникальные достопримечательности.

Список использованной литературы.

1. Темпы роста международного туризма [Электронный ресурс] / World Tourism Organization (UNWTO): Всемирная туристская организация. URL: <http://www2.unwto.org/ru/press-release/2014-09-15/tempy-rosta-mezhdunarodnogo-turizma-v-pervoi-polovine-etogo-goda-sostavili> (дата обращения: 25.09.2014 г.).
2. Экспортные поступления международного туризма [Электронный ресурс]. URL: <http://media.unwto.org/ru/press-release/2014-05-14/mezhdunarodnyi-turizm-prines-us14-trilliona-v-eksportnykh-postupleniyakh> (дата обращения: 19.09.2014 г.).
3. Поездки иностранных граждан в Россию и российских граждан за границу по целям [Электронный ресурс] / Федеральная служба государственной статистики URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/vnesh-t/10-12.htm (дата обращения: 30.09.2014).
- 4 Число поездок российских граждан за границу по целям в 2013 г. [Электронный ресурс] / Федеральная служба государственной статистики. URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/vnesh-t/10-14.htm (дата обращения: 30.09.2014 г.).
5. ИНТЕРФАКС-туризм [Электронный ресурс]. URL: <http://www.interfax.ru/tourism/tourisminf.asp?id=333025&sec=1466> (дата обращения: 29.09.2014 г.).
6. Турпром: официальный сайт [Электронный ресурс]. URL: <http://www.tourprom.ru/news/23830/> (дата обращения: 29.09.2014 г.).
7. Российский статистический ежегодник. 2012: Стат.сб./Росстат. – М., 2012. – С. 32.
8. Министерство курортов и туризма Крыма [Электронный ресурс]. URL: <http://www.minkurortov> (дата обращения: 29.09.2014 г.).
9. Центральный банк РФ [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cbr.ru> (дата обращения: 27.10.2014 г.).

АДАПТАЦИЯ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА «VESCHALKA» ПОД ПОТРЕБНОСТИ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

Е.А. Еремина, Т.С. Селевич*

Томский государственный университет, г. Томск
Томский политехнический университет, г. Томск*
E-mail: Popova_ts@rambler.ru

В статье поднимаются вопросы управления комплексом маркетинга интернет-магазина. Рассмотрены традиционная и расширенная модели комплекса маркетинга, представлены механизмы адаптации элементов маркетинг-микса в сфере интернет-продаж. Предоставлены рекомендации по корректировке работы интернет-магазина «Veschalka» с целью роста эффективности его коммерческой деятельности.

Деятельность через Интернет имеет свои особенности. Когда компания начинает осуществлять коммерческую деятельность через Интернет посредством веб-сайта, необходимо учитывать особенности всемирной сети.

Рассмотрение маркетинг-микса является неотъемлемой частью создания веб-сайта. Данная процедура помогает определить характеристики веб-сайта, а также сформировать модель двустороннего общения между компанией и ее аудиторией в Интернет.

Для рассмотрения маркетинг-микса в Интернет возьмем за основу традиционную модель 4P, которую адаптируем под Интернет. Кроме того, дополним модель 4P новыми характеристиками маркетинг-микса, такими как «процесс» и «персонал».

Ценность выражается в той совокупности благ, которые получит покупатель от приобретения товаров или услуг. Интернет имеет практически неограниченные возможности по количеству информации, которую можно разместить на веб-сайте, чтобы показать покупателю все возможности применения товара или услуги. Эта информация и является средством повышения ценности товара. Таким образом, посредством веб-сайта можно убедить пользователя в том, что товар предоставляет необходимую ценность.

Однако существенным недостатком является отсутствие живого общения между покупателем и продавцом. Покупатель самостоятельно выбирает товар и, в зависимости от того, нашел он необходимую информацию или нет, он осуществляет выбор. Для увеличения покупательской способности при большом ассортименте используется экспертная система или система поиска, которая размещается на веб-сайте. Экспертная система – это программа, которая задает покупателю вопросы относительно характеристик необходимого ему товара или услуги, и осуществляет вывод товаров или услуг, которые наилучшим образом отвечают его запросам. Увеличить ценность товара может консультант, который может общаться напрямую с покупателем, используя специальные программы общения.

Вопросы выбора возможности приобретения, цены товара рассмотрены ниже в рамках ценового микса.

Качество товара и экологичность сложно передать при помощи Интернета, так как товар нельзя потрогать, посмотреть вблизи. Подтверждением качества товарного ассортимента могут быть иллюстрация сертификатов и призов отраслевых конкур-

сов, примеры применения продукции и полученные результаты, а также гарантии по возврату в случае доставки некачественного экземпляра товара.

Имидж продукции может быть усилен при помощи мультимедиа технологий. На веб-сайте доступны визуальные и аудио средства, позволяющие произвести на посетителя именно такой психологический эффект, который распространяется вместе с торговой маркой.

Марка товара отображается при помощи графических изображений, а также допускается дополнительная информация про историю торговой марки.

Форму товара сложно отобразить при помощи Интернет, так как лучшим средством восприятия формы является кинестетический, который недоступен через Интернет. Доступными средствами отображения формы являются графические сравнения с общеизвестными объектами повседневной жизни, трехмерное моделирование объекта (чтобы можно было вращать объект), либо просто текстовое описание размеров с геометрическими характеристиками.

Упаковка товара, как правило, через Интернет не имеет особого значения, так как пользователь видит и изучает перед покупкой сам товар. Для отображения тары используются аналогичные средства, используемые для изображения для формы.

Срок службы товара декларируется, размещается дополнительная информация по вопросам гарантийного и послегарантийного обслуживания. Использование информационных технологий позволяет организовать качественную систему обслуживания покупателей, которые обращаются по вопросам послепродажного обслуживания. Базы данных позволяют накапливать решения стандартных ситуаций, образуя базу знаний по обслуживанию покупателей. Интернет в этом плане позволяет увеличить поток обслуживаемых клиентов в расчете на одного менеджера, а также предоставить покупателям возможность самим решить проблему, ознакомившись с типовыми случаями решения проблем.

Факторы ценовой политики при работе с покупателями через Интернет:

- цены конкурентов хорошо известны. Покупатель может сравнить предлагаемые цены с ценами конкурентов за несколько минут и выбрать наиболее подходящий товар. В случае, если уровень цен схож с ценами конкурентов, то необходимо использовать неценовые характеристики товара для мотивации покупателя к совершению покупки;

- цены на товары могут различаться в зависимости от поведенческих характеристик покупателя.

Поведение покупателя на веб-сервере можно отследить и анализировать, чтобы назначить покупателю тот уровень цен, который для него наиболее приемлем.

На сайте всегда имеется история операций пользователя. Таким образом, можно оценить оборот данного пользователя и предлагать ему вознаграждение в виде возможности приобретения дополнительных товаров и услуг.

Особенно можно выделить систему скидок на сайте. Система скидок может быть детализирована до такой степени, что будет устанавливаться индивидуальная скидка каждому пользователю. Этого, как правило, не требуется, так как проще работать с более крупными сегментами, нежели с отдельным покупателем. Определение необходимой степени детализации политики скидок осуществляется на основе получения дополнительных доходов на одного покупателя при увеличении детализации.

Рекомендуется использовать систему скидок, которую можно настроить с большой степенью детализации. Так как весь учет посетителей идет электронным

способом, можно детализировать скидки в зависимости от любого параметра целевого сегмента. В скидке может участвовать неограниченное количество параметров. Таким образом, можно добиться индивидуальной цены для каждого сегмента.

Методы оплаты, имеющиеся в Интернете, следующие:

- оплата кредитной картой;
- оплата почтовым переводом;
- оплата наличными, при доставке курьером;
- оплата за безналичным переводом;
- оплата с виртуального счета электронной формой наличности.

Таким образом, для каждого сегмента покупателей формируется ценовая политика на основе критериев ценового микса: истории покупок, скидки, наценки, методы оплаты. Если на сайте реализуется услуга, то ее оказание осуществляется непосредственно во время сеанса связи пользователя с веб-сайтом. В этом случае должна быть обеспечена гарантия оказания услуги в случае, если соединение пользователя с сайтом прервалось по техническим причинам.

Возврат недоброкачественного товара должен обеспечиваться отделением компании в регионе сбыта.

Для того чтобы клиент всегда помнил о магазине, необходимо постоянно напоминать ему о себе, держать в курсе всех событий. Для этого нужна реклама в Интернете. Носителями рекламы являются баннеры, электронные письма, электронный текст, веб-сайт, поисковые сервера. Паблик рилейшенз в Интернет состоит из статей на сайтах, пресс-релизов на сайтах, участия в форумах, дискуссионных группах, спонсорства Интернет-проектов.

Аудитория интернет-рекламы может иметь отраслевой, географический, товарный признаки. Целевую аудиторию можно подсчитать, что позволяет оценить затраты и рассчитать эффективность рекламной кампании.

При формировании медиаплана рекламной кампании залогом успешного продвижения в Интернете является координация рекламных мероприятий с событиями, происходящими в компании. Интернет-реклама выступает как средство достижения синергетического эффекта от рекламной политики предприятия, предлагая дополнительный канал воздействия на целевую аудиторию. Вероятность реагирования на рекламное сообщение повышается, если покупатель получает информацию через разные каналы коммуникаций. Медиаплан в Интернете может динамически изменяться в зависимости от результатов рекламы, и может быть изменен в течение одного дня.

Процесс осуществления интернет-пользователем общения с веб-сайтом достаточно важен, так как позволяет повысить эффективность этого общения независимо от информационного наполнения сайта. Важной страницей, как правило, является первая страница сайта. Чем лучше первое впечатление, тем больше шансов, что посетитель пойдет вглубь сайта. В процессе работы с сайтом учитываются удобство, возможность получить помощь, варианты навигации по сайту, поиск по сайту, возможность связаться с менеджерами компании, возможность максимально быстро получить необходимую информацию.

Уход с сайта характеризуется той информацией, которая осталась о пользователе на сайте. Это может быть регистрационные данные, страница выхода с сайта, сообщения в форуме, письмо менеджеру и т.п. Повторный заход характеризует степень заинтересованности пользователя в информации на сайте.

Контакт предполагает общение между персоналом и посетителем. Общение характеризуется методами (в режиме реального времени, посредством электронной почты, посредством обычной почты и т.п.), скоростью (например, задержка перед ответом по электронной почте), программными средствами, с помощью которых осуществляется общение.

Этика характеризуется стилем общения, принятым в Интернет, степенью адаптации стиля общения под конкретный сегмент пользователей.

Таким образом, рассмотренные компоненты маркетинг-микса при применении в разработке веб-сайта позволяют создать эффективную модель присутствия компании в Интернет.

В Таблице 1 представлены результаты анализа комплекса маркетинга интернет-магазина «Veschalka».

Таблица 1 – Характеристика комплекса-маркетинга интернет-магазина Veschalka

Критерий	Характеристика комплекса маркетинга
Product- Товар	Модная одежды из КНР. Товары разбиты по группам: Женская одежда, купальники, аксессуары, обувь, шарфы, головные уборы и т.д. Продажа товаров по каталогам выполняет также такую функцию, как формирование комплексной покупки, так как модели одежды и обуви подобраны и скомпонованы в единый образ
Price – Цена	Цены соответствуют ценам аналогичных интернет-магазинов, то есть соответствует качественному, модному товару. Несколько выше средних цен на аналогичные товары
Place – Дистрибуция	Все продумано до мелочей и отлично организовано. При оформлении заказа получаешь исчерпывающую информацию об особенностях доставки, сроках, возможностях информирования
Promotion – Продвижение	а) сезонные распродажи (скидки до 70%); б) бонусные программы: (клуб Активных клиентов); в) постоянные акции, о которых на главной странице размещены интерактивные окна, также по e-mail рассылается информация всем подписчикам о новостях и многочисленных акциях магазина (по личному опыту можно добавить, что рассылки с новостями магазина присылаются по несколько раз в неделю). Наиболее часто используются следующие срочные акции: - скидки на несколько определенных моделей одежды; - бесплатная доставка товара при заказе на определенную сумму; - подарки при совершении заказа на определенную сумму

После анализа интернет-магазина «Veschalka» по 4P можно с уверенностью сказать, что данное предприятие имеет сильные позиции практически по всем параметрам торгового бизнеса и выполняет роль достойного соперника на рынке интернет-магазинов.

Основные рекомендации для интернет-магазина «Veschalka»

1. Необходимо постоянно взаимодействовать с клиентами. При этом можно использовать быстрые опросы посетителей для понимания правильности того или иного действия, совершенного на страницах магазина. Узнать их мнение по ключевым вопросам работы сайта и тому, насколько положительным и удобным они считают обслуживание и работу магазина. Самые продаваемые товары следует показывать на главной странице. Это позволит сосредоточить маркетинговые усилия в продвижении именно этих товарных групп, т.к. они обеспечивают основной приток денег.

2. Интернет-магазину «Veschalka» необходимо сортировать структуру категории по популярности. Не стоит убирать наиболее востребованные категории в середину списка, т.к. там ее будет сложнее всего найти.

3. На главной странице следует сделать вступительные и приветственные видео-ролики. Это поможет быстро убедить и рассказать о качестве услуг и продукции магазина для посетителя. Множество интернет-магазинов используют данный способ для эффективного донесения информации для новых посетителей. Наиболее хороший вариант – краткий рассказ об интернет-магазине, его основных преимуществах и возможностях от лица генерального директора. Таким образом, сайт магазина для посетителя «оживляется» диалогом с конкретным представителем данной компании.

4. Обязательно нужно сделать убедительный слоган. Установлено, что небольшой текст, размещенный прямо под логотипом интернет-магазина и содержащий в себе краткий девиз компании, положительно влияет на общее восприятие магазина и сайта, позиционируя его в глазах посетителей как серьезную компанию.

5. Реализовать автоматическую подстановку слов. Это очень удобный инструмент. Посетитель только начинает вводить поисковый запрос, а система уже предлагает ему выбрать подходящие под него товары. Данная функция поможет не только быстро найти интересующий посетителя товар, но и застрахует пользователя от ввода неверного с точки зрения орфографии запроса.

6. Описание товара является вторым по значимости моментом после изображений, благодаря которому у посетителя складывается информационное понимание назначения, значимости и необходимости покупки этого товара. Необходимо показывать характеристики товара либо в самом начале описаний, либо в самом конце.

7. Считаю нужным предложить данному магазину сделать более выгодные условия обмена и возврата товаров. По статистике, всего 3% всех товаров в интернете возвращается по программе возврата или обмена продукции [10]. Это означает то, что можно давать более весомые и отличительные от конкурентов преимущества, акцентируя внимание посетителей именно на этом моменте, которым клиенту, скорее всего, даже не придется воспользоваться.

8. Следует использовать уведомления о появлении в наличии. Часто бывает, что нужного товара временно нет в наличии в магазине. Дабы не упускать потенциальных клиентов, настоятельно рекомендуем использовать на страницах таких товаров формы ввода e-mail или телефона для уведомления о появлении товара в наличии. Помимо прямого преимущества в виде контактов будущих клиентов магазин получит некоторое понимание спроса и потенциальную заинтересованность на такой товар.

9. Необходимо поощрять пользователей оставлять отзывы. Помимо прямых преимуществ для продаж товара, отзывы несут также дополнительную пользу в виде обновляемого на страницах товара контента. Раз страница обновляется, значит, сайт

поддерживается в актуальном состоянии. Безусловно, этот факт положительно влияет на продвижение страниц товара в поисковых системах.

10. Предлагаем оформить подписку на новости и акции во время оформления заказа. Считается хорошим тоном спрашивать пользователя о его желании быть подписанным на новостные и маркетинговые рассылки магазина.

11. Данному интернет-магазину стоит создать «страницу-благодарностей». Обычно на таких страницах используется прямое обращение к клиенту со словами благодарности за выполнение того или иного действия. Вместе с такими благодарностями, которые позитивно влияют на лояльность клиентов, также можно использовать и некоторые просьбы, такие как:

- После того как пользователь завершил покупку, на страницу «Спасибо за заказ» можно вставить блок подписки на новости и акции (если до этого пользователь не подписан на них);

- Если пользователь уже подписан на новости и рассылки, то вместо них можно попросить пользователя поделиться ссылкой на ваш магазин в социальных сетях;

- Обратная связь – еще одна полезная просьба, которую необходимо задействовать на странице «Спасибо за заказ».

- Пользователь сообщил об ошибке на сайте? Обязательно нужно поблагодарить его и дать небольшую скидку на покупку в магазине.

12. Рекомендуем использовать элементы доверия. До сих пор существуют некоторые психологические барьеры, которые иногда останавливают или заставляют задуматься посетителей о честности и порядочности магазина, на сайте которого они находятся. Именно поэтому есть смысл сделать все, чтобы заработать как можно больше доверия в сознании пользователей. Частично этого можно достигнуть, используя элементы, которые изначально являются абсолютно безопасными и узнаваемыми: логотипы кредитных карт Visa, MasterCard, логотипы Яндекс.Маркета, сертификаты соответствия безопасным покупкам и т.п. Один из самых простых дополнительных способов заставить людей довериться магазину – открыто показать им количество подписчиков на группу в социальных сетях.

Если данный интернет-магазин воспользуется перечнем рекомендаций, то, во-первых, улучшится структура сайта, во-вторых, облегчится понимание сайта для клиентов в поиске нужных для них товаров, в-третьих, наладится обратная связь с клиентами, повысится доверие, что также играет немаловажную роль.

Список использованной литературы.

1. Дружинин В.Н. Экспериментальная психология: учебное пособие / В. Н. Дружинин. – 2-е изд. – СПб: Питер, 2011. – 320 с.

«ЗЕЛЕННЫЕ» ИННОВАЦИИ ИЛИ ЭКО-ИННОВАЦИИ

М.О. Журба

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: Zhurba-maksim@mail.ru

Научный руководитель: Гузырь В.В., канд. экон. наук, доцент

Рассмотрено сравнительно новое и перспективное направление развития экономики по улучшению экологической ситуации в мире, такое как эко-инновации. Проведен анализ стран, придерживающихся экологических принципов на примере конкретных государств, изучен их позитивный опыт в данной сфере. Выявлены главные препятствия для развития «зеленых» инноваций. Предложен основной механизм стимулирования эко-инноваций и определены основные области науки, которые ведут к появлению «зеленых» инноваций.

В современных условиях инновационное развитие экономики - единственно возможный путь для поступательного технологического прогресса и роста благополучия развитых стран. Вместе с тем радикальные инновации и прорывные научные достижения способны оказать значительное влияние на глобальную экономику. Развитие наук, исследований и разработок остается ключом к внедрению всех типов технологических инноваций[1]. В современных условиях особое внимание при регулировании глобальных экономических и социальных институтов уделяется «зеленым» инновациям или эко-инновациям.

В настоящее время проблема потребности в инновациях становится все больше, она является глобальной и носит всеобщий характер. Необходимость перехода от классической экономики к «зеленой», создание и внедрение эко-инноваций в обычную жизнь уже невозможно игнорировать, в силу сложившейся экологической ситуации в мире. Мы стали потребительски относиться к природе и всем ее ресурсам, но в итоге такого отношения мы имеем множество негативных последствий, таких как загрязнение воды, воздуха и почвы, изменения климата, утрату источников природных ископаемых. В результате оценки ситуации и отрицательных тенденций, большинство развитых и развивающихся стран идут по пути «зеленой» экономики и стараются развиваться в направлении эко-инноваций.

Эко-инновации - довольно новое и очень перспективное направление развития экономики. Однако всерьез проблема экологической напряженности была выдвинута мировым научным сообществом только в прошлом веке и именно тогда появились первые исследования по этому направлению. В настоящее время данным направлением занимаются множество стран уже перешедших на экономику, которая основана на эко-инновациях или находящуюся на пути к этому.

Эко-инновациями являются любые инновации, которые способны привести к уменьшению воздействия на окружающую среду; это разработка новых товаров, процессов и систем с наименьшим использованием природных резервов и минимальными выбросами ядовитых веществ[2]. На сегодняшний день существуют основные отрасли, которые относятся к сектору чистых технологий и активно используют эко-инновации:

- зеленое строительство;
- альтернативный транспорт и логистика;
- возобновляемые энергетика, энергоэффективные решения и умные сети;
- управление водными ресурсами и отходами.

Можно сказать, что сегодня большинство развитых стран перешли на «зеленую» экономику, их можно перечислять бесконечно долго. Особое внимание следует уделить перспективам развития экономики стран, которые придерживаются экологических принципов.

Ярким примером следования концепции «зеленой» экономики в целом, а также эко-инноваций считается Бразилия, которая выступает принимающей страной конференции ООН по устойчивому развитию. Бразилия также выступает на национальном уровне и уровне штатов с множеством предложений для стимулирования введения зеленых принципов в сектор экономики. Бразилия считается первой страной в мире, которая на законодательном уровне решила использовать биотопливо в качестве автомобильного горючего.

Одним из главных примеров внедрения зеленых принципов во все сектора экономики является Германия, которая создала замкнутый производственный цикл без отходов. ФРГ считается мировым лидером по количеству переработки отходов и использования их в качестве вторсырья. 23 % всех патентуемых технологий в экологической сфере и более 30 % в сфере ветровой и солнечной энергетики приходится на долю немецких компаний. Численность работников на немецких предприятиях, работающих в зеленом секторе, т.е. отраслях так или иначе связанных с защитой окружающей среды и климата (энергетика, транспорт, переработка и утилизация мусора и др.) составляет около 2 млн. человек или 4,5 % всего экономически активного населения. Данный показатель имеет тенденцию к постоянному росту.

Редким и уникальным примером в области эко-инноваций является опыт Швеции. Швеция – мировой лидер по потреблению возобновляемых источников энергии и местных видов топлива. Ученые Йельского университета разработали рейтинг самых «зеленых» стран на планете. Швеция заняла четвертое место в данном рейтинге. Правительство страны проводит активную политику по внедрению зеленых принципов во все сектора экономики. Энергоэффективность и возобновляемые энергоресурсы рассматриваются в качестве главных и приоритетных направлений, и интегрированы в политику в области энергетики и охраны окружающей среды[3, с.9].

Следует отметить шведский опыт в плане энерго - и ресурсосбережения по переработке бытовых отходов и получению электрической и тепловой энергии. Швеция является страной с одними из самых высоких показателей в мире по части утилизации бытовых отходов, здесь утилизируется в общей сложности 96 % бытовых отходов. Домовладельцам предлагаются налоговые льготы при переходе на возобновляемые источники энергии. Сокращаются налоги для автовладельцев, которые используют для своих автомобилей экологически чистые виды топлива. Таким автовладельцам предлагаются бесплатные места на городских парковках. Число таких автомобилей с каждым годом постоянно растет.

Еще одним мировым лидером на пути перевода экономики на «зеленые» или экологические инновации является Япония. Зеленая промышленность Японии достигла высоких показателей и считается мировым лидером по производству экологической продукции и оборудования. Например: атомная, тепловая и альтернативная энергетика, гибридные автомобили, стройматериалы, железнодорожный транспорт. По части вторичного использования и переработки твердых бытовых отходов Япония занимает одну из лидирующих позиций в мире. В результате глубокой переработке к 2011 году были подвергнуты 50 % всех отходов.

Таким образом, «зеленые» инновации являются одним из условий дальнейшего экономического роста развитых и развивающихся стран в том случае, если человечество хочет оградить себя от природных катаклизмов.

Однако серьезной проблемой являются существующие в настоящее время препятствия для «зеленых» инноваций. Их можно сгруппировать в 3 основные группы[4]:

1. препятствия в области экологического регулирования;
2. препятствия в сфере НИОКР;
3. рыночные препятствия.

Препятствия в области экологического регулирования наблюдаются повсеместно, когда у частных компаний или домашних хозяйств отсутствует мотивация для более рационального использования дефицитных ресурсов. Например, если в домохозяйствах плата за воду низкая, повышается вероятность того, что вода будет расходоваться неэффективно. Это касается и частных компаний, которые не несут никакой материальной или правовой ответственности за нанесение вреда окружающей среде.

В сфере НИОКР препятствий также достаточно много, и, разумеется, основным среди них является недостаточное или нерациональное финансирование гражданских исследований. При условиях грамотного управления НИОКР и достаточного финансирования выделяют следующие три вида препятствий:

1. проведение НИОКР, связанных с высокими фиксированными затратами, предполагает наличие развитой экономической системы, позволяющей минимизировать затраты при переходе к массовому производству. В противном случае результаты НИОКР могут быть не востребованы экономикой, а средства, потраченные на работу ученых, - выброшенными на ветер;

2. все исследования и разработки связаны с присущей им неопределенностью. Особенно сложно оценить вероятность успеха НИОКР в рыночных условиях, где зачастую имеется дефицит информации, например в связи с конкурентной борьбой;

3. полученное в результате НИОКР знание может оказаться незащищенным вследствие того, что ученые зачастую не находят общего языка с представителями бизнеса. Это приводит к снижению инвестиций в фундаментальные исследования. Для минимизации этого эффекта ведется работа по защите прав на интеллектуальную собственность, и выделяются целевые субсидии частным компаниям, которые ведут фундаментальные исследования, однако оба этих механизма сопровождаются дополнительными трудностями и не всегда осуществимы на практике.

Различные рыночные препятствия для «зеленых» инноваций можно объединить в три основных группы барьеров при выходе на рынок с новым продуктом.

Во-первых, доминирующие в сфере энергетики и транспорта стандарты зачастую «выталкивают» новые, более перспективные технологии. Например, высокая стоимость разработки альтернативной инфраструктуры для водородной энергетики неминуемо приводит к отказу от технологий топливных ячеек, прежде всего из-за сложившихся транспортных и энергетических инфраструктур (это касается системы заправки углеводородным топливом и доминирования на рынке продаж сравнительно недорогих автомобилей с низким КПД).

Во-вторых, технологическая неопределенность и длительность развертывания альтернативных «зеленых» технологий приводит к снижению интереса у инвесторов.

В-третьих, дифференцировать экологичность продукта часто не представляется возможным, например потребители могут не знать, поступает ли к ним электроэнергия от «зеленой» гидроэлектростанции, ветряной фермы или от экологически небезопасной теплоэлектростанции.

Стимулирование «зеленых» инноваций с помощью механизмов политического регулирования зависит от правильного ответа на вопрос, какие именно методы регулирования наиболее эффективны. Эксперты полагают, что многие методы, связанные с тарификацией вредного влияния на экологию (например, пошлины на выбросы углерода в атмосферу), которые применяются на завершающих стадиях инновационного цикла, способны лишь поощрить поступательные инновации и вряд ли могут способствовать внедрению радикальных усовершенствований.

Практика показывает, что «зеленые» инновации лучше всего «приживаются» в странах с хорошим инновационным и инвестиционным климатом[4].

Таким образом, одним из способов косвенного поощрения всех видов «зеленых» инноваций, включая радикальные, остается создание и поддержание благоприятных экономических условий для инновационного роста, а именно:

- а) развитие механизмов быстрого становления стартапов и, в случае неудачи, механизмов быстрого и безболезненного выхода из них частных инвесторов;
- б) поощрение конкурентных рынков, открытых для инструментов международной торговли и инвестирования;
- в) адекватная защита прав на интеллектуальную собственность;
- г) взвешенная макро – экономическая политика.

Помимо рамочных условий для инновационного развития правительства могут успешно применять целевые механизмы, способствующие увеличению спроса и предложения на «зеленые» технологии. Прежде всего, это касается двух важнейших инструментов государственного регулирования:

1. инвестиций в исследования и разработки;
2. коммерциализации «зеленых» инноваций.

Увеличение финансирования науки является одним из важнейших условий. Вторым и не менее важным остается содействие востребованности научных достижений в экономике, без чего невозможно повысить эффективность научной системы страны в целом и развить прочные связи между частными компаниями и научно-исследовательскими институтами и вузами.

Исследования, которые ведут к появлению «зеленых» инноваций, рассредоточены в самых разных областях науки и техники. Простые патентные исследования показывают, что наиболее важными областями знания для «зеленых» технологий являются материаловедение, химия и физика.

Предпринимательская активность – одно из важнейших условий для роста числа изобретений в странах с рыночной экономикой. Показательно, что существенная часть изобретательской активности приходится на молодые компании. Таким образом, крайне важно устранять административные барьеры на пути молодых и зарождающихся компаний, особенно специализирующихся в области высоких технологий. Частные компании чаще всего рассчитывают на долгосрочные программы поощрения «зеленых» инноваций, такие как широкое применение льготных тарифов и стимулирование рыночного спроса, чем на краткосрочные меры по налоговым льготам или возвратам.

Инновационная политика должна проводиться с учетом степени зрелости перспективных технологий. По рекомендациям Международного энергетического

агентства на ранней стадии разработки «зеленых» технологий следует сосредоточить усилия на адресной поддержке НИОКР и планировании энергетической инфраструктуры. Как только удастся проверить работоспособность технологии, адресная поддержка может быть сведена, например, к предоставлению льготных «зеленых» тарифов на подключение к энергосети. В случае если технология проявляет свою конкурентоспособность, дальнейшая поддержка может выражаться в выдаче «зеленых» сертификатов или нормировании квот на эмиссию парниковых газов. Наконец, поддержка зрелых технологий заключается исключительно в устранении рыночных препятствий для их широкого применения[5, с.125].

В итоге, следует отметить, что большая часть зарубежных, включая европейские страны, уже достигло определенного прогресса по направлению устойчивого развития путем целенаправленного и активного внедрения «зеленой» экономики и непосредственно экологических инноваций. Одними из эффективных методов управления считаются следующие: международные стандарты эко-менеджмента и аудита, концепция эко-эффективности, продукции и услуг при одновременном укреплении конкурентных позиций бизнеса, методы повышения безопасности производства.

Экологические инновации выступают не только инструментом для сохранения и поддержания природных ресурсов и экологии в целом, но при разумном и обоснованном использовании также являясь современным, надежным и в то же время очень результативным инструментом, который содействует повышению экономического благосостояния страны и уровня конкурентоспособности в целом.

Список использованной литературы.

1. Митева А. Концепция «из колыбели в колыбель» [Электронный ресурс] // URL: <http://www.slideshare.net/arinamiteva/ss-14591998> (дата обращения: 14.10.2014 г.).
2. Рогоцкая С. Об устойчивом развитии и эко-инновациях: новые возможности [Электронный ресурс] // URL: <http://www.newsland.ru/news/detail/id/678725/> (дата обращения: 12.10.2014 г.).
3. Трофимов Н.А. Инновации для «зеленого» развития // Наука за рубежом: ежемесячное обозрение. – 2014. – № 34. – С. 9–12. URL: http://issras.ru/global_science_review/Nauka_za_rubejom_n34.pdf (дата обращения 14.10.2014 г.).
4. Green Economy: «Everyone’s talking about it» - Анализ предложений и перспектив ОБДПООН «Нулевой проект». [Электронный документ] // URL: <http://www.ecoaccord.org/rio20/news/6.htm> (дата обращения 14.10.2014 г.).
5. Мелехова О.П., Николайкина Н.Е., Николайкин Н.И. Экология. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Дрофа, 2003. – 624 с.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ФРАНЧАЙЗИНГА В РОССИИ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

К.С. Ковалева

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: kovaleva-mail.ru@mail.ru

Научный руководитель: Воробьева И. П., канд. экон. наук, доцент

В статье рассмотрены особенности развития франчайзинга в России, описываются основные проблемы, которые возникают у малого бизнеса при работе с франшизой, в том числе со стороны интеллектуальной собственности, финансирования и законодательства. Также делаются основные выводы о текущей ситуации в области российского франчайзинга, дается оценка законодательства и предлагаются возможные пути защиты репутации своей марки и обеспечения безопасности от возможных проблем франчайзи. Более подробней в статье рассмотрен франчайзинг в сфере общественного питания.

Развитие франчайзинга в России началось в 90-х гг. благодаря иностранным компаниям и было связано с необходимостью внедрения в отечественную экономику новых методов ведения бизнеса. Очевидно, что развитие франчайзинга на территории России сейчас происходит неравномерно, поскольку эффективность применения франчайзинговой модели напрямую зависит от экономического положения и уровня развития бизнеса на рынке определенного региона.

Продолжая анализировать использование франшизы в нашей стране, необходимо обозначить в каких сферах данный вид бизнеса будет наиболее выгодным:

- ✓ Фаст-фуд;
- ✓ Розничная реализация одежды и обуви;
- ✓ Розничная торговля сувенирной продукцией и игрушками;
- ✓ Услуги в области спорта и здоровья;
- ✓ Услуги в сфере информационных технологий;
- ✓ Гостиничный бизнес;
- ✓ Туристический бизнес;
- ✓ Услуги в области аренды, ремонта и продажи автомобилей [1].

Проведя комплексный анализ рынка франчайзинга в России, удалось установить, что наиболее популярными являются франшизы в сфере розничной торговли, на них приходится почти половина всех действующих на рынке франшиз. Второе место занимает сфера общественного питания, на третьем месте – франшизы в области бытового обслуживания. При этом подобное распределение франшиз по видам деятельности мало чем отличается от общемировых показателей.

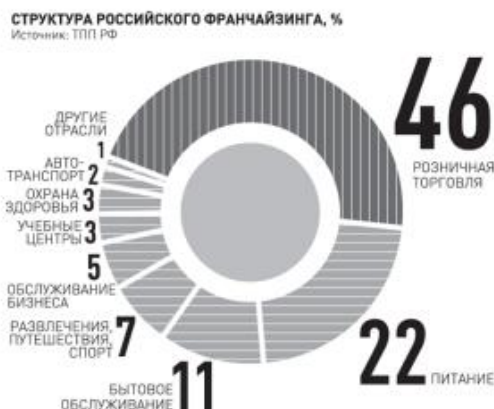


Рис. 1. Структура рынка франчайзинга [2]

Что касается территориального аспекта – сегодня лишь несколько российских регионов используют франчайзинг достаточно широко. Прежде всего, это крупнейшие экономические центры – Москва и Санкт-Петербург. Также в ближайшее время число компаний активно использующих франчайзинг в регионах России увеличиться в разы. Наиболее привлекательными городами являются: Нижний Новгород, Ростов-на-Дону, Самара, Тольятти, Екатеринбург, Новосибирск, Владивосток, Иркутск, Краснодарский край. Это связано с тем, что идет тенденция бурного развития регионов, которые инвестиционно более привлекательны и в которых существует множество свободных ниш на рынке в выше указанных сферах бизнеса.

Сейчас в России функционирует более шестисот франчайзинговых моделей. Причем, около шестидесяти процентов из них, это франшизы отечественного происхождения. Обязательно нужно отметить весьма интересную тенденцию на современном рынке российского франчайзинга. Эта тенденция касается развития региональных франчайзинговых систем. Если ранее, зарождение франшиз и их экспансия в регионы происходила преимущественно из столицы и крупных мегаполисов, то сейчас, известно немало случаев когда, наоборот, в регионах зарождаются интересные франшизы, а их экспансия направлена на Москву и крупные города страны.

По статистике из всех вновь образованных предприятий 85 % прекращают свою деятельность в течение первых пяти лет (только за 2013 год число ИП в России сократилось на 73 750), а из фирм, созданных в рамках франчайзинга – только 14 % [3].

Поэтому-то в России, где недостаточно развиты условия для открытия малого бизнеса, с каждым годом возрастает интерес к франчайзингу. Причем в последнее время появляются люди, желающие не только приобрести франшизу, но и развивать свой бизнес по модели франчайзинга.

Франчайзинг имеет ряд преимуществ как для франчайзера, так и для франчайзи. Преимуществом для франчайзера является то, что его бизнес всегда имеет определенный проверенный рынок потребителей и ценную репутацию. После того, как бизнес своим успехом доказал свою жизнеспособность, основатели желают развивать это дело, создавая франчайзинговую систему.

Для франчайзера выгода франчайзинга заключается в том, что он получает гарантированный и стабильный объем продаж своей продукции, так как франчайзи обязаны покупать у него определённые договором партии товара, расходных материалов или иной продукции, услуг.

Франчайзи делают дополнительные выплаты на поддержку услуг, предоставляемых франчайзером. Все работающие франчайзи ежемесячно платят франчайзеру за предоставление услуг, т.е. франчайзинг приносит дополнительные деньги.

Франчайзинг открывает для франчайзера возможности быстрого расширения на новом рынке и укрепления его репутации на существующем. Франчайзи, быстро расширяясь на новом рынке и делая инвестиции в развитие этого бизнеса в новых городах, создают широкую сеть бизнеса, на развитие которой у франчайзера никогда не хватило бы денег.

Франчайзинг дает потребителю возможность больше узнать о продукте и услугах франчайзера, а это приводит к увеличению продаж и прибыли в каждом предприятии франчайзинговой системы.

Франчайзинг не является единственным способом начать свой бизнес, но он имеет ряд существенных преимуществ для франчайзи:

1. Возможность стать самостоятельным бизнесменом при всесторонней поддержке опытного франчайзера.
2. Использование проверенной бизнес-системы.
3. Мгновенное приобретение репутации среди потребителей за счет ведения бизнеса под узнаваемым товарным знаком или фирменным наименованием.
4. Минимальные затраты на рекламу и маркетинг.
5. Гарантированность постоянного снабжения.
6. Возможность ведения бизнеса без соответствующего опыта за счет обучения в фирме франчайзера по стандартам высокого качества.
7. Возможность снизить риски [4].

Франчайзинговая система организации бизнеса способна решить многие экономические задачи и проблемы государства. В первую очередь, франчайзинг активно способствует развитию, прежде всего малого, а также среднего бизнеса в нашей стране. Но, к сожалению, для развития франчайзинга в России еще пока не сформированы необходимые условия со стороны государства.

Одна из основных причин, которая не дает франчайзингу развиваться, это достаточно крупные начальные вложения, необходимые потенциальным франчайзи. На рынке можно найти предложения, где паушальный взнос и весь необходимый капитал для начала бизнеса укладываются в 200-250 тыс. руб., но это скорее исключения. Как правило, чтобы открыть прибыльное дело по франчайзингу, предпринимателю требуется иметь 3 млн руб. и более. Накопить такую сумму, будучи рядовым наемным работником, практически невозможно. Из-за этого отсекается большая группа способных и активных людей, которые хотели бы попробовать себя в бизнесе, но не могут начать из-за элементарного отсутствия начального капитала. Получение кредита на развитие и запуск бизнеса по франшизе, сегодня, несмотря на некоторую поддержку государства, остается сложной задачей.

Основа заработка франчайзера – это паушальный взнос (плата за вступление в ряды франчайзи) и роялти – процент от прибыли или оборота партнеров. Первый тип вознаграждения обычно применяется в тех сферах бизнеса, которые тесно связаны с предоставлением услуг. Это туристические услуги, салоны красоты, риелторские агентства и так далее. Такой франчайзинг является наиболее рискованным для франчайзера, так как зависимость франчайзи от него минимальна и, соответственно, контролировать такого партнера очень сложно. Отсюда и плата за риски в виде крупных паушальных взносов.

С роялти здесь тоже интересная ситуация: традиционные на западе роялти в виде процентов от выручки партнера не всегда приемлемы – на местах фактическую выручку можно скрыть, и порой даже сам руководитель франчайзингового предприятия не знает и не может знать, какова неофициальная выручка фирмы. Озвученная проблема, к примеру, актуальна для риелторского бизнеса, где агенты на поле всегда могут между собой договориться и скрыть свое реальное вознаграждение от сделки. Размер роялти, зависящего от выручки, колеблется на российском рынке франшиз от 5 до 8%. Такая система начисления роялти применяется в общественном питании, занимающем сейчас около 30% рынка франшиз [5].

Серьезные проблемы франчайзинга в России в настоящее время сконцентрированы и в области права. Это связано с тем, что франчайзинг как система отношений, основанная на договорных отношениях, должен быть подкреплена серьезной правовой базой. В отечественном законодательстве по-прежнему нет понятий «франчайзинг» и «франчайзинговый договор». Коммерческая концессия, которой посвящена гл. 54 в Гражданском кодексе России, не равна понятию «франчайзинг» [6]. К тому же многие юристы отрицательно относятся к самому существованию этой главы, потому что отношения между сторонами в ней прописаны чересчур строго, что мешает полноценному развитию международного франчайзинга.

Изменения в Гражданском кодексе могут и должны приблизить как законодательство, так и терминологию франчайзинга к мировой практике, что очень важно для создания франчайзинговых предприятий с участием зарубежного капитала.

Еще один значительный фактор, затрудняющий развитие франчайзинга – это наличие информационного вакуума в области стратегического развития компаний с использованием механизма франчайзинга, юридические и экономические тонкости перехода всей компании или отдельных направлений бизнеса на франчайзинг. Решить данную проблему способны общественные организации, которые действуют в области франчайзинга и которые поддерживают отношения с зарубежными и отечественными макроэкономическими субъектами.

Также составляющей проблемы информационного вакуума в нашей стране является закрытость данных о компаниях – франчайзерах и франчайзи. Это связано с российской спецификой ведения бизнеса, которая отличается замкнутостью и непрозрачностью. Франчайзингу нужен партнерский способ построения отношений, основанный на доверии, а также открытость отношений франчайзи и франчайзера. Именно поэтому важное значение в законодательной базе по франчайзингу таких стран, как Франция, США, Австралия, Бразилия, Канада, Бельгия, Испания, Индонезия и др., уделено необходимости предоставления субъектами франчайзинга всеобъемлющей информации о своем бизнесе. При нарушении данных положений предусматриваются жесткие санкции, вплоть до уголовной ответственности.

Решением этой проблемы может служить внесение в проекты законов РФ в области франчайзинга, разработанных Российской ассоциацией франчайзинга (закон РФ «О франчайзинге», закон «О внесении изменений и дополнений в главу 54 ГК РФ»), положений о необходимости предоставления контрагентами договора франчайзинга информации о своем бизнесе. В противном случае наша страна будет вынуждена столкнуться с рядом проблем франчайзинга, которые возникнут в промышленно-развитых странах, в том числе:

- с наличием значительного числа действующих франчайзеров, которые не имеют отработанных успешных технологий;

- с существованием компаний-франчайзеров, которые осуществляют исключительно сбор роялти, не предоставляя ничего взамен;
- с наличием фирм-франчайзи, которые ищут способ выхода из сложной финансовой ситуации путем заключения договора франчайзинга [7].

Таким образом, большую часть проблем можно решить, изменив законодательство. Решения остальных можно добиться вместе с развитием рынка, уменьшением бюрократических барьеров, развитием банковского сектора и кредитования и повышением грамотности предпринимателей в области бизнеса.

Сейчас важно уделить внимание программам поддержки франчайзинга и улучшению предпринимательского климата в России в целом. К основным направлениям господдержки относится субсидирование стартапов, оказание содействия в продвижении национальных брендов (в том числе и за рубежом), стимулирование регионов к расширению франчайзинговой сферы бизнеса, а также создание системы подготовки кадров.

Некоторые региональные программы, пропагандирующие франчайзинг и разрабатывающие механизмы его поддержки, уже запущены на местах, без официального документального оформления. В 1997 году лидерами российского франчайзингового сообщества и Московским фондом поддержки малого предпринимательства была создана некоммерческая организация – Российская ассоциация франчайзинга. Целью РАФ является поддержка и защита интересов членов этой организации, а также развитие более благоприятной правовой и экономической среды для распространения франчайзинга в России [8]. Сейчас РАФ активно работает в Москве и регионах, постоянно расширяя географию сотрудничества. РАФ внесены изменения в приказ Минэкономразвития о мерах финансовой поддержки малого и среднего бизнеса, и сегодня франчайзи могут рассчитывать на ряд государственных субсидий. Кроме того, банки разработали для франчайзинга специальные программы, а региональные фонды поддержки предпринимательства увеличивают объемы финансирования стартапов. Члены Экспертного совета по вопросам малого бизнеса в Государственной Думе РФ активно занимаются вопросами франчайзинга, а также продвижением нового законопроекта в области франчайзинга.

Помимо других факторов, которые затрудняют развитие франчайзинга в России, имеется еще один – санкции. В результате ситуации на Украине и экономического напряжения, возникшего между Россией и Евросоюзом, а также США, Россия 6 августа 2014 года ввела полный запрет на ввоз на территорию РФ «отдельных видов» сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия из множества бывших «партнерских» стран. В список вошли мясные и молочные продукты, рыба, овощи, фрукты и орехи прежде всего из Австралии, Канады, стран Евросоюза, США и Норвегии сроком на год. Аналитики во всю строят прогнозы о том, как отразится введение санкций на бизнес-сфере и франчайзинге в частности. Как бы то ни было, на данный момент ввоз товаров в Россию уже заморожен, что неизбежно отразится на работе компаний, использующих их в своей работе, в том числе франчайзи, зарабатывающих деньги в области общепита.

Многие из них уже сегодня ищут новые пути и варианты замены используемых продуктов на другие, доступные, что вызвано появившимися перебоями с поставками в области овощей и мяса. Особенно это актуально для компаний, стандарты работы которых подразумевают, например, использование исключительно польского салата или американских злаковых продуктов, как в сети компании «Алендвик»: им приходится искать аналогичный продукт, который будет соответ-

ствовать используемому и по качеству, и по цене. Компания «Subway» закупает основную часть продуктов у российских производителей и, вероятно, несомненно прочувствует на себе влияние санкций – франшизу сети сегодня можно покупать спокойно [9].

А вообще франчайзинг ресторана или кафе, покупка франшизы, является одной из самых выгодных схем осуществления бизнеса для предпринимателей, планирующих развивать данное направление в дополнение к основной своей деятельности.

Преимущества франшизы лежат на поверхности: это минимальная степень риска и возможность использования как уже раскрученного бренда, хорошо известной целевой аудитории, так и самой бизнес-модели, проверенной на практике. Успешному ведению бизнеса способствуют также осуществление централизованной рекламной политики и сокращение затрат на закупку сырья, благодаря поставкам франчайзера.

В то же время, франшиза общепита, тот же франчайзинг фаст-фуда, характеризуется и оборотной стороной – это как раз касается системы специальных поставок, организуемых для франчайзи, которому для осуществления своей деятельности приходится закупать полуфабрикаты и фирменные ингредиенты франчайзера. И, наконец, самое главное: для покупки франшизы на осуществление франчайзинга кафе или ресторана, требуются серьезные финансовые вложения. И это касается не только паушального взноса и роялти, но и средств для покупки площади под размещение ресторана в нужном районе, а также затраты на соответствующий дизайн интерьера – заведение должно полностью соответствовать требованиям франчайзера.

Договора западных компаний с российскими франчайзи заключаются на условиях выполнения довольно жестких требований. В них пресекается любая самостоятельность и попытки быстро заработать с ущербом для интересов правообладателя. Франчайзинг кафе или ресторана подразумевает точное выполнение всех инструкций, начиная от расположения и дизайна помещений до концепции меню и вопросов управления рестораном. Специалисты считают, что основная причина такой жесткости заключается в самом восприятии франшизы общепита отечественными предпринимателями, которое отличается от западного или американского, а также в не до конца сформировавшейся культуре франчайзинга.

Соблюдение прав, когда дело касается интеллектуальной собственности, в нашей стране пока оставляет желать лучшего, чему способствует и несовершенство российского законодательства в этой сфере. А, ведь, культура франчайзинга должна формироваться именно на базе отчетливой правовой основы, которая регламентирует отношения, возникающие между франчайзером и франчайзи.

Российский франчайзинг ресторанов и кафе начал свое развитие с сетей быстрого питания. Продажу первых франшиз стали осуществлять «Русское бистро» и «Росинтер». На сегодняшний день в России действуют сети ресторанов, успешно реализующие систему франчайзинга, и многие из них по узнаваемости бренда могут уже составить достойную конкуренцию иностранным компаниям.

Характерным для российского франчайзинга общепита является расширение своей деятельности на региональном уровне, где перспективы развития франчайзинга в этой сфере выше, чем в столичных мегаполисах. Наглядные примеры франчайзинга в России: группа компаний «Рестостар», которая прописана в Челябинске, а также российская сеть кафе мороженое «33 пингвина». И это позволяет надеяться

и не беспочвенно, что отечественный франчайзинг в ближайшей перспективе будет развиваться в хорошем темпе [10].

Подводя итог, можно сказать о том, что положительная динамика развития франчайзинга в России все-таки есть. Несмотря на все препятствия, франчайзинг уверенно продвигается на российском рынке товаров и услуг. Заметен некоторый рост франчайзинговых моделей, которые работают в сфере производственного франчайзинга. Правовые нормы касательно франчайзинговой деятельности также медленно, но уверенно приводятся в соответствие с мировыми стандартами.

Также эта модель как нельзя лучше подходит для российского рынка, где конкуренция и продвижение бренда играют не последнюю роль. С помощью франчайзинга можно открывать заведомо успешные магазины, рестораны, сервисные центры, а также многое другое, что пользуется спросом не только в России, но и во всем мире. При этом развивается не только отдельно взятая точка, но и вся сеть в целом, что позволяет оставлять на рынке только успешные и конкурентоспособные компании.

Список использованной литературы.

1. Перспективы развития франчайзинга в России [Электронный ресурс] // Журнал «Маркетинг в России и за рубежом». 2010. URL: <http://mavriz.ru/articles/2005/5/3894.html> (дата обращения: 05.10.2014 г.).
2. Структура рынка франчайзинга [Электронный ресурс] // Торгово-промышленная палата РФ. 2012. URL: <http://www.tpprf.ru/ru/> (дата обращения: 05.10.2014 г.).
3. Как развивается франчайзинг в России: проблемы и перспективы [Электронный ресурс] // Российская ассоциация франчайзинга. 2014. URL: <http://rusfranch.ru/presscenter/newsraf/304/> (дата обращения: 06.10.2014 г.).
4. Преимущества и недостатки применения франчайзинга для Российских предпринимателей [Электронный ресурс] // Интернет-библиотека. 2012. URL: <http://dis.ru/library/524/25164/> (дата обращения: 08.10.2014 г.).
5. Плюсы и минусы франчайзинга [Электронный ресурс] // Стратегия роста. URL: www.fransh.ru (дата обращения: 08.10.2014 г.).
6. Коммерческая концессия [Электронный ресурс] // Информационно-правовой портал Гарант. 2014. URL: http://base.garant.ru/10164072/55/#block_2054 (дата обращения: 07.10.2014 г.).
7. Состояние франчайзинга в России [Электронный ресурс] // Экономический интернет-журнал. 2013. URL: <http://nbene.narod.ru/comm/fcomm10.htm> (дата обращения: 08.10.2014 г.).
8. Российская ассоциация франчайзинга [Электронный ресурс] // 2014. URL: <http://www.raf.ru/> (дата обращения: 05.10.2014 г.).
9. Россия в эпоху перемен: преимущества франчайзинга на фоне нестабильности и санкций [Электронный ресурс] // СКБ Контур. 2014. URL: <https://kontur.ru/articles/1065> (дата обращения: 07.10.2014 г.).
10. Проблемы адаптации франчайзинга к условиям российского рынка общественного питания [Электронный ресурс] // Креативная экономика. 2012. URL: <http://www.creativeconomy.ru/articles/11660/> (дата обращения: 06.10.2014 г.).

ПЕРСПЕКТИВЫ И ОГРАНИЧЕНИЯ ДЛЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ АТОМНОЙ ОТРАСЛИ

О.П. Недоспасова, А.А. Недоспасов*

Северский технологический институт – филиал Национального исследовательского ядерного университета «МИФИ», г. Северск
E-mail: olgaeconomy@mail.ru

За последние годы инновации прочно вошли в число главных приоритетов развития России. Атомная отрасль имеет важнейший приоритет для своего инновационного развития благодаря государственной финансовой, организационной, налоговой поддержке. В статье рассмотрены перспективы инновационного развития отраслевых предприятий. Сделан вывод об ограничениях, тормозящих данный процесс.

Идеей о жизненной необходимости для нашей страны «инновационного рывка» пронизаны практически все программные статьи и общественно-политические выступления национальных лидеров. Так, по словам президента РФ В.В. Путина «Новая экономика России - это экономика диверсифицированная, где кроме современного ТЭК будут развиты и другие конкурентоспособные сектора. Доля высокотехнологичных и интеллектуальных отраслей в ВВП должна к 2020 году увеличиться в полтора раза. При этом высокотехнологичный экспорт России вырастет вдвое» [1].

В современной литературе можно найти множество определений понятия «инновации», существенно различающихся в расстановке акцентов на процесс их создания, сферы применения или выгоды (отдачу, результат) использования. В качестве примера самого общего, нейтрального определения в данной статье было выбрано следующее: «инновации – это нововведения в области техники, технологии, организации труда и управления, основанные на использовании достижений науки и передового опыта, а также использование этих новшеств в самых разных областях и сферах деятельности» [2, с. 112].

Согласно современному российскому законодательству, «...инновационная деятельность – деятельность (включая научную, технологическую, организационную, финансовую и коммерческую деятельность), направленная на реализацию инновационных проектов, а также на создание инновационной инфраструктуры и обеспечение её деятельности...» [3, с.3]. Это позволяет согласиться с выводом о том, что инновационную деятельность можно рассматривать как предпринимательство особого рода. Оно направлено на использование новых знаний, получение технологически новых или улучшенных продуктов (процессов), с целью получения прибыли. Инновационная деятельность непосредственно следует за созданием и выявлением новшеств и состоит в их реализации, организации эффективного удовлетворения общественных потребностей в новых товарах и услугах. Она дополняет и связывает в единый механизм цели и инструменты промышленной и научно-технической политики государства (рисунок 1).

К настоящему времени в мире сложилось три основных типа стратегий инновационного развития: гармоничная, технологически ориентированная и социально-значимая, для каждой из которых характерны специфические инвестиционные приоритеты (таблица 1). Отметим, что США и страны Западной Европы трудно отнести

к какому-либо одному из названных типов стратегий инновационного развития. Для них скорее следует говорить о сочетании (в различных пропорциях) технологически ориентированной и гармоничной стратегий.



Рис.1. Взаимосвязи между промышленной, научно-технической и инновационной политики [4]

Несмотря на существенные различия в инвестиционных приоритетах, реализация любой из названных стратегий предполагает признание определяющей роли в инновационном развитии национальной промышленности. Россия в настоящее время не может позволить себе столь же масштабную поддержку всех ее отраслей, как это было в период политического соревнования экономических систем. Политику фронтального развития, предполагающую крупные инвестиции в широкий спектр научных направлений в настоящее время осуществляют только Соединенные Штаты Америки. Объективная ограниченность экономических ресурсов предопределяет селективный подход к инновационному развитию отечественной промышленности, который выражается в научном, техническом и технологическом авангардизме по ограниченному спектру направлений (обладающих наибольшим социально-экономическим потенциалом).

В соответствии с Указом Президента РФ «Об утверждении приоритетных направлений развития науки, технологий и техники в Российской Федерации и перечня критических технологий Российской Федерации» в качестве жизненно важных национальных приоритетов страны названы восемь направлений: безопасность и противодействие терроризму; индустрия наносистем; информационно-телекоммуникационные системы; науки о жизни; перспективные виды вооружения, военной и специальной техники; рациональное природопользование; транспортные и космические системы; энергоэффективность, энергосбережение, ядерная энергетика.

Таблица 1 – Базовые стратегии инновационного развития

Стратегия инновационного развития	Инвестиционные приоритеты	Примеры
Гармоничная	национальное здравоохранение, основные сектора промышленности, фундаментальная наука, энергетика, охрана окружающей среды	Канада
Технологически ориентированная	науки о жизни, науки об окружающей среде, информационно-коммуникационные технологии, нанотехнологии и наноматериалы	Япония
Социально-значимая	поддержка продолжения карьеры для граждан старшего поколения	Швейцария

Эти стратегически важные для РФ направления инноваций предполагают приоритетное развитие 27 критических технологий. Данное понятие используется для обозначения наиболее важных с точки зрения государственных нужд и интересов общества технологий, начиная со второй половины XX века. США первыми утвердили перечень технологических направлений и разработок, отражающий национальные интересы по экономическому и военному превосходству, которые в первую очередь поддерживались правительством.

В России такой список формируется с 2006 года. Он фиксирует наиболее важные и «продвинутое» направления развития науки, технологии и техники, где ведется научный поиск, а фундаментальные знания превращаются в реальные технологические процессы и наукоемкие продукты.

Особое место среди важнейших инновационных приоритетов России принадлежит ядерной энергетике. Как известно, российская атомная отрасль является одной из передовых в мире по уровню научно-технических разработок в области проектирования реакторов, ядерного топлива, опыту эксплуатации атомных станций, квалификации персонала АЭС. Динамичное развитие отрасли является одним из основных условий обеспечения энергонезависимости государства и стабильного роста экономики страны.

Мощный инновационный потенциал атомного энергопромышленного комплекса России позволяет ему выступать локомотивом для развития других отраслей.

Он обеспечивает заказ, а значит и ресурс для развития как традиционных сфер экономической деятельности (геологии, материаловедения, металлургии, машиностроения, строительства), так и высокотехнологичных отраслей экономики знаний (электроника, нанотехнологии и наноматериалы, системы безопасности, промышленная экология, медицина и т.д.). Сегодня отечественные предприятия и организации атомного энергопромышленного комплекса производят широкий спектр ядерной и неядерной продукции, оказывают полный комплекс услуг в области ядерной энергетики (рисунок 2).

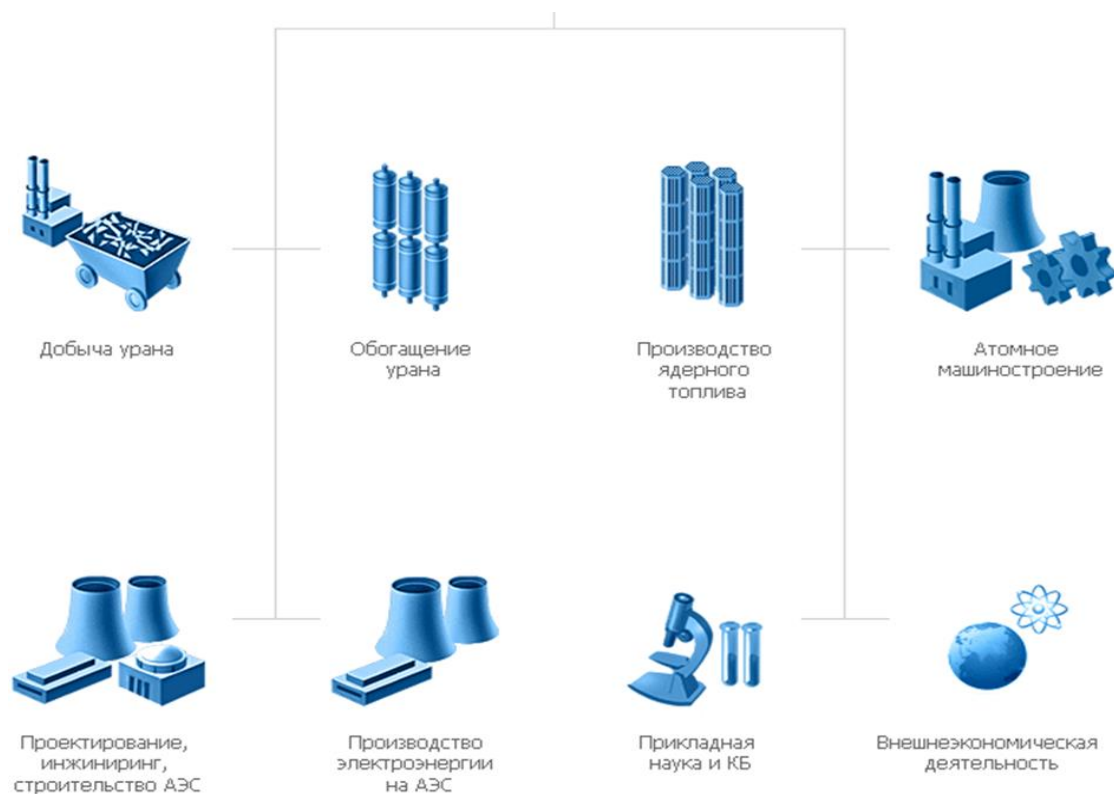


Рис. 2. Основные виды деятельности, выполняемые предприятиями атомного энергопромышленного комплекса [5]

Предприятия и организации, входящие в атомный энергопромышленный комплекс способны обеспечить проектирование и сооружение АЭС «под ключ», снабжать их топливом на протяжении всего срока эксплуатации, осуществлять модернизацию и сервисное обслуживание, проводить обучение и развитие персонала. Масштаб поставленных перед атомным энергопромышленным комплексом России задач требует объединения усилий государства и отраслевого бизнес-сообщества.

В последние годы партнерские связи между государственными и частными структурами в российской инновационной сфере приобретают все более четкие рамки, а государственная поддержка инновационной сферы в России имеет четко выраженный стимулирующий характер. Она включает в себя широкий комплекс мероприятий и направлена на сближение государственного и частного секторов, предполагает их совместное участие в комплексных инновационных проектах. Однако, как

показывает практика, степень доверия между государством и бизнесом по-прежнему довольно низкая (таблица 2).

Таблица 2 – Меры государственного стимулирования инноваций [6]

Меры государственного стимулирования инновационного развития промышленности	Начало применения (год)	Объем ресурсов в 2010 г. (млрд руб.)
Налоговое стимулирование		
освобождение от налогообложения затрат работодателей на обучение сотрудников	2009	8,7
освобождение от НДС импорта оборудования, не имеющего отечественных аналогов, по перечню, утвержденному Правительством РФ	2009	н/д
списание в полуторократном размере расходов на исследования и разработки, по перечню, установленному Правительством РФ	2009	2,4
Прямое финансирование		
финансирование инновационных проектов в рамках ФЦП	1990-е гг.	90,9
поддержка инновационных проектов, реализуемых совместно с вузами	2010	6
финансирование проектов, отобранных Президентской комиссией по модернизации и технологическому развитию экономики	2009	10
«Квазигосударственное» финансирование		
поддержка проектов государственными институтами развития (ВЭБ, РОСНАНО)	2007	157,5
финансирование проектов венчурными фондами	2006	4,2
Инновационная инфраструктура		
инновационный центр «Сколково»	2010	5,5
особые экономические зоны технико-внедренческого типа	2006	3,6
Регулирование		
утверждение и реализация программ инновационного развития крупнейших госкомпаний	2011	-
Организация взаимодействия		
деятельность технологических платформ, включенных в перечень Правительственной комиссии по высоким технологиям и инновациям	2011	-

Подводя итоги, следует отметить, что перспективы инновационного развития атомной энергетики связаны, прежде всего, со значительной государственной поддержкой (финансовой, организационной, налоговой). Однако эти меры дадут результаты только в том случае, если удастся преодолеть ограничения, обусловленные

накопленным в отрасли за годы экономических реформ технологическим отставанием, взаимным недоверием бизнеса и власти, а также недостатками в профессиональных знаниях и компетенциях работников.

Список использованной литературы.

1. Из отчета В.В. Путина о деятельности правительства Российской Федерации за 2013 год. Официальный сайт ежедневной деловой газеты РБК Daily [Электронный ресурс] // URL: <http://www.rbcdaily.ru> (дата обращения: 12.10.2014 г.).

2. Райзберг Р.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. – М.: Инфра-М, 2006. – 442 с.

3. Федеральный закон от 23.08.1996 № 127-ФЗ (ред. от 28.07.2012) «О науке и государственной научно-технической политике».

4. Составлено на основе: Инновационная деятельность в атомной отрасли (на примере стратегии развития ядерных топливных циклов, включая инновационные) / А.В. Путилов, А.Г. Воробьев, М.Н. Стриханов. - М.: Издательский дом «Руда и металлы», 2010. – 167 с.

5. Материалы официального сайта ОАО «Атомэнергпром». [Электронный ресурс] // URL: <http://www.atomenergoprom.ru/ru/org/> (дата обращения: 13.11.2014 г.).

6. Составлено на основе: Иванов Д.С., Кузык М.Г., Симачев Ю.В. Стимулирование инновационной деятельности российских производственных компаний: возможности и ограничения // Форсайт, 2012.т.6. – №2. – С. 19-40.

РАЗВИТИЕ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА КАК СОДЕЙСТВИЕ РАЗВИТИЮ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ НАУКИ

Б.М. Прохоренко

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: minto31415@mail.ru

Научный руководитель: Борисова Л.М., канд. экон. наук, доцент

В настоящее время в России сложились практически оптимальные условия для развития молодежного предпринимательства. Это создает хорошие предпосылки к тому, чтобы и наука становилась все объемнее и более охватывающей различные грани жизни людей.

Можно долгое время спорить о том, кто двигает науку вперед. Можно сказать, что этому содействует в большинстве своем общество закоренелых ученых-специалистов, половину жизни отдавших служению науке. Или это делают обыкновенные люди, внутри которых однажды проснулось вдохновение, и они ступили на дорогу изобретательства, начав творить новые вещи, обнаруживая неизвестные доселе явления. И пятьдесят лет назад, возможно, никто бы не дал свет на то, чтобы позволить малолетнему члену общества вводить новшества, под коими я подразумеваю изобретать, собирать команду, реализовывать эти изобретения и, в конце концов, продавать их, окажись они востребованными.

Целью данной статьи является выявление основных проблем молодежного предпринимательства как средства развития науки в Российской Федерации.

Содействие молодежному предпринимательству в России

Возможно, некоторые факты утрируются, но за последние десятилетия положение значительно изменилось.

Чтобы говорить о том, как молодежное предпринимательство может помочь развитию науки, следует сначала сказать о том, что в настоящее время существует для реализации идей молодых людей в бизнесе.

Многие вузы сейчас содействуют продвижению обучающихся в них студентов в лоне предпринимательского бизнеса. И немалую часть этой помощи представляют собой центры развития, специализированные на определенных направлениях подготовки.

Вот пример. Для поддержки молодых предпринимателей, под которыми подразумеваются, как это ни странно звучит, люди до 35 лет (странно в смысле того, что слово «молодежное» невольно ассоциируется с подростками), Департамент науки, промышленной политики и предпринимательства г. Москвы в последние несколько лет реализует проект по созданию Центров развития молодежного предпринимательства при московских вузах. В 2014 году в проекте уже участвуют 7 крупных учебных заведений. Если конкретнее, то это НИТУ «МИСиС», МГТУ им. Н.Э. Баумана, МГУ им. М.В.Ломоносова, РЭУ им. Г.В. Плеханова, НИУ ВШЭ, МФТИ, МАМИ.

В каждом вузе имеется своя специализация подготовки бизнес-проектов. К примеру, Центр развития молодежного предпринимательства НИТУ «МИСиС» специализируется на автоматизации инженерно-конструкторских работ и производства, МАМИ – на машиностроении, МГТУ им. Н.Э. Баумана – на радиоэлектронике. Это уже говорит о том, что области, в которых готовы содействовать ищущим и готовым воплощать свои мысли в реальность умам, довольно разнообразны. Может, конечно, показаться, что все выше перечисленные центры поддержки молодежного предпринимательства имеют техническую направленность, однако это не так. К примеру, Центр развития молодежного предпринимательства в НИУ ВШЭ в Москве специализируется на предпринимательстве в социальной сфере, а Центр развития молодежного предпринимательства МФТИ – на инновационной сфере.

Целевой аудиторией вышеотмеченных центров являются не только студенты, но также аспиранты и молодые специалисты (им ведь тоже нет 35 лет).

Для вузов-участников проекта Центры развития молодежного предпринимательства – это отличная возможность развить навыки молодых людей в области бизнеса, а также связать воедино академические знания и практический опыт ведения бизнеса, чтобы обеспечить квалифицированность выпускаемых кадров на рынке труда.

Для Москвы данные центры являются возможностью получить эти самые кадры, потенциально имеющие способность органично войти в бизнес-сообщество столицы, а может и других городов России.

Если говорить о том, как помогают эти Центры молодежи, то они позволяют студентам разработать свой бизнес-проект, найти для него потенциального инвестора, а также, что не менее важно, развить навыки командной работы, которыми обладает отнюдь не большинство проживающих в нашей стране людей.

Если конкретнее, то молодые предприниматели могут получить в Центрах:

- бесплатные, что также немаловажно, информационные, организационные, методические и, в том числе, консультационные услуги. Приобретенные знания должны помочь при развитии и продвижении инновационных проектов и при формировании проектных коллективов и создании и регистрации малых предприятий;

- бесплатные консультации и практическую помощь при государственной регистрации результатов интеллектуальной деятельности;
- возможность продвинуть молодежные инновационные проекты через специально организованные выставочно-ярмарочные мероприятия. [1, с.6]

Конечно, такие подразделения имеются не только в Москве. Тот же бизнес-инкубатор при ТПУ, а также различные фонды по развитию предпринимательства занимаются такой же деятельностью. Студенческий Технологический Бизнес-Инкубатор ТПУ ставит своей целью системное вовлечение в предпринимательскую деятельность студентов, аспирантов и молодых ученых ТПУ путем организационного и образовательного содействия созданию, а также инкубированию молодежных инновационных проектов, формированию компетенций, которые позволяют сочетать научно-исследовательскую, проектную и предпринимательскую деятельности. [2, с.6]

Согласно статистике, приблизительно триста миллионов молодых людей в возрасте от 18 до 30 лет по всему миру или не имеют стабильного места работы, или вообще являются безработными. И около двадцати процентов из них обладают хорошими способностями для того, чтобы начать собственный бизнес, но, в силу различного рода причин, лишь пять процентов решается на это.

Для решения этой проблемы Международный форум лидеров бизнеса (английская аббревиатура – IBLF) совместно с Фондом принца Уэльского (The Prince's Trust) разработали Международную программу поддержки молодежного бизнеса, развитием которой занимается Youth Business International (YBI). Эта организация объединяет в международную сеть программы, реализуемые в 40 странах мира.

При содействии YBI разработана и реализуется в России программа поддержки и развития молодых предпринимателей «Молодежный бизнес России» (МБР) в сотрудничестве российского филиала IBLF, а также Британской неправительственной некоммерческой организации OXFAM и ЗАО «Королевского банка Шотландии». В настоящее время эта программа реализуется в Калужской и Воронежской областях, в Приморском крае и в Новосибирской области. [3, с.6]

Таким образом, содействие со стороны государства ведется, и ведется активнее, чем, например, лет двадцать назад. Однако, если в других странах, таких, как США или европейские государства, поддержка подобных мероприятий идет «полным ходом», то в России имеются некоторые проблемы, препятствующие быстрому развитию молодежного предпринимательства, даже при наличии различного рода ЦРМП. К таким проблемам можно отнести дефицит финансирования со стороны государства для того, чтобы содержать необходимую инфраструктуру. Большая часть финансирования ЦРМП идет от университетов, и она не может покрыть всех расходов на помещения для мероприятий и сами эти мероприятия. Другой проблемой является недостаток профессионально обученных и подготовленных инновационных менеджеров, обладающих знаниями, опытом и способных довести новые предприятия от идеи до сформировавшейся на рынке компании. Слабое финансирование проектов на начальном этапе развития связано с трудностями в получении кредитов и субсидий в ЦРМП, т.к. они по сути своей являются некоммерческими организациями. Также у ЦРМП отсутствуют связи среди крупных компаний и малых инновационных предприятий.

Таким образом, ЦРМП и вузовские бизнес-инкубаторы призваны решить лишь самые распространенные проблемы молодежного бизнеса и помочь студентам, ас-

пирантам и молодым специалистам сделать уверенно только первые шаги в осуществлении их идей.

Молодежное предпринимательство и наука

Можно выделить несколько последствий для развития науки, к которым может привести усиление поддержки молодежного предпринимательства.

XX век называют «золотым веком» науки и высоких технологий. В прошлом столетии человечество освоило атомную энергию, создало вычислительные машины и высокоэффективные лекарства, системы связи и транспорта, сблизившие людей и континенты, в прошлом столетии произошел выход в космос и многие другие достижения, оказавшие революционное воздействие на развитие человечества. И экономический рост двадцатого столетия во многом определялся темпами технического прогресса. В том случае, когда имелись высококвалифицированные ученые и инженеры и осуществлялась поддержка со стороны государства, технология и наука вносили существенный вклад в повышение эффективности производства, улучшение социальных условий и экологической обстановки.

И такие положительные изменения произошли благодаря именно наличию квалифицированных специалистов – ученых и инженеров, о коих сказано выше. В настоящее же время наблюдается менее приятная картина. Газета «Комсомольская правда» (от 19 сентября 2012 года) в статье «Три четверти вузов закрыть, профессоров за плагиат выгонять!» приводит результаты социального опроса студентов. Они показывают, что 20% студентов хотят уехать за рубеж, 61% – не определились и лишь 19% хотят остаться. Это указывает на формирование у студенческой аудитории позитивного взгляда по отношению к Западу и желания работать там по окончании учебы. Сегодня уверенно можно сказать, что наша молодежь стала очень критичной к старшему поколению, а следовательно – к нашему прошлому, т. е. ко всему, что связано с Россией. Отсюда возникает утечка умов в Европу, Америку и вообще в другие страны. Если так продолжится дальше, то вскоре в нашей стране может не остаться людей, способных двигать науку вперед. Малое или абсолютно отсутствующее (что, не так) финансирование молодежного предпринимательства может быть одной из причин такого мнения у россиян к своей стране.

Таким образом, повышение квалификации молодежи в лоне предпринимательства поможет ей смотреть на экономическое состояние стран мира более критично, нежели просто по «сарафанному радио», распространяющему в большинстве своем неподтвержденные сведения.

Конечно, молодежное предпринимательство не есть единственный способ поднятия науки на новый уровень или вообще ее развития. Но, по мнению автора, оно вполне способно принести большие достижения. Ведь если молодой человек заинтересован в том, что он делает, не только с духовной стороны, но и с материальной точки зрения, здесь, как это ни грубо звучит, может сработать привычка, подобная той, которую вырабатывал у собак Павлов в своих опытах или дрессировщики в цирках у своих животных. Они выполнили требуемую задачу, получили вознаграждение. Будучи заинтересованным, молодой человек будет стараться создать все больше новых продуктов. И чтобы его продукт был покупаем, пользовался спросом, то логично, что он должен быть более качественным, дешевым и полезным. Развивая эти аспекты своего продукта, он постепенно получит навыки взаимодействия как с производственными, так и с социальными, экономическими и другими сторонами внедрения продукта на рынке.

Это развитие постепенно потребует новых знаний, увеличения качества этих знаний, использования новых технологий. И, в конце концов, мыслящий и способный предприниматель будет способен совершить некое открытие сам или же заметить его, образно выражаясь, проходя мимо помогающих ему ученых и наблюдая за их работой. Чем больше будет таких людей в стране, тем значительнее будет пласт знаний, доступный человечеству.

Кстати, говоря об ученых, на определенном этапе развития продукта могут потребоваться именно научные эксперименты, которые также способны помочь постичь неизвестные ранее явления. Ярким примером научной компании в России является «Росатом». Эта госкорпорация в своей работе сочетает коммерческую деятельность, развивая атомную энергетику и, в том числе, предприятия ядерного топливного цикла, деятельность по обеспечению национальной безопасности, в том числе ядерной и радиационной, и научно-исследовательские работы в области прикладной и фундаментальной науки. Конечно, эта корпорация возникла не из молодежного предпринимательства, но сейчас, если судить по дням карьеры, недавно проведенным в Томском политехническом университете, они готовы работать с молодыми специалистами, выпущенными из университетов, а также обеспечивать прохождение ими практики на работающем производстве жаждающими этого студентами.

Плюс молодежного предпринимательства также в том, что молодые люди, не будучи «закостенелыми профи» в производстве или бизнесе, способны генерировать более свежие и новаторские идеи как в области естественных и технических наук, так и в гуманитарных областях. Эти идеи, будучи правильно направлены и использованы как ими самими, так и сведущими лицами в области предпринимательства (да и в принципе, других областях), способны изменить мир в целом и науку в частности.

Таким образом, вкупе с улучшением экономических условий научно-исследовательской деятельности молодежное предпринимательство является одним из путей совершенствования и развития отечественной науки.

Финансирование молодых умов поможет им реализовать свои идеи в жизнь, развить их, таким образом улучшив различные области жизни в нашей стране. В совокупности с этим, знания, которые могут получить молодые люди, привлеченные в науку путем предпринимательства, способны дополнить, улучшить, расширить или даже перевернуть наши представления о мире. Тем самым, в любом случае, должны будут произойти значительные изменения в науке, а, следовательно, и в других областях.

Этому также способствует свежесть умов молодых предпринимателей. Не обремененные привычками «закостенелых» ученых, они способны мыслить более широко и замечать неизвестные ранее вещи в неожиданных порой местах.

Список использованной литературы.

1. Молодежное предпринимательство [Электронный ресурс] // Департамент науки, промышленной политики и предпринимательства города Москвы: официальный сайт. URL: <http://dnpp.mos.ru/directions-of-activity-/entrepreneurship/support-measures/youth-entrepreneurship.php> (дата обращения: 15.10 2014 г.).

2. Отдел "Студенческий технологический бизнес-инкубатор" [Электронный ресурс] // Национальный исследовательский Томский политехнический университе-

те: официальный сайт. 2014. URL: <http://portal.tpu.ru/departments/otdel/stbi/Tab1> (дата обращения: 14.10 2014 г.).

3. Программа поддержки и развития молодежного предпринимательства «Молодежный бизнес России» в Новосибирской области [Электронный ресурс] // Новосибирская торгово-промышленная палата. 2014. URL: http://www.ntpp.ru/dopolnitelno/podderzhka_molodezhnogo_predprinimatelstva/index.html (дата обращения: 13.10 2014 г.).

4. Россия сегодня (факты и цифры за последние 20 лет) // Справочно-информационные материалы для преподавателей вузов. – М., 2012. – 9 с.

ПРОБЛЕМЫ СОХРАННОСТИ ЛИЧНЫХ ДАННЫХ СОТРУДНИКОВ В ОРГАНИЗАЦИИ

Я.В. Савельева

Томский Политехнический Университет, г. Томск

E-mail: yanochka29@mail.ru

Научный руководитель: Роготнева Е.Н., канд, фил. наук, доцент

Каждый человек обладает личной информацией, который в праве, распоряжаться только он сам. К персональным данным человека относится не только рост и вес, но и данные о его рождении, место проживания, образование, серия и номер паспорта, которые в современном обществе от нас требуют в каждой организации. А на сколько, защищены наши персональные данные, при передаче их иному лицу? Кто несет ответственность за безопасное хранение данной информации?

Персональными данными принято считать любую информацию, не смотря на то, косвенно или прямо она относится к определенному или определяемому физическому лицу, то есть к субъекту персональных данных.

Защита персональных данных осуществляется на нормативной основе, а именно: Конституция РФ, Федеральный закон «О персональных данных», Указ Президента РФ «О перечне сведений конфиденциального характера» и другие акты. Правовой основой послужила Всеобщая декларация прав человека, которая была провозглашена Генеральной Ассамблеей Организации Объединенных Наций в 1948 году. Согласно ст. 12 этого документа «никто не имеет права подвергаться произвольному вмешательству в его личную и семейную жизнь произвольным посягательством на его честь и репутацию». [4]

Одной из базовых проблем защиты персональных данных является Федеральный закон Российской Федерации от 27 июля 2006 г. 152-ФЗ «О персональных данных». Закон был принят в целях исполнения международных обязательств Российской Федерации, которые возникли после подписания Конвенции Совета Европы о защите физических лиц при автоматизированной обработке персональных данных от 28 января 1981 г.

Данная конвенция, а также Федеральный закон «О персональных данных» обладают основными требованиями, одним из которых является взятие с физического лица его согласия на обработку персональных данных. [7]

Уровень защиты, а также новые типы информационных систем определяется Постановлением Правительства РФ от 1 ноября 2012 г., №1119 Москва "Об утвер-

ждении требований к защите персональных данных при их обработке в информационных системах персональных данных".

Документ должен быть подписан Федеральной службой безопасности РФ и Федеральной службой по техническому и экспортному контролю (ФСТЭК). В пределах компетенции органов исполнительной власти утверждаются нормативные правовые акты, а также методические документы, которые необходимы для выполнения требований, предусмотренных Положением.

Приказ ФСТЭК России от 18 февраля 2013 г. №21, Москва «Об утверждении состава и содержания организационных и технических мер по обеспечению безопасности персональных данных при их обработке в информационных системах персональных данных». Данный документ был зарегистрирован 14 мая 2013 г., а опубликован 22 мая 2013 г. в «Российской газете» (№ 6083). Закон вступил в силу с 1 июня 2013 года.

Таким образом, приказ ФСТЭК России от 5 февраля 2010 г. №58 «Об утверждении Положения о методах и способах защиты информации в информационных системах персональных данных» утратил юридическую силу.

Рассматривая Федеральный закон №363-ФЗ, который представляет собой внесенные изменения в Федеральный закон «О персональных данных», вступивший в действие с 29 декабря 2009г., исключается требование при обработке шифровальных средств оператором. Разработанные требования методических материалов ФСБ РФ, которые направлены на разъяснение требований по обеспечению безопасности обязательного характера не имеют.

Рассматривая законы Российской Федерации, можно отметить, что зачастую происходит изменение требований к государственным и частным компаниям, а также организациям и физическим лицам, обладающими (сбор, хранение, обработка и передача данных) персональными данными. Данные организации, компании и физические лица относятся к операторам персональных данных.

Изучив закон «О персональных данных», можно выделить несколько действий, не распространяющихся на отношения. Такие действия могут возникнуть в результате обработки персональных данных в личных или семейных целях, при условии того, что не будут затронуты и нарушены права субъекта. Документы Архивного Фонда Российской Федерации, а также другие архивные документы, которые подлежат организации комплектования, учета, использования и хранения в соответствии с законодательными актами об архивном деле Российской Федерации. Не распространяются на отношения и сведения, относящиеся к государственной тайне, а также обработка персональных данных. Документы, подлежащие обработке включены в единый реестр о физических лицах и индивидуальных предпринимателей. Обработка такого типа осуществляется в соответствии с законом. [7]

Руководствуясь законом, подзаконными актами, а также документами регулирующих органов (ФСБ РФ, ФСТЭК), операторы персональных данных выполняют ряд требований по защите информации своих сотрудников либо клиентов (физических лиц), которые проходят обработку через базу данных организации. Таким образом, операторы предпринимают следующие действия: во-первых, в соответствии с Законом №152-ФЗ ст.22, направляется уведомление об обработке личных данных физического лица. Во-вторых, необходимо получить письменное согласие субъекта на разрешение обработки своих персональных данных, что прописано в Федеральном законе «О персональных данных» ст.9. В результате проделанной работы, исхо-

дя из закона №152-ФЗ ст.21, субъект должен быть, уведомлен о прекращении и уничтожении обработки персональных данных.

В исключительном случае, при условии трудовых отношений между оператором персональных данных и субъектом, либо иных договорных отношениях, которые указаны в Федеральном законе «О персональных данных» №152-ФЗ (ст.6 п.2 и ст.22 п.2), письменное согласие и уведомление субъекта не требуется. [7]

На основании Конституции РФ, Трудового кодекса РФ, Уголовного кодекса РФ, Гражданского кодекса РФ, а так же исходя из Федерального закона «Об информации, информатизации и защите информации», было создано Положение, цель которого, состоит в защите персональных данных сотрудника организации от неправомерного и несанкционированного доступа, а также использования или утраты информации. Данное Положение действует с момента подписания Приказа генеральным директором организации, а также является обязательным в исполнении, для всех сотрудников, которые имеют доступ к персональным данным работников.

Персональные данные физического лица носят конфиденциальный характер, срок хранения данных такого типа составляет 75 лет, либо истекает в случае обезличивания, если иные условия не прописаны в законодательных актах. [5]

Для любого работодателя персональные данные сотрудника организации являются необходимой информацией, в результате заключения с ним трудового договора, что непосредственно касается любого работника. В данном случае, под персональными данными сотрудника принято считать сведения о его жизни, фактах и иных событиях, которые позволяют анализировать личность работника.

К личным данным сотрудника организации относятся: данные об образовании, а также трудовом и общем стаже, содержание трудового договора, личные дела и трудовые книжки работника, сведения о составе семьи и заработной плате сотрудника, наличие материальных ценностей, подача деклараций в налоговую инспекцию. Особо важными стоит отметить: паспортные данные, воинская обязанность, сведения о специальности и занимаемой должности, а так о возможных социальных льготах. Дела, которые содержат информацию о дополнительных курсах, переподготовке, аттестации или повышения квалификации сотрудника. Во многих муниципальных учреждениях или крупных организациях очень важное место занимают сведения о наличии судимостей работника или членов его семьи. Работодателю известно место работы или учебы членов семьи, домашний адрес и телефон, а также характер взаимоотношений семьи работника. [5]

Данного рода документы носят конфиденциальный характер, но исходя из условий единого места обработки и хранения документов, а также их массовости – гриф ограничения не ставится.

Все личные данные сотрудников проходят стадию обработки, к которой относится получение информации, сортировка, комбинирование и хранение, а также передача или использование сведений о работнике.

В целях обеспечения безопасности, учитывая при обработке данных права и свободы человека и гражданина, работодатель должен соблюдать определенные требования:

- Обработка личной информации сотрудника должна осуществляться в целях личной безопасности работника, соблюдение нормативно-правовых актов, его обучения, переподготовке или повышения квалификации, а также контроля и качества выполняемой работы, а также сохранности имущества.

- Получение личных данных о сотруднике может осуществляться двумя способами, а именно: путем представления данных от лица работника, либо поиском информации иным путем с помощью различных источников и баз данных.

- Прежде всего, личные данные работника необходимо получать от его лица. Если получение и проверка информации происходит иным путем, сотрудника заранее должны поставить в известность, получив от его лица письменное согласие. Субъекту персональных данных обязаны сообщить цель получения личной информации, а также предполагаемые источники и способы поиска данных.

- Не должна быть затронута частная жизнь сотрудника, а именно, его политические и религиозные убеждения, мировоззрение и прочее. Также не обрабатывается информация о профсоюзной деятельности и общественных объединениях, если это не предусмотрено законом. Информация такого рода может быть предоставлена работником в случае трудовых отношений от своего лица, либо с письменного согласия.

Передача личных данных сотрудника организации может осуществляться лишь с письменного согласия работника, а также в случаях предусмотренных законом. Потребителю информации допустим минимальный объем, по объективным причинам для выполнения определенных задач. [1]

Третьей стороне не сообщаются данные, содержащие информацию о состоянии здоровья сотрудника без письменного согласия, исключительным случаем служит угроза жизни субъекта персональных данных, иные случаи предусмотренные законодательством.

Меры безопасности при получении, обработке и хранении личной информации фиксируются как на бумажном, так и на электронном носителе. Передача данной информации недопустима по факсу и телефону.

Право доступа к личным данным работника внутри организации (внутренний) имеют: генеральный директор, руководители структурных подразделений (данные о сотрудниках своего подразделения), руководитель другого подразделения (лишь в случае перевода с одного подразделения в другое), сотрудники организации в случае выполнения служебных обязанностей, сам работник организации. Лица, имеющие доступ к персональным данным сотрудников организации определяются приказом генерального директора.

К внешнему доступу относятся потребители информации государственных и негосударственных функциональных структур, к ним относятся: правоохранительные органы и военкоматы, органы социального страхования и страховые агентства, налоговые инспекции, пенсионные фонды, подразделения муниципальных органов управления, а также органы статистики. [2]

В случае перечисления работником денежных средств, доступ к личным данным субъекта можно получить лишь с его письменного согласия.

При переходе работником на иное место работы, информация о сотруднике в другую организацию представляется при получении официального письменного запроса на фирменном бланке организации, к которому прилагается нотариально заверенная копия заявления работника.

Угроза утраты персональных данных сотрудника возникает как внутренняя, так и внешняя. Риски представляют собой как утечка информации от заинтересованного лица, так и стихийные бедствия, аварии технических средств, линий связи и другие объективные обстоятельства.

Работодатель обязан предоставить полную защиту информации персональных данных работника от неправомерного использования другими лицами, в соответствии с установленным федеральным законом.

Правила обеспечения внутренней защиты личных данных сотрудника:

- Ограниченный круг лиц, обязанности которых предусматривают работу с конфиденциальной информацией, а также распределение полномочий в работе с данными документами. Право доступа к базам данных и вычислительной технике.

- Контроль за использованием персональных данных, знание ответственным лицом нормативно-методической базы, которая предусматривает сохранение тайны и защиту информации. Наличие необходимых баз данных для полноценной работы с конфиденциальной информацией.

- Выявление нарушений системы доступа, а также порядок уничтожения секретной информации.

- Личные дела сотрудников выдаются на рабочее место генеральному директору, работника отдела кадров, специалистам структурных подразделений по письменному разрешению генерального директора.

- Документы, содержащие конфиденциальную информацию должны иметь пароль, который предоставляется руководителю службы информационных технологий.

Сотрудники организации должны быть ознакомлены с порядком обработки персональных данных, а также правах и обязанностях в данной области. Работник должен передавать достоверную информацию работодателю, состав которой установлен Трудовым кодексом РФ, а также сообщать новую информацию в случае изменений персональных данных (фамилия, присвоение нового разряда). [2]

Руководитель организации, несет ответственность за разрешение доступа к персональной информации своим сотрудникам. В тоже время, сотрудник несет личную ответственность за сохранность носителя и безопасность доверенной ему информации.

Лица, допустившие нарушение в использовании конфиденциальных сведений, несут административную, дисциплинарную в соответствии с Трудовым кодексом РФ (по усмотрению работодателя), гражданско-правовую или уголовную ответственность в соответствии с федеральными законами. [5]

Должностные лица, которые занимаются ведением персональных данных работника, обязаны обеспечивать ознакомление с материалами и документами, которые затрагивают права и свободы работника, если иное не предусмотрено законодательством. Предоставление заведомо ложной или неполной информации – влечет наложение административного штрафа на должностное лицо, в размере указанном Кодексом об административных правонарушениях. [3]

Исходя из Гражданского Кодекса, лицо, которое получило информацию незаконным способом, обязано возместить убытки (данная обязанность возлагается и на работников).

В случае нарушения неприкосновенности частной жизни, а также неправомерный отказ в предоставлении информации – влечет уголовную ответственность, либо происходит лишение права занимать соответствующие должности или деятельность. [6]

Список использованной литературы.

1. Завьялова О.В. Персональные данные сотрудника как конфиденциальная информация [Электронный ресурс] // 2013. URL: <http://www.onegingroup.ru/> (дата обращения: 15.10.14 г.).
2. Защита персональных данных работника [Электронный ресурс] // 2014. URL: <http://base.garant.ru/12125268/14/> (дата обращения: 14.10.14 г.).
3. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях (по состоянию на 15 октября 2005 года). – офиц. текст. – Москва: Юрайт, 2005. – 333 с.
4. Персональные данные [Электронный ресурс] // 2014. URL: <http://www.ispdn.ru/basis/> (дата обращения: 15.10.14 г.).
5. Трудовой кодекс Российской Федерации. – Официальное изд.. – Москва: Омега-Л, 2006. – 272 с..
6. Уголовный кодекс Российской Федерации. – Официальное изд.. – Москва: Омега-Л, 2006. – 176 с.

ПОЛОЖЕНИЕ РОССИЙСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ НА МИРОВОМ УРОВНЕ

А.В. Чижик

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: snopic.alena@gmail.com

Научный руководитель: Барышева Г.А., доктор экон. наук

Рассмотрены показатели, влияющие на такие технологические отрасли российской промышленности как металлургическая, нефтегазовая, машиностроительная, топливно-энергетическая, химическая, и статистика страны за последние 2 года. На основе этих данных был проведен анализ и выявлен ряд факторов, мешающий развитию отраслей российской промышленности, а так же факторов, благотворно влияющих на ее развитие. Взяв за основу анализ были поставлены задачи, от решения которых зависит изменение ситуации страны в лучшую сторону.

Целью данной статьи является выявление проблематики развития отраслей российской промышленности на глобальном рынке. Особенно в таких областях как рынок инжиниринга в России, потенциал инжиниринговых компаний, подготовка специалистов для эффективного инновационного производства и обеспечения роста российской промышленности. Основными задачами я ставлю: рассмотрение отраслевой структуру хозяйства России, проведение ее оценки, выявление на основе анализа основных проблем и разработка комплекса мер в целях совершенствования государственной политики. Инжиниринг можно определить как комплекс интеллектуальных видов деятельности, в конечном итоге имеющий цель, а именно получить наилучшие (оптимальные) результаты от капиталовложений или прочих затрат, которые связаны с исполнением проектов различного направления в качестве более целесообразного подбора и эффективного применения материальных, финансовых, трудовых и технологических ресурсов в их взаимосвязи, а также способов управления и организации, на основании ведущих научно-технических достижений и с учетом конкретных обстоятельств и проектов. Инжиниринговая деятельность включает предоставление комплекса услуг производственного, коммерческого и научно-технического характера.

Высокое положение России на мировом уровне экономически и индустриально развитых стран обусловлено совокупными культурно-образовательными, научно-техническими, промышленными и кадровыми возможностями. Организация OECD опубликовала индекс качества жизни (Better Life Index) за 2013 год. В него входит ряд параметров: жилье, разница в доходах, занятость, образование, защита окружающей среды, здравоохранение, безопасность, удовлетворенность жизнью и прочие показатели. Стоит отметить, что в 2005 году Россия была на 105 месте.

Таблица 4 – Рейтинг стран по индексу качества жизни, 2013 год

Место в мире	Наименование страны
1	Австралия
2	Швеция
6	США
10	Великобритания
18	Франция
21	Япония
32	Россия

В эффективной экономике действие перечисленных производительных сил приумножается в условиях их обеспечения всем необходимым за счет природно-ресурсного потенциала. На данный момент Россия нуждается в эффективном управлении всеми своими интеллектуальными и экономическими ресурсами [1].

Если оценивать экономику нашей страны и образование только по количественным показателям, то все неплохо. В мировом рейтинге мы находимся в пределах первой десятки по объему ВВП и доле населения с высшим образованием [2]. А так же мы входим в рейтинг стран с высоким уровнем дохода на душу населения и занимаем 56 место в мире.

Таблица 5 – Рейтинг стран и территорий по размеру ВВП

Место	Страна	Размер ВВП (млн. \$)
1	США	16 244 600
2	Китай	8 227 103
3	Япония	5 959 718
4	Германия	3 428 131
5	Франция	2 612 878
6	Великобритания	2 471 784
7	Бразилия	2 252 664
8	Россия	2 014 775
9	Италия	2 014 670
10	Индия	1 841 717

Однако оценки наших позиций по важнейшим параметрам – качеству образования, уровню инновационности и профессионализму менеджеров – неутешительны. Это отражено в результатах исследований Всемирного экономического форума, где приведены мнения руководства компаний из различных стран мира

По уровню производительности труда мы отстаем от Германии и начинаем проигрывать Китаю. И по прогнозам аналитиков данный разрыв может увеличиться. Это связано с ростом зарплат, опережающих повышение производительности, что отражается на конкурентоспособности специалистов. Преодолеть данную тенденцию можно с помощью наращивания производительности труда, а именно, повысить квалификацию рабочей силы и технологический уровень производства. Если коснуться потенциала России, то можно увидеть, что у нас мало новых изобретений и новаций. Мы имеем разработки мирового уровня только по 1/3 из 34 важнейших направлений. Отечественные разработки в экономике внедряются мало. До коммерческого использования доведено лишь 16% новых технологических решений. По данным на май 2013 года на Минпромторг оформлено порядка 700 патентов. Более 500 заявок на рассмотрении [3]. В Роспатенте зарегистрировано более 300 объектов авторского права. Около 7000 результатов НИОКР охраняются как секреты производства [4]. Однако весь этот массив ввиду законодательных ограничений практически не работал на нашу экономику. Для того чтобы снять эти ограничения, нужно обеспечить доступность информации о созданных результатах интеллектуальной деятельности. Потому необходимо перейти к модели передачи прав через предоставление безвозмездной лицензии на результаты интеллектуальной деятельности. Так как она в ряде случаев не требует разрешения автора на действия указанные в статье 1280 ГК и дополнительных вознаграждений, что в свою очередь упрощает деятельность компаний и уменьшает сроки окупаемости проектов. Что в свою очередь поможет в кратчайшие сроки ввести в хозяйственный оборот максимальное число востребованных объектов интеллектуальной собственности, права на которые сейчас закреплены за Российской Федерацией. Так же на усугубление картины влияет отсутствие актуальных отечественных разработок и оборудования, интересных предприятиям. Очень ярко отражен разрыв между потребностями экономики в модернизации и возможностями российского научно-исследовательского комплекса. Доля импорта в закупках нового оборудования в металлургии – 48%, машиностроении – 56%, химической промышленности – 60% [5]. Сложившуюся ситуацию можно исправить через стимулирование потребления лучших отечественных средств производства через госзакупки. Однако если не будет создано конкурентоспособное оборудование, страна не сможет достигнуть уровня технологических лидеров. Для этого, в свою очередь необходима мощная инжиниринговая отрасль. В России преобладают крупные инжиниринговые компании, а они консолидируют 40% объемов заказов. Это связано с тем, что большую часть спроса составляют масштабные капиталоемкие проекты государства и госкомпаний. Сегмент малых и средних инжиниринговых компаний у нас развит слабо. Это отражено в спектре проблем отечественной инжиниринговой отрасли. Многие инжиниринговые центры не владеют информацией об актуальных технологиях, методиках проектирования и строительства промышленных объектов. В стране дефицит современного лабораторного оборудования и устаревшая материально-техническая. Так же немаловажны общеэкономические проблемы. Из-за длинного периода окупаемости в ряде отраслей, что в свою очередь связано с забюрократизированностью процесса, изыскивать ресурсы на инжиниринг, достаточно сложно. Это обусловлено отсутствием единых стандар-

тов качества, программ поддержания малого и среднего бизнеса в ряде отраслей, а так же монополизацией крупных компаний.

Какие меры поддержки и развития инжиниринга могут оказать влияние на сложившуюся, непростую ситуацию в стране? Основной задачей государства является создание условий развития инжиниринговой инфраструктуры. Вершину инновационной пирамиды занимают инжиниринговые компании крупного формата и в целях повышения уровня конкуренции их количество должно увеличиться. Основной задачей является реализация масштабных ресурсоемких проектов национальных компаний, а так же привлечение небольших компаний, инжиниринговых центров и вузов. Это позволит создать большое число мелких игроков, которые смогут предложить свои услуги среднему и малому бизнесу. Для этого необходимы стимулирующие меры со стороны государства. За последнее время государство направило значительную сумму средств на реализацию совместных высокотехнологичных проектов вузов и частного бизнеса, что в свою очередь удовлетворяет потребности обеих сторон. Компании получают возможность проводить научные исследования в интересующих их областях. Для университетов это обусловлено обновлением исследовательской базы и обеспечением рабочих мест. Жизненный цикл новых наукоемких отраслей промышленности очень короток. В таких условиях синхронизировать образование и хай-тек можно через форсайт-исследования, позволяющие рассчитывать будущие запросы рынка [6]. Если следовать за общей логикой развития отраслей и опираться на новейшие разработки, то появится возможность прогнозировать потребности отраслей в специалистах с необходимым набором профессиональных компетенций. На сегодняшний момент в России дефицит специалистов, способных организовать эффективное инновационное производство [7]. Что касается долгосрочной перспективы, то для нас необходимо создание прорывных технологий. А для проектировки и поддержки таких инноваций необходимы люди, умеющие мыслить и работать масштабно. На сегодняшний момент наиболее востребованными считаются специалисты, обладающие знаниями и навыками из нескольких научных и технических областей. Кроме того необходима экономическая компетентность. Это говорит о том, что большую ценность будет иметь инженер-экономист.

В заключении хотелось бы отметить, что перечисленные факторы, влияющие развитие отраслей российской промышленности на глобальном рынке, требуют разработки комплекса мер по его улучшению. Данный комплекс нужно прорабатывать исходя из главной задачи государства, а именно, создание условий для развития инфраструктуры в сфере инжиниринга. Какие меры сюда можно включить:

Во-первых, необходимо продумать вопрос предоставления налоговых льгот для компаний и центров инжиниринговой сферы.

Во-вторых, разработать финансовую поддержку в виде госсубсидий, которые будут предоставлены инжиниринговым центрам. Сюда можно включить как университетские, так и корпоративные.

В-третьих, рассмотреть систему нормативов и стандартов, которые применяются в инжиниринге и внести коррективы в целях приведения национальных стандартов к международными правилами.

В-четвертых, формирование базы данных по лабораторно-технологическому оборудованию, которые расположены в НИИ и университетах. Данная информация будет актуальна для компаний, нуждающихся в проведении определенных исследований.

Данный комплекс мер предполагает выработку долгосрочной стратегии, закреплённую в государственной экономической политике. Что в свою очередь позволит преодолеть имеющиеся отставания в уровне технологий и создать условия для качественного роста промышленности на мировом уровне.

Список использованной литературы.

1. Бендиков М.А., Хрусталёв Е.Ю. Интеллектуальная собственность в России: проблемы использования и правовой защиты // *НВ: Менеджмент России и за рубежом*. – 2001. – № 3. – С. 29–32.

2. Рейтинг стран мира по уровню ВВП [Электронный ресурс] // Центр Гуманитарных технологий. URL: <http://gtmarket.ru/ratings/rating-countries-gdp/rating-countries-gdp-info> (дата обращения 05.10.2014 г.).

3. Лекция Дениса Мантурова в МГТУ им. Н.Э. Баумана [Электронный ресурс] // МИНПРОМТОРГ России. URL: <http://old.minpromtorg.gov.ru/press/news/131> (дата обращения 05.10.2014 г.).

4. Сведения о передаче прав на результаты интеллектуальной деятельности [Электронный ресурс] // МинПромТорг России. URL: http://minpromtorg.gov.ru/open_ministry/services/ (дата обращения 05.10.2014 г.).

5. Федеральная служба государственной статистики: [Электронный ресурс] // *Соруайт Федеральная служба государственной статистики, 1999 – 2013 г.* URL: www.gks.ru (дата обращения: 01.10.2013 г.).

6. Мантуров Д.В. Инжиниринг – профессия будущего [Электронный ресурс] // *Россия навсегда*. URL: <http://rossiyanavsegda.ru/read/960/> (дата обращения: 04.10.2014 г.).

7. Министерство труда и социальной защиты Российской Федерации: [Электронный ресурс] // Министерство труда и социальной защиты Российской Федерации. 2013. URL: <http://www.rosmintrud.ru/ministry/programms> (дата обращения: 03.10.2013 г.).

СПЕЦИФИКА СЕТЕВОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

О.Н. Коробейникова

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: olesya_korobeini@vtomske.ru

Научный руководитель: Селевич О.С., канд. экон. наук, доцент

В данной статье изучены особенности сетевого бизнеса в России, выявлены основные отличия сетевого бизнеса от финансовой пирамиды, рассмотрены крупнейшие мировые сетевые компании, выявлена эффективность сетевого бизнеса в России.

Многие из нас хоть раз в жизни слышали о сетевом бизнесе. Возможно, некоторые даже пытались реализовать себя в этом деле. Но лишь единицы достигли каких-то результатов и могут по праву говорить о сетевом бизнесе как о единственном способе выживания и обогащения. Хоть сетевой бизнес существует уже давно, до сих пор не многие понимают о том, что же на самом деле представляют собой сетевые компании, которые обещают нам «золотые горы».

Целью данной работы является определение распространенности и успешности сетевого бизнеса в России.

Для начала стоит точно определить, что такое «Сетевой маркетинг», а что такое «Финансовая пирамида».

Сетевой маркетинг – (многоуровневый маркетинг; англ. multilevel marketing, MLM) – концепция реализации товаров и услуг, основанная на создании сети независимых дистрибьюторов (сбытовых агентов), каждый из которых, помимо сбыта продукции, также обладает правом на привлечение партнёров, имеющих аналогичные права. При этом доход каждого участника сети состоит из комиссионных за реализацию продукции и дополнительных вознаграждений (бонусов), зависящих от объёма продаж, совершённых привлечёнными ими сбытовыми агентами [1].

Финансовая пирамида – способ обеспечения денежных средств. Доход первым участникам пирамиды выплачивается за счет вкладов последующих участников. В большинстве случаев истинный источник получения дохода скрывается и декларируется вымышленный или малозначимый. Подобная подмена является мошенничеством [2].

Как можно увидеть из определения, финансовая пирамида и сетевой бизнес – это разные явления. Таким образом, можно сформулировать критерии, по которым легко отличить финансовую пирамиду от сетевого бизнеса [3].

Таблица 1 – Отличие финансовых пирамид от сетевого бизнеса

Финансовая пирамида	Сетевой бизнес
1. Уголовно наказуемое деяние	1. Полностью легитимный бизнес
2. Отсутствует товар	2. Присутствует продукция или услуга
3. Крупные денежные вложения, обещание высокого процента, предполагаемый доход участника превышает доход компании	3. Нет вложений либо они минимальны, процент выплачивается от прибыли или товарооборота
4. Нет работы	4. Есть работа
5. В выигрыше организаторы пирамиды	5. В выигрыше любой активный участник
6. Проигрывают все, кто оканчивается внизу	6. Проигравших нет

Некоторые могут сказать, что данных не достаточно, чтобы утверждать, что сетевой бизнес-это не финансовая пирамида. Но, проанализировав множество статей на эту тему, я могу сказать, что даже сетевые компании могут вести свой бизнес далеко не по законам морали, а действительно, как в финансовой пирамиде. Их дистрибьюторы не реализовывают продукцию, а только привлекают бизнес-партнеров, чтобы те реализовывали продукцию, а те в свою очередь тоже этого не делают, и таким образом это уже пирамида. Главное в этом деле – это философия компании и ее участников.

Первые компании, работающие по методу сетевого бизнеса, появились в России в 1989 году. Первой известной компанией стала компания Herbalife - международная корпорация, продвигающая здоровый образ жизни. Она реализует продукты для сбалансированного питания, контроля веса и персонального ухода.

Тогда у людей еще не было опыта в построении сетевого бизнеса, поэтому и появились финансовые пирамиды, которые создали плохое впечатление о сетевом бизнесе в России. До середины 90-х годов существовал достаточно агрессивный стиль ведения сетевого бизнеса. «Лидеры» просто старались привлечь как можно больше народу, не развивая их.

Но уже с середины 90-х годов до 2000 года сформировалось целое поколение российских профессионалов из сетевых компаний, которые поняли, что такой бизнес действительно существует. Таким образом, этому поколению стало очевидно, что сетевому маркетингу присуще большое количество мифов, которые постепенно стали разрушаться:

1) «В сетевом бизнесе можно очень быстро разбогатеть, не прикладывая к этому никаких усилий». Основные деньги идут от хорошо обученных, грамотных, лояльных консультантов, которые стабильно работают, а не только привлекают бизнес-партнеров.

2) «Сетевой маркетинг-это бизнес для всех». Стало ясно, что не все смогут добиться здесь успеха и более того, не всем этот бизнес нужен. Помимо желания, в этом бизнесе нужно обладать дополнительными качествами и профессиональными навыками.

На этом этапе стало ясно, что сетевой маркетинг, его российская модель, прижилась в нашей стране, что он отлично подходит нашему менталитету, нашим политическим, социальным и культурным особенностям.

С 2000 по 2009 годы этим бизнесом начали интересоваться российские производители. Просто прийти со своим продуктом на рынок и занять там соответствующую нишу стало сложно. Поэтому производители поняли, что сетевой бизнес-это лучший способ продвижения товара, при котором не требуется большое количество финансовых вложений. Кроме того, многие известные сетевые компании мира стали осваивать наш рынок, в результате чего российский рынок сетевой индустрии был признан в мире.

С 2009 года по настоящее время российские компании сетевого маркетинга начали активно продвигаться в интернете. Это свидетельствует о переходе на новый уровень сетевого бизнеса, о его развитии.

По данным Всемирной федерации ассоциаций прямых продаж, в России в 2009 году было зарегистрировано 5,213 млн. человек, занятых в сфере многоуровневого маркетинга, которые продали товара на \$ 3,112 млрд.

Сетевой бизнес пережил кризис 2008-2009 годов. Известно что во время этого кризиса люди были более заинтересованы в возможностях сетевых компаниях. Они боялись потерять работу и искали новые пути заработка. Даже в начале весны 2010 года возможность внедрения сетевого бизнеса и его распространение с целью искоренения уровня безработицы представила Госдума РФ на заседании под названием «Сетевой маркетинг как альтернативный способ реализации трудового потенциала граждан». В настоящее время в мире более 5000 крупных сетевых компаний.

Таблица 2 – ТОП-100 индустрии прямых продаж и сетевого маркетинга [5]

Название	Страна	Год основания	Открыто стран	Дистрибьюторы	Товарооборот, млрд долл., 2010г.
1. Avon Products	США	1886	Более 100	6,5 млн.	10,900
2. Amway	США	1959	Более 80	3 млн.	9,200
3. Natura Cosmetics SA	Бразилия	1969	7	1 млн.	3,000
4. Vorwerk & Co. KG	Германия	1883	61	600,000	2,900
5. Herbalife Ltd.	США	1980	75	2,1 млн.	2,700
6. Mary Kay Inc.	США	1963	35	2 млн.	2,500
7. Tupperware Brands Corp.	США	1946	100	2,6 млн.	2,300
8. Oriflame Cosmetics S.A.	Швеция	1967	62	3,5 млн.	2,200
9. Forever Living Products	США	1978	142	н/д	1,700

Название	Страна	Год основания	Открыто стран	Дистрибьюторы	Товарооборот, млрд долл., 2010г.
10.Nu Skin Enterprises, Inc.	США	1984	51	800,000	1,500

Известно, что 78 % продукции в США продвигается через сетевые компании и занято в этой сфере 23 % населения, то есть каждый десятый житель. Как прогнозируют экономисты-аналитики, к 2020 году 72 % товаров в мире будет продаваться именно в системе MLM [6, с. 103].

Останавливает только то, что отношение к этому бизнесу в России до сих пор недоброжелательное. Причинами этого служит чересчур агрессивный метод распространения этого бизнеса на первом этапе развития и то, что все новое, прогрессивное подвергается негативу везде - это закон.

В завершении статьи уместно вспомнить слова классика сетевого бизнеса Джона Каленча: «Все великие возможности, и сетевой маркетинг не является исключением, проходят три фазы своего развития. На первой фазе все смеются, говорят, что это не бизнес, а ерунда, не стоит даже говорить о нем всерьез. На второй фазе уже не высмеивают, а противостоят. Появляются статьи в газетах, программы на телевидении, авторы которых на полном серьезе утверждают, что «сетевой маркетинг ни когда работать не будет, потому, что не будет работать ни когда». И наконец, наступает третья фаза, когда окружающие признают, что это явление существует, и хотят к нему присоединиться. Так вот, только 3% населения готовы участвовать в этой великой возможности на первой и второй фазах, а 97% - ждут наступления третьей» [4].

Список использованной литературы.

1. Полухин А. Сетевой маркетинг [Электронный ресурс] // URL: <http://mastermlm.ru/setevoj-marketing/> (дата обращения: 13.10.14 г.).

2. Что такое финансовая пирамида? [Электронный ресурс] // ХитерБобер.ru. URL: <http://hiterbober.ru/investment/что-такое-финансовая-пирамида-признаки.html> (дата обращения: 13.10.14 г.).

3. В чём отличие финансовой пирамиды от сетевого маркетинга? [Электронный ресурс] // Компания «Арго». URL: <http://aplikator.10ki.ru/a1627-v-chjom-otlichie-finansovoj-piramidy-ot-setevogo-marketinga> (дата обращения: 13.10.14 г.).

4. История развития сетевого маркетинга в России [Электронный ресурс] // MLM-Лидер. URL: http://mlm-lider.ru/setevoi_marketing_rossii.html (дата обращения: 13.10.14 г.).

5. Лучшие из лучших в сетевом маркетинге [Электронный ресурс] // Лучшие возможности лучшего бизнеса. URL: <http://www.bestmlmworld.com/top100> (дата обращения: 13.10.14 г.).

6. Шефер Б. Путь к финансовой независимости. – М.: Издательство «Мудрость», 2002. – 136 с.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКА

К.Я. Ляховская

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: ks.l.1992@mail.ru

Научный руководитель: Плучевская Э.В., канд. экон. наук, доцент

В статье рассматриваются критерии и показатели эффективности деятельности банка, на основе постоянного анализа которых руководитель сможет принимать своевременные и эффективные решения, а так же проведено разграничение понятий эффективность и результативность. Определена необходимость совмещения разных методик необходимых для оценивания эффективности деятельности банка.

В современной экономической литературе представлен достаточно широкий спектр определений понятия «эффективность». Несмотря на то, что оно широко используется в экономике, подробное его исследование показало, что имеющиеся в литературе определения неоднозначны. В частности, отсутствуют формализованные понятия эффективности применительно к банковской деятельности, не существует единой позиции в отношении подходов к ее оценке, а также по перечню используемых критериев эффективности.

В Большом экономическом словаре экономическая эффективность трактуется как «результативность экономической деятельности, характеризуемая отношением полученного экономического эффекта, результата к затратам факторов, ресурсов, обусловившим получение этого результата». При этом следует отметить, что в западной практике понятию «эффективность» соответствует несколько разных терминов. Рассмотрим два из них, которые в финансовой литературе обозначаются как “efficiency” и “effectiveness”.

«Эффективность» и «результативность» являются равносильными понятиями. В то же время, можно отметить, что понятие «эффективность» прежде всего является производным от понятия «эффект», а «результативность» – производным от понятия «результат». А это означает, что понятия «результат» и «эффект» должны также иметь однородную основу.

«Экономический результат» – конкретная форма результата и может определяться как итог функционирования экономической системы за конкретный временной интервал

«Экономический эффект» есть конечный результат функционирования экономической системы, характеризующий изменение динамического равновесия между конкретными формами взаимодействующих результатов экономической деятельности за определенный временной интервал;[3]

«Результат» и «Эффект» по сути являются похожими понятиями, но есть различия результат по содержанию шире эффекта и позволяет оценить общий результат, а эффект дает возможность определить качественную оценку успешности.

К показателям результативности относятся такие как: удовлетворенность потребителя, чистая прибыль до уплаты налогов, прибыльность клиентов, удовлетворенность сотрудников, доходность оборотного капитала. Показатели этого типа дают ясное представление о результатах и правильности движения компании, и являются дополнением оценки эффективности банков. И их значения должны быть близки к ее заранее определенной границе.

В странах с развитой рыночной экономикой широко используется подход, в котором главным критерием эффективности банка является рост рыночной стоимости его акций или рост рыночной стоимости бизнеса в целом.

В экономической теории выделяют два способа организации финансовой системы: англосаксонский (США, Великобритания) и континентальный (Германия, ряд стран Центральной Европы, а также Япония).

В рамках англосаксонской финансовой системы инвесторы в первую очередь надеются на быстрый рост курса акций и поэтому ищут спекулятивные ниши. Их интересы не связаны напрямую с отдачей от инвестиционных проектов и носят в основном краткосрочный характер, следовательно, главным критерием оценки эффективности для компаний и топ-менеджеров банков, а также бизнеса является максимизация стоимости акций в интересах акционеров.

Следует особо подчеркнуть, что рыночная цена обращающихся на рынке акций соответствует понятию капитализации, которое не следует смешивать с понятием рыночной стоимости таких акций (дисконтированный денежный поток к акционерам). Стратегической целью бизнеса в англосаксонской модели служит именно рост рыночной стоимости акций и акционерного капитала. Этот показатель используется для крупных компаний и для малого бизнеса, для акционерных обществ и для обществ с ограниченной ответственностью. Как показывает практика, критерий роста рыночной стоимости для акционеров (акционерного капитала) не противоречит и не ущемляет интересы других участников бизнеса (кредиторов, работников), так как способствует развитию бизнеса компании в целом.

Финансовую систему континентального типа отличает несколько иная модель бизнеса и финансового рынка, характерными чертами которой являются:

- тесная связь между банками и промышленным сектором (в промышленности, как правило, доминирует небольшое количество крупных акционеров, значительная часть которых – банковские институты), и, как следствие, основным инструментом привлечения предприятиями финансовых ресурсов для своего развития является банковское кредитование;
- сравнительно низкий уровень развития финансовых рынков, прежде всего рынков рискованного капитала;
- трансформация сбережений главным образом в форму краткосрочных и долгосрочных кредитов через сеть коммерческих банков и других сберегательных институтов;
- отсутствие у коммерческих банков строгих ограничений в выборе вложений и контроле за деятельностью корпораций.

В странах с данным типом финансовой системы повышение стоимости бизнеса в интересах акционеров считается антиобщественной политикой, что объясняется структурой собственности и управления (преобладание крупных институциональных инвесторов в числе акционеров компаний, большая роль профсоюзов).

Поэтому основной целью и критерием оценки эффективности для континентальной модели бизнеса является рост рыночной стоимости банка в целом, отражающий интересы его собственников, государства, кредиторов, работников. Однако у рассмотренных финансовых систем есть общие черты: в качестве главного критерия эффективности деятельности банка используется его способность к достижению четко поставленной цели, а именно росту стоимости акций или росту стоимости бизнеса в целом.

Таким образом, в данном случае можно говорить о своего рода целевом подходе к оценке эффективности банка: все действия менеджмента кредитной организации априори направлены на рост стоимости банка, причем достижение заданной цели в обоих случаях происходит в стабильной институциональной среде с четко определенными и надежно защищенными правами собственности, высоким качеством защиты контрактов, независимой судебной системой. Достижение же отдельных показателей, активно используемых в практике финансового анализа, по сути, является вторичным по отношению к росту стоимости банка.

Еще два-три десятилетия назад финансовые системы экономически развитых стран довольно точно можно было разделить на два вида: банковские – страны континентальной Европы и Япония и рыночные – США, Великобритания (а также другие англосаксонские страны). Однако в 90-х годах XX в. во многих европейских странах произошли изменения, сделавшие их финансовые системы значительно более рыночными. Главным индикатором данного процесса является возрастающая роль фондового рынка в экономике большинства европейских стран, и, в результате, – более активное применение в странах с континентальным типом финансовой системы анализ эффективности и через оценку именно рыночной стоимости акций того или иного финансового посредника.

Если рассматривать современную финансовую систему России то видно, что она не относится ни к англосаксонскому типу, ни к континентальному. Ее характерной чертой финансового рынка и основной моделью бизнеса это использование долговых, а не долевого инструментов финансирования (кредиты, облигации, векселя и др.). Понятие «эффективность» определяется либо через способность коммерческого банка к достижению в краткосрочной перспективе определенных финансовых показателей (прибыль, рентабельность), либо к удовлетворению иных интересов собственников банка.

Подход к оцениванию эффективности через такие показатели как: прибыль, рентабельность капитала, рентабельность активов является простым, четким и наглядным, а так же относительно честным и удобным именно для сравнения банков с похожими структурами в противоположность другим отраслям. Отрицательным является то, что данные показатели результатов деятельности не являются долгосрочными. Рентабельность капитала или прибыль не дают перспективного взгляда на положение дел. В них закладывается информация в лучшем случае на несколько последующих лет. А такой показатель, как прибыль, ориентирован главным образом на управление счетом прибылей и убытков, он слабо отражает фактические объемы и сроки возникновения денежных потоков. Показатели прибыли дают оценку эффективности деятельности банка за прошедший период времени, а не ее возможности и будущий потенциал.

Сначала может показаться, что достижение финансовых показателей это все тот же целевой подход к оценке эффективности, используемый в западных странах. Однако достижение заранее поставленных целей говорит, прежде всего, о предсказуемости действий менеджмента банка, стабильности внешней среды, в которой функционирует банк. Использование же в качестве высшей цели показателей, являющимися по своей экономической сути краткосрочными, с помощью которых весьма затруднительно составить прогноз о будущем банка, переносит самую логику целевых моделей эффективности. Объяснением приверженности многих российских финансистов к такому пониманию термина «эффективность» (рост показателей прибы-

ли и рентабельности) может, по моему мнению, служить следующее предположение.

Быстро меняющаяся и часто непредсказуемая рыночная среда, переходная экономика, вынуждает большинство кредитных организаций задумываться не о средне- и долгосрочных планах развития, а о том, как выжить в такой ситуации и, не растерять то, что уже имеешь и минимизировать потери).[2] В этих условиях банку необходимы некие финансовые ориентиры такие как: общий экономический рост, государственная политика в финансовой сфере, состояние банковского сектора его развитие, а также положение лидирующих банков. Данные ориентиры сигнализируют и руководству банка, и потенциальным инвесторам о том, что данная кредитная организация не просто выжила и каким-то образом существует в агрессивной внешней среде, но к тому же является рентабельной и получает некую прибыль, т. е. вполне эффективна.

Следует особо подчеркнуть, что к неблагоприятными факторами для банков могут выступать не только ухудшение макроэкономической ситуации в стране и действия регулятора, направленные на ликвидацию кредитных организаций, нарушающих законодательство, но и, например, слияния и поглощения банков.

Помимо частных коммерческих банков, в российской финансовой системе есть и государственные банки – кредитные организации, основными акционерами которых являются различные государственные институты (Банк России, Минфин и др.). Международные рейтинговые агентства, например, присваивают таким банкам высокие рейтинги поддержки, отражающие оценку готовности и возможности предоставления поддержки тому или иному банку суверенным государством или институциональным владельцем.

Иными словами, подобные кредитные организации, в отличие от большинства коммерческих банков, могут не опасаться критического воздействия на них внешней среды (конечно, если на политическом уровне не будет принято решения об их ликвидации или реорганизации) и сосредоточиться на реализации проектов, отвечающих интересам собственника. Эффективность управления одним и тем же банком в данном случае с точки зрения различных заинтересованных групп будет также различаться, например, кредитная организация, действующая эффективно, по оценке ее собственника, может получить весьма низкую оценку эффективности управления с позиций потенциального инвестора, т. е. при оценке эффективности необходимо учитывать, для кого и кем она проводится.

В заключение еще раз отметим, что подходы, используемые при оценке эффективности кредитной организации, во многом определяются особенностями той финансовой системы, в которой она функционирует. Таким образом, для оценки эффективности деятельности банка на долгосрочной основе необходима методика оценки, позволяющая проводить анализ не только с помощью критериев и показателей результативности и эффективности, но и использовать другие подходы и методы оценки деятельности банков не противоречащих друг другу.

Список использованной литературы.

1. Ключев И.В. Стратегические карты как инструмент оценки эффективности деятельности банка // Бухгалтерский учет и аудит, статистика. – 2013. – С. 149–153.
2. Толчин К.В. Об оценке эффективности деятельности банков // Деньги и кредит. – 2013. – С. 58–62.

3. Безрукова Т.Л. Классификация показателей оценки эффективности [Электронный ресурс] // Научная электронная библиотека киберленинка, 01.09.2014. URL: <http://cyberleninka.ru> (дата обращения: 21.09.2014 г.).

4. Кулагин О.А. Принятие решений в организациях. Основные положения теории эффективности [Электронный ресурс] // Банк педагогической информации ИПКиППРО ОГПУ, 15.01.2012. URL: <http://bank.orenipk.ru> (дата обращения: 26.09.2014 г.).

5. Система ключевых показателей эффективности деятельности банка/ [Электронный ресурс] // Электронный журнал Bankir.Ru, 30.03.2010. URL: <http://bankir.ru/tehnologii/s/sistema-kluchevih-pokazatelei-effektivnosti-deyatelnosti-banka-1382555> (дата обращения: 20.09.2014 г.).

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ РОССИЙСКИХ БАНКОВ

Ю.О. Черепанова

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: jucherepanova@yandex.ru

Научный руководитель: Селевич О.С., канд. экон. наук, доцент

В данной статье раскрыто понятие конкуренции, определены основные причины значимости банковской конкуренции для экономического сектора экономики, рассмотрены и раскрыты факторы, определяющие уровень конкуренции банков.

Одной из наиболее актуальных проблем российской банковской системы является необходимость усиления конкурентных преимуществ отечественных банков. И поэтому целью данной работы является исследование конкурентоспособности российских банков.

Для этого необходимо раскрыть понятие «конкурентоспособность», выявить проблемы в банковской конкуренции, определить факторы, определяющие уровень конкуренции российских банков;

Конкуренция является определяющей силой изменений в банковской сфере. В общем виде банковскую конкуренцию можно определить как экономический процесс взаимодействия и соперничества кредитных организаций и других участников финансового рынка, в ходе которого они стремятся обеспечить себе прочное положение на рынке банковских услуг с целью максимально полного удовлетворения разнообразных потребностей клиентов и получения наибольшей прибыли. [1]

Проблема банковской конкуренции является одной из важнейших проблем развития всей банковской системы РФ в целом. Именно поэтому банковская конкуренция отличается от других секторов экономики. Основные причины этого следующие:

1. Состав субъектов банковской конкуренции (банки, небанковские финансово-кредитные институты, финансовые предприятия).

2. Сфера банковской конкуренции. Банковский рынок – это институт, включающий в себя достаточно большое количество отраслей, которые имеют свою определенную структуру, определяющуюся конкурентами, потребителями, поставщиками

ми и производителями. Именно поэтому каждый банк обязан создавать много стратегий.

3. Характер реализуемого продукта. Вследствие своих, заведомо отрицательных черт, банковские услуги проигрывают в привлекательности, как пример материальным благам.

4. Высокие риски. Банковская конкуренция должна постоянно находиться под контролем государства. К последствию конкуренции можно отнести банкротство неконкурентоспособных рыночных субъектов, что в свою очередь может вызвать отрицательные эффекты, которые угрожают целостности национальной экономики в целом.

И именно из-за этого к развитию конкурентоспособности банков в РФ в настоящее время уделяется большое влияние.

Для исследования состояния банковской конкурентоспособности в РФ следует рассмотреть систему факторов интенсивности конкуренции на примере модели М. Портера. Согласно этой модели, для оценки конкурентоспособности необходимо осуществлять:

- анализ угрозы появления продуктов-заменителей;
- анализ угрозы появления новых игроков;
- анализ рыночной власти поставщиков;
- анализ рыночной власти потребителей;
- анализ уровня конкурентной борьбы. [2]

Рассмотрим первый фактор - число конкурентов.

Таблица 1 – Динамика общего количества банков России в разрезе Федеральных округов, за последние 7 лет [3]

Название федерального округа	1 января 2009г.	1 января 2010г.	1 января 2011 г.	1 января 2012 г.	1 января 2013 г.	1 января 2014 г.
Центральный федеральный округ	632	621	598	585	572	564
г.Москва	555	543	522	514	502	494
Северо-западный федеральный округ	81	79	75	71	69	70
Южный федеральный округ	118	115	113	47	45	46
Северо-кавказский федеральный округ	-	-	-	57	56	50
Приволжский федеральный округ	134	131	125	118	111	106
Уральский федеральный округ	63	58	54	51	45	44

Название федерального округа	1 января 2009г.	1 января 2010г.	1 января 2011 г.	1 января 2012 г.	1 января 2013 г.	1 января 2014 г.
Сибирский федеральный округ	68	68	62	56	54	53
Дальневосточный федеральный округ	40	36	31	27	26	23
Всего по РФ	1 136	1 108	1 058	1 012	978	956

Из данной таблицы можно заметить, что на 01.01.2014 года количество банков равно 923, а это значит, что за прошедший год оно сократилось на 33 банка. А количество банков за последние 6 лет (с 2007 по 2014 годы) сократилось уже на 213 банков. Но, несмотря на это, число самостоятельных коммерческих банков достаточно велико.

Огромное число конкурентов должно положительно влиять на интенсивную работу банков и конкуренции в РФ. Но данное влияние компенсируется неравномерным территориальным распределением субъектов данного рынка: из общего числа банков на 2014 год - 489 банков имеют головной офис в Москве, там же сосредоточены около половины всех кредитных организаций.

Отрицательной чертой для развития конкуренции является и локализация банковских рынков. Так, большая часть банков с региональной ориентацией не открывают филиалы в других регионах, и, как следствие, конкуренция в каждом регионе идет между местными банками. В итоге, банковский рынок представляет собой обособленные местные рынки.

Проанализируем второй фактор – соотношение сил конкурентов.

На сегодняшний день половина всех активов банковской системы в РФ сосредоточена у 5 самых крупных банков страны:

1 место: Сбербанк России. Размер активов - 17,173 трлн. руб.

2 место: Банк ВТБ. Размер активов - 5,779 трлн. руб.

3 место: Газпромбанк. Размер активов - 3,772 трлн. руб.

4 место: ВТБ 24. Размер активов - 2,166 трлн. руб.

5 место: Россельхозбанк. Размер активов - 1,845 трлн. руб. [4]

Данная расстановка банков показывает неравномерное положение сил конкурентов. Например, банк, находящийся на 550 месте банков России 2014 года, «Михайловский ПЖСБ» обладает активами в размере всего лишь 2 083 339 руб. [5]

Неравенство конкурентов в банковской сфере РФ значительно снижает развитие конкуренции и делает возможным такие явления, как ограниченная конкуренция и монополизация банковского рынка.

Изучим темпы роста отрасли.

При ускоренном росте отрасли спрос будет опережать предложение, и как следствие, появляется возможность получения прибыли и при этом не ущемлять интересы конкурентов. При спаде же конкуренция начинает усиливаться. На сегодняшний день, банковская отрасль является совокупностью отраслей с умеренными темпами роста.

Рассмотрим степень дифференциации предлагаемых услуг.

В основном, банковское дело – это сфера экономики, имеющая высокий уровень дифференциации. Большинство клиентов предпочитают выбрать более известный банк, нежели малознакомый, так как считают, что престижность является гарантом надежности. В основном это характерно для физических лиц.

Так, например, исследовательский центр рекрутингового портала «SuperJob» опросил россиян в определении тройки самых надежных отечественных банков. В опросе приняли участие 1600 представителей экономически активного населения из 231 городов России.

По результатам наибольшее количество голосов респондентов у Сбербанка России. В его надежности уверены 74% россиян. Банк ВТБ24, хотя и значительно отстает от лидера рейтинга, все же набрал солидное число поклонников - более половины опрошенных (52%). На третьем месте Газпромбанк, его результат - 28% голосов россиян. [6]

Проанализируем уровень издержек конверсии.

Издержки конверсии - это затраты производителей, связанные с изменениями ассортимента выпускаемой продукции и целевой группы потребителей. Сюда входят расходы на переподготовку сотрудников, новое оборудование, его испытания и освоение, издержки по дизайну продукта, психические издержки в связи с разрывом сложившихся деловых отношений с прежними поставщиками и потребителями. [7]

Низкие издержки конверсии позволяют избегать конкуренции, так как банки быстро перестраивают свои процессы и, как следствие, ослабляют борьбу между конкурентами.

Фактор степени доступности информации.

Чем доступнее предложена информация, тем более развитая конкуренция. Информационная освещенность банков на сегодняшний день в РФ неразвита, что негативно влияет на развитие конкуренции данной отрасли.

Стратегическая значимость отрасли – несомненна. Чем выше стратегические интересы конкурентов в различных отраслях, тем выше сама интенсивность конкуренции. Банки и охватываемые отрасли имеют высокое стратегическое значение, которое в перспективе обеспечит развитую конкуренцию данной отрасли.

Высота выходных барьеров. Чем более затруднен выход из отрасли, тем развитее будет конкуренция внутри данной отрасли. Наиболее существенным выходным барьером в банковской отрасли является противодействие органов государственного управления. Наиболее крупные банки по всему миру находятся под «покровительством» правительства, которое оказывает им необходимую финансовую поддержку в затрудненные периоды.

В завершении хотелось бы отметить, что банковская конкуренция в РФ находится еще на стадии развития, но в перспективе можно ожидать ее усиление в данной отрасли.

Причинами этого могут быть следующие факторы:

- стабилизация положения коммерческих банков;
- рост благосостояния граждан;
- процесс глобализации банковской конкуренции;
- развитие информационных технологий.

Список использованной литературы.

1. Банковская конкуренция. [Электронный ресурс] // Банковская конкуренция и маркетинг. URL: <http://www.market-pages.ru/bankmark/28.html>http://ru.wikipedia.org/wiki/Банковская_конкуренция (дата обращения: 15.10.2014 г.).
2. Анализ пяти сил Портера. [Электронный ресурс] // Контур. URL: <https://kontur.ru/articles/211> (дата обращения: 15.10.2014 г.).
3. Количество банков в России. [Электронный ресурс] // Банкирша.ком. URL: <http://bankirsha.com/kolichestvo-bankov-v-rossii-na-konec-goda-finansovyi-krizis-ustavnoi-kapital-i-chislennost-bankov.html> (дата обращения: 15.10.2014 г.).
4. Рейтинг крупнейших банков России на 2014 год. [Электронный ресурс] // Рейтинги TOPMIRA.COM. URL: <http://topmira.com/economy/item/81-big-bank> (дата обращения: 15.10.2014 г.).
5. Рейтинги банков. [Электронный ресурс] // banki.ru. URL: http://www.banki.ru/banks/ratings/?PAGEN_1=11 (дата обращения: 15.10.2014 г.).
6. Рейтинг доверия российским банкам. [Электронный ресурс] // SuperJob. URL: <http://www.superjob.ru/research/articles/111423/rejting-doveriya-rossijskim-bankam-sberbank-vtb24-i-gazprombank/> (дата обращения: 15.10.2014 г.).
7. Анализ рынка. [Электронный ресурс] // Uchebnik.biz. URL: <http://uchebnik.biz/book/623-bankovskij-marketing/22-46-analiz-rynka-opredeleniya-konkurentnoj-pozicii-i-provedenie-segmentacii-rynka.html> (дата обращения: 15.10.2014 г.).

**DIE BESTIMMUNG DER KRITERIEN DER EFFEKTIVITÄT
DER ARBEIT FÜR DIE MITARBEITER DER BANK**

J. Afonina

Nationale Polytechnische Forschungsuniversität, Tomsk

E-mail: afonina_yulia@mail.ru

Die wissenschaftliche Betreuerin: Fr. Dr. E.K. Prokhorets

Im Artikel sind die Faktoren berührt, die die Effektivität der Arbeit der Bankmitarbeiter beeinflussen und die Kriterien betrachtet, die helfen werden, das Niveau der Effektivität der Arbeit der Mitarbeiter der Bank zu erhöhen.

Die Probleme, die mit der Verstärkung der Einwirkung der Effektivitätserhöhung auf die Ergebnisse des Werkes verbunden sind, stehen in der Sphäre Wirtschaft besonders scharf, die das hochqualifizierte und intellektuelle Werk der Arbeiter verwendet. Deshalb ist es besonders wichtig mit der entsprechenden Weise, zur Frage der Erhöhung der Effektivität des Werkes der Bankarbeiter heranzukommen.

Die intensive Entwicklung der Banken, unter den Bedingungen der harten Konkurrenz, erfordert von den Arbeitern die erhöhte Produktivität, die Aneignung neuer (wirksamer) Technologien und die qualitative Überlassung der Bankdienstleistungen.

Im Artikel werden die Faktoren betrachtet, die unmittelbar die Effektivität der Arbeit beeinflussen:

- die regelmäßige Kontrolle des laufenden Niveaus des Wissens der Mitarbeiter;
- die ungleichmässige Auslastung im Laufe vom Tag (des Monats, des Jahres);
- die hohe Stufe der Verantwortung für die durchgeführten Operationen und die gefassten Lösungen;
- eine langwierige Arbeit auf dem Computer und die Monotonie;
- die Arbeit im Regime der Überstunde;
- strenge Reglementierungen aller Arbeitsprozesse;
- die negativen psychologischen Zustände (der Stress, die Reizbarkeit, die starke Ermüdung, usw.).

Man sollte das System der Kriterien der Effektivität der Arbeit für die Mitarbeiter der Bank unter Berücksichtigung der Besonderheiten der Bankarbeit entwickeln.

Die Bezahlung des Werkes hat ein hohes Grad des Einflusses auf die Effektivität der Arbeit. Es existieren verschiedene Typen der Bezahlungsschemata der Arbeitsleistungen der Bankarbeiter, außer dem amtlichen Gehalt:

1. Die Preise. Die Verwirklichung der geldlichen Auszahlungen für die Ausführung vom Arbeiter (die Gliederung oder die Bank insgesamt) bestimmter Aufgaben der Bank.

2. Die Provisionen – das Erhalten des Prozentes von der Summe der Geschäfte (verhält sich vor allem zu den Kreditmanagern). Die Provisionen können wie in der Kombination mit dem grundlegenden Gehalt, als auch unabhängig von ihm, vollständig verwendet sein, das Gehalt des Mitarbeiters zu bilden.

3. Die speziellen individuellen Belohnungen als Anerkennung des Wertes dieses oder jenes Mitarbeiters. Zum Beispiel, die Preise für die Richtigkeit der Gesellschaft, mit denen die Arbeiter belohnen, die in der Bank eine bestimmte Zahl der Zeit durchstudierten.

4. Die Programme der Teilung des Gewinns. Die gegebenen Programme vermuten das Erhalten vom Mitarbeiter eines bestimmten Prozentes des Gewinns der Gesellschaft.

Die materiellen Auszahlungen, die unmittelbar oder indirekt von den Ergebnissen des Werkes abhängen, treten als der Waagefaktor der Effektivität der Arbeit auf. Die Mitarbeiter sollen der klare Einblick für haben was sie die Belohnung bekommen. Die Preise, die Bonusse, die einmaligen Auszahlungen ist es leichter, von der Arbeit der Bankangestellten abhängig zu machen. Aber man muss die Periodizität der Auszahlungen dabei berücksichtigen. Falls die Bonusse selten ausgezahlt werden, hören sie psychologisch auf, wie der reale Teil des Einkommens bewertet zu werden. Und wenn die Bonusse oft ausgezahlt werden, aber im kleinen Umfang, so wird es wenn auch die Zufriedenheit vom Werk eben erhöht, aber wird den wesentlichen Einfluss auf die Effektivität der Arbeit nicht geleistet. Deshalb muss man den Umfang und die Periodizität der Auszahlungen in Anbetracht der Stufe der Verantwortung und der Schwierigkeiten der Arbeit der Bankangestellten abwechseln.

Die materielle Motivation soll von anderen Instrumenten verstärkt werden.

Am meisten bedeutsam für die Arbeiter wird das Vorhandensein in der Kreditorganisation des sozialen Paketes angenommen, das in der geldlichen und nicht geldlichen Form vorgestellt sein kann.

Das soziale Paket kann einschließen:

a) die zusätzlichen Unterstützungen (für den nicht durchgearbeiteten Zeitraum):

- der Urlaub;
- die Bezahlung der Krankenscheine;
- die Auszahlungen bei der Entlassung;
- die Arbeitslosenunterstützungen;

Die Auszahlung der Versicherungen:

- die Lebensversicherung;
- die Unfallversicherung;
- die Krankenversicherung, die Versicherung der Arbeitsunfähigkeit u.a.

c) die privilegierten Dienstleistungen:

- die Personaldienstleistungen (die privilegierte Kreditgewährung für die Mitarbeiter)
- die Programme der materiellen Hilfe, die Bezahlung des Mobilfunkes, die Überlassung des persönlichen Autos u.a.m.);
- die Ermäßigungen (der Urlaub zum Abgang der Kinder, die Bezahlung der Ausbildung, eine kostenlose Ernährung u.a.m.)

d) Die Rentenprogramme.

Die Effektivität der Arbeit der Bankarbeiter ist mit der Entwicklung des günstigen sozialen-psychologischen Klimas im Kollektiv unzertrennlich verbunden. Die Arbeit im einträchtigen, einmütigen Kollektiv wird auf den Ergebnissen der gemeinsamen Tätigkeit positiv widerspiegelt. Das günstige soziale-psychologische Klima wird mit dem Vertrauen, dem Optimismus, der gegenseitigen Unterstützung und der Aufmerksamkeit seitens der Kollegen charakterisiert. Die kollektive Arbeit – eine der Besonderheiten der

Bankarbeit, deshalb der Verbesserung des sozialen-psychologischen Klimas muss die große Aufmerksamkeit widmen.

Positiv beeinflussen das Bankgeschäft die günstigen Bedingungen des Werkes. Wählen die folgenden Faktoren der Arbeitsbedingungen:

- sanitär-hygienisch – das Temperaturregime, die Beleuchtung, die Feuchtigkeit, den atmosphärischen Druck, die Vibration, verschiedene Arten der Ausstrahlungen, die Verschmutztheit vom Staub u.ä.

- sozial-psychologisch – die Organisation des Arbeitsplatzes, das Tempo der Arbeit, das Regime des Werkes und der Erholung, die physische Belastung, die Monotonie der Arbeit, die neuropsychische Anstrengung, die funktionalen Qualitäten der Ausrüstung u.ä.

- ästhetisch – ist es der Innenansicht (die Möbel, die Begrünung, das Farbenschema, die Gegenstände der dekorativ-angewandten Kunst) architektonisch-Dekoration.

Für die Bildung der guten Arbeitsbedingungen muss man alle obenangeführten Faktoren berücksichtigen.

Für das genug wirksame Instrument im System der Effektivität der Arbeit der Bankangestellten gelten die moralischen Stimuli. Sie können sich nach zwei Richtungen verwirklichen:

- die Ermutigung – die Zeichen der Aufmerksamkeit, die Symbole des Unterschiedes, die Komplimente, das Lob, die Urkunde, der Belohnung usw.

- der Tadel – die Bemerkung, die Aussprachen, die Strafen usw.

Damit moralisch die Stimuli den deutlichen Effekt hatten, es ist das individuelle Herangehen an jeden Mitarbeiter und das breite Spektrum allerlei Maße der Stimulierung notwendig.

Eine der Varianten der moralischen Stimulierung kann die Heranziehung der Mitarbeiter zur Verwaltung der Bank sein. Die zu den Prozess zugezogenen Arbeiten, sie werden die Teilhaftigkeit fühlen und werden die persönliche Rolle im allgemeinen Erfolg der Bank empfinden.

Auf die Effektivität der Arbeit des Personals der Bank leistet einen großen Einfluss die Entwicklung der korporativen Kultur, die die Anerkennung der Mission, der Ziele und der Werte der Bank vom Arbeiter, sowie seine aktive Beteiligungen der Entwicklung der strategischen Ziele und der Handlung für ihre Realisierung vermutet. Dank der starken korporativen Kultur schafft die Organisation das System der sozialen Stabilität, hilft, das Kollektiv zu scharen, das günstige psychologische Klima schaffend.

Die Reserven der Verstärkung der Effektivität der Arbeit der Mitarbeiter der Bank ist auf dem Gebiet der Beförderung und der Rotation der Fachkräfte. Die Perspektiven der Berufsgröße – fördert der sehr wichtige Faktor, der zulässt, die Mitarbeiter auf den Stellen aufzusparen, und siesicher, weiterzuarbeiten. Die Erhöhung der Qualifikation der Bankarbeiter wirksam dann, wenn den regelmäßigen Charakter trägt. Es Wird angenommen, dass man für die Aufrechterhaltung der Effektivität der Arbeit des Personals auf dem gehörigen Niveau und der Beseitigung in diesem Zusammenhang nur des Faktors der Einförmigkeit der Bankoperationen, die Rotation das Bankpersonal jeder drei Jahre unterziehen muss.

Also es wurden im Artikel die wichtigsten Effektivitätskriterien der Arbeit in der Bankensphäre betrachtet.

Das System der Effektivität der Arbeit der Bankarbeitersoll die Interessen der Bank in ganz kombinieren, der abgesonderten Unterabteilungen und der konkreten Mitarbeiter und die Errungenschaft der hohen Finanzergebnisse der Arbeit der Bank fördern. Und die

richtige Kombination der materiellen und immateriellen Hebel der Effektivität der Arbeit wird zur Bildung des wirksamen Systems der Motivation des Werkes beitragen.

Zum Schluss lässt sich sagen, dass der Mitarbeiter zugrunde der Bankarbeit – gezielt auf die Entwicklung und die Errungenschaft des Ergebnisses liegt, jene Triebkraft eben, die die wirksame Tätigkeit und die Erfolge der Bank gewährleistet.

Quellenverzeichnis.

1. Iljassow S.M. Über die Motivation des Personals der Geschäftsbank//Bankwesen. – 2014. – № 4. – Seite 68–71.
2. Miller H, Kuprijanow J. Sistemys der Motivation des Personals in Westeuropa und die USA//Problem der Theorie und der Praxis der Verwaltung. – 2002. – № 2. – Seite 83–88.
3. Wolgins, O.N. Ossobennosti und die Mechanismen der Motivation des Werkes in den finanziellen-Kreditorganisationen [die ElektronischeRessource]//RussischZeitung RG.RU. 2013. URL: http://www.cfin.ru/books/examen/descr_hr_in_banks.shtml (das Datum der Anrede: 11.10.2014)
4. Kusnezow N.B. die Einschätzung des Arbeitsbeitrags und der Effektivität des Werkes der Arbeiter / JungenGelehrt. – 2013. – №1. – Seite 136–138.

GELDWERTUNG ALS SOZIAL-WIRTSCHAFTLICHER

T. Bulgakova

Nationale Polytechnische Forschungsuniversität Tomsk

E-mail: bulgakova.t.a@mail.ru

Die wissenschaftlichen Betreuer: Fr. Dr. L. Tarassova, Fr. Dr. M. Stanko

In diesem Artikel wird der Prozess der Inflation untersucht. Es wird die Definition des Begriffes der Inflation gegeben, der Autor spricht auch über positive und negative Auswirkungen der Preisniveausteigerung.

Eine Inflation ist ein Prozess anhaltender Preisniveausteigerungen, die über eine gewisse Marge hinausgehen. Inflation - anhaltender Prozess der Geldentwertung, der sich durch allgemeine Preiserhöhungen bemerkbar macht. Mit einer Geldeinheit kann dann ständig weniger gekauft werden, d.h., die Kaufkraft des Geldes vermindert sich dauernd. Nicht als Inflation gelten einmalige, vorübergehende, durch ungewöhnliche Vorkommnisse (z.B. Missernten, Streiks) verursachte Preisniveauserhöhungen sowie Preissteigerungen für bestimmte Güter oder Produktionsfaktoren. Die Inflation wird gemessen am Anstieg eines das allgemeine Preisniveau am besten widerspiegelnden Preisindex. Der prozentuale Anstieg des Preisindex in einem bestimmten Zeitraum wird als Inflationsrate bezeichnet [1]. Beim Entstehen einer Inflation spielt besonders die Geldmenge in der Volkswirtschaft eine große Rolle. Steht der gesamtwirtschaftlichen Gütermenge eine zu große Geldmenge gegenüber (Aufblähung der Geldmenge), ist eine Bedingung für die Inflation gegeben. Übersteigt die gesamtwirtschaftliche Güternachfrage das gesamtwirtschaftliche Güterangebot, das kurzfristig nicht erhöht werden kann, sind steigende Preise die Folge, die Inflation setzt ein.

Die Preissteigerungen lösen steigende Löhne aus, wegen des höheren Einkommens steigt die Nachfrage nach Gütern an. Die höheren Löhne bewirken jedoch auch steigende

Kosten der Unternehmen, was wiederum zu Preissteigerungen für Güter führt. Außerdem wird der Preisauftrieb durch die gestiegene Nachfrage zusätzlich verstärkt. Als Folge steigen die Löhne und anschließend wiederum die Preise. Es entsteht eine Lohn-Preis-Spirale. Preis-Lohn-Spirale -bildlicher Ausdruck für die wechselseitigen Zusammenhänge zwischen dem Anstieg der Löhne als Folge von Preiserhöhungen und der Preise als Folge von Lohnsteigerungen, besonders in dem Sinn, dass die Unternehmen gestiegene Löhne zur Rechtfertigung von Preiserhöhungen heranziehen, die Gewerkschaften wiederum ihre Lohnforderungen mit erhöhten Preisen begründen [2].

Die fortgesetzten Lohn- und Preissteigerungen lösen eine Kettenreaktion weiterer Lohn- und Preissteigerungen aus. Gestiegene Löhne führen zu wachsender Nachfrage der privaten Haushalte und zu steigenden Produktionskosten, die von den Unternehmen, insbesondere wenn die Lohnerhöhungen über den Produktivitätssteigerungen liegen, durch Preissteigerungen wieder weitergegeben werden. Gestiegene Preise wiederum führen zu erneuten höheren Lohnforderungen der Gewerkschaften, zu weiteren Preissteigerungen usw. Die Lohn-Preis-Spirale ist dabei weniger eine Ursache der Inflation als mehr eine dauernde Anpassungsreaktion von Haushalten und Unternehmen auf eine inflationäre Entwicklung, die dadurch jedoch weiter verstärkt wird. Da in einer solchen Situation in der Bevölkerung die Angst vor weiteren Preissteigerungen und dem Verlust der gesparten Gelder ständig wächst, geben viele ihr Geld möglichst schnell für den Kauf von Gütern aus oder legen Geld zur Werterhaltung in Sachwerten an (Flucht in die Sachwerte), bevor neue Preiserhöhungen zu weiteren Kaufkraftverlusten führen. Eine Inflation kann sich deshalb dauernd selbst verstärken.

Nach der Geschwindigkeit des Prozesses der Geldentwertung (Inflationstempo) unterscheidet man:

- zwischenschleichender Inflation,
- trabender Inflation,
- galoppierender Inflation und
- Hyperinflation.

Nach der Erkennbarkeit wird zwischen offener Inflation und versteckter oder zurückgestauter Inflation unterschieden, nach dem Auslöser für die Preissteigerungen angebotsbedingte Inflation und nachfragebedingte Inflation [3]. Eine Inflation führt zur Entwertung von Ersparnissen mit der Folge, dass die Sparneigung in der Bevölkerung zurückgeht oder gespartes Geld in Sachwerten angelegt wird. Das schränkt die Möglichkeiten der Banken ein, Kredite an Unternehmen zur Finanzierung von Investitionen zu vergeben. Produktionseinschränkungen und Arbeitslosigkeit sind die Folge.

Von einer Inflation sind besonders solche Personen betroffen, die ihr Einkommen nicht an die steigenden Preise anpassen können, z.B. Arbeitslose oder Rentner. Die Verhinderung einer Inflation ist ein wichtiges Ziel der Wirtschaftspolitik.

Inflation ist nur als dynamischer Vorgang denkbar, bei dem Inflation aus einem bestimmten Ursachenkomplex im ökonomischen System entsteht und wieder auf dieses zurückwirkt. Zur Inflation zählen nur Steigerungen des Preisniveaus. Jene sind von Steigerungen der Einzelpreise zu unterscheiden, die zu den für eine Marktwirtschaft normalen Vorgängen zählen. Die Flexibilität der Einzelpreise hat für den Marktmechanismus die wichtige Funktion, die Produktionsfaktoren so zu lenken bzw. umzulenken, dass das Güterangebot dem Bedarf angepasst wird. Einzelpreissteigerungen (-senkungen) signalisieren den Anbietern ceteris paribus einen höheren (geringeren) Bedarf, spiegeln also die relativen Knappheitsverhältnisse wider. Bei Preisniveaustabilität sind diese anhand der absolu-

ten Preisänderungen unschwer zu erkennen. Bei Inflation ist dies schwieriger, zumindest aufwendiger. Steigerungen des Preisniveaus entstehen durch ein Übergewicht der Anstiege von Einzelpreisen über gleichzeitig vorkommende Preissenkungen.

Das Preisniveau wird dabei als ein in geeigneter Weise gewichteter Durchschnitt aller Güterpreise verstanden. Im Fall eines anhaltenden Preisniveaustiegs kann beobachtet werden, dass sich bei den Wirtschaftssubjekten Erwartungen auf weitergehende Kaufkrafteinbußen herausbilden, was zu Beeinträchtigungen der Geldfunktionen, verbunden mit einem Verlust an Vertrauen in das Kreditgeldsystem (keine stoffliche Deckung) führt. Von Inflation wird i.Allg. nur gesprochen, wenn der Kaufkraftverlust eine gewisse Marge überschreitet, deren Höhe umstritten ist, jedoch meist mit etwa 1 bis 2 Prozent pro Jahr angegeben wird.

Inflation bei freier Preisbildung wird als offene Inflation bezeichnet. Von zurückgestauter Inflation spricht man, wenn inflationäre Tendenzen durch Maßnahmen staatlicher Preis- und Einkommenspolitik (v.a. Preisstopps) unterdrückt und so ein Ansteigen des Preisniveaus verhindert werden soll. 2. *Messung*: a) *Verfahren*: Zur Messung des Preisniveaustiegs bedient man sich (unter bewusstem Verzicht auf Einzelinformationen) bestimmter Kennziffern, die über die durchschnittlichen Veränderungen der Einzelpreise informieren (Preisindex):

1. Ein *Preisindex für das Bruttonationalprodukt* misst die Preisentwicklung aller Waren und Dienstleistungen, die in das Nationaleinkommen eingehen.

2. In den Verbraucherpreisindex für Deutschland (VPI) (früher Preisindex für die Lebenshaltung) hingegen fließen nur Waren und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs ein, die als repräsentativ für den „durchschnittlichen privaten Haushalt“ angesehen werden.

In der Bundesrepublik Deutschland wird vom Statistischen Bundesamt (StBA) der sog. Laspeyres-Index verwendet, der die Preisniveaumentwicklung eher überzeichnet.

b) *Probleme* der Inflationmessung ergeben sich aus der Auswahl geeigneter Indizes, aus der Auswahl der den Indizes zugrunde liegenden Warenkörbe, der Isolierung der Preisbewegungen von überlagernden Effekten (Veränderungen der Güter- und Verbrauchsstruktur, Substitutionsvorgänge, Qualitätssteigerungen), der Auswahl der relevanten Güterpreise (Listen- und Sonderpreise, Brutto- oder Nettopreise, Einbeziehung von Steuern etc.) sowie bei Effekten, bei denen es angeraten ist, sie nicht als inflationäre Tendenzen zu werten, obgleich sie zu einem Ansteigen des Preisindex führen, wie etwa steigende Umweltkosten.

3. *Ursachen*: Die Ursachen von Inflationen sind in der politischen Diskussion wie in der wissenschaftlichen Analyse umstritten. Es besteht jedoch weit gehender Konsens, dass es zur Erklärung einer konkreten Inflation meist nicht ausreicht, sich auf eine Ursache zu konzentrieren oder bei der Ursachenanalyse allein auf die augenscheinlichsten Ursachen abzustellen. Eine profunde Ursachendiagnose ist von entscheidender Bedeutung für die Ausgestaltung einer angemessenen Inflationsbekämpfungspolitik. Zur Erklärung der Ursachen von Inflation ist eine Vielzahl von Theorien entwickelt worden (Inflationstheorien).

4. *Wirkungen*: Inflation hat überwiegend ökonomisch und sozial nachteilige Allokations- und Verteilungseffekte. Behauptete positive Wachstums- und Beschäftigungseffekte der Inflation sind hingegen theoretisch nicht eindeutig und bislang empirisch kaum nachweisbar. Das Ausmaß der Wirkungen von Inflationen hängt v.a. davon ab, inwieweit sie seitens der Wirtschaftssubjekte antizipiert wird bzw. werden kann. Nicht antizipierbare Inflation erhöht die Unsicherheit, unter der wirtschaftliche Entscheidungen zu treffen sind.

a) *Allokationswirkungen*: Inflation macht es für die Wirtschaftssubjekte schwieriger, zu-

mindest aufwendiger, die Knappheitsrelationen und deren Veränderungen richtig zu erfassen, was mit einzeln- und gesamtwirtschaftlichen Zusatzkosten und demzufolge mit Wohlfahrtsverlusten verbunden ist. Beruhen ökonomische Entscheidungen wegen Inflation auf Fehleinschätzungen, so führt dies zu einer ineffizienten Verwendung von Produktionsfaktoren (Fehlallokation).

Wesentlich für die Allokationswirkungen der Inflation ist die bei den Wirtschaftssubjekten bestehende Unsicherheit bez. der weiteren Entwicklung des Geldwertes, die zu einer Verkürzung der Laufzeit von Verträgen auf eine Vertragsdauer unterhalb des optimalen Planungshorizonts sowie zu einer Verschiebung der Struktur der Nachfrage hin zu (vermeintlich) inflationssicheren Aktiva führt - eine Ressourcenfehleitung in künstlich sich aufblähende Produktionsbereiche (z.B. Flucht ins „Betongold“), in denen Überkapazitäten gebildet werden. Bildet sich in der Folgezeit die Inflation zurück, werden die inflationsbedingten Fehlallokationen sichtbar z.B. der Preisverfall der in Kaufeuphorie erworbenen Sachgüter, Unternehmenszusammenbrüche und strukturelle Arbeitslosigkeit. Die inflationsbedingte Einschränkung der Signalfunktion der Preise führt dazu, dass es den Wirtschaftssubjekten weniger gut gelingt, ihre kreativen Energien frühzeitig in lohnende Bereiche zu investieren. Dies bedeutet letztlich eine Beeinträchtigung des volkswirtschaftlichen Innovationsverhaltens.

Bei starker und anhaltender Inflation verlieren die Wirtschaftssubjekte zunehmend das Vertrauen in die Geldwertstabilität, und es kommt zur Ausbreitung einer Inflationsmentalität mit negativen Folgen für das Geld als Tausch- und Wertaufbewahrungsmittel. Damit entsteht die Gefahr einer zunehmenden Beschleunigung der Inflation, was im Grenzfall einer vollständigen Beseitigung der Geldfunktionen führen kann. Insgesamt kann vermutet werden, dass die negativen Allokationswirkungen der Inflation im Wesentlichen hemmende Impulse für die wirtschaftliche Entwicklung auslösen, wenngleich bisweilen behauptet wird, dass ein gewisses Ausmaß von Inflation etwa als Beschäftigungsstimulanz (Phillips-Kurve) geeignet sei.

b) *Verteilungswirkungen*: Diese zeigen sich in einer im Vergleich zu einer inflationsfreien Entwicklung veränderten oder verzerrten Einkommens- und Vermögensverteilung. Zu inflationsbedingten Veränderungen der Verteilungsstruktur kommt es allg. immer dann, wenn sich verschiedene Einkommensarten und Vermögensstrukturen der Preissteigerungsentwicklung in unterschiedlichem Ausmaß und in unterschiedlicher Geschwindigkeit anpassen (lassen). Diese Unterschiede liegen in der verschiedenen Fähigkeit der Wirtschaftssubjekte, die Inflation richtig zu antizipieren und Anpassungshandlungen autonom und zeitnah vorzunehmen, sowie in einer verzögerten Anpassung der Zinssätze begründet. Hierzu existieren unterschiedliche Argumente und Hypothesen:

1. *Gläubiger-Schuldner-Argument*: Die Inflation führt dazu, dass sich der Realwert aller auf Geld lautenden Forderungen verringert. Die Gläubiger erleiden damit einen realen Verlust, dem ein realer Gewinn auf der Schuldnerseite gegenübersteht.

2. *Lohn-Lag-Hypothese*: Bei einem Zurückbleiben der Lohnsteigerungen gegenüber den Preissteigerungen, z.B. aufgrund der Laufzeiten von Tarifverträgen, kommt es zu einer Umverteilung zugunsten der Gewinne und damit der Bezieher von Unternehmereinkommen.

3. *Transfereinkommens-Lag-Hypothese*: Institutionelle Regelungen führen dazu, dass Transfereinkommen wie Renten, Kindergeld etc. verspätet angepasst werden, während die marktbestimmten Faktoreinkommen schneller auf den Preisniveaustieg reagieren. Damit verschlechtert sich die Verteilungssituation der Transfereinkommensbezieher.

4. *Steuerbelastungsargument*: Inflation führt zu einer Veränderung der effektiven

Steuerbelastung. V.a. bei einer progressiven Besteuerung des Einkommens, bei der die Steuer mit wachsendem Nominaleinkommen (im Fall inflationsorientierter Lohn- und Gehaltserhöhungen) überproportional zunimmt, kommt es zu einer inflationsbedingten Umverteilung zugunsten des Staates.

c) *Wachstums- und Beschäftigungswirkungen*: Die Auswirkungen der Inflation auf Wachstum und Beschäftigung sind empirisch nicht eindeutig zu belegen. Weit gehende Übereinstimmung herrscht lediglich dahingehend, dass extreme Inflationsraten eine Beeinträchtigung von Wachstum und Beschäftigung bewirken, wenn sie die Preisrelationen derartig stark verzerren, dass erhebliche Fehlallokationen ausgelöst werden, denen hinsichtlich der positiven Wachstums- und Beschäftigungswirkungen nur relativ geringe zeitlich ausgelöste Akzelerator- und Multiplikatorwirkungen (Akkzelerator, Multiplikator) entgegenstehen. Für den Zusammenhang zwischen schleichender Inflation und Wirtschaftswachstum finden sich unterschiedliche, z.T. widersprüchliche Argumente. Jene Argumente, die hier einen positiven Zusammenhang behaupten, basieren wiederum auf der Annahme unterschiedlicher Anpassungen der jeweiligen Preise und Einkommen an den Inflationsprozess mit der Folge der inflationsbedingten Verbesserung der Verteilungssituation des Unternehmenssektors.

1. Die sog. *Nachfragedruckhypothese* geht davon aus, dass eine (inflationstreibende) permanente Übernachfrage die Vollbeschäftigung sichert und die Unternehmen zu Investitionen stimuliert. Ein weiteres, an der Nachfrageseite ansetzendes Argument lautet, dass durch die inflationsbedingte „Flucht in die Sachwerte“ die Güternachfrage angeregt werde, was in der Folge auch zu einer Erhöhung der Investitionstätigkeit mit entsprechenden Multiplikatoreffekten führe.

2. Aus der *Lohn-Lag-Hypothese* wird die Schlussfolgerung abgeleitet, dass eine Steigerung des Anteils der Unternehmereinkommen eine Verbesserung der Gewinnsituation und damit des Investitionsklimas bewirke.

3. Das sog. *Realzinsargument* behauptet, dass ein Zurückbleiben des (nominellen) Zinsanstiegs hinter den Preisanstieg zu einer Senkung der realen Zinsbelastung kreditfinanzierter Investitionsprojekte führt und somit auch hier (schleichende) Inflation investitionsstimulierend wirkt.

4. Aus der *Gläubiger-Schuldner-Hypothese* können die gleichen Schlussfolgerungen gezogen werden.

Gegen den auf diese Weise zu behauptenden positiven Zusammenhang von schleichender Inflation und Wachstum bzw. Beschäftigung lässt sich zunächst einwenden, dass die angeführten Argumente auf den Fall der Nachfrageinflation beschränkt bleiben. Die genannten positiven Effekte werden zudem teilweise durch die erwähnte inflationsbedingte Beeinträchtigung der allokativen Effizienz und der damit verbundenen möglichen Senkung der Faktorproduktivität kompensiert [4]. Im Übrigen erscheint die Annahme der aus inflationsbedingt entstehenden Verteilungswirkungen resultierenden wachstumsfördernden Impulse allenfalls im Fall eines einmaligen, unerwarteten inflationären Schubes und bei Vorliegen von Geldillusion plausibel; im Fall einer andauernden Inflation ist dagegen damit zu rechnen, dass die Wirtschaftssubjekte in ihren Dispositionen den allg. inflationären Trend berücksichtigen (Inflationsausgleichskomponenten in Tarifverträgen, Einführung von Gleitklauseln bei Kreditvereinbarungen etc.) und somit auch den Unterschied in der Anpassungsgeschwindigkeit von Löhnen und Zinsen gegenüber den Preisen eibebnen. Zudem kann aus dem Wettbewerbseffekt der Inflation die Argumentation abgeleitet werden, dass bei einem im Verhältnis zum Ausland stärkeren Anstieg des inländischen Preisniveaus sich eine tendenzielle Verschlechterung der Leistungsbilanz ergibt, was sich ceteris

paribus über den Exportmultiplikator verstärkt negativ auf das Nationaleinkommen und die Beschäftigung auswirkt.

Quellenverzeichnis

1. Inflation [Электронныйресурс] // Bundeszentrale für politische Bildung 2013. URL: <http://www.bpb.de/nachschlagen/lexika/lexikon-der-wirtschaft/19723/inflation>.
2. Preis - Lohn – Spirale [Электронныйресурс] // Bundeszentrale für politische Bildung. 2013. URL: <http://www.bpb.de/nachschlagen/lexika/lexikon-der-wirtschaft/20000/lohn-preis-spirale>.
3. Inflation [Электронныйресурс] // GABLER WIRTSCHAFTSLEXIKON. Das Wissen der Experten. URL: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/inflation.html?referenceKeywordName=Geldentwertung>.
4. Nürnberger Fakultätswoche. Die wirtschaftlichen und sozialen Folgen der Geldentwertung. – Berlin.: DUNKER & HUMBOLT, 1966. – 93 s.

DIE MODERNISIERUNG DER RUSSISCHEN AUSBILDUNG ALS INSTRUMENT DER WIRTSCHAFTSSICHERHEIT IN RUSSLAND

P.V. Galkina

Nationale Polytechnische Forschungsuniversität Tomsk

E-mail: polina.galkina.2015@mail.ru

Die wissenschaftlichen Betreuer: Fr. Dr. L. Tarassova, Fr. Dr. M. Stanko

Heutzutage ist Geopolitik direkt von der wirtschaftlichen Sicherheit des Landes abhängig und die Qualität der Bildung ist ein Vektor, der auf eine neue Ebene die Wirtschaft des Landes erhöhen kann und ihr Prestige und Sicherheit heben. In diesem Artikel wurden die Daten von russischer Bildung gesammelt, analysiert und verglichen. In Übereinstimmung mit diesen Daten waren Ergebnisse und Perspektiven der Entwicklung der Bildung als Instrument für die wirtschaftliche Sicherheit erforscht.

Durch die Beschleunigung der globalen Prozesse der Globalisierung und der internationalen politischen Beziehungen werden sich neue Bedrohungen und Risiken für die Entwicklung der Gesellschaft, der Familie, des Staates und der Wirtschaft formen. Im Mai 2009 hat die Staatspolitik Russlands im Bereich der Gewährleistung ihrer Sicherheit gestartet, die auf 11 Hauptbereiche solche wie Bildung und Wissenschaft gezielt war.

Russland tritt für die umfassende Stärkung der Zusammenarbeit mit den Mitgliedstaaten der Europäischen Union ein. Insbesondere auch durch Schaffung eines gemeinsamen Raums im Bereich der Bildung und Wissenschaft. Die Bedingungen, die sich in der russischen sozialpädagogischen Umfeld gestalten, entsprechen den Prinzipien der Bologna-Deklaration, die unser Land ratifiziert hatte. [1, C. 1]

In Übereinstimmung mit der Strategie, die die Vereinigten Staaten von Amerika entwickelt hatte, mussten die transnationalen Konzerne der Vereinigten Staaten und der Europäischen Union bis 2010 die Eigentümer die Ressourcen von Russland in Eigentum nehmen. Diese Strategie sieht Maßnahmen zur Beschleunigung der "Säuberung" Gebieten Russlands (einschließlich der Gebiete von Ost und West-Sibirien) von "überschüssigen" Bevölkerung vor. Die Zerstörung von forschungsintensiven Komplexen: Militär-Industrie-Komplex, Unternehmen, die in Projekten der Entwicklung des Weltraums tätig sind; hochmechanisierte Landwirtschaft, Hochtechnologie-Industrie wurden nach diesem Plan auch

vorgesehen. Die Zerstörung der Wirtschaft und des intellektuellen Umfeldes trägt einen systematischen und planmäßigen Charakter, um die Situation zu verschlechtern und eine vollständige Degradierung zu erzielen.

Die Gesamtausgaben für Bildung in Russland betragen etwa 3,8% des BIP. Zum Vergleich: Die Ausgaben für Bildung in Norwegen und Schweden erreichen 7,1-7,2% des BIP und 5,3% in den Vereinigten Staaten.

Bildung - ist vor allem die Kultur. Die einzige Vorlage der Kulturreproduktion ist eine Bildung. Der Zerfall der Bildung ist in der gleichen Zeit der Zerfall der Kultur. Die Natur der Bildung ist Öffentlichkeit und sie stimmt der Sozialwirtschaft ein.

Bildungsökonomie ist die Wirtschaft der Menschen. Allerdings, Bildung in der modernen Welt ist eines der führenden Bereiche der modernen Gesellschaft und die wirtschaftliche Entwicklung der Staaten, einschließlich der Sicherheit der Staaten. [2, C. 77, 78]

Um solche Bedrohungen für nationale Sicherheit zu vorbeugen, ist es notwendig, soziale Stabilität, ethnische und konfessionelle Zustimmung zu gewährleisten; die Arbeit der staatlichen Institutionen zu verbessern.

Doch um diese Probleme zu lösen und wirtschaftliche Sicherheit der Russischen Föderation zu gewährleisten, muss die Regierung ihre Bemühungen auf Technik, Wissenschaft und Bildung richten. Man muss die materiell-technische Basis der Bildungseinrichtungen verstärken. Die Kräfte der nationalen Sicherheit sollen mit der Zivilgesellschaft auf dem Bereich der Unterstützung der nationalen Sozialpolitik und Wirtschaftspolitik zusammenwirken, um ein System der technologischen und wissenschaftlichen Prognosen und Durchführung von wissenschaftlichen und technologischen Prioritäten zu erstellen, der Stärkung der Integration von Bildung, Wissenschaft und Industrie beizutragen.

Bis heute werden Schritte unternommen, um die bestehenden Probleme mit Bildung zu lösen. Der russische Ministerpräsident hat das Konzept der langfristigen sozial-ökonomischen Entwicklung der Russischen Föderation für den Zeitraum bis zum Jahre 2020 unterzeichnet. Mit dieser Direktive Wladimir Putin beauftragte das Ministerium für wirtschaftliche Entwicklung, eine Prognose für die Umsetzung vorzubereiten, und die föderalen Exekutivbehörden und Organen der Staatsmacht der Subjekte der Russischen Föderation sollen die Vorschläge für die Umsetzung vorbereiten. In der Nationalen Sicherheitsstrategie Russlands bis 2020 ist das fünfte Kapitel verschiedenen Aspekte von Wissenschaft, Technologie und Bildung gewidmet. Entsprechend dieser Strategie, eine notwendige Bedingung für die Bildung einer innovativen, sicheren und effektiven Wirtschaft ist die Modernisierung des Bildungssystems, die die Grundlage der sozialen Entwicklung, das dynamische Wirtschaftswachstum, ein Faktor, der das Wohlbefinden der Bürger und der Sicherheit des Landes ist. Die strategischen Ziele der nationalen Sicherheit auf dem Gebiet der Wissenschaft, Technologie und Bildung sind:

1. Die Entwicklung der wissenschaftlichen und technologischen staatlichen Organisationen, die einen Wettbewerbsvorteil der Wirtschaft und die Bedürfnisse seiner Verteidigung durch wirksame Koordinierung der Forschung und Entwicklung des Innovationsystems zur Verfügung stellen können;

2. Die Verbesserung der öffentlichen und professionellen Ausbildung von Menschen, die soziale Mobilität, beruflichen Fähigkeiten von hoch qualifiziertem Personal durch die Zugänglichkeit der konkurrenzfähigen Bildung.

Wie die Auswertung der aktuellen gesellschaftlichen Situation zeigen, üben die negative Auswirkungen auf die wirtschaftliche Sicherheit des Landes auf dem Gebiet der Wissenschaft, Technologie und Bildung solche Faktoren aus, wie:

1. Das niedrige Tempo des Übergangs zu einer neuen, vielversprechender technologische Struktur;
2. Die Abhängigkeit von importierten Ausrüstungen;
3. Übermittlung ins Ausland konkurrenzfähigen Technologien (in der Regel Industriespionage);
4. Ungerechtfertigte Sanktionen gegen Bildungs- und Wissenschaftsorganisationen in Russland;
5. Geringe Motivation der russischen Wissenschaftler auf dem Gebiet der Innovation;
6. Niedriges Niveau der sozialen Sicherheit von Lernkräften;
7. Der Rückgang der Qualität der mittleren Ausbildung, der Berufs- und Hochschulbildung. Praktisch zerstört ist das ganze System der Ausbildung in Russland.
8. Erhöhung der Anzahl der Filialen von staatlichen Universitäten, die eine sehr ungesunde Erscheinung bilden. Die Qualität der Ausbildung an den Hochschulen ist nicht hoch.
9. Und noch ein Problem kann man besprechen, höhere Einkommen bringt die Arbeit, die nicht hohe Qualifikation erfordert. Ohne das Problem der würdigen Entlohnung von Professoren und Lehrenden zu lösen und ohne Verbesserung des Status von Lehrern und Wissenschaftlern in der Gesellschaft, ist die weitere Entwicklung der Wissenschaft unmöglich. Und dies führt zu einem Anreiz Mangel auf dem Gebiet der Wissenschaft und Bildung, und "Brain Drain", wenn eine Person mit höherer Bildung ins Ausland geht, verursacht das Schaden für das Land von 300 bis 800 Tausend US-Dollar. Das Land verlassen jedes Jahr etwa 15% der Hochschulabsolventen, das macht etwa 10-15 000 Personen pro Jahr. Zur gleichen Zeit fehlen in Russland 500 000 Experten auf dem Gebiet der Hochtechnologien. Das ist ein großes Minus für die russische Wirtschaft.
10. Die Mehrheit der Hochschulabsolventen arbeitet nicht nach ihrer Fachrichtung (70%). Beziehungsweise während der Arbeit in einem anderen Bereich verloren die Hochschulabsolventen ihre Qualifikationen und die Nützlichkeit eines solchen Mitarbeiters für den Staat, die Wirtschaft, die Gesellschaft ist stark reduziert.

Die Wissenschaft und die Bildung bilden den Inhalt der nationalen Sicherheit. Zum Beispiel, im Bereich der technologischen Sicherheit, die eine wichtige Komponente der wirtschaftlichen Sicherheit ist, meldet sich die Priorität der innovativen Entwicklung der russischen Wirtschaft die Grundlagenforschung und Bildung an.[1, C. 3]

Um Gefahren auf dem Gebiet der Technik, Wissenschaft und Bildung zu vermeiden, muss man die Kontrolle über verschiedenen Non-Profit-Organisationen, die aus dem Ausland finanziert werden, einstellen.

Mittelfristige Entwicklung und Entscheidungsfindung zu Fragen der wirtschaftlichen Sicherheit Russlands auf dem Gebiet der Wissenschaft, Technologie und Bildung kann auf verschiedene Weise erreicht werden:

- Bildung eines Komplexes der grundlegenden und angewandten Forschungen und die öffentliche Unterstützung für die Organisationen und Umsetzung der nationalen Forschungsprojekten in Russland auf dem Gebiet d Bildung, Gesundheit, Wohnen, Landwirtschaft;
- Entwicklung und Umsetzung von Plänen, um die erforderliche Anzahl von Schulen zu schaffen, um ihre Absolventen nicht nur auf regionaler und lokaler Ebene gefordert waren;
- Bildung eines Netzwerks von föderalen Universitäten, nationalen Forschungsuniversitäten, die in der Lage wären, Ausbildung von hochqualifizierten Spezialisten für die

Arbeit auf dem Gebiet wettbewerbsfähiger Technologien und Modelle führen. Die Bewertung der Sicherheit des russischen Staates auf dem Gebiet der Bildung umfasst die Bestimmung der Höhe der Ressourcenausstattung für Bildung und Wissenschaft als Prozentsatz des BIP. Unten ist eine Tabelle der Kosten des Ministeriums für Bildung und Wissenschaft der Russischen Föderation unter Abschnitt 07 "Bildung" Gesetz über den Bundeshaushalt für das Jahr 2013 und den Planungszeitraum von 2014 bis 2015. "Konkret wird man 10 Punkte in der Tabelle abgehandelt.

Tabelle 1 – Bundesaussgaben für Bildung in 2013-2015. (tausend Rubeln)

Anzeige / Jahr	2013	2014	2015
Insgesamt Ausgaben für das Bildungswesen	605 667 539,0	547 728 956,0	572 587 621,0
Die Vorschulbildung	7 564 839,40	6 025 493,40	5 680 811,30
Die Allgemeinbildung	67 380 787,50	19 325 189,90	19 047 611,50
Die grundsätzliche berufliche Ausbildung	4 339 408,70	4 469 225,10	4 477 099,60
Die Fachausbildung	3 603 306,10	3 625 696,80	3 792 059,10
Die berufliche Hochschulausbildung und die professionelle Aufbaustudium	477 238 473,7	484 106 114,1	513 536 938,0
Jugendpolitik, die Gesundheit der Kinder	5 293 104,70	5 297 267,20	1 035 565,20
Die angewandte wissenschaftliche Forschung auf dem Gebiet der Bildung	12 521 722,20	9 426 335,00	9 824 604,70
Die Berufsausbildung, die Umschulung, das Aufbaustudium	6 407 546,90	6 437 240,10	6 469 233,90
Andere Fragen im Bildungsbereich	21 318 350,20	9 016 394,90	8 723 698,40

Die schrittweise Verringerung der Ausgaben für Bildung entspricht der globalen Tendenz, die zeichnet sich auf dem Hintergrund der Finanzkrise ab. Allerdings, wenn im Jahr 1998 hatte Russland 20 Millionen Schülerinnen und Schüler, im Jahr 2015, kann ihre Zahl auf 13,8 Mio. reduziert werden. Und die Zahl der Studierenden wird im Jahr 2020 zu einer geschätzten 4,6 Millionen. Pers.

- Ausbau und Entwicklung Zuschuss Formen der Finanzierung der Forschung im Bereich der Grundlagenforschung, Personalisierung Finanzierung Forschungsteams, bietet die Möglichkeit, Teams zu bewegen, die Umsetzung des Projekts, zwischen Organisationen, darunter die Gründung neuer Unternehmen

- In der Zukunft werden (vor allem in der Grundlagenforschung) die Lenkungen der Forschungen, die mehr administrative und finanzielle Autonomie der wissenschaftlichen Struktureinheiten und Teams, die im Rahmen des Großforschungseinrichtungen, durchgesetzt;

- Man muss das Niveau der Kommunikation und Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Organisationenerhöhen. Die Entwicklung von Netzwerk von Beziehungen

zwischen Institutionen und einzelnen Forschungsgruppen wird die Intensivierung des Informationsaustausches beitragen. Und auch die Produktivität, die Doppelarbeit bei Forschung, die Mobilität des wissenschaftlichen Personals werden erhöht;

- Man kann die Langzeitpraxis (6 Monate bis zwei Jahre) von jungen Forschern in den führenden russischen und ausländischen Universitäten und Forschungszentren erweitern. Es kann man vor allem durch die Entwicklung der akademischen Praxis und interuniversitären Austausch machen;

- Auf längere Sicht soll man die aktive Beteiligung der russischen wissenschaftlichen und Bildungseinrichtungen in der globalen Technologie und Forschungsprojekte mit der Berücksichtigung der Marktsituation des geistigen Eigentums zu gewährleisten. Dafür soll man der Auskunft der russischen Produktion, die nicht wirft Fragen der Staatsgeheimnisse auf, auszeichnen. Und auch zeichnet man die Patentierung von vielversprechende Entwicklungen, gewerbliche Modelle der heimischen Wissenschaftler aus. [1, С. 4; 4, С. 89]

Also, die Bildung ist ein grundlegenden Faktor für die Wirtschaftssicherheit Russlands. Im modernen Bildungssystem verloren viel von der heimatlichen Erfahrung. Und «Bologna Innovationen», die im September 2003 gestellt haben, spiegeln die Ergebnisse der Hetzjagd nach europäischen Standards.

Die große Bedeutung haben die Erhaltung und Verbesserung des intellektuellen Potentials Russlands, nicht nur in dem technologischen Aspekt, sondern auch in dem menschlichen Aspekt. Vielleicht, der menschliche Intellekt, der auf den hohen Qualität der Ausbildung multipliziert, hilft uns, trotz der ausdrücklichen Industrie-technologische Lücke, um in der Weltwirtschaft eine würdige Nische zu nehmen, spezialisiert auf die Produktion von neuem Wissen. [3, С.1]

Quellenverzeichnis.

1. Самойлов Д.Е. Стратегия развития образования в контексте безопасности России [Электронный ресурс] // Клуб субъектов инновационного и технологического развития России innclub.info. URL: <http://innclub.info/2014/10/01/%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D0%B8%D1%8F-%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%B8%D1%8F-%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8F-%D0%B2-%D0%BA%D0%BE%D0%BD/> (дата обращения: 03.10.2014 г.).

2. Жильцов Д.Е. Образование России в условиях социально-экономического кризиса: аспект безопасности // Экономика образования. – Кострома, 2011. – №2. – С. 77–82.

3. Новожилова Н.В. Совершенствование интеллектуального потенциала в современных условиях России // Вестник чувашского университета. – Чебоксары, 2007. – №1. – С. 479–482.

4. Правительство Российской Федерации Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 г. [Электронный ресурс] //Библиотека Twirpx. URL: <http://www.twirpx.com/file/832532/> (дата обращения 05.10.2014 г.).

WIRTSCHAFTS-POLITISCHE BEZIEHUNGEN ZWISCHEN RUSSLAND UND DEUTSCHLAND

A. Iljina, L. Tarassova*

Nationale Polytechnische Forschungsuniversität Tomsk

E-Mail: nytailina@mail.ru , *ilijat@tpu.ru

Die wissenschaftliche Betreuerin: Fr. Dr. M. Stanko

Die moderne Etappe der Entwicklung der russisch-deutschen Beziehungen wird mit dem hohen Streben zur beiderseitig vorteilhaften wirtschaftlichen Zusammenarbeit und dem Fortschritt charakterisiert. Jedoch hat tragisch die vorhandene Lage in der Ukraine den negativen Einfluss auf die zweiseitigen Beziehungen in verschiedenen wirtschaftlichen Sphären geleistet. Am meisten merklich hat sich die Außenhandels- und Anlageaktivität Deutschlands auf dem Territorium der Russischen Föderation verringert.

Deutschland und Russland verbinden langjährige und enge wirtschaftliche Beziehungen. So ist Russland größter Energielieferant Deutschlands - ca. ein Drittel des deutschen Gas- und Ölbedarfs werden aus russischen Lieferungen gedeckt. Daneben bezieht die deutsche Wirtschaft in erheblichem Umfang Nichteisen-Metalle sowie Eisen und Stahl aus Russland.

Die bilateralen Wirtschaftsbeziehungen sind jedoch schon seit einiger Zeit Belastungen unterworfen. So ging das bilaterale Handelsvolumen 2013 um etwa fünf Prozent zurück. Im ersten Halbjahr 2014 ergab sich auch unter dem Eindruck der Ukraine-Krise ein Rückgang von 6,3 Prozent, wobei die deutschen Exporte nach Russland um 15,5 Prozent zurückgingen. Weitere Belastungen dürften sich aus den danach erlassenen Wirtschaftsanktionen der EU gegen Russland und russischen Gegenmaßnahmen ergeben.

Russland besitzt grundsätzlich ein großes wirtschaftliches Entwicklungspotenzial. Sein Rohstoffreichtum sichert weiterhin umfangreiche Einnahmen, die zur Entwicklung anderer Wirtschaftssektoren genutzt werden können. Das Land ist einer der größten Energieproduzenten der Welt und die russische Konjunktur hängt unverändert in hohem Maße von den internationalen Rohstoffpreisen ab.

Seit 2010 hatte die russische Wirtschaft nach einer Krise zunächst zu einem moderaten Wachstum mit jährlichen Steigerungsraten des Bruttoinlandsprodukts (BIP) von ca. 4 Prozent zurückgefunden. Im Jahr 2012 ging die Steigerung des BIP allerdings wieder zurück (3,4 Prozent) und erreichte 2013 nur 1,3 Prozent. Die Industrieproduktion blieb 2013 im Vergleich zum Vorjahr praktisch unverändert, die investiven Ausgaben in der gesamten Wirtschaft gingen in den ersten sechs Monaten im Vorjahresvergleich um 1,4 Prozent zurück. 2013 lag die Inflationsrate bei 6,8 Prozent, die Arbeitslosigkeit bei 5,5 Prozent [1].

Für 2014 ist von einer schwachen Wirtschaftsentwicklung auszugehen. Der Vertrauensverlust, den die russische Wirtschaft aufgrund der Ukraine-Krise erlitten hat, und die von der EU, den USA und weiteren Wirtschaftspartnern seit Juli 2014 erlassenen Wirtschaftssanktionen sowie die russischen Gegenmaßnahmen dürften sich zusätzlich dämpfend auf das Wachstum auswirken.

Russland ist aufgrund des anhaltend hohen Modernisierungsbedarfs seiner Wirtschaft ein wichtiger Absatzmarkt für deutsche Investitionsgüter. In der Struktur des deutschen Exports nach Russland nahmen im Jahr 2013 Maschinen und Anlagen (23,7 Prozent), Fahrzeuge/-teile (19,8 Prozent), Chemierzeugnisse (15,8 Prozent) und Elektrotechnik (7,0 Prozent) die ersten Plätze ein. Damit war Deutschland mit 11,9 Prozent des russischen Imports nach China (16,7 Prozent) das zweitwichtigste Lieferland für Russland.

Wichtigste Exportgüter Russlands sind Rohstoffe, insbesondere Erdöl und Erdgas, außerdem metallurgische und petrochemische Erzeugnisse. Dies illustriert die komplementäre Wirtschaftsstruktur beider Länder, aus der sich grundsätzlich auch für die Zukunft ein großes Kooperationspotential eröffnet [2].

Die Entwicklung der Wirtschaftsbeziehungen verlief lange Zeit positiv. Nach der krisenbedingten Schwächephase 2009 knüpfte der deutsch-russische Handel wieder an die Boomjahre zwischen 2000 und 2008 an. 2012 wurde beim Handelsvolumen der Rekordwert von 80,5 Mrd. Euro erreicht. Seit dem 22. August 2012 ist Russland offizielles Mitglied der Welthandelsorganisation (WTO). Damit verbunden waren auch Erwartungen auf eine weitere Intensivierung des Handels. 2013 ging das bilaterale Handelsvolumen dann allerdings um ca. fünf Prozent auf 76,5 Mrd. Euro zurück: Dabei betragen die Exporte aus Russland nach Deutschland 40,14 Mrd. Euro - die deutschen Exporte nach Russland beliefen sich auf 36,1 Mrd. Euro. Im ersten Halbjahr 2014 gingen die deutschen Exporte nach Russland um 15,5 Prozent auf 15,3 Mrd. EUR zurück, während die Importe aus Russland um 2,2 Prozent auf 20,3 Mrd. EUR anstiegen [3].

Für die Abschwächung der deutschen Exporte nach Russland seit 2013 dürften neben dem zurückgegangenen Wachstum und der Investitionszurückhaltung in Russland auch die auf Importsubstitution gerichteten Politikansätze und handelsbeschränkenden Maßnahmen Russlands ursächlich sein. Seit Anfang 2014 kamen noch die Auswirkungen der Ukraine-Krise hinzu.

Für die Zukunft der wirtschaftlichen Beziehungen zu Russland wird es neben einer Lösung des Ukraine-Konfliktes auch darauf ankommen, ob es Russland gelingt, vom derzeit moderaten wieder zu einem starken Wirtschaftswachstum zu gelangen.

Die deutsche Wirtschaft ist auf dem russischen Markt sehr präsent. Über 6.200 deutsche Unternehmen sind in Russland aktiv. Auch in der Fläche Russlands sind deutsche Unternehmen vertreten - in beinahe allen 83 Föderationssubjekten sind Unternehmen mit deutscher Beteiligung anzutreffen. Eine steigende Zahl deutscher Unternehmen hat dabei in den letzten Jahren auch russische Produktionsstandorte aufgebaut oder anderweitig erhebliche Investitionen getätigt.

Die kumulierten deutschen Direktinvestitionen in Russland erreichten Ende 2012 ein Volumen von rund 23 Mrd. Euro. Deutschland ist damit unter den größten ausländischen Investoren in Russland. Zudem zeichnen sich die deutschen Investitionen durch eine besonders starke Präsenz mittelständischer Unternehmen aus.

Die Wirtschaftsbeziehungen zwischen Deutschland und Russland werden durch regelmäßige Kontakte auf politischer Ebene flankiert. Regelmäßige bilaterale Regierungskonsultationen bilden eine Plattform für den Meinungsaustausch auf höchster Ebene. In diesem Rahmen finden auch Treffen auf Ministerebene sowie mit Wirtschaftsvertretern statt. Zuletzt fanden die 14. Regierungskonsultationen am 16. November 2012 in Moskau statt [4].

Nach Unterzeichnung des Anschlussvertrages der Krim an die Russische Föderation haben die Bundesregierung und die EU diesen Schritt scharf kritisiert. Das Vorgehen verletzt internationales Recht. Deutschland und die EU erkennen die Angliederung der Krim an Russland nicht an. Gegen Verantwortliche wurden Sanktionen verhängt, der für Juni geplante EU-Russland-Gipfel wurde abgesagt. Mögliche weitere EU-Sanktionen werden mit den europäischen Partnern unter Abwägung der politischen und wirtschaftlichen Folgen abgestimmt werden.

Die EU hat die Verhandlungen mit Russland über Visaerleichterungen und ein Partnerschaftsabkommen ausgesetzt. Darüber hinaus wurden die Gespräche zu einem Beitritt

Russlands zur Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) im Hinblick auf die russische Politik gegenüber der Ukraine vorerst verschoben.

Als Reaktion auf die Ukraine-Krise hat die EU seit Mitte März 2014 in mehreren Sanktionsrunden Finanzsanktionen und Einreiseverbote gegen russische und ukrainische Staatsangehörige verhängt, die Verantwortung für die Entwicklung auf der Krim und in der Ost-Ukraine tragen. Unter den Gelisteten befinden sich auch Unternehmen, die materiell oder finanziell zur Destabilisierung der Ukraine beitragen.

Nachdem die am 27. Juni aufgestellten Bedingungen nicht ausreichend erfüllt wurden, hat die EU am 1. August sektorale Wirtschaftssanktionen gegen Russland in Kraft gesetzt. Die Sanktionen beinhalten ein Waffenembargo, Verbote für die Ausfuhr von Dual-Use-Gütern für militärische Verwender/Verwendungen und von Ausrüstung für bestimmte Projekte im Energiebereich, außerdem Beschränkungen des Zugangs zum EU-Kapitalmarkt für bestimmte russische Staatsbanken.

Daneben umfassen die jüngst beschlossenen Maßnahmen die Ausweitung der Finanzsanktionen und Einreiseverbote, u. a. auf Personen aus dem engeren Umfeld von Präsident Putin, sowie ein Investitions- und Lieferverbot für bestimmte Infrastrukturprojekte auf der Krim. Die Gelder und wirtschaftlichen Ressourcen der gelisteten Personen sind mit Inkrafttreten der Verordnung qua Unionsrecht eingefroren. Rechtsfolge des Einfrierens ist, dass Vermögenswerte der gelisteten Personen in der EU wie zum Beispiel Kontoguthaben nur unter bestimmten Voraussetzungen und nach Genehmigung durch die zuständige nationale Behörde genutzt werden dürfen; zuständige Behörde für die Freigabe von Geldern in Deutschland ist die Deutsche Bundesbank. Zugleich dürfen den Personen keine Gelder oder wirtschaftlichen Ressourcen unmittelbar oder mittelbar mehr zur Verfügung gestellt werden. Wesentliche Verstöße gegen EU-Sanktionen sind in Deutschland strafbewehrt.

Das Bundeswirtschaftsministerium ist für die Umsetzung von EU-Sanktionen in Deutschland zuständig. Hier sind die Konkrete Bereiche der Sanktionen:

1. Die Ausgabe neuer Anleihen und Aktien großer russischer Staatsbanken in der EU wurde verboten. Verboten wurden auch der Kauf und Verkauf solcher Papiere durch EU-Angehörige sowie die Unterstützung bei der Ausgabe. Das Verbot bezieht sich auf die explizit in den Rechtsakten aufgeführten russischen Staatsbanken. Andere Arten der Finanzierung wie beispielsweise normale Kredite sowie der Zahlungsverkehr sind nicht von den Verboten betroffen.

2. Rüstungsexporte. Die EU hat gegen Russland ein Waffenembargo (Export- und Importverbot) verhängt. Für den Export von Rüstungsgütern ist ohnehin stets eine Genehmigung des BAFA bzw. der Bundesregierung erforderlich. Das EU-Waffenembargo muss von den EU-Mitgliedstaaten national umgesetzt werden - in Deutschland geschieht dies durch eine Änderung der Außenwirtschaftsverordnung.

3. Dual-Use-Güter. Die Lieferung von Gütern mit doppeltem Verwendungszweck an Rüstungsunternehmen und für militärische Zwecke wird verboten. Lieferungen mit klar zivilem Verwendungszweck, insbesondere in den Bereichen Luft- und Raumfahrt, bleiben davon ausgeklammert. Die Abwicklung von Altverträgen wird nicht von dem Verbot erfasst.

- 4) Ausrüstung im Energiebereich. Verboten wird die Lieferung von Ausrüstung für bestimmte Projekte aus den Bereichen Tiefseebohrungen, Erkundung und Produktion in der Arktis und Schieferöl. Altverträge dürfen auch hier weiterhin abgewickelt werden.

Die Menschen meinen, dass Sanktionen sind schlecht fürs Geschäftsklima. Grundsätzlich habe die Wirtschaft sogar Verständnis für die politischen Strafmaßnahmen, wenn auch eine große Mehrheit sie nicht nur für geschäftsschädigend, sondern auch für

ungeeignet hält. Lediglich ein Fünftel der von der deutsch-russischen Auslandshandelskammer Befragten geht davon aus, dass Russland aufgrund der Sanktionen politisch einlenken wird. 78 Prozent gehen nicht davon aus und erwarten stattdessen, dass sich das Land von Europa abwenden und auch wirtschaftlich stärker auf China, Korea und Japan konzentrieren wird. Anzeichen dafür gebe es bereits, stellt der Präsident der deutsch-russischen Auslandshandelskammer, Rainer Seele, fest. "Wir erleben sehr deutlich in Russland, dass Aufträge an unsere Firmen entweder nur verzögert erteilt werden, oder mit einem höheren bürokratischen Aufwand. Teilweise werden sie auch auf Eis gelegt und wir beobachten, dass ein hohes Auftragsvolumen nicht mehr nach Deutschland, sondern an unsere Wettbewerber insbesondere aus Asien geht."

Das ist bitter für die deutschen Unternehmen, denn bislang war Deutschland im industriellen Bereich der wichtigste russische Handelspartner in Europa. Der DIHK rechnet damit, dass die Exporte nach Russland in diesem Jahr um 20 Prozent einbrechen werden. Den sich daraus ergebenden Verlust beziffert DIHK-Geschäftsführer Volker Treier auf sieben Milliarden Euro. Wenn man den Ukraine-Handel dazu nehme, werde der Rückgang Ende des Jahres sogar bei rund zehn Milliarden Euro liegen und die Exportwirtschaft rund ein Prozent Wachstum kosten [5].

Hoffnungen setzt die Wirtschaft in die politische Zusage, die Sanktionen seien befristet und man wolle die Tür offen halten, um zu einer gemeinsamen Lösung zu finden. "Eine Zukunft ohne deutsch-russische Wirtschaftsbeziehungen ist aus unserer Sicht kaum vorstellbar und das ist im Übrigen auch ein Ergebnis der Befragung", betont Treier. So sind drei Viertel der Unternehmen trotz aller Probleme nach wie vor überzeugt, dass der russische Markt perspektivisch sehr attraktiv ist. Wer nicht von den Sanktionen betroffen ist, erwartet in diesem Jahr sogar ein gleichbleibend gutes oder besseres Russland-Geschäft.

Wie sich das tatsächlich entwickeln wird, bleibt aber abzuwarten. Beim DIHK ist man sich sicher, dass die Sanktionen zu einer weiteren Verschärfung der ohnehin durch die Rubel-Abwertung und die konjunkturelle Schwäche angespannten wirtschaftlichen Situation führen werden. Sollte Russland in eine Rezession rutschen, dann sähen sich auch viele deutsche Unternehmen gezwungen, Projekte zu stornieren, Kurzarbeit einzuführen und Mitarbeiter zu entlassen. Russland den Rücken kehren, das könnten sich allerdings gerade einmal acht Prozent der befragten Unternehmen vorstellen.

Am 7. August hat Russland als Reaktion auf die EU-Maßnahmen ein Importverbot für Agrarprodukte und Lebensmitteln aus den Ländern der EU und weiteren Staaten verhängt. Dies betrifft unter anderem Fleisch, Fisch, Milch- und Milchprodukte, Gemüse und Früchte.

Russland hat einen Anteil von ca. 3,3 Prozent an den deutschen Exporten (2013). Der Wert der deutschen Ausfuhr von Gütern der Land- und Ernährungswirtschaft nach Russland betrug 2013 rund 1,60 Milliarden Euro. Damit war Russland nach der Schweiz (1,8 Mrd. Euro) und nahezu gleichauf mit den USA zweitwichtigste Drittland-Destination (jenseits der EU) für deutsche Agrarexporteure. Bereits im vergangenen Jahr war der deutsche Agrarexport nach Russland durch Importsperrn für bestimmte Milch- und Fleischerzeugnisse beeinträchtigt. So sank in der Produktgruppe "Fleisch und -erzeugnisse" der Exportwert von 493 Mio. Euro im Jahr 2012 auf 346 Mio. Euro.

Quellenverzeichnis.

1. Meister, Stefan. Deutsche Russland-Politik [Электронный ресурс] / St. Meister. Электрон. текстовые дан. URL: <https://zeitschrift-ip.dgap.org> (дата обращения: 16.10.2014 г.).

2. Meister, Stefan. Neue deutsche Russland-Politik – Eine Chance für die EU [Электронный ресурс] / St. Meister. Электрон. текстовые дан. URL: <http://www.ecfr.eu> (дата обращения: 16.10.2014 г.).

3. Severin, Weiland. Deutsche Russland-Politik: Unions-Abgeordnete für härteren Kurs gegen Putin [Электронный ресурс] / S. Weiland. Электрон. текстовые дан. URL: <http://www.spiegel.de> (дата обращения: 16.10.2014 г.).

4. Darja, Ljubinskaja. Russen halten Putin für demokratischsten Politiker [Электронный ресурс] / D. Ljubinskaja. – электрон. текстовые дан. – URL: <http://de.rbth.com>, свободный.

5. Sabine, Fischer. Neue Impulse für die deutsche Russlandpolitik [Электронный ресурс] / S. Fischer. Электрон. текстовые дан. URL: <http://www.swp-berlin.org> (дата обращения: 16.10.2014 г.).

SOCIAL NETWORKS, LABOUR ACTIVITY AND THE PHENOMEN OF CONTINUOUS PROSPERITY

E.M. Kaz

Tomsk State University, Tomsk
E-mail: GenyaK92@sibmail.com

Social Networking is a new and insufficiently valued resource for socio-economic research. The paper presents the possibility of using content analysis to study the phenomenon of continuous well-being in the work-place.

Research are studying the ways and the means to help people in their quest to experience more positive emotions and happiness, more merge with the position of the Greek philosophers [1]. They argued that happiness depends not only on personal characteristics of man, but of the surrounding environment [2]. Modern man spend most of his life at work, his prosperity depends critically on what factors have a dominant influence on the working life [3, 4].

Computer information technologies provide new opportunities for the study of this phenomenon.

In the research had been conducted Blekben R. and R. Mann of UK workers were identified priorities in assessing workers labor sphere. This list has included such factors as:

- Wages;
- Reliability;
- Сamaraderie;
- Job satisfaction;
- Independence of work.

Our research has been conducted on the information contained on the Internet forums, where participants are interested in the discussion of labor relations:

[http:// www.rabota.ru](http://www.rabota.ru);
[http:// www.rabota.ru](http://www.rabota.ru);
<http://blackjob.net>;
<http://old.executive.ru>;
<http://rusgazeta.ru>;
<http://kunstkamera.net>;
<http://victorronin.com>;
<http://regforum.ru>;
<http://www.forum.lancer-club.ru>;
<http://myjobtomsk.ru>.

The analysis showed that the content index is a wealth of material for the study of the factors labor sphere, promoting human well-being.

Opinions of Internet users, primarily related to management's assessment of companies in which they work. The range of estimates is very wide from the enthusiastic (stylistics authors sayings preserved): " In our company is the very strict discipline , and there too late is not desirable But there are very, very adequate leaders - young, ambitious, fair and showing by example how to work and relate to the work . At the same time there are a lot of work as programmers, and all other workers - accountants, economists, logisticians, etc. Therefore , those who are accustomed to doing nothing , and being late, constantly work with receive a bonus and bonuses, the best way do not try to work in our company and.... " Or neutral : " I have a friend working there for specialty work ... the chief does not pay much, but not little ... time ... also control is adequate". To extremely negative: "We need employees because many come and go away. Infernal work, heavy workload, permanent plans, the planning meetings after work hours to 21.00, which reports. Funky team has its " 6" , as well as pets of people are trying to squeeze everything you can, all the resources.

However the palette of opinions and aspects of work, discussion forums, is not limited to these examples. How to assess the overall picture of the factors that influence the feeling of well-being of employees Tomsk companies?

The important tool for quantitative research data is formalized method of content analysis [5].

The method consists of identifying the structure of a typical text categories that reflect different aspects of labor relations and quantification of these categories of information in the analyzed array [6]. It is possible to establish, in particular, the list of the qualities of the ideal leader as its visitors are Internet forums [Table 1].

Table 1 – The qualities of an ideal leader (opinions of the visitors of forums)

Name	Number of references (in%)
Responsible for subordinates	45,5
Open to solve problems	10,1
"In the course of all cases"	18,18
Discusses important issues in collective	18,2
Provides team work	18,5

Name	Number of references (in%)
Creates a good climate in the team	27,27
Pay work on time	9,09
Provides good wages	27,28
Fostered	10,1
Loyal	9,09
Cultural	9,09
Intelligent	9,09
Fair	18,1
Puts clear goals	18,2
Honest	18,2
Provides opportunities for professional growth	27,34
Clearly prescribes the duties of the employee in the employment contract	9,8

The greatest number among them, according to visitors forums are responsible for subordinates, are openness to address awareness ("to be aware of all cases "), discussion of important issues in the team, ensuring the collective work, creating a good psychological climate in the team, organization of timely payment, maintaining a decent wage, good manners, loyalty, culture, intelligence, justice, setting clear goals, honesty, providing opportunities for professional growth, clearly identifying the employee's duties and fixing it in the employment contract.

The analysis shows that the results obtained are consistent with the findings of R. R.Mann gap over runners and allowing for the formulation [7]. Thus, the factor "reliability" corresponds to the "responsibility to subordinates" in our study, "workmates" - "creating a good climate in the team," factor "intrinsic job satisfaction" includes revealed us the - "creating opportunities for professional growth."

These studies show that the scope of the Internet provides a rich opportunity to explore the labor sphere, as an important aspect of human well-being. Content analysis opens up broad prospects for the use of quantitative methods for analyzing problems of well-being.

References.

1. Peterson & Seligman (2003) Character strengths and virtues: A handbook and classification. Washington, DC: American psychological Association
2. Lubomirsky S., King L.A. and Diener E. (2005)/ The benefits of frequent of positive affect: Does happiness lead to success? Psychological Bulletin,131, 803-855.
3. De Neve, Diener, Tay and Xuereb (2013) The objective benefits of subjective wellbeing

4. Gavin J and R. Mason 2004 The virtuous organization: The value of Happiness in the work place. *Organizational Dynamics* 6970 384-395
5. Stefan Seuring, Stefan Gold // Conducting content-analysis based literature reviews in supply chain management, *Supply Chain Management: An International Journal*, 2012 Vol. 17 Iss: 5, pp.544 - 555
6. Qualitative methods. Field case studies. St. Petersburg.: Marshmallow. 2012. – 352 c.
7. M. Armstrong human resource management practices. 10th ed.: Lane. from English. Ed. SK Mordovina. St. Petersburg.: Peter, 2009. 245C. (Series "Classic MBA»).

EMPLOYEE MOTIVATION THROUGH THE PRISM OF THE CONCEPT OF LIFELONG WELLBEING

M.S. Kaz

Tomsk State University, Tomsk Polytechnic University, Tomsk
E-mail: misk3@mail.ru

Abstract. *This article analyzes the concept of continuous prosperity, its origins and current status. The experience cognitive-value approach in the field of motivation, was developed by the author since the mid 90s. There are some results of the statistical analysis of the motivation system researchers. Its problems are discussed on the base of the concept of lifelong wellbeing.*

Keywords: *Lifelong wellbeing, labor motivation, cognitive-value approach.*

1. Introduction.

Conflicts, violations of labor discipline, turnover are the traditional research topics activity of employees in the organization. Luthans F. , S. Youssef and Avolio B. [1] , analyzing the materials research in this area , came to the conclusion that the ratio of papers devoted to dysfunctional behavior of employees and positive aspects of the work relates as 375:1.

Things began to change with call the American Psychological Association President M. Seligman returned to the forgotten purpose behavioral sciences was promote a healthy and happy people, focused on her professional activity [2] and the publication of K..S. Cameron, J.E. Dutton and R.E. Quinn [3].

2. Research problem area.

The reorientation of psychological research on the study of human strengths, as opposed to traditional research, increasingly pay attention to personality weaknesses, helped to form the direction indicated by the term "positive psychology".

Several authors defines positive psychology as a scientific field that is reviewing ways and means to help people in their quest to experience more positive emotions and happiness [4,5].

This concept has found acceptance in the economic studies [6, 7]. Works devoted to the analysis of the positive aspects of work are making life more meaningful and substantive, are increasingly recognized. In Russian studies contributed to this concept of non-classical rationality [8] and analysis of the possibilities of its use in research in the field of motivation, developed by the author in 1995 [9, 10].

Most broad category that characterizes the positive aspects of work was undoubtedly the concept of "subjective wellbeing". It encompasses work as a professional growth goals and intentions of employees, relationships with co-workers [11, 12].

Starting these studies establish Hottorn's experiment, which subsequently led to the formation of the concept of " job satisfaction ."

Today it is established that:

- subjective feeling of well-being is an important factor in job satisfaction [13] ;
- the level of perceived " subjective well-being " of enterprise employees is more reliable predictive indicator of employee turnover than the figure " job satisfaction " [14] ;
- high involvement of employees increases the perceived subjective well-being [15].

These arguments allowed T. Wright conclude: "An organization that promotes the growth of subjective well-being of their employees, makes for itself a distinct competitive advantage in the impending struggle companies for recruitment of staff in terms of its growing deficit" [14, c.120].

3. Methodology and results.

These requirements are met concept payment by results underlying the reform of wage scientists undertaken over the last few years in scientific centers of the Russian Academy of Sciences.

The following principles have been laid down in the new pay system:

- salaries, established by professional groups of scientists depending on the level of education, skills and position;
- saved allowance awarded degrees and honorary titles and paying compensatory nature established by the legislation;
- introduced incentive bonuses based on the results of labor, paid from the state budget and extra budgetary sources was aimed at overcoming the phenomenon of asymmetry caused by the perceived well-being "listless".

In order to introduce a new payment mechanism at the Tomsk Scientific Center, Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences (TSC SB RAS) was designed to regulations "About the forms, procedures and conditions for the use of incentive payments that enhance the effectiveness of scientists and heads of research departments TSC SB RAS". It applies only to researchers of research center.

Feature of the new organization pay scientists was that the criterion for establishing allowances became only be of scientific activity. No qualification scientist or leader, nor the complexity of the duties of his employment when establishing incentive payments are not taken into account. They affect only the size of the salary.

Size of incentive payments researchers established on the basis of individual performance indicators of scientific activity (PRND).

Size incentive allowances researcher is defined as the product of individual performance indicator (IP) in points and price of one points. In turn, the price of one point is defined as the ratio of the fund incentive payments (in rubles) to the sum of the scores of all IP.

What are the results of the introduction of a new mechanism of wages in units of Tomsk Scientific Center?

Analysis shows that the incentive payments stopped scientists depend on the salary, position, and take into account only the contribution of each employee in scientific activities. Indeed, we calculated Spearman correlation coefficient between the position and size of incentive bonuses under the new organization to stimulate scientific activity is very low and is only 0.057 (hereinafter specified correlation coefficients, reliable level of 0.95).

Compare the changes in the relationship impact of the research staff and payment for their labor allows us spent stimulating recalculation of their salary based on the requirements applicable in the TSC SB RAS to implement the provisions of the draft under discussion on wage scientists.

These calculations show that when the system previously used to stimulate communication between researchers and the scientific contribution of the size of his promotion was Spearman coefficient 0.51 (the new system 1); with the factor " post" was previously correlated 0.164 , while the new system , almost 3 times lower (as noted above, only 0.057).

Analysis of data sets on bonuses research teams during periods of application of old and new regulations on promotion of research activities shows that the new system has led to some reduction in wage differentiation. This is evidenced by variation in payment for the results of the research work. Unambiguously negative assess this phenomenon would not be true, as one of the reasons previously high wage differentiation was a significant difference in the promotion of scientists who have made a comparable contribution.

Supports the conclusion of greater objectivity new remuneration system and the calculation of the asymmetry distribution of allowances for the results of scientific activity at the old and new approach to the organization of incentives. Both obey the normal distribution law by the Kolmogorov-Smirnov (significant at the level of 0.95) . However, the asymmetry in the distribution of allowances on the results of scientific activities that are embedded TSC SB RAS, is a weak left hand (skewness 0.47) , while at the same time, the asymmetry in the distribution of allowances for the results of scientific work under the old incentive system is characterized as a strong left-handed (+ 1.17) . This means that if you previously used the incentive scheme pronounced tendency to pay incentive bonuses mostly employees in an amount less than their real scientific contribution. Reallocation of funds intended to stimulate research activities under the new system in favor of some employees (administrative resource factor) according to statistics is less pronounced, as evidenced by its weak asymmetry.

4. Conclusion.

These are some of the results of the use of stimulating payments, focused on increasing the effectiveness of scientists and heads of research departments TSC SB RAS, increasing the involvement of employees, boosting richness of their working lives.

References.

1. Luthans, F., Youssef, C., and B, Avolio. 2007. Psychological Capital: Developing the Human Competitive Edge. Oxford: Oxford University Press.
2. Seligman, M.E.P. 1999. What you can change and what you can't. From the president's address. *American Psychologist* 54(7). - P.559-562.
3. Cameron, K.S., J.E. Dutton and R.E. Quinn. 2003. Positive Organizational Scholarship: Foundations of a New Discipline. San Francisco: Berrett-Koehler.
4. Gavin, J. & R. Mason. 2004. The virtuous organization: The value of Happiness in the workplace. *Organizational Dynamics* 6(7).-P.384-395
5. Wright, T. 2006. To be or not to be [happy]: The role of employee well-being. *The Academy of Management Perspective* 20(3). -P.118-125.
6. Каз М.С. Почему в экономических исследованиях необходим когнитивный подход? *Вопросы философии*, 2009. – N.4. – С.29-40.
7. Каз М.С. Знак и значение в моделях трудовой деятельности: от истории вещей к истории идей *Вопросы философии*, 2011, N4.- С.41-52.
- Каз М.С. Проблемы мотивации труда. Когнитивный подход. Деп. В ИНИОН АН РФ. N50142 от 13.03.95г. 120 с.
8. Лакуны в структуре экономического знания и неклассическая рациональность *Вопросы экономики*, 2007.-N6. С.45-63
9. Динамика экономического знания и мотивация труда. Когнитивно - ценностный подход ТГУ, 2003. – 351с.
10. Мотивация труда: трансформация структуры теоретико - методологического знания и когнитивно - ценностный подход *Вопросы экономики*, 2005. – N12. – С. 82-95.
11. Diener E., E.M. Suh, R.E. Lucas, and H.E.. 1999. Subjective well-being: Three decades of progress. *Psychological Bulletin* 125(22).-P. 276-302.
12. Keys, C., and J. Magyar-Moe. 2003. Flourishing: Positive Psychology and the life well-lived. Washington D.C.: American Psychological Association.
13. Judge, T.A., and S. Watanabe. 1993, Another look at the job-satisfaction relationship. *Journal of Applied Psychology* 78. - P. 939-948.
14. Wright, T. & R. Cropanzano. 2007. The happy/productive worker thesis revisited. *Research in Personnel and Human Resource Management* 26. -P.-269-307.
15. Harter, J., F. Schmidt and T. Hayes. 2003. Wellbeing in the workplace and its relationship to business outcomes: A review of the Gallup studies. In *Flourishing: Positive psychology and the life well lived*, eds. C. Keyes & J.Haidt, 181-196. Oxford, UK: Oxford University Press.

DCF-METHODE VON UNTERNEHMENSBEWERTUNG

K. Kamenskaya

Nationale Polytechnische Forschungsuniversität Tomsk

E-Mail: kkamenskaya@icloud.com

Die wissenschaftliche Betreuerin: Fr. Dr. E. Prokhorets

Im Artikel geht es um Unternehmensbewertung. Die ist ein komplexes und vieldiskutiertes Problemgebiet in Theorie und Praxis schon seit Jahrzehnten. Im Wert eines Unternehmens schlagen sich eine Vielzahl von Einflussfaktoren nieder. Das setzt eine eingehende Analyse und Beurteilung des Bewertungsobjekts sowie seines Markt- und Konkurrenzumfelds voraus. Der vorliegende Artikel stellt die wichtigsten Bewertungsverfahren vor. Wegen ihrer Bedeutung in der Praxis liegt der Schwerpunkt auf der Discounted Cash-flow-Methode (DCF-Methode).

Bewertungsfragen gehören zu den schwierigsten betriebswirtschaftlichen Themenkomplexen, mit denen Unternehmen und Privatpersonen in der täglichen Praxis und auch darüber hinaus konfrontiert sind. Die Bewertungsanlässe sind zahlreich und vielschichtig: von der klassischen Unternehmensnachfolge über den Kauf bzw. Verkauf von Unternehmen und Unternehmensteilen bis hin zu Umstrukturierungen wie Unternehmenszusammenschlüssen, Ausgliederungen oder Abspaltungen sowie dem Ein- oder Austritt von Gesellschaftern reicht das Spektrum der Bewertungsanlässe. Deswegen scheint es aktuell, näher die Bewertungsmechanismen zu analysieren, die sowohl für Deutschland, als auch für andere Länder, inklusive Russland, relevant sind.

Das Ziel des Artikels ist den Unternehmensbewertungsmechanismus aufgrund von Discounted Cash Flow-Methode (weiter DCF-Methode) zu betrachten, weil sich die Bewertung vieler großer Unternehmen mit Hilfe der beschriebenen Methode verwirklicht.

In Deutschland wird auf dem Gebiet der Unternehmensbewertung traditionell das Ertragswertverfahren bevorzugt. Auch das Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) hat als berufsständischer nationaler Standardsetzer auf dem Gebiet der Bewertung bis zum Jahr 2000 in seinen Grundsätzen zur Durchführung von Unternehmensbewertungen (HFA 2/1983) lediglich die Anwendung des Ertragswertverfahrens für Zwecke der Unternehmensbewertung anerkannt [1].

Seit einigen Jahren wird im Zuge von grenzüberschreitenden Unternehmenszusammenschlüssen und der Internationalisierung der Kapitalmärkte in Deutschland zunehmend das sog. Discounted Cash Flow-Verfahren ("DCF-Verfahren") für die Bewertung von Unternehmen herangezogen. Das Verfahren stammt ursprünglich aus der anglo-amerikanischen Bewertungspraxis und wird sowohl für die Unternehmensbewertung bei Transaktionen als auch für die wertorientierte Steuerung von Unternehmen eingesetzt [2].

Mit Hilfe des DCF-Verfahrens wird der Wert eines Unternehmens durch Diskontierung von Cash Flows ermittelt.

Bei der DCF-Methode lassen sich grundsätzlich zwei Ansätze unterscheiden: die Bruttokapitalisierung und die Nettokapitalisierung.

Bei der Bruttokapitalisierung (Entity-Methode) wird zweistufig vorgegangen: Im ersten Schritt wird der Unternehmensgesamtwert durch Abzinsung der erwarteten Free Cash Flows des zu bewertenden Unternehmens bestimmt. Der Unternehmensgesamtwert ist unabhängig von der Finanzierungsstruktur des Unternehmens (Eigenkapital, Fremdkapital) und repräsentiert sowohl die Ansprüche der Eigenkapitalgeber als auch die der Fremdkapitalgeber. Um den Marktwert des Eigenkapitals - den eigentlichen Unterneh-

menenswert - zu ermitteln, wird der Unternehmensgesamtwert im zweiten Schritt um den Marktwert des Fremdkapitals vermindert. Gängige Varianten der Bruttokapitalisierung sind der Ansatz der gewogenen durchschnittlichen Kapitalkosten (WACC-Ansatz), der Total Cash Flow-Ansatz (TCF-Ansatz) sowie der Adjusted Present Value-Ansatz (APV-Ansatz) [1].

Bei der Nettokapitalisierung (Equity-Methode) wird der Wert eines Unternehmens in einem Schritt ermittelt. Die erwarteten, den Eigenkapitalgebern zustehenden Cash Flows werden auf den Bewertungsstichtag mit Hilfe des Kapitalisierungszinses diskontiert. Als Kapitalisierungszins wird die risikoäquivalente Renditeforderung der Eigentümer zu Grunde gelegt. Grundsätzlich entspricht der Equity-Ansatz damit der in Deutschland gängigen Ertragswertmethode.

In der Praxis wird häufig das Konzept der gewogenen durchschnittlichen Kapitalkosten (WACC-Ansatz) für eine DCF-Bewertung herangezogen [3].

Bei Anwendung des WACC-Ansatzes wird der Unternehmensgesamtwert durch Diskontierung der periodenspezifischen Free Cash Flows ermittelt. Verfügt das Bewertungsobjekt zudem über nicht betriebsnotwendiges Vermögen ("nbV"), wird dieses gesondert bewertet und dem Unternehmensgesamtwert hinzugerechnet. Als nicht betriebsnotwendiges Vermögen sind dabei Vermögensteile einzustufen, die ohne Beeinträchtigung des operativen Geschäftes und der eigentlichen Unternehmensaufgabe frei veräußert werden können (z.B. nicht genutzte Grundstücke und Gebäude, Freizeitanlagen). Im nächsten Schritt ist der Marktwert des Fremdkapitals abzuziehen, um zum Wert des Unternehmens zu gelangen.

Der Unternehmenswert (Marktwert des Eigenkapitals) ermittelt sich wie folgt (1):

$$W = \sum_{t=1}^T \frac{CF_t}{(1+WACC)^t} - D \quad (1)$$

mit: W – der Unternehmenswert,
 CF – Cash Flow,
 WACC – die gewogenen Kapitalkosten,
 t – Jahre,
 D – Marktwert des Fremdkapitals.

Der Cash Flow ist grundsätzlich ein wichtiger Indikator für die Innenfinanzierungskraft und gleichzeitig für die gegenwärtige und künftige Ertragskraft sowie für die Ausschüttungsfähigkeit eines Unternehmens. Beim WACC-Ansatz entspricht der Free Cash Flow den Einzahlungsüberschüssen aus dem operativen Bereich des zu bewertenden Unternehmens nach Durchführung von vorteilhaften Investitionen in das Anlage- und Umlaufvermögen und vor Berücksichtigung der Finanzierung des Unternehmens. Es wird also eine vollständige Eigenfinanzierung des Bewertungsobjekts unterstellt [2].

Der Free Cash Flow kann direkt oder indirekt abgeleitet werden. Die Basis für die Ermittlung des Free Cash Flow ist die Plan-Gewinn- und Verlustrechnung sowie die Planbilanz des zu bewertenden Unternehmens. Zur direkten Ermittlung werden alle betriebsnotwendigen, zahlungswirksamen Aufwendungen (z. B. Materialkosten, Löhne/Gehälter, Zinsaufwendungen, Steuern) einer Periode von den zahlungswirksamen Erträgen (z. B. Umsatzerlöse, Beteiligungserträge, Desinvestitionen, Zinserträge, Subventionen) subtrahiert. Bei der indirekten Methode wird der Free Cash Flow aus dem Jahresüberschuss der Plan Gewinn- und Verlustrechnung durch Eliminierung aller zahlungsunwirksamen Bu-

chungen und Berücksichtigung aller zahlungswirksamen, aber nicht ertrags- und aufwandswirksamen Geschäftsvorfälle abgeleitet [4].

In der Praxis dominiert jedoch die indirekte Ermittlung des Free Cash flow einer Periode. Indirekte Ermittlung des Free Cashflow ist in der Tabelle 1 vorgestellt [1].

Die Tabelle 1 – Free Cash Flow Ansatz

Handlung	Kennziffer
	Jahresüberschuss
+	Fremdkapitalzinsen und ähnliche Aufwendungen
-	- Steuerersparnis durch Abzugsfähig. der FK-Zinsen
Ergebnis	Operatives Ergebnis vor Zinsen nach Steuern (NOPLAT)
+ (-)	Abschreibungen/Zuschreibungen
+ (-)	Erhöhung der langfristigen Rückstellungen
-	Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände, in das Sachanlagevermögen, in das Finanzanlagevermögen
- (+)	Zunahme/Abnahme des Working Capitals
Ergebnis	Free Cash Flow

Ausgangsbasis für die Ermittlung der Free Cash Flows sind Planungsrechnungen für die dem Bewertungsstichtag folgenden drei bis fünf Geschäftsjahre, bestehend aus aufeinander abgestimmten Bilanzen, Gewinn- und Verlustrechnungen sowie Kapitalflussrechnungen. Im Anschluss an diese Planungsphase wird in eine nachhaltige Unternehmensphase - die so genannte ewige Rente - übergegangen. In der ewigen Rente wird unterstellt, dass sich die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des zu bewertenden Unternehmens im Gleichgewichts- oder Beharrungszustand befindet und sich die jährlichen Free Cash Flows nicht mehr verändern [4].

Um eine ausreichend aussagekräftige Bewertungsbasis zu erhalten, sind die der Bewertung zu Grunde liegenden Planungsrechnungen der Gesellschaft in ausreichendem Umfang einer Plausibilitätsprüfung zu unterziehen. Dies gilt insbesondere auch für die ewige Rente, da diese in der Regel 70 Prozent bis 90 Prozent des Unternehmenswertes bestimmt.

Interessant ist folgender wesentliche Arbeitsschritte im Rahmen der Plausibilitätsprüfung bei einer Unternehmensbewertung:

- ✓ Abgleich der geplanten Free Cash Flows mit in der Vergangenheit erzielten Free Cash Flows sowie Identifizierung und Erklärung von wesentlichen Schwankungen und uneinheitlichen Entwicklungen,
- ✓ gegebenenfalls Bereinigung vergangener Free Cash Flows um außerordentliche Effekte,
- ✓ Analyse der Planungsprämissen (z.B. Umsatzwachstum, Aufwandsquoten, Investitionsquoten),
- ✓ Abgleich der Planung mit den aktuellen und erwarteten Marktentwicklungen,

Die Plausibilitätsprüfung nimmt bei Bewertungsarbeiten in der Regel einen hohen Anteil des gesamten Zeitbedarfs ein. Auf diese Weise können die Chancen und Risiken der erwarteten Rückflüsse im Bewertungsmodell ausreichend berücksichtigt und Unternehmenswerte für verschiedene Szenarien errechnet werden. Grundsätzlich gilt, dass die Qua-

lität der Unternehmensbewertung ganz maßgeblich von den in die Bewertung eingehenden Daten und von der Sorgfalt bei der Wahl der Bewertungsprämissen bestimmt wird [5].

Ein wichtiger Aspekt dieses Themas ist Ableitung des gewogenen Kapitalkostensatzes. In diesem Zusammenhang werden zur Diskontierung der Free Cash Flows auch beim WACC-Ansatz die gewogenen Kapitalkosten herangezogen. Die gewogenen Kapitalkosten lassen sich als Summe aus den gewichteten Eigen- und Fremdkapitalkosten darstellen. In den gewogenen Kapitalkosten wird zusätzlich der Vorteil der steuerlichen Abzugsfähigkeit der Fremdkapitalzinsen berücksichtigt.

Die gewogenen Kapitalkosten ergeben sich vor Steuern wie folgt (2):

$$WACC = r_e * \frac{E}{V} + r_d * \frac{D}{V} * (1 - s) \quad (2)$$

mit: r_e – Eigenkapitalkosten,
 E – Marktwert des Eigenkapitals,
 V – Unternehmensgesamtwert,
 r_d – Fremdkapitalkosten,
 D – Marktwert des Fremdkapitals,
 S – Die Steuer auf den Gewinn [2].

Die Eigenkapitalkosten berechnen sich aus der Summe eines (quasi) risikolosen Basiszinssatzes zuzüglich einer unternehmensindividuellen Risikoprämie (3).

$$r_e = r_f + (r_m - r_f) * \beta \quad (3)$$

mit: r_e – Eigenkapitalkosten,
 r_f – risikoloser Basiszins,
 $(r_m - r_f)$ – Marktrisikoprämie,
 r_m – Markttrendite,
 β – Beta-Faktor,
 $(r_m - r_f) * \beta$ – Risikoprämie.

Der risikolose Basiszinssatz wird in der Regel aus dem Zinssatz öffentlicher, inländischer Anleihen mit einer festen Laufzeit von zehn oder mehr Jahren abgeleitet. Gemäß der Empfehlung des Arbeitskreises für Unternehmensbewertung des IDW von Januar 2003 kann der Basiszins für den gesamten Planungszeitraum gegenwärtig mit 5,5 Prozent angesetzt werden.

Für die Ableitung der Risikoprämie wird in der Regel auf das sog. Capital Asset Pricing Model (CAPM) zurückgegriffen. Bei der Ermittlung der Risikoprämie wird zwischen dem unsystematischen Risiko und dem systematischen Risiko unterschieden. Das unsystematische Risiko kann ein einzelner Investor grundsätzlich durch Diversifikation seines Portefeuilles aus unterschiedlichsten Anlagen (z.B. Aktien) reduzieren. Folglich wird eine Risikoprämie nur für das systematische, dem nicht durch Diversifikation zu beseitigenden, allgemeinen Marktrisiko (Marktrisikoprämie) bezahlt. Das systematische Risiko wird über den sog. Beta-Faktor gemessen.

Der Beta-Faktor gibt den Risikobeitrag einer Investitionsmöglichkeit (z.B. Aktie) im Vergleich zu dem allgemeinen Marktrisiko wieder. Ein Beta-Faktor größer Eins bedeutet, dass das Risiko der zu bewertenden Investition größer als das Marktrisiko ist und die Rendite der Investition stärker als die Markttrendite schwankt; ein Beta-Faktor kleiner Eins be-

deutet dementsprechend, dass die Rendite der Investition weniger als die Marktrendite schwankt und das Risiko somit kleiner als das Marktrisiko ist. Der Beta-Faktor lässt sich aus Daten des Kapitalmarktes durch lineare Einfachregression ableiten. Bereits berechnete Beta-Faktoren lassen sich z.B. aus dem Kursteil von börsenorientierten Tageszeitungen ablesen. Die Daten werden auch von Finanzinformationsdienstleistern zur Verfügung gestellt.

Bei der Bewertung nicht-börsennotierter Unternehmen können Beta-Faktoren in der Regel nur anhand von börsennotierten Vergleichsunternehmen (sog. Peer-Group) gewonnen werden. Diese Vergleichsunternehmen entsprechen im Idealfall dem zu bewertenden Unternehmen hinsichtlich der operativen Tätigkeit, dem Geschäftsumfang und der Kapitalstruktur. Dieser Idealzustand wird allerdings selten auftreten, so dass Korrekturen der gewonnen Vergleichsdaten erforderlich sind.

Durch Multiplikation des Beta-Faktors mit der Marktrisikoprämie ergibt sich die unternehmensindividuelle Risikoprämie. Folglich muss neben der Bestimmung des Beta-Faktors die Marktrisikoprämie abgeleitet werden [1].

Bei dieser Methode wird der durchschnittlich erzielte und um verschiedene Posten berichtigte Gewinn der letzten 3 oder 5 Jahre errechnet.

Die Fremdkapitalkosten errechnen sich als gewogener durchschnittlicher Kostensatz der einzelnen zinstragenden langfristigen Verbindlichkeiten des zu bewertenden Unternehmens [5].

Im Ergebnis errechnet sich der gewogene gewichtete Kapitalkostensatz durch die Gewichtung der Eigenkapitalkosten mit der Eigenkapitalquote und der Fremdkapitalkosten mit der Fremdkapitalquote. Um den gewogenen gewichteten Kapitalkostensatz zu bestimmen, muss jedoch die in Marktwerten gemessene Kapitalstruktur bekannt sein. Da der Marktwert des Eigenkapitals - der Unternehmenswert - im Zuge der Bewertung erst ermittelt werden muss, besteht somit beim WACC-Ansatz grundsätzlich ein (lösbares) Zirkularitätsproblem.

Es sind folgende Schlussfolgerungen zu ziehen, dass die Bewertung vieler großer Unternehmen mit Hilfe der beschriebenen Methode sich verwirklicht (Die Tabelle 2) [3].

Die Tabelle 2 – Der Unternehmenswert von der DCF-Methode

Objekt	Branche	Mio US \$
Warner	Medien	181.568
PLC SmithKline	Pharma	77.255
Nortel Networks	Ausrüster	61.658
Voice Stream	Telekom.	54.750
Honeywell Internatio.	Diverse	50.133
Wireless Corp.	Telekom.	46.291
Orange PLC	Telekom.	45.967
Liberty Media Group	Medien	44.751
Texaco Inc.	Exploration	43.318
Seagram Co. Ltd.	Medien	42.782
Vivendi Universal (US)	Medien	2.800

Als Schlussfolgerung kann gesagt werden, dass es entsprechend dem Ziel des Artikels die DCF-Methode betrachtet wurde. Die Schlüsselemente, die zu dieser Methode

gehören und auf die zusammenfassende Bedeutung des Unternehmenswertes beeinflussen, sind Free Cash Flow und WACC, inklusive den sogenannten Beta-Faktor.

Es sei auch betont, dass die DCF-Methode als ein rein zukunftsorientiertes Verfahren von Wirtschaftsprüfern entwickelt wurde und vor allem bei größeren Unternehmen angewandt wird. Für die Zwecke der Bewertung von kleinen und mittleren Unternehmen scheint die Methode wenig geeignet, da die Abweichung zum Kapitalmarktzins nicht eindeutig berechnet werden kann.

Quellenverzeichnis.

Unternehmensbewertung [Die elektronische Ressource] // Die Industrie- und Handelskammer Berlin (IHK). URL: http://www.ihk-berlin.de/linkableblob/bihk24/existenzgruendung_und_unternehmensfoerderung/downloads/_download/819272/.29./data/Unternehmensbewertung-data.pdf (дата обращения: 12.10.2014 г.).

1. Dipl.-Kffr. Dr. Anke Nestler und StB Dipl.-Kfm. Thomas Kupke. Die Bewertung von Unternehmen mit dem Discounted Cash Flow-Verfahren [Die elektronische Ressource] // BBP Betriebswirtschaft im Blickpunkt. URL: <http://www.iww.de/bbp/archiv/unternehmensbewertung-die-bewertung-von-unternehmen-mit-dem-discounted-cash-flow-verfahren-f34213> (дата обращения: 10.10.2014 г.).

2. Dr. Christian Zwirner, Karl Petersen. Unternehmensbewertung [Die elektronische Ressource] // URL: <http://www.kleeberg.de/Unternehmensbewertung.774.0.html>

3. Unternehmensbewertung [Die elektronische Ressource] // Die Industrie- und Handelskammer Dresden (IHK). URL: http://www.dresden.ihk.de/servlet/link_file?link_id=31645&ref_knoten_id=50446&ref_detail=portal&ref_sprache=deu (дата обращения: 05.10.2014 г.).

4. Karl Born, Leverkusen. Überleitung von der Discounted-Cash-flow-Methode (DCF-Methode) zur Ertragswertmethode bei der Unternehmensbewertung [Die elektronische Ressource] // Der Betrieb. URL: <http://www.der-betrieb.de/content/dft,222,0101038> (дата обращения: 17.10.2014 г.).

FÖRDERUNG VON INNOVATIVEN UNTERNEHMEN AUF BEISPIEL VON KARLSRUHER INSTITUT FÜR TECHNOLOGIE

N. Kijametdinowa

Nationale Polytechnische Forschungsuniversität, Tomsk

E-mail: nata_liya92@list.ru

Die wissenschaftliche Betreuerin: Fr. Dr. E.K. Prokhorets

Die Verwaltung der Innovationen ist ein Teil der Realisierung der korporativen Strategie und es kann viel größer auf die Lebensmittel, die Dienstleistung, der Produktionsprozesse, der planmäßigen Strukturen sein, der Prozesse der Verwaltung verhalten sich. Während die innovativen Lebensmittel auf die vollere Bedarfsdeckung der Kunden in der Regel gerichtet sind, ist die technologischen Innovationen auf die Verbesserung der Effektivität und der Produktivität der Prozesse hauptsächlich gerichtet.

Ein eigenes Unternehmen zu gründen, die vertraute Arbeitsumgebung zu verlassen oder sogar das Studium abzubrechen für den eigenen Traum – das ist ein Risiko. In der russischen Föderation werden jetzt mehrere Start-Ups und Spinn-offs auf Basis der Universitäten gegründet, deswegen ist es ein aktuelles Thema zu erforschen. Um ein internationales Vergleich zu schaffen, haben wir als Beispiel Karlsruher Institut für Technologien (weiter KIT) ausgewählt als ein erfolgreiches Muster des Funktionierens von mehreren Start-ups oder Spinn-offs. Jedes Gründungsprojekt durchläuft mehrere Phasen, angefangen bei der Ideenfindung über rechtliche Fragen und die Produktentwicklung bis zur Akquise von Kunden. Dabei folgt jedes Gründungsteam seinem eigenen Weg.

Es scheint uns als sinnvoll, die Mechanismen der universitären Förderung von verschiedenen innovativen Unternehmen in Deutschland auf Beispiel von KIT zu betrachten, weil es vom Nutzen auch für die russischen Universitäten sein könnte. Dies könnte als Ziel des Artikels bezeichnet wird.

In Deutschland gibt es eine Vielzahl von Förderprogrammen für Gründungsprojekte und die Entwicklung eines Unternehmens. Damit erhalten Gründer für den Start in die Selbstständigkeit unterstützende Finanzmittel von öffentlichen Institutionen. Die Kombination aus Forschungszentrum und Universität am KIT schafft beste Voraussetzungen für eine Innovations- und Gründerkultur am KIT.

In KIT gibt es die Vereinigungen, die den jungen Unternehmern helfen, die eigenen Unternehmen zu schaffen. Das sind Innovationsmanagement (IMA), die KIT-Gründerschmiede, das Center for Entrepreneurship (CIE), das Business-Club und die Inkubatoren.

Am KIT entwickeln über 5000 Wissenschaftler laufend neue Technologien, die einen Nutzen für Industrie und Gesellschaft versprechen. Gleichzeitig zeigen Unternehmen einen wachsenden Bedarf an neuen Ideen und innovativen Produkten.

Der KIT-Business-Club bringt die Menschen aus Wissenschaft und Wirtschaft zusammen, damit beide Welten effektiver als bisher voneinander profitieren können. Durch die enge Anbindung an das KIT-Präsidium und die organisatorische Einbettung in der KIT-Dienstleistungseinheit Innovationsmanagement sind die Mitarbeiter des KIT-Business-Clubs ein zentraler Knotenpunkt für Informationen und Kontakte in das gesamte KIT [1].

Die KIT-Gründerschmiede bietet Studierenden und KIT-Beschäftigten die Möglichkeit, sich gezielt mit den Themen Gründen und Unternehmertum auseinanderzusetzen. Auf Basis der schon in den vergangenen Jahren aufgebauten Aktivitäten werden in der KIT-

Gründerschmiede in unterschiedlichen Bereichen der Gründerförderung neue Maßnahmen aufgebaut und angeboten. Dazu zählen etwa neue Lehr- und Weiterbildungsformate, ein verbessertes Beratungsangebot und eine KIT-eigene Finanzierungsplattform für junge Gründungsprojekte. Durch Unterstützungsangebote werden Junggründer auf eine Karriere als Unternehmer vorbereitet. Gefördert werden sowohl Start-ups aus dem Kreis der Studierenden als auch Hightech-Gründungen aus dem wissenschaftlichen Bereich.

Gründerberatung am KIT begleitet Studierenden von der ersten Idee bis zur erfolgreichen Gründung. Beratungsservice richtet sich an alle Gründungsinteressierten am KIT. Sie leisten den jungen Unternehmern die konsultativen Dienstleistungen in der Sphäre der Finanzierung, der Suche der Kunden und der Lieferanten usw. Als Beispiel des **Beratungsangebots** führen wir folgende Schwerpunkte an:

- Erstberatung und weitere Begleitung
- Weiterentwicklung von Geschäftsmodellen
- Fördermittelberatung
- Weiterbildungs- und Qualifizierungsangebote
- Netzwerkvermittlung
- Interimsmanagement
- Investorenmatching

Gründungen aus der Wissenschaft heraus benötigen besondere Beratungsleistungen: Neben den Herausforderungen, die alle Gründer meistern müssen, sind für Spin-offs aus Forschungseinrichtungen vor allem Fragen zu Schutzrechten, Lizenzen und die Bewältigung komplexer Produktentwicklungen von Belang. Gründerberater beim KIT-Innovationsmanagement sind auf die intensive Begleitung von Hightech-Gründungen spezialisiert [2].

In persönlichen Gesprächen arbeiten sich die Berater in die zugrunde liegende Technologie und die Projekthematik ein, definieren gemeinsam mit den Gründern die nächsten wichtigen Schritte und unterstützen bei der Auswahl und Antragsstellung von öffentlichen Fördermitteln oder einer sonstigen Anschubfinanzierung.

Die direkte Anbindung der Gründerberater an Experten für Patente und Marken, Markt- und Technologieanalysen, Vertragsverhandlungen sowie viele weitere Themengebiete erleichtert die ersten Schritte für Existenzgründer.

Die Gründerberater des KIT-Innovationsmanagements vermitteln bei Bedarf passende Managementkompetenzen oder engagieren sich selbst für eine begrenzte Zeit als Interimsmanager im Projekt.

Das Center for Entrepreneurship (CIE) ist die Anlaufstelle für Gründer/innen auf dem KIT Campus Süd. Durch Beratungsangebote werden Studierende und Absolventen bei der erfolgreichen Umsetzung ihrer Gründungsideen unterstützt. Begleitet werden Gründer/innen und Start-ups durchgängig von der Ideen- bis zur Wachstumsphase. Potenzielle Gründer und ihre Ideen werden durch die Integration in die aktive Gründercommunity gestärkt. Das CIE unterhält ein umfangreiches internationales Partnernetzwerk bestehend aus Investoren, erfahrenen Gründern und Gründungsunterstützungseinrichtungen [3].

Jedes Gründungsprojekt durchläuft mehrere Phasen, angefangen bei der Ideenfindung über rechtliche Fragen und die Produktentwicklung bis zur Akquise von Kunden. Dabei folgt jedes Gründungsteam seinem eigenen Weg.

Gründerstationen geben dir eine Orientierung, welche Angebote der KIT-Gründerschmiede und ihrer Partner kann man in der Phase verwenden, in der sich das geschaffene Unternehmen befindet. An den einzelnen Stationen bieten sie man Unterstüt-

zung, Informationen und ein Netzwerk.

Station 1 – Orientierung. Egal, ob eine Geschäftsidee nebenbei oder als Ergebnis jahrelanger Forschungsarbeiten entstanden ist, Studierende und Wissenschaftler müssen herausfinden, ob ihre persönliche Zukunft in einem eigenen Unternehmen liegen kann.

Eine Erstberatung und Information sind hilfreich, aber auch, andere Gründer kennenzulernen und sich mit ihnen auszutauschen. Man kann sich von erfahrenen Unternehmern inspirieren und von echten Erfolgsgeschichten motivieren. Man hilft zu prüfen, ob Gründen eine Option für dich ist. Auf diesem Stadium befinden sich die Vorschläge der jungen Unternehmen und ihrer potentiellen Partner.

Station 2 – Fokussierung. Ist die Entscheidung für eine Gründung getroffen, müssen viele Fragen beantwortet werden: Gibt es für die Geschäftsidee überhaupt einen Markt? Wie mache ich aus der Idee ein marktfähiges Produkt? Arbeite ich alleine oder wer ist Teil meines Gründerteams? Wer werden meine Kunden sein?

Man unterstützt auch dabei, deine Geschäftsidee weiterzuentwickeln. Auf dieser Seite findet man Angebote und weitere nützliche Informationen.

Station 3 – Geschäftsplanung. Jetzt geht es an das Formen des Unternehmens. Wenn die Geschäftsidee steht, beginnen der Unternehmensaufbau und die Suche nach dem richtigen Geschäftsmodell. Man entwickelt den Businessplan und muss man verschiedene rechtliche Fragen klären.

Es wird geholfen, das Geschäftsmodell auszuarbeiten und es werden die Fragen beantwortet. Auf dieser Seite findet man die Angebote und weitere hilfreiche Informationen.

Station 4 – Finanzierung. In jedem Gründungsvorhaben stellt sich auf kurz oder lang die Frage nach der Finanzierung. Finanzielle Mittel sind notwendig, um die Idee in die Tat umzusetzen und aus einem Konzept marktreife Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln.

Doch welche Finanzierungsmöglichkeiten gibt es für Gründer/innen für den Unternehmensaufbau überhaupt? Welche finanziellen Mittel erfordert die Gründung? Kann man sich selbst finanzieren oder benötigt man zusätzliche Mittel? Erfüllt man die Voraussetzungen für öffentliche Förderprogramme oder benötigt man privates Kapital?

Um richtig durchstarten zu können, benötigt jede Gründung Startkapital. Vom kleinen Finanzbedarf bis zu millionenschweren Investments für Hightech-Gründungen – die passende Finanzierung zu finden und zu erhalten, ist nicht einfach. Es werden gemeinsam mit dem neuen Start-up-Gründer die Finanzierungsoptionen identifiziert. Die Start-up-Gründer werden auch bei der Einwerbung von Startgeldern begleitet. [4]

Eigenkapital. Wenn Gründer ihre eigenen Ersparnisse, Sachwerte und Eigenleistung in die Unternehmensgründung einfließen lassen, spricht man von Eigenkapital.

Fördermittel. Meist wird im Förderprogramm die zweckgebundene Verwendung der Fördermittel bestimmt, z.B. als Sach- und Personalmittel.

Business Angels. Vermögende Privatpersonen, die sich an einer Geschäftsidee oder an einem Unternehmen mit aktiver Unterstützung (Know-how, Geschäftskontakte) und/oder mit Kapital beteiligen, nennt man Business Angel (Unternehmensengel). Meist werden junge Gründungsprojekte in der Aufbau- und Anfangsphase unterstützt. Als Gegenleistung erhält ein Business Angel zumeist Geschäftsanteile an dem Unternehmen.

Venture Capitalists. Als Venture Capitalist (VC) werden Risikokapitalgeber verstanden, die in bzw. nach der Gründungsphase in ein Unternehmen investieren. Über eine Beteiligungsfinanzierung erhalten die Gründer Fremdkapital, im Gegenzug erhält der Kapitalgeber eine Beteiligung am und ggf.

Crowdfunding /Crowdinvesting. Beim Crowdfunding / Crowdinvesting (Schwarmfi-

finanzierung) präsentieren sich Projekte und Unternehmensgründungen auf Online-Plattformen, um Fremdkapital von einer Crowd (Menschenmenge) zu sammeln. Das notwendige Kapital wird demnach von einer Vielzahl an kleineren Geldgebern zur Verfügung gestellt.

Family Offices. Unter Family Offices versteht man Gesellschaften oder auch spezielle Abteilungen von Banken, in denen das Vermögen von zumeist vermögenden Familien gebündelt und für die Finanzierung von Projekten und Beteiligungen genutzt wird. Family Offices können neben einer finanziellen Unterstützung zumeist auch ihre Geschäftskontakte zum Vorteil für ein Unternehmen einsetzen.

Bankkredit. Beim Bankkredit können Unternehmensgründer einen Kredit bzw. ein Förderdarlehen speziell für ihr Gründungsvorhaben von Banken beantragen. Die Banken entscheiden nach ihren eigenen Kriterien, ob sie einen Kredit gewähren. Laufzeit und Höhe des Darlehens werden entsprechend des Bedarfs bewilligt [5].

Die Wahl der Finanzierung hängt von vielen Faktoren ab und sollte für jedes Gründungsprojekt im Detail betrachtet werden. Die Gründerberater der KIT-Gründerschmiede unterstützen die Start-up-Gründer bei der Suche nach der passenden Finanzierung für das Gründungsprojekt.

Eine umfangreiche Übersicht der Fördermöglichkeiten für innovative und technologieorientierte Gründungsprojekte bietet das Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie. In der Förderdatenbank findet man alle öffentlichen Programme und Finanzhilfen des Bundes, der Länder und der EU. Das sind:

Das EXIST-Gründerstipendium fördert anspruchsvolle, wissensbasierte Gründungsvorhaben in der Frühphase. Es unterstützt Gründer/innen aus Hochschulen und außeruniversitären Forschungseinrichtungen, die ihre Gründungsidee in einen Businessplan umsetzen möchten. Sie erhalten finanzielle Unterstützung während der Ausarbeitung zur Absicherung des Lebensunterhalts und zur Weiterentwicklung der unternehmerischen Fähigkeiten.

Das Programm „Junge Innovatoren“ ist ein erfolgreiches Instrument zur Unterstützung von wissenschaftlichen Gründungen aus Hochschulen und außeruniversitären Forschungseinrichtungen in Baden-Württemberg. Darüber hinaus kann man die Infrastruktur der Hochschule nutzen.

Mit Helmholtz Enterprise klassik (HE klassik) werden gezielt die Ausgründungen der Helmholtz-Zentren am KIT unterstützt. Helmholtz stellt den Instituten Mittel zur Verfügung, um in der Ausgründungsphase zusätzliches Personal zu finanzieren. Dadurch entsteht der Freiraum, der notwendig ist, um das Gründungsvorhaben konzentriert voranzutreiben. In einem HE-Projekt wird die Idee geprüft, die Unternehmensgründung konkretisiert und ein Businessplan ausgearbeitet.

Mit dem Exi Hightech-Gründungsgutschein können Gründungsvorhaben im Hightech-Bereich ihre Geschäftsidee beim Gründungs-Check-up von neutralen Beratern bewerten lassen. Im Anschluss können die Gründer/innen ihre kaufmännischen Kenntnisse durch professionelles Coaching aufbessern. Berater unterstützen bei Fragen rund um Businessplan, Vertrieb, Finanzierung & Co.

Mithilfe der „Gründungsoffensive Biotechnologie (GO-Bio)“ werden Wissenschaftler/innen der Lebenswissenschaften bei Gründungsvorhaben unterstützt. Die Forschungsteams erhalten die Möglichkeit, ihre technischen Innovationen in der Forschung voranzutreiben und für eine Unternehmensgründung vorzubereiten. Ziel ist die Gründung eines Biotech-Unternehmens [6].

Station 5 – Gründung. Nach der Gründung des Unternehmens fokussiert sich alles

auf die weitere Unternehmensentwicklung. Akquise von Kunden, Räumlichkeiten und Personalrecruiting sind nur einige der Herausforderungen, die ab jetzt auf das neue Start-up warten [4].

Auch wenn man nun auf eigenen Beinen steht – das KIT bietet immer wieder einen Grund, vorbei zu schauen. Sei es, um unter den Studierenden neues Personal zu gewinnen, im KIT-Gründernetzwerk auszutauschen oder junge Gründerteams zu inspirieren.

Bis heute hat das KIT kontinuierlich die Aktivitäten zur Gründungsförderung ausgebaut. Man beobachtet einen Positivtrend an Gründungsvorhaben und Unternehmensgründungen am KIT. Die Meisterstücke wurden überwiegend vom Center for Entrepreneurship und von KIT-Innovationsmanagement begleitet und betreut.

Quellenverzeichnis.

1. Der KIT-Business-Club [Die elektronische Ressource] // Karlsruher Institut für Technologien. URL: <http://www.innovation.kit.edu/business-club/index.php> (Das Datum der Anrede 10.10.2014).

2. KIT-Innovationsmanagement [Die elektronische Ressource] // Karlsruher Institut für Technologien. URL: <http://www.innovation.kit.edu/ima.php> (Das Datum der Anrede 10.10.2014).

3. Gründerberatung am Center for Entrepreneurship [Die elektronische Ressource] // Karlsruher Institut für Technologien. URL: <http://kit-gruenderschmiede.de/de/gruenderberatung/beratung-fuer-studierende/> (Das Datum der Anrede 11.10.2014).

4. Gründerstationen – Von der Idee zum Meisterstück [Die elektronische Ressource] // Karlsruher Institut für Technologien. URL: <http://kit-gruenderschmiede.de/de/gruenderberatung/stationen-zum-gruenden/> (Das Datum der Anrede 12.10.2014).

5. Das Einmaleins der Gründungsfinanzierung [Die elektronische Ressource] // Karlsruher Institut für Technologien. URL: <http://www.kit-gruendernews.de/?p=25> (Das Datum der Anrede 13.10.2014).

6. Förderprogramme für Gründungen [Die elektronische Ressource] // Karlsruher Institut für Technologien. URL: <http://kit-gruenderschmiede.de/de/finanzierung/foerderprogramme/> (Das Datum der Anrede 13.10.2014).

BESONDERHEITEN DER INNENREVISION DES HANDELSUNTERNEHMENS

A.A. Kutschumowa

Nationale polytechnische Forschungsuniversität, Tomsk

E-mail: AngelikaKuchumova@mail.ru

Die wissenschaftliche Betreuerin: Fr. Dr. E. Prokhorets

Im Artikel werden der Inhalt, der Schwerpunkt und die Besonderheiten der Innenrevision betrachtet. Es wird die Technologie der Durchführung der Innenrevision beschrieben, außerdem werden die bei der Innenrevision des Handelsunternehmens entstehenden Probleme beschrieben. Dabei werden einige Lösungen der Innenrevisionsprobleme vorgeschlagen.

«Ich bin nicht sicher, ob man reicher wird, indem man die ganze zugängliche Information benutzt, aber ich bin überzeugt, dass man alles verliert, falls man das nicht tut». (Jack Lawrence Treynor)

Das hat Jack Lawrence Treynor, ein US-amerikanischer Manager gesagt. Die Rede ist hier von der Bedeutung der erhaltenen Information für die rechtzeitige Reaktion auf die Veränderungen bei der Arbeit des Unternehmens. Konkurrenzfähig ist das Unternehmen im Fall der geschäftstüchtigen Zusammenfassung und der unverzüglichen Analyse der Information. Diese Aufgaben werden durch die Innenrevision gelöst.

Das Untersuchungsziel des Artikels besteht darin, die Besonderheiten der Innenrevision des Handelsunternehmens festzustellen.

Um das vorgegebene Untersuchungsziel zu erreichen, ist es zweckmäßig, folgende Aufgaben zu lösen:

- Die Literaturbericht zum Thema der Innenrevision und der Verfahren der Innenrevisionsdurchführung in dem Handelsbereich.
- Die Audittypen zu untersuchen und die besonderen Eigenschaften der Innenrevision zu bestimmen.
- Das Durchführungsverfahren der Innenrevision des Handelsunternehmens zu betrachten.
- Die Probleme des Innenrevisionsprozesses des Handelsunternehmens festzustellen und die Maßnahmen bezüglich der Problemlösung vorzuschlagen.

Wir bestimmen das Audit als folgendes: das Audit ist ein unabhängiges Bewertungsverfahren der Unternehmenstätigkeit, des Systems, des Prozesses, des Projekts oder des Produktes [2].

Es gibt mehrere Audittypen, z.B. technisches Audit, Öko-audit, Prozessaudit und Innenrevision. Die Innenrevision kann in verschiedenen Bereichen durchgeführt werden, wo die Betriebseffizienz bewertet werden kann.

Obwohl die Innenrevision eine relativ neue Erscheinung in Russland ist, ist dieses Audittyp heutzutage ein aktuelles Verfahren und ein aktuelles Managementeffizienzsteigerungszeug und auch ein Mittel der kardinalen Umstrukturierung der Betriebs- und Organisationsprozesse, die in dem Unternehmen durchlaufen.

Die Innenrevision ist ein sinnvolles, wirtschaftlich vorteilhaftes Durchführungszeug der aktuellen Geschäftsprozesse und der Operationen als Geschäftselemente.

Unten wird die Innenrevision des Handelsunternehmens ausführlicher betrachtet.

Vor allem bestimmen wir den Begriff der Innenrevision.

In vielen literarischen Quellen wird der Begriff „die Innenrevision“ hinsichtlich des grundlegenden Begriffs von Alvin A. Arens und James K. Loebbecke interpretiert, der Begriff ist in dem gleichnamigen Lehrbuch „Audit“ vorgestellt.

In Anlehnung an den erwähnten Begriff wird „die Innenrevision“ definiert als die Untersuchung jedes Verfahrensteils und der Funktionsmethoden des Wirtschaftssystems, um die Arbeitsleistungen und die Arbeitseffizienz zu bewerten [3].

Es sei betont, dass die Arbeitsleistungen als die Erreichung der bestimmten Ziele definiert werden, und dass die gebrauchten Zielerreichungsmittel unter den Ressourcen verstanden werden

Es gibt auch andere Interpretationen des Begriffs. Zum Beispiel, George Robertson, ein englischer Wissenschaftler, bestimmte „die Innenrevision“ als „die Untersuchung von den Wirtschaftsprüfern der Unternehmensverfahren, die Untersuchung hat das Ziel, die Empfehlungen in Bezug auf die wirtschaftliche und effektive Nutzung der Ressourcen und der effektiven Zielerreichung und der Praxis des Unternehmens zu geben“ [4, 467].

Der Meinung von Swetlana Bytschkowa nach, bei der Innenrevision werden die Funktionsziele des Unternehmens im Allgemeinen und die Funktionsziele der Strukturelemente im Einzelnen, das Planungssystem, die Prüfungsverfahren, sowie die Nutzungseffizienz der Ausstattungen und der Arbeitskräfte geprüft [5, 15].

Ausgehend von den vorstehenden Definitionen wird die Innenrevision als das Monitoring und die unabhängige, kompetente Bewertung der Untersuchungsverfahrenqualität und auch als die Bewertung der Effizienz und der Arbeitsleistungen der Geschäftsbetriebe in jedem Bereich der Unternehmenstätigkeit bestimmt, die auf den komplexen, systematischen und objektiven Prozess der Sammlung und der Analyse der Wirtschaftsprüfungsbeweise der Effizienz der Betriebsfunktion basieren, um die Empfehlungen bezüglich der Optimierung und der Vervollkommnung der Funktionssystemen des Unternehmens zu bekommen.

Das Ziel der Innenrevision ist die Nachteile der Unternehmenstätigkeit festzustellen und aufzuräumen und auch die Wirtschaftstätigkeit durch die effektive Ressourcennutzung zu vervollkommen.

Die Innenrevision hat folgende Aufgaben:

- Den Erreichungsgrad der geplanten Leistungszahlen zu bestimmen;
- Die Funktionseffizienz der Unternehmenstätigkeit und der Unternehmensstrukturen zu bewerten;
- Die Beachtung der gesetzlichen Anforderungen und der Rechtsvorschriften zu prüfen.

Obwohl die Innenrevision auch aus drei Etappen besteht (die Planung, die Prüfung der Tätigkeit am Arbeitsplatz, die Vorbereitung der Buchungsbelege und der Management-Empfehlungen), ist die Besonderheit dieses Wirtschaftsprüfungstyps das Vorbereitungsverfahren des Abschlussberichts. Der Vorbereitungsprozess dieses Abschlussberichtes unterscheidet sich von den anderen Audittypen durch die Kompliziertheit, die darin besteht, dass es viel schwieriger ist, die Operationsleistungsfähigkeit, als die Unterlagenentsprechung den Voraussetzungen bezüglich der Dokumentationsführung zu bewerten.

Die Bewertungskriterien sind für jeden Wirtschaftsprüfungstyp subjektiv, weil es keinen Plan und keine verbindlichen Kennziffern gibt, die der Wirtschaftsprüfer zu bewerten hat. Deswegen prüft der Wirtschaftsprüfer in einem Unternehmen die Zuverlässigkeit und die Glaubwürdigkeit der Information, die die Verwaltung für die Unternehmensleitung

benutzt, und macht in einem anderen Unternehmen auf den Dokumentenverkehr des Verkaufsprozesses der aufmerksam. Von diesem Standpunkt aus ist eine andere Besonderheit der Innenrevision die Vorstellungsnotwendigkeit nicht nur des Abschlussberichts, sondern auch der Maßnahmen, die das Funktionssystem des Unternehmens vervollkommen.

Die andere Besonderheit der Innenrevision ist keine Beschränkung bezüglich der Wirtschaftsprüfungsquellen. Im Laufe der Innenrevision am Arbeitsplatz des Handelsunternehmens werden nicht nur die primären Unterlagen, die die Verkäufe, die Buchhaltungsunterlagen und die analytische Dokumentation, die Finanzberichte ausweisen. Außerdem werden die Akten der vorigen Innenrevision und Steuerprüfung geprüft. Die Mitarbeiter können auch von dem Wirtschaftsprüfer befragt werden. Ansonsten kann der Wirtschaftsprüfer die Information anfordern, die er für die Untersuchungsvollständigkeit und die weiteren Empfehlungen in Bezug auf die Managementeffizienz des Unternehmens braucht.

Bei der Innenrevision der Handelsunternehmen werden verschiedene Verfahren der Zusammenfassung der notwendigen Information gebraucht. Zu den Charaktereigenschaften des Handelsbetriebs gehören der Wareneinkauf, die Warenlagerung und der Produktabsatz. Infolgedessen wird große Aufmerksamkeit der Prüfung der Vollständigkeit und der rationellen Nutzung der Waren, der Information und des Unternehmensbestands geschenkt. Deswegen ist die Innenrevision von großer Bedeutung. Der Innenrevisionsbedarf der Handelsunternehmen kann auch unter folgenden Bedingungen entstehen:

1. Die Betriebserweiterung, die Einführung die neue Technologie, die Kostenminimierung.
2. Die Rektifikation des betrieblichen Rechnungswesens.
3. Der Rückgang der Wirtschaftsleistungen für das Sichtbarmachen der Veränderungsgründe.
4. Die Arbeitsunternehmensoptimierung.
5. Die Problemlösung bezüglich der Unternehmensschulden [6].

Das Innenrevisionsverfahren ist von der Unternehmensstruktur und dem Unternehmenstätigkeitsgebiet abhängig, z. B. es ist wichtig zu wissen, was für einen Handel das Unternehmen betreibt: einen Einzel- oder Großhandel.

Man unterscheidet mehrere Etappen bei dem Innenrevisionsverfahren des Handelsunternehmens.

Die erste Etappe ist die Einsicht in die Unternehmensurkunden. Im Laufe der ersten Etappe wird geprüft, ob die Unternehmensunterlagen den strengen Anforderungen entsprechen. Die Handelslizenz und das Produktzertifikat werden auch geprüft.

Die zweite Etappe ist die Bewertung der Betriebsfunktionseffizienz. Hier wird die Glaubwürdigkeit der vorgestellten Information hinsichtlich der Buchhaltungs- und Steuerberichte geprüft. Die in dem Unternehmen durchführenden Operationen werden auch geprüft, um die Wirtschaftseffizienz zu gewährleisten und die Fehler festzustellen.

Während der zweiten können nötigenfalls folgende Unterlagen geprüft werden: die Stellenbesetzungsordern, die Liste der materiell haftenden Personen und weitere Unterlagen, die bei der Unterschlagung oder dem Amtsmissbrauch erforderlich sind.

Die dritte Etappe ist die Wirtschaftsprüfung der Betriebsfunktion. Diese Etappe wird durch die besondere Kompliziertheit und die Arbeitsintensität gekennzeichnet. Urtümlich wird die Bilanzierungspolitik des Unternehmens geprüft. Weiter werden stufenweise betrachtet: der Betriebsfonds des Unternehmens (die Korrektheit der Bildung des ursprünglichen Werts des Anlagevermögens, der Aktivierungsordnung in den Konten des Anlagevermögens, der Ausstellungsentsprechung der primären Erfassungsbelege den Normativa-

kten nach den Erhalt- und Entsorgungsvorschriften, der steuerlichen Erfassung des Anlagefonds), der Warenvorräte (die Bildung der Berichtselbstkosten und die Bestandsaufnahme), die Vertriebskosten, die Richtigkeit der Auslöhnung der Lieferanten, der Kunden, der Gedingeunternehmer, der Geschäftspartner; die Gewinnbildung; die Berechnung des Budgets (z.B. Mehrwertsteuer, die Besitzsteuer).

Die vierte Etappe ist abschließend. Im Rahmen der vierten Etappe wird der Bericht basierend auf den Ergebnissen der Prüfung am Arbeitsplatz erstellt. Der Bericht ist von der Empfehlungsunterlage begleitet, die alle festgestellten Fehler und die Fehlerabstellungsempfehlungen ausweist.

Bei der Innenrevision können einige Probleme entstehen. Wir bestimmen die bedeutendsten davon und bezeichnen die Lösungen.

Eines der Probleme, mit dem der Wirtschaftsprüfer zusammenstoßen kann, ist die Unternehmensgröße. Zweckmäßig ist, dass die Innenrevision gleichzeitig von mehreren Wirtschaftsprüfern durchgeführt würde, damit es keinen Zeitmangel gäbe.

Ein weiteres Problem ist die von der Unternehmensverwaltung falsch vorgegebene Ziel- und Problembestimmung. Dieses Problem ist kaum zu lösen, weil es von der Kompetenz der Unternehmensverwaltung in diesem Bereich abhängig ist.

Die Schlussfolgerungen:

Heutzutage ist die Periode der Erholung nach der großen Weltwirtschaftskrise und der Unsicherheit der Wirtschaftsbeziehungen, deswegen reorganisieren die Unternehmen ihre Strategien, um das ständige Geschäftssteigen zu erreichen, und setzen fort, nach den Wege der Steigerung des Unternehmenswerts zu suchen, indem man die Betriebseffizienz vervollkommnet, u. a. die Qualität, die Effizienz, die Umweltschutzsicherheit, der Gebrauchswert. Aus diesem Grund ist die Hauptaufgabe der Leitungspersonal, auf die Initiativen und Probleme aufzupassen, die die Operationsmodelle der Geschäftstätigkeit und der Geschäftsprozesse zu bewirken, z. B. das Umweltmanagement, die Operationsvervollkommen, die Optimierung der Lieferungskette, die Innovationseinführung.

Die Innenrevision hilft, falls die Probleme bei der Unternehmensleitung entstehen und bei der Modernisierung oder der Erweiterung des Unternehmens.

Es ist wichtig, dass das Unternehmen nach der Innenrevision nicht nur den Bericht, sondern auch die Anleitung zum Handeln bezüglich der Fehleraufräumung oder Fehlerprävention in der Zukunft erwirbt. Dadurch kann das Unternehmen auf ein neues Entwicklungsniveau steigern, die richtige Managementpolitik bauen und die Auseinandersetzungen mit den Behörden, wobei es das Berichtswesen und die Steuerbelastung optimiert.

Quellenverzeichnis.

1. Das Föderalgesetz vom 30.12.2008 N 307-ФЗ (Redaktion vom 04.03.2014) "Über die Wirtschaftsprüfungstätigkeit" (30.12.2008) [die elektronische Quelle] // Consultant Plus. URL: http://www.consultant.ru/popular/auditor/?utm_campaign=lawdoc_dynamic&utm_source=google.adwords&utm_medium=cpc&utm_content=1&gclid=Cj0KEQjw_IKiBRD7rPqut_OZ4qgBEiQASm4GAgPACnyZr72um6dyw4EHkz7ugbVseC7m0LJVkOG8KJwaAqDy8P8HAQ (дата обращения: 05.09.2014 г.).
2. Andre Heerlein: Einflussfaktoren auf die Kapazität der Internen Revision: Zur Gestaltung einer effektiven Revisionsfunktion. Berlin 2009.
3. Alvin A. Arens und James K. Loebbecke. Audit: Übersetzt vom Englischen von J. Sokolowa. – Moskau: Finanzen und Statistik, 2001. – 560 Seiten.
4. Robertson G. Audit: übersetzt vom Englischen. Moskau, 1993.

5. Bytschkowa S. M. Wirtschaftsprüfungstätigkeit: Theorie und Praxis. Sankt-Petersburg, 2000.
6. Sitnow Alexej. Innenrevision. Theorie und Organisation, 2011. – 381 Seiten.
7. Thibodeaux B. What Is an Operational Audit Process? [Электронный ресурс] // Demand Media. 2014. URL: <http://smallbusiness.chron.com/operational-audit-process-24707.html> (дата обращения: 7.09.2014 г.).

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AUDIT OF SHELL COMPANY IN NIGERIA

A. Ogunlana

Tomsk Polytechnic University, Tomsk

E-mail: aystar15@mail.ru

Scientific adviser: Goriunova N.N., cand. of econ. sciences, docent

In recent times, Corporate Social Responsibility (CSR) has gained much popularity in corporate Nigeria. Many big firms have identified with the concept, and have demonstrated what CSR means to them and their stakeholders via the execution of several projects and programmes targeted at improving the lot of their host communities.

It would be rare to find any of the established companies that would present an annual report without having any record of CSR activities carried out within the year. Even SMEs these days do not want to be left out and have been seen to look for projects within their budget to execute as CSR.

The purpose of this paper is to understand what is CSR, also audit the activities of a multinational oil company (shell), how they have affected the communities in which they are located negatively and their positive impact using CSR. My task is to define CSR, the negative impact of oil spill and gas flare in Niger Delta and csr activities of Shell Company.

According to D. Crowther [1] the necessary need for audit is to report firm's activities which stresses the need for the identification of socially relevant behavior, the determination of those to whom the company is accountable for its social performance and the development of appropriate measures and reporting techniques.

In accordance with the definition of Business Dictionary.com [2], CSR as a company's sense of responsibility towards the community and environment (both ecological and social) in which it operates. Companies express this citizenship through their waste and pollution reduction processes, by contributing educational and social programs, and by earning adequate returns on the employed resources. A broader definition expands from a focus on stakeholders to include philanthropy and volunteering.

Looking at the statistic giving by Triple Pundit (a certified business corporation) [3] Niger Delta is 112,000 square kilometers, wetland area made of several ecological zones, including sandy coastal ridge barriers, mangroves, permanent and seasonal freshwater swamp forests, and lowland rain forests. It is home to more than 3,000 communities and a growing population recently estimated at some 30 million, which the United Nations Development Program (UNDP) projects will increase to 46 million by 2020. Subsistence farming and fishing, or some combinations thereof, are the principal mainstays of resi-

dents' livelihoods. Urbanization, industrialization and deforestation are taking a heavy toll on the Delta region's soil, land, water and air. The country's forest area has been reduced by around half between 1990 and 2008, which is degrading the region's agricultural productivity and water resources. Local activists and residents, as well as local and foreign scientists and researchers, have decried the fouling of the Delta region's air, land and water, much of it attributed to pollution associated with oil and gas exploration and production.

Agreeing with Oil and Gas Journal [4] Nigeria was estimated to have 37.2 billion barrels of proven oil reserves as of January 2010, with a "nameplate" production capacity of around 2.9 million barrels per day (b/d), according to the US Energy Information Administration. That makes it the tenth-largest oil rich nation in the world, one that holds nearly 30% of the African continent's known proved reserves. All of that is located in the Niger Delta, where Shell Nigeria, with the Bonga deepwater project, is now moving its Nigerian oil and gas production efforts offshore. Oil and gas revenue accounts for 40% or more of Nigeria's GDP, 65% of federal government revenue and 95% of its foreign exchange earnings. Nearly 40% of the country's oil exports wind up in the US. Spread over 30,000 square kilometers, Shell has 90 oil fields, 1,000 producing wells, 72 flowstations, 10 gas plants and two major oil export terminals in Nigeria. Its network of flowlines and pipelines extends more than 6,000 km.

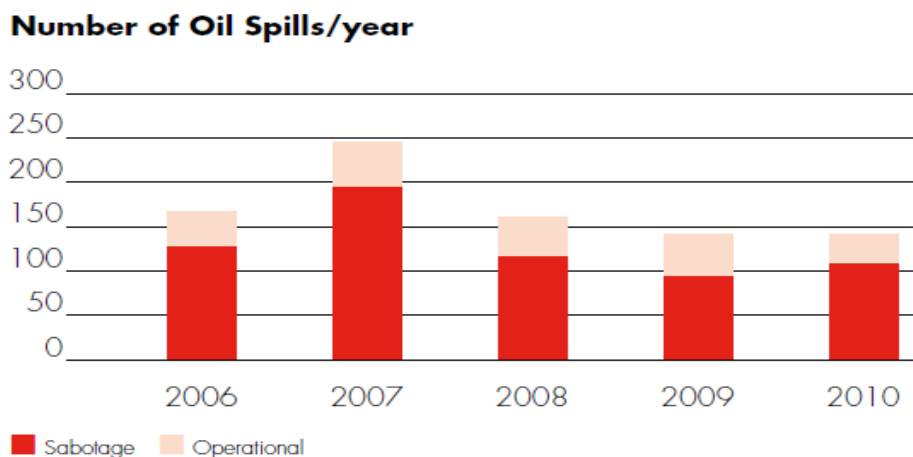
According to Independent Statistic Analysis [5], this oil and gas multination company have polluted the ecology system of Nigeria in two ways:

1. Oil spills

a. up to 1.5 million tons of oil have been spilled in Niger delta area over the past 50 years, making it one of the most polluted places on the planet (pic.1);

b. destruction of fisheries Niger Delta never had fish brought in from outside. They had no idea what frozen fish meant. But Today, there is not a single person in these communities you could describe as a fisherman. They depend almost totally on frozen fish.

c.

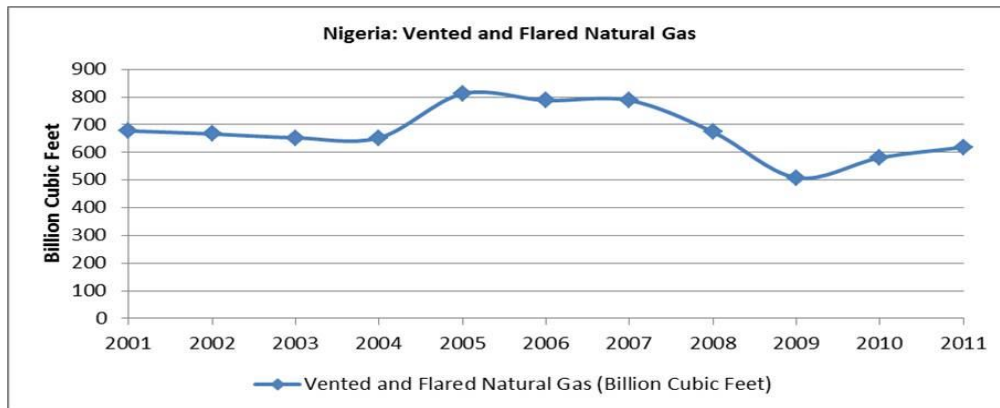


Pic 1. Oil spills from year 2006 to 2010 in Niger Delta region of Nigeria, barrels [5]

2. Gas Flaring

According to Sundry Thought [6] In 2007, The Nigerian government's Department of Petroleum Resources (DPR) stated – 80 % of gas is being flared Impacts of flaring Nigeria is the world's second largest gas flair spot after Russia. Human health is a major cas-

uality. The flares contain a cocktail of toxins - that leads to premature deaths, child respiratory illnesses, asthma and cancer.



Pic 2. Nigeria Vented and Flared Natural Gas – data from Energy Information Administration (EIA) [6]

Due to these oil spills and gas flare, the Ogoni People starts campaigning to Shell for their right to control and receive a far proportion of Ogoni oil revenues. Due to increasing economic collapse in the region, warring ethnic groups find oil companies to be tempting targets leading aggravated youths to resort to violence in order to receive their perceived compensation. Oil Company properties' are invaded, employees kidnapped, and facilities shut down. Oil companies are then forced to pay the ransom to release captured personnel.

According to International Business Times [7] In May 20, 2014 Shell give the statistic of volume of operational spills that fell by around 30% in 2011. Of 401 sites needed remediation in 2011, 75% were cleaned. All of SPDC's facilities certifies to ISO-14001. SPDC's operation is covered by pipeline and asset surveillance contracts to ensure that spills are discovered and responded quickly. In 2010, SPDC paid more than \$1.7 million in compensation. Cleaning and remediation of spills. In Aug 2011, it shut down production of 25,000 barrels/day from Imo River area after repeated attacks on pipelines. In Dec 2011, oil leak loss of 35,000 barrels. Shell also told investor of considering Climate Change Risks And Trying To Reduce Flaring In Nigeria.

Also according to Shell sustainable report [8] Shell take part in Corporate Social Responsibilities by engaging in community development programs include micro credit scheme and health scheme. They have about 27 clinics in the delta. They are a major supporter of education of young children, with over 17,000 children on Shell scholarship at any point in time. – As of year-end 2010, Shell companies in Nigeria had trained some 1,900 service providers in general contracting, developed eight local dredging companies, awarded 10 UK scholarships and trained more than 3,000 people in entrepreneurship, scaffolding, project management, welding, catering, and other vocations. – In 2010 SPDC and SNEPCo provided more than \$22.85 million of a total \$71 million to local community projects. SPDC are encouraging the community to own and drive development themselves while they provide financial assistance to them and technical assistance through development NGOs. They have established operating procedures and guidelines to help make the process accountable and transparent. and still carry out major infrastructure in partnership with government, and other local and international partners.

In Nigeria, an attempt was made within the last five years to legislate CSR through an Act of the National Assembly but it was turned down because people think that , it would have created a very bad impression as well as provide public evidence of the failure of the Nigerian government to use the vast amount of resources available in the country for the purposes of social, economic and environmental development. Saying that “governments have the constitutional and ultimate responsibility for the development of any nation or country. These include the maintenance of law and order and the provision of basic socio-economic infrastructure.”

Putting that into consideration, also need to know that the Nigeria government has failed in their duty to the economy and the companies knowing these uses these as an opportunities not to do their CSR duties but to bribe the government case study of Wiwa family lawsuits against Royal Dutch Shell. As CSR is important to the economy so also it can be used as a political weapon (case study – Wiwa v. Shell [9]). Not being able to enforce the CSR law have giving the companies in Nigeria the opportunity to lie about their CSR duties to the people of Nigeria.

My opinion is that due to SCR participation of shell company in Nigeria, they have being able to stay in business and also the kidnapping of shell employees have been reduced extravagantly. With these commitments, they would become more sustainable, reliable and competitive in their industry.

It has been shown through studies that Companies are not for profit alone (although it's the primary goal) but to also to give back to the society in which they operates in other to live a healthy life. With this I have the believe that it will improve the economy situations in Nigeria in a positive way.

References.

1. Crowther, David (2000). Social and Environmental Accounting. – Financial Times/Prentice Hall. – P. 20.

2. Business Dictionary [Electronic resource] // URL: <http://www.businessdictionary.com/definition/corporate-social-responsibility.html> (date of the address: 09.10.2014).

3. Triple bundit – Shell in Nigeria [Electronic resource] // URL: www.triplepundit.com/.../shell-nigeria-csr-corporate-social-responsibility (date of the address: 05.10.2014).

4. KPMG – Oil and Gas in Nigeria [Electronic resource] // Oil and Gas Journal. URL: <https://www.kpmg.com/Africa/en/IssuesAndInsights/Articles-Publications/General-Industries-Publications/Documents/Oil%20and%20Gas%20in%20Africa%202014.pdf> (date of the address: 05.10.2014).

5. Analysis of Nigeria [Electronic resource] // Independent Statistic Analysis. URL: <http://www.eia.gov/country/cab.cfm?fips=NI> (date of the address: 25.09.2014).

6. Sundry Thought [Electronic resource] // URL: <http://lokoja.wordpress.com/2013/05/03/gas-flaring-and-nigeria> (date of the address: 25.09.2014).

7. Int. Business Times - Shell Says It's Considering Climate Change Risks And Trying To Reduce Flaring In Nigeria [Electronic resource] // International Business Times. URL: <http://www.ibtimes.com/shell-says-its-considering-climate-change-risks-trying-reduce-flaring-nigeria-1587302> (date of the address: 01.10.2014).

8. Shell Sustainable Report [Electronic resource] // Company Shell. URL: <http://reports.shell.com/sustainability-report/2013/our-activities.html?cat=b> (date of the address: 15.10.2014).

9. Family lawsuit against shell [Electronic resource] // URL: http://en.wikipedia.org/wiki/Ken_Saro-Wiwa (date of the address: 15.10.2014).

DEUTSCHE WIRTSCHAFT

O. Protopopova

Nationale Polytechnische Forschungsuniversität Tomsk

E-mail: Shewasonceuntouchable@mail.ru

Die wissenschaftliche Betreuerin: Dr. Fr. L. Tarassova

Im Artikel geht es um die Wirtschaft Deutschlands und ihre Bedeutung für die ganze Welt. Deutschland in unserer Zeit ist nicht nur die größte Volkswirtschaft Europas, sondern auch die viertgrößte Volkswirtschaft weltweit. Es ist wichtig zu verstehen, was steht im Grund der erfolgreichen Wirtschaft von Deutschland und welche Probleme oder Schwierigkeiten hat es.

Deutschland ist eine des entwickelten Industrielands in der Welt. Die Wirtschaft Deutschlands ist hinsichtlich des Bruttoinlandsprodukts die größte Volkswirtschaft Europas und die viertgrößte Volkswirtschaft weltweit. Beim Bruttoinlandsprodukt pro Kopf liegt Deutschland 2012 in US-Dollar gerechnet in Europa an zwölfter und international an 21. Stelle. Die deutsche Volkswirtschaft konzentriert sich auf industriell hergestellte Güter und Dienstleistungen, während die Produktion von Rohstoffen und landwirtschaftlichen Gütern nur eine geringe wirtschaftliche Bedeutung hat. Die größten Handelspartner sind andere Industrieländer, wobei im Außenhandel insgesamt ein beträchtlicher Überschuss erzielt wird. Als weltweit konkurrenzfähigste Wirtschaftsbranchen der deutschen Industrie gelten die Automobil-, Nutzfahrzeug-, Elektrotechnische, Maschinenbau- und Chemieindustrie. Im Dienstleistungsbereich sind international die Versicherungswirtschaft, insbesondere die Rückversicherungen, bedeutend. Eine Vielzahl von weltweit bedeutenden Messeveranstaltungen, Kongresszentren, Ausstellungen sowie eine im internationalen Maßstab bedeutende Museums- und Veranstaltungslandschaft sind wichtige Grundlage von Tourismus und Reiseverkehr von und nach Deutschland. Unverzichtbar sind der Import von Energierohstoffen und fast aller anderen Rohstoffe. Wie in allen großen Staaten, gibt es auch in Deutschland ein ausgeprägtes wirtschaftliches Gefälle zwischen wirtschaftsstärkeren und schwächeren Regionen [1].

In der heutigen Zeit befinden sich die wirtschaftsstärksten Gebiete in den Ballungsräumen des Südens, vor allem in München, Stuttgart, Frankfurt und Mannheim. Charakteristisch ist hier der im Vergleich zu anderen europäischen Metropolregionen relativ hohe Anteil an Industrie bzw. verarbeitendem Gewerbe. Auch die Region um die Hafenstadt Hamburg im Norden gehört zu den wirtschaftsstarken Gebieten. Dem stehen die Ballungsräume Mittel- und Norddeutschlands wie das Rhein-Ruhr-Gebiet, Hannover, Bremen, Berlin und Dresden gegenüber, die - im Gegensatz zum Süden - einen Strukturwandel durch Deindustrialisieren in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts erlebten und ihre wirtschaftliche Struktur daher teilweise neu ausrichten mussten.

Deutsche Industrie bietet Führung auf den verschiedenen Weltmärkten. Außenhandel meint Handelsbeziehungen - also den Austausch von Waren und Dienstleistungen - über die Grenzen eines Landes hinweg. Unterschieden wird zwischen dem Export (Ausfuhr) und Import (Einfuhr) von Waren. Deutschland exportiert hauptsächlich (47,2 Prozent der Gesamtausfuhren, 2007) Automobile, Maschinen, Chemierzeugnisse und schwere elektrische Geräte. Kraftwagen und Kraftwagenteile machen dabei 19,1 Prozent der deutschen Exporte aus, Maschinen 14,7 Prozent und chemische Erzeugnisse 13,4 Prozent der deutschen Ausfuhren aus. Die deutschen Agrarexporte summierten sich 2012 zu insgesamt 60,1 Milliarden Euro. Erdöl und Erdgas sind (im Vergleich zum Export) Deutschlands wichtigste Importgüter (Importwert von 61 Milliarden Euro, 2007) [2]. Mit einem Weltmarktanteil von 11 Prozent (2010) ist Deutschland der drittgrößte Waffenexporteur weltweit. Frankreich ist Deutschlands wichtigster Handelspartner. Die Niederlande sind der zweitgrößte Handelspartner Deutschlands. Drittgrößter Handelspartner ist die Volksrepublik China. Mit einem Exportwert von 969 Milliarden Euro und einem Handelsüberschuss in Höhe von 199 Milliarden Euro war Deutschland 2007 das Land mit den weltweit meisten Exporten. Dieser Rekord-Handelsüberschuss (deutlich mehr Ausfuhren als Einfuhren) wird jedoch auch kritisch gesehen. Zum einen, da Deutschland mit seiner Exportorientierung stark von der Entwicklung im Ausland abhängig ist. Zum Anderen wird kritisiert, dass die deutsche Wirtschaft durch dieses Leistungsbilanzungleichgewicht eine nachhaltige Entwicklung in Europa verhindere. Deutschland profitiert mit seinem Handelsüberschuss davon, wenn europäische Nachbarländer ihre Binnenwirtschaft stärken, aber umgedreht können die Nachbarn nicht vermehrt nach Deutschland exportieren. Durch den global zunehmenden Handel kommt es zu verstärkter Arbeitsteilung, und somit nicht nur zu einem Zuwachs von Exporten, sondern auch von Importen. Einige Ökonomen, wie z. B. Hans-Werner Sinn, sind wegen dieses Zuwachses der importierten Vorleistungen der Ansicht, dass Deutschland zu einer Basarökonomie verkommt [3].

Beschäftigungsstruktur. Die meisten arbeitenden Menschen (73,53 Prozent) sind in Deutschland im Dienstleistungssektor beschäftigt. Wesentlich dabei sind unter anderem das Verkehrswesen, Gastgewerbe, das Sozial- und Gesundheitswesen, das Wohnungswesen als auch die Finanzwirtschaft. Das produzierende Gewerbe beschäftigt 24,4 Prozent der Erwerbstätigen, Fischerei, Land- und Forstwirtschaft 2,1 Prozent (Angaben: 2010). **Arbeitslosigkeit.** Arbeitslose sind (laut § 16 Abs. 1 SGB III) Personen, die vorübergehend nicht in einem Beschäftigungsverhältnis stehen, eine versicherungspflichtige Beschäftigung suchen und dabei den Vermittlungsbemühungen der Agentur für Arbeit zur Verfügung stehen und sich bei dieser arbeitslos gemeldet haben. In Deutschland gilt also als arbeitslos, wer erwerbsfähig und arbeitswillig ist und trotzdem kein Beschäftigungsverhältnis findet. Ein Teil der Arbeitslosen wird bei den offiziellen Zahlen zur Arbeitslosigkeit allerdings nicht mitgezählt. Nicht als arbeitslos gelten z.B. Teilnehmer an Maßnahmen der aktiven Arbeitsmarktpolitik. Daneben werden Beschäftigte Personen, die mindestens 15 Stunden in der Woche arbeiten, aber wegen zu geringem Einkommen bedürftig nach dem SGB II sind und deshalb Arbeitslosengeld II erhalten, nicht als arbeitslos gezählt, weil das Kriterium der Beschäftigungslosigkeit nicht erfüllt ist. Erwerbsfähige Leistungsberechtigte, denen Arbeit nach § 10 SGB II nicht zumutbar ist, werden wegen mangelnder Verfügbarkeit ebenfalls nicht als arbeitslos gezählt.

Die Arbeitslosenquote gibt an, wie groß der Anteil der Arbeitslosen an allen potenziellen Arbeitnehmern ist, die für den Arbeitsmarkt zur Verfügung stehen. Eine sich verändernde Arbeitslosenquote ist rechnerisch sowohl von der Entwicklung der Anzahl der Arbeitslosen als auch der Anzahl der Erwerbstätigen abhängig. Zur Einschätzung der Ent-

wicklung des Arbeitsmarktes in Deutschland sollten daher neben der Arbeitslosenquote die Anzahl der Arbeitslosen und die Anzahl der Erwerbstätigen als weitere wichtige Kennzahlen beachtet werden. Der Begriff Erwerbspersonenpotenzial bezeichnet nach dem Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (Forschungseinrichtung der Bundesagentur für Arbeit) die Summe aus Erwerbstätigen, Arbeitslosen und "Stiller Reserve". Die "Stille Reserve" besteht aus nicht erwerbstätigen Personen, die Arbeit suchen ohne bei den Agenturen für Arbeit als Arbeitslose registriert zu sein oder die bei aufnahmefähigerem Arbeitsmarkt ihre Arbeitskraft anbieten würden. Die "Stille Reserve" wird mittels aufwendiger Berechnungen vom Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung geschätzt. Das Erwerbspersonenpotenzial ist die maximale Anzahl aller erwerbsfähigen Personen in Deutschland. Die Arbeitslosenquote in Deutschland stieg während der Wirtschaftskrise nur leicht von 7,8 Prozent im Jahr 2008 auf 8,1 Prozent im Jahr 2009 an. Danach sank die Arbeitslosenquote. Sie lag im Jahresdurchschnitt 2013 bei 6,9 Prozent. Die Arbeitslosenzahl in Deutschland nahm den gleichen Verlauf. Im Jahr 2013 lag sie im Schnitt bei 2,97 Millionen.

Statistiken zur Armut in Deutschland. Gemäß der Definition der Europäischen Union ist von Armut bedroht, wer mit weniger als 60 Prozent des mittleren Einkommens (Median) der Bevölkerung auskommt muss. Wer in Deutschland weniger als 11.278 Euro im Jahr verdient, gilt als armutsgefährdet (Stand 2009). Die Armutsgefährdungsquote liegt in Deutschland aktuell bei 15,1 Prozent. Die Bundesländer mit der höchsten Armutsgefährdungsquote sind Mecklenburg-Vorpommern, Bremen und Sachsen-Anhalt. Im europäischen Vergleich liegt Deutschland im Mittelfeld.

Deutschland hat dazu bedeutende Rohstoffvorkommen, insbesondere im Bereich der Kohlevorkommen (Stein- und Braunkohle), im Bereich Kalisalz, Baustoffe und Steine und Erden. Außerdem befinden sich Erdgasvorkommen in Niedersachsen. Das dichtbesiedelte Industrieland mit dem fünftgrößten Energieverbrauch (nach USA, China, Japan und Indien) weltweit ist dennoch auf Rohstoffimporte angewiesen. Die Bedeutung der heimischen Steinkohle aus dem Ruhrgebiet und dem Saarland sowie der Braunkohle in Sachsen und Sachsen-Anhalt nahm in den vergangenen Jahrzehnten ab. 2005 erfolgte etwa 47 Prozent der Stromerzeugung und 24 Prozent des Gesamtenergieverbrauchs aus Kohle, Steinkohle und daraus produzierter Koks ist heute vor allem für die lokale Stahlindustrie und metallverarbeitende Industrie von Bedeutung. Die eigene Erdölförderung in Deutschland erwirtschaftete in den 1960er Jahren noch 30 Prozent des heimischen Bedarfs, mittlerweile nur noch 3 Prozent.

Inflation. Mit dem Begriff Inflation wird die Geldentwertung (Absinken des Geldwertes) bezeichnet, welche durch ein beständiges Ansteigen des Preisniveaus für Endprodukte (Konsumgüter, Investitionsgüter) gekennzeichnet ist.

Die Inflationsrate errechnet sich aus dem Preisanstieg eines durch das Statistische Bundesamt definierten Produktwarenkorb. Dieser Warenkorb enthält eine möglichst repräsentative Auswahl verschiedener Waren und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs, für die ein durchschnittlicher Endverbraucher bzw. Haushalt in Deutschland im Jahresverlauf Geld ausgibt. Hierin enthalten sind unter anderem Ausgaben für Lebensmittel, Bekleidung, Miete, Strom, Telekommunikation, Freizeitausgaben und Rohstoffe (bspw. Benzin, Heizöl) sowie staatliche Gebühren und Steuern. Der Warenkorb wird laufend aktualisiert, damit immer diejenigen Gütervarianten in die Preisbeobachtung eingehen, welche von den Konsumenten aktuell häufig gekauft werden. Die durchschnittliche Preisentwicklung für eine Güterart wird dann jeweils mit dem Ausgabenanteil gewichtet, welchen die privaten Haushalte in Deutschland für diese Güterart ausgeben. Die Inflationsrate hängt

demzufolge nicht nur davon ab, wie sich die Preise für die Produkte des Warenkorb ändern, sondern auch davon, mit welchem Gewicht die Preisentwicklungen der einzelnen Güter in den Verbraucherpreisindex eingehen. Im sog. Wägungsschema ist festgelegt, welches Gewicht die Waren und Dienstleistungen im Verbraucherpreisindex haben. Das Wägungsschema wird alle fünf Jahre angepasst.

Die Preisentwicklung dieses Warenkorb, d.h. der privaten Verbrauchsausgaben, wird von dem Verbraucherpreisindex abgebildet. Die Steigerung des Verbraucherpreisindex zeigt die Inflationsrate an. Im Jahr 2012 betrug die Inflationsrate in Deutschland 2,0 Prozent. Das Land mit der höchsten Inflationsrate im Jahr 2012 war Weißrussland mit einer Teuerungsrate von über 60 Prozent. Die Preissteigerung in der Europäischen Union (EU) war im gleichen Zeitraum mit ca. 2,5 Prozent im Vergleich mit den Inflationsraten in den Weltregionen vergleichsweise gering. Die weltweite Inflationsrate lag im Jahr 2012 nach Schätzungen bei 4,0 Prozent.

Die Beziehungen der deutschen Wirtschaft mit Russland kann man nach folgenden Punkten charakterisieren:

- **Visa-Freiheit:** Ein zentrales Anliegen der deutschen Wirtschaft ist die Abschaffung der gegenseitigen Visa-Pflicht zwischen der EU und Russland sowie eine Reform der strikten Registrierungsbestimmungen in Russland. Ziel bleibt aber die völlige Abschaffung der gegenseitigen Visa-Pflicht. Dies wäre ein europäisches Konjunkturprogramm zum Nulltarif, mit dem das Kosten vermieden, Investitionshemmnisse beseitigt und neue Geschäftsmöglichkeiten geschaffen würden.

- **Mittelstand:** Nur eine demokratische und plürale Gesellschaft kann die Grundlage für eine umfassende Modernisierung der russischen Wirtschaft bilden. Russland braucht einen starken Mittelstand, denn es gilt, gerade die liberale Mittelschicht als Träger der Wahlproteste in eine Modernisierungspartnerschaft einbinden. Der Ost-Ausschuss sieht bei der Förderung mittelständischer Strukturen in Russland auch die deutsche Wirtschaft in der Pflicht. Deshalb wurde im Mai 2013 im Ost-Ausschuss eine Kontaktstelle Mittelstand für Russland eingerichtet, die KMU beim Einstieg auf den russischen Markt berät.

- **Rohstoffpartnerschaft:** Der Bau der „Nord Stream-Pipeline“ war ein wichtiger Schritt, um die Energiebeziehungen zwischen der EU und Russland auf eine verlässlichere Grundlage zu stellen. Russland ist ein Schlüsselpartner zur sicheren Versorgung deutscher und europäischer Unternehmen mit Rohstoffen wie Öl, Gas, Kohle oder Seltenen Erden. Daher setzen wir uns für eine langfristige Energie- und Rohstoffpartnerschaft ein. Dazu hat der Ost-Ausschuss einen Arbeitskreis Rohstoffkooperationen gegründet und eine intensive Kooperation mit dem Deutsch-Russischen Rohstoff-Forum begonnen [4].

- **Grüne Technologien:** Gute Voraussetzungen gibt es auch für eine Zusammenarbeit zur Steigerung der Energieeffizienz, zur Entwicklung erneuerbarer Energien und zur Verbesserung des Klimaschutzes in Russland. Bis 2020 soll die Energieeffizienz in Russland um 40 Prozent gesteigert werden. Deutschland ist Weltmarktführer bei grünen Technologien. Durch die Anwendung modernster Technik im Inland gewinnt Russland neue Ressourcen für den Export von Rohstoffen [5].

- **Agrarwirtschaft:** Große gemeinsame Chancen sieht der Ost-Ausschuss auch im Agrarbereich: Russland verfügt mit 120 Millionen Hektar über einen Anteil von neun Prozent an den weltweiten Ackerflächen (bei nur zwei Prozent Anteil an der Weltbevölkerung). Russland kann einen herausragenden Beitrag zur Welternährung leisten. Um diesen Anspruch zu erfüllen, könnte die Zusammenarbeit mit deutschen Produzenten zur Modernisierung der russischen Landwirtschaft sowie zur Aus- und Weiterbildung von Personal weiter intensiviert werden. Ein erhebliches Potenzial besitzt Russland durch seinen Wald-

reichtum und die großen Agrarflächen in der Bioenergie, das gemeinsam erschlossen werden kann.

• Investitionsförderung: Der Ost-Ausschuss begrüßt das zunehmende Interesse russischer Firmen am deutschen Markt. Wenn wir von strategischer Partnerschaft sprechen, sollte es bei Handel und Investitionen keine Einbahnstraße geben. Dabei ist klar, dass Unternehmen die Spielregeln des jeweils anderen Landes berücksichtigen müssen. Das gilt für deutsche Unternehmen in Russland genauso wie für russische Unternehmen in Deutschland.

Deutschland spielt eine besonders wichtige Rolle in der ganzen Welt und hat gute Perspektive in der Zukunft.

Quellenverzeichnis.

1. [Die elektronische Ressource] <http://de.statista.com/statistik/kategorien/>
2. [Die elektronische Ressource] <http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/DE/Content/Statistiken/Aussenhandel/Handelswaren/Tabellen/Content75/EinfuhrAusfuhrGueterabteilungen,templateId=renderPrint.psml>
3. [Die elektronische Ressource] <http://www.cesifo-group.de/de/ifoHome/facts/Forecasts/Gemeinschaftsdiagnose/Archiv/GD-20140410.html>
4. [Die elektronische Ressource] <https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/Aussenhandel/Gesamtentwicklung/AussenhandelWelthandel5510006127004.pdf>
5. Tagesschau: Energiemix und Stromerzeugung in Deutschland, 2005

ECONOMIC PROSPECTS OF CRIMEA

V.V. Sadykova

Tomsk Polytechnic University, Tomsk
E-mail: viktoria.sadykova@yandex.ru
Scientific advisor: Andronova L.A., Ph.D.

The following article examines the possible economic prospects for the Russian annexation of the Crimea. It estimates potential areas for further development of the Crimean economy, like projects for the production of hydrocarbons, the installation of new gas pipeline and the development of ports and tourism.

Key words: Crimea, economic prospects, resources, business, gas, oil, tourism, investments.

Crimea could become part of the region of advanced development, like the Russian Far East. The special economic zone would unite the Crimea and the Russian Black Sea coast. Annexation of the Crimea can be profitable to Russia. Potential directions for further development of the regional economy are: projects of the production of hydrocarbons, installation of the new gas pipeline and prospects for the development of ports and tourism.

“The Crimea will be an economic burden to Russia, that will require billions of dollars of investment from the Russian budget.” This statement widely circulated in the media shortly before referendum on the annexation of the Crimea to Russia.

For example, according to the newspaper "Kommersant", the transformation of the Crimea to a part of Russia will cost about \$ 30 billion by 2025. Now an annual budget deficit of the Crimea is about \$ 1 billion - critical experts note. In the original budget there is a lack of many neces-

sary expenses for the maintenance and development of infrastructure of the peninsula, which severely decayed during the years of Ukrainian authorities. We can assume that the budget of Crimea needs to be subsidized by at least two, and preferably three billion dollars annually.

However, if we make a detailed study of the economic potential of the peninsula, it can be stated, that the situation is not so deplorable. The Crimea could become not the recipient region, but the donor region in the nearest future. We will try to find the most probable economical prospects of Crimea for our country.

Small business is the basis for the economic development of the Crimea. Thus, according to a member of the Economic Council of the Russian president, rector of the Russian Academy of National Economy and Public Administration, Vladimir Mau, the economy of the Crimea is characterized by two important features: "Firstly, it is diversified, and secondly, it has a very developed system of small and medium businesses".

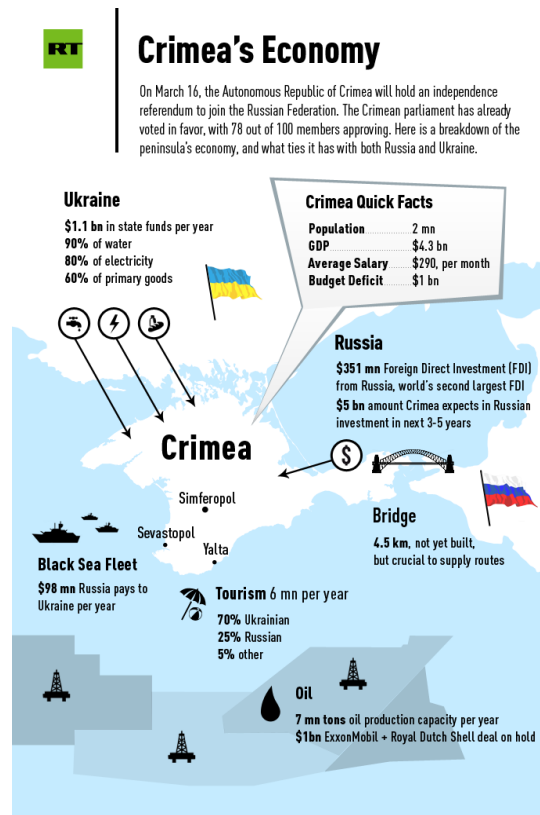
Here tourism, energy, industry, agriculture coexist, there is even the production of quite competitive light ships. As for the small and medium business, it is the living base of many inhabitants of the peninsula, but to a large extent this business is not registered and it is necessary to enter it into the legal system.

Small and medium business creates a good foundation for the development of the Crimean economy, so it is important not to take any action causing harm to it. Potential areas for further development of the regional economy are hydrocarbon extraction projects on the shelf and development prospects of port facilities, primarily in the port of Feodosia.

Most importantly, Russia is able to implement strategic control over the entire Black Sea region, which is caused by the southern Crimea's location near the center of the Azov-Black Sea basin. Sharply increase Russia's ability to control sea. Russia gets full unlimited control over the Black Sea Fleet base in Sevastopol, and also receives all ports and military bases in the Crimea. Besides that Russia does not have to pay rent for the Ukraine Black Sea Fleet base in Sevastopol any longer and does not have to pay the fee for delivery to the base. Rental price was about \$ 100 million a year, a few tens of millions of dollars were spent on duty. Moreover there is an opportunity to abandon the Kharkiv agreements on the discount on gas in exchange for the agreement on the prolongation of the Black Sea Fleet base in Sevastopol and return to the European gas prices for Ukraine. Agreements signed in 2010 provides for the reduction of Russian gas prices for Ukraine by 30%, but maximum for \$ 100 per thousand cubic meters. Russia's refusal to save on gas prices given in December 2013 means that the price of gas for Ukraine will again be the same as for most other European countries. Cancellation of both discounts can theoretically give Russia 4-6 billion per year, which will allow to offset completely any economic integration costs of the Crimea to Russia for several years. In practice, however, Ukraine in its current state will probably not be able to pay European prices for gas and pricing certainly will again become the subject of political bargaining.

The opportunity to lay a gas pipeline through the Crimea is an alternative route for South Stream significantly reducing the cost of the project. Now the largest transit pipeline "South Stream" is supposed to be laid along the deep central part of the Black Sea in international waters. Now the pipeline could be carried out on the Crimea or on the Crimean shelf or through the relatively shallow northern part of the Black Sea. This would reduce the project cost for nearly \$ 20 billion. It will not work with the first line of the pipeline, as to change the we have to postpone the deadline for entry of the project significantly, in addition we have to re-negotiate with partners and abandon agreements with Turkey, which was on the side of Russia in the Crimean crisis. But the next line of South Stream has a great chance to use a cheaper route. The pipeline is created to cover all the needs of Southern Europe in the supply of gas and allow Russia to abandon almost all transit through Ukraine. Russia takes about 3/4 of the exclusive economic zone of Ukraine in the Black and Azov seas, including oil and gas resources. Gas development on the Crimean shelf is currently operated by a registered company in Simferopol - Chernomorneftegaz. Proven oil reserves are relatively small (up to several million tons), but gas reserves (billions of cubic meters near Kazantip) are more significant. Also, there are some not yet developed and not fully explored oil and gas

fields. The exclusive economic zone also contains the right to fish in these waters. Currently it is not a significant resource due to the depletion of fish stocks and the worsening ecological situation in the Black Sea.



Pic. 1. Crimea's Economy

Integration with Russia will boost tourism in the region, one of the main economic sectors. This integration will give a powerful impetus to the development of resorts. South coast of Crimea is a unique tourist destination, which is located at the latitude of the Cote d'Azur in France and Italy, but the duration of the holiday season there may be longer than in the most southern areas of the Mediterranean. The secret lies in the Crimean Mountains that rise to the level of a half thousand meters above the coast, covering it from the north and north-westerly winds.

Although the southern coast of the Crimea is located close to the sea, the humidity here is very low. Warm winds from the mountains, with humidity below 5% carry the fragrance of pine forests growing on the slopes above. This air is very salutary for people suffering from diseases of the respiratory system, and for relief of their ailments they go here almost two hundred years.

It is too early to assess real prospects of creation the advanced development zone on the territory of the Crimea. Russian clusters concerning this question have not been developed yet. In addition, it is necessary to solve infrastructure issues. Moreover there is also a danger that Ukraine will take a tough stance, and the peninsula will experience problems with key economic resources: energy and fresh water. To solve these problems will not be easy, because infrastructure investments are the most expensive. And to talk about the organic development within the new region is difficult not only because of the infrastructure

risks, but also because of political ones. But most experts that the advanced development of the territory in the Crimea will be the main tool for enhancing the region's economy. They cite the example of the "Asian tiger economies ", Singapore, Hong Kong and Taiwan, which became advanced countries in Asia within a few decades.

References.

1. Крым - территория больших экономических перспектив [Электронный ресурс] // Вестифм. URL: http://radiovesti.ru/article/show/article_id/130214 (дата обращения: 13.05.2014 г.).

2. Выгодный Крым [Электронный ресурс] // Эксперт-online – Электрон. журнал. URL: <http://expert.ru/2014/03/11/vyigodnyij-kryim/> (дата обращения: 13.05.2014 г.).

3. Миллиарды в придачу. Какие экономические выгоды сулит России Крым [Электронный ресурс] // Аргументы и факты – Электрон. журнал. URL: <http://www.aif.ru/euromaidan/prediction/1126458> (дата обращения: 13.05.2014 г.).

4. Перспективы развития Крыма обсуждались на совещании правительства [Электронный ресурс] // Первый канал, новости. URL: <http://www.1tv.ru/news/economic/254900> (дата обращения: 13.05.2014 г.).

HOW CAN CHINA AVOID THE MIDDLE-INCOM TRAP

Hu Vensyao

Tomsk Polytechnic University, China

Supervisor: Gromova A.S., Senior Lecturer

Goal: Analyze the current economy situation in mainland China and find workable methods to the middle-income trap.

The President of the People's Republic of China Xi Jinping pointed out at the 21st Century Council Beijing Conference that China will persevere in reform and open policy and is going to make several reform plans. Xi also emphasized that China will not be trapped by the middle-income trap.

The middle income trap is a theorized economic development situation, where a country which attains a certain income (due to given advantages) will get stuck at that level. Based on the dynamics that most of the countries in the middle income trap have lost their competitive edge in the exportation of manufactured goods due to their rising-tend wages. They are unable to keep up with economically more developed economies in the high-value-added market. As a result, newly industrialised economies such as South Africa and Brazil have not, for decades, left what the World Bank defines as the 'middle-income range' since their per capita gross national product has remained between \$1,000 to \$12,000 at constant (2011) prices. They suffer from low investment, slow growth in the secondary industry, limited industrial diversification and poor labor market conditions.

Meanwhile, the recent deceleration in People's Republic of China's economic growth is of concern, and not just because it raises questions over whether internal and external demand is needed to keep the economy growing. It also raises a flag as to whether China is

settling into a protracted period of subdued growth, better known in economic circles as the "middle income trap".

Like those fast-burning economies which are mentioned above, China's double-digit growth in gross domestic product was to a large part attributed to its low-cost advantage - an ability to manufacture goods cheaply thanks to its pool of surplus labour and a "demographic dividend" in the form of a youthful workforce.

However, China is beginning to lose this edge. Since 2008, real wage growth in urban China has consistently exceeded labour productivity growth. And the surplus of rural labour is shrinking; in fact, labour shortages have been noted for several years, especially in coastal areas.

Population ageing will also make labour more expensive. China's working-age population is likely to peak in a couple of years. Soon, China will no longer be able to benefit from its demographic dividend.

This is familiar territory for many Latin American countries and several Southeast Asian nations, which fell into the middle income trap when they failed to fully implement upgrades as surplus labour shrank and wages rose. Most worked up to middle income status in the 1960s and have remained so after 50 years.

There are role models, many of them here in East Asia: Hong Kong, Japan, South Korea, Singapore and Taipei, China all successfully upgraded their industries through innovation, and jumped from low to high income within three to four decades.

However, mainland China faces a number of challenges in this transition.

Successful upgrading requires a critical mass of firms with strong incentives for innovation. China's private enterprises, although growing strongly, remain small in size with limited ability to reinvent themselves as hi-tech, high-value companies. This present condition is mainly caused by the government investing policy, that is to say, currently, in mainland China, it is more difficult for private enterprises to get loans from banks or other authorities than the State-owned enterprises. In other words, in Chinese market, private enterprises are indeed the weak momentum, compared with the latter. State-owned enterprises, meanwhile, are far larger and can more easily innovate, but are less efficient and have weaker incentives to advance. In 2011, state-owned enterprises were less than half as profitable as private firms.

China's growth is widely believed to have relied too much on investment and external demand, and not sufficiently on domestic private consumption. In 2011, the latter comprised just 38 per cent of GDP. The overreliance on external demand makes the economy vulnerable to global slowdown, as recent experience shows. Over-investment, meanwhile, could lead to poor asset quality, which in turn could undermine the stability of the financial system.

Complicating matters is the issue of rising inequality. China's Gini coefficient increased from 0.3 in the early 1980s to 0.43 in the late 2000s, which is on the high side globally and among the highest in Asia. High inequality can retard growth, as low-income households contribute little to demand and are unable to invest in skill training and development. Beyond direct economic impact, inequality has the potential to generate social instability.

China will have to wean its economy from heavy energy consumption. China's coal-based energy system is not only damaging the environment and contributing to global warming, its reliance on fossil fuels means energy supply and security could constrain the country's future growth.

How can the country successfully confront these difficulties? There are no easy solutions. The first is to build an environment conducive to innovation, invest massively in human capital - including reducing human capital gaps between the urban and rural population, and move towards a knowledge-based economy, a feat that will take time and vision.

The next is to deepen structural reforms in state-owned enterprises, the labour and land markets, the financial sector and the fiscal system - critical to eliminating market distortions, addressing structural imbalances and improving the efficiency of resource allocation and use.

The third is to maintain a stable environment for sustained growth by reducing income inequality and making growth more inclusive. This can be achieved by creating more well-paid urban jobs to absorb rural migrants, continued investment to improve regional connectivity, more spending on public services and a more equitable income tax system.

Last but not least, green growth should be encouraged to conserve resources and protect the environment. Strengthening international and regional economic co-operation would also help.

Such an approach would involve tilting the balance from low-cost to high-value production, from reliance on government towards the use of market, and from external demand to domestic consumption.

Many East Asian economies grew at 8 per cent or more annually in the 10 to 20 years before they joined the high-income club. If the right steps are taken, there is no reason why China cannot grow at close to that level.

Rising labour costs require China to step up efforts to innovate, to upgrade enterprises and industries, and to switch from low-cost to high-value production. That should help avoid getting caught in the so-called middle income trap.

References.

1. Essay written by Juzhong Zhuang – Asian Development Bank Wikipedia [Electronic resource] // URL: http://en.wikipedia.org/wiki/Middle_income_trap.

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ 4. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

БУХГАЛТЕРСКОГО, УПРАВЛЕНЧЕСКОГО И ФИНАНСОВОГО УЧЕТА В РОССИИ

Абраменко Р.Ю. Инвестиционная деятельность предприятия: основные аспекты и проблемы осуществления	3
Акчелова А.О. Повышение эффективности управления расчетами с персоналом по оплате труда посредством внедрения электронного документооборота	5
Архипенко М.К. Бенчмаркинг как условие повышения конкурентоспособности фирмы	9
Афониная Ю. В. Определение критериев эффективности работы для сотрудников банка	19
Бархатов А.Ф., Зайковская А.С. Экономическое обоснование проведения работ по реконструкции фундамента ленточной пилорамы	22
Богданова В.Е. Особенности развития нефинансовой отчетности в России	25
Борисова Л.М. Экономическая безопасность функционирования предприятия в условиях сетевой экономики	28
Брюханенко И.А. К вопросу о гармонизации российской бухгалтерской отчетности и отчетности, составленной в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности	34
Быценко Е.А. Управление затратами предприятия	39
Волонихина Д.С. Особенности применения УСН в 2014 году	43
Глик П.А. Проблемы развития отечественных нефтедобывающих предприятий в современных технико-экономических условиях	46
Гребенюк Л.Н. Системный подход к диагностике степени финансовой устойчивости деятельности организации	56
Есина Е.Л. Проблемы организации учёта финансовых вложений	63
Есина Е.Л. Особенности бухгалтерского учёта ценных бумаг	65
Желбунова Л.И. Проблемы формирования и границы бухгалтерского экологического учёта	68
Конципко Н.В. Амортизационная премия как источник пополнения стратегических финансовых накоплений в промышленных корпорациях	71

Кучкартаева А.Т. Управление затратами как эффективный инструмент выхода предприятия из кризиса и альтернатива «экономии на людях»	76
Милосердова Н.Д. Особенности позаказного и попередельного методов учета затрат	82
Милосердова Н.Д. Стандарт-кост» и «директ-костинг»: преимущества и недостатки	87
Орлова К.В. Налоговое планирование на примере создания оффшорного бизнеса	90
Прохорова С.Э., Желбунова Л.И. Формирование фонда государственного социального страхования	97
Рудь Е.П., Арцер Т.В. Особенности учета денежных средств в 2014 году	102
Сакулина Е.И. История развития экологических платежей в России	106
Сафонова Л.И. Виртуальный и реальный характер прибыли	110
Сидоренко А.Н., Сиразитдинова Ю.Ш. Внедрение инноваций в ритейле: основные преимущества и недостатки	113
Сухих Д.Г., Кац В.М. Оценка экспортного потенциала предприятия с помощью методов математического моделирования	118
Титова О.А. Основные ошибки при заключении трудового договора	124
Титова О.А. Классификация удержаний из заработной платы	127
Фам Тхи То Уиен Сравнительный анализ между налоговой системой Российской Федерации и социалистической республики Вьетнам	129
Федоренко И.Н. Аудит на рынке ценных бумаг как эффективный способ мониторинга и контроля за движением инвестиций	134
Харьковская А.В., Арцер Т.В. Особенности расчета отпускных в 2014 году	141
Цээлэйнамсан О., Э.В. Плучевская Э.В. Горная промышленность в Монголии и России: сравнительный анализ особенностей бухгалтерского учета и налогообложения	144
Швачка И.В. Проблемы молодых специалистов получения образования в Российской Федерации и применение полученных знаний в республике Казахстан по специальности бухгалтерский учет	147
Черепанова М.А. Система грейдов как инструмент повышения эффективности работы персонала российских компаний	151
Яимова А.В. Различия и особенности уплаты НДФЛ у резидентов и нерезидентов в РФ	157

СЕКЦИЯ 5. МЕНЕДЖМЕНТ XXI ВЕКА

Абушахманова Ю.А. Анализ теоретических подходов к развитию кластерных элементов	159
Герашенко И.П. Оценка стоимости факторинговых операций	162
Дудникова А.В. Развитие методического инструментария по оценке бизнес-моделей предприятия	167
Дырина Е.Н. Совершенствование процессов в магазинах розничной торговли с применением инструментов бережливого производства	173
Дырина Е.Н., Тонеева А.В. Проблема отсутствия способности рационального использования времени у студентов	181
Зайковский В.Э. Применение концептуальной модели оценки привлекательности территориального рынка при реализации инвестиционных проектов	189
Белякова А.С., Ильина Е.В. Анатомия лидера XXI века	198
Ильина Е.В. Модели развития лидерства XXI века	202
Исаенко Д.Н. Совершенствование мотивации и стимулирования труда в современных условиях в банковском секторе	207
Карпенко Я.Е., Петренко Е.С. Проблемы деловой коммуникации в организации	211
Касюк Е.А. Внутренний контроль в системе управления экономическим субъектом: современные методы и подходы к оценке и повышению его эффективности	216
Кочеткова А.Н., Калюжина В.В. Применение информационных технологий в менеджменте	225
Кравченко А.Л. Новые формы занятости в условиях трудовой мобильности: плюсы и минусы	229
Мелихова И.А. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности в управлении персоналом	234
Мусина С.З. Развитие стратегического управления в условиях нарастания неиндустриальной глобализации и неравномерности современного социально-экономического развития стран и территорий	239
Осадчий В.К. Оптимизация производства посредством теории ограничений	246
Пылаев И.Н. Факторы и инструменты управления конкурентоспособностью персонала предприятия	252
Редчикова Н.А. Ответность крупнейших компаний Томской области как инстру-	257

мент их социально-ориентированного поведения

Рябова А.В. Международный менеджмент в управлении поставками	268
Саврасова Д.Д. Имидж делового человека	273
Саврасова Д.Д. Управление конфликтами в организации	275
Самсонова А.Б., Конорева Т.В. Исследование сущности и взаимосвязи понятий платежеспособности, ликвидности и финансовой устойчивости организации	277
Слинько В.О., Кузнецова К.В. Специфические особенности развития менеджмента в России	282
Сухостав Е.В. Категорийный менеджмент как система развития эффективного распределения товаров	287
Третьякова М.Л. Совершенствование организации перевозочного процесса на предприятиях автомобильного транспорта	292
Михайлова Ю.В., Шипилова И.А. Тенденция развития малого предпринимательства в России	302

**СЕКЦИЯ 6. СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫЕ АСПЕКТЫ
МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ РОССИИ**

Аминов Т.Р. Трудовые отношения в России: современные социальные проблемы	308
Бельская Г.С., Чувакина В.С. Социально-экономическая система России как объект междисциплинарных исследований	311
Бондарчук А.Е. Место Томской клинической психиатрической больницы в системе здравоохранения области	316
Загайнов А.А., Турлов А.В. Развитие сельского туризма как направления альтернативной занятости в Томской области через создание единого информационного портала «сельский weekend»	320
Зайковская А.С. Современная интерпретация идей Й.А. Шумпетера. Роль предпринимательства в России	326
Максименко Н.С. Гуманизация как важнейший принцип модернизации России	331
Портнягина А.А., Сискович С.Н. Молодежь как основа социогуманитарного потенциала России	337
Теслюк А.Н. Проблема вхождения российских вузов в топ-100 мирового рейтинга	341
Усова А.В. Типичные трудности при документировании трудовых отношений	345
Фам Т.Х.Н. Развитие культурно-познавательного туризма во Вьетнаме	349

СЕКЦИЯ 7. ИННОВАЦИИ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Воробьева А.А. Перспективы развития въездного и выездного туризма России в условиях экономической нестабильности	353
Еремина Е.А., Селевич Т.С. Адаптация комплекса маркетинга интернет-магазина «Veschalka» под потребности целевой аудитории	357
Журба М.О. «Зеленые» инновации или эко-инновации	363
Ковалева К.С. Перспективы развития франчайзинга в России в условиях экономической нестабильности	368
Недоспасова О.П., Недоспасов А.А. Перспективы и ограничения для инновационного развития атомной отрасли	375
Прохоренко Б.М. Развитие молодежного предпринимательства как содействие развитию отечественной науки	380
Савельева Я.В. Проблемы сохранности личных данных сотрудников в организации	385
Чижик А.В. Положение российской промышленности на мировом уровне	390

**СЕКЦИЯ 8. БАНКОВСКИЙ СЕКТОР И РАЗВИТИЕ ФИНАНСОВЫХ
РЫНКОВ**

Коробейникова О.Н. Специфика сетевого бизнеса в России	395
Ляховская К.Я. Оценка эффективности деятельности банка	399
Черепанова Ю.О. Конкурентоспособность российских банков	403

**SECTION 9. ACTUAL PROBLEMS OF TRANSFORMATION OF
SOCIO-ECONOMIC SYSTEMS**

Afonina J. Die bestimmung der kriterien der effektivität der arbeit für die mitarbeiter der bank	408
Bulgakova T. Geldwertung als sozial-wirtschaftlicher	411
Galkina P.V. Die modernisierung der russischen ausbildung als instrument der wirtschaftssicherheit in russland	416
Iljina A., Tarassova L. Wirtschafts-politische beziehungen zwischen Russland und Deutschland	421
Kaz E.M. Social networks, labour activity and the phenomen of continuous prosperity	425
Kaz M.S. Employee motivation through the prism of the concept of lifelong wellbeing	428
Kamenskaya K. Dcf-methode von unternehmensbewertung	431
Kijametdinowa N. Förderung von innovativen unternehmen auf beispiel von karlsruher institut für technologie	437
Kutschumowa A.A. Besonderheiten der innenrevision des handelsunternehmens	442
Ogunlana A. Corporate social responsibility audit of shell company in Nigeria	446
Protopopova O. Deutsche wirtschaft	450
Sadykova V.V. Economic prospects of Crimea	454
Vensyao Hu How can china avoid the middle-incom trap	457

Научное издание

ЭКОНОМИКА РОССИИ В XXI ВЕКЕ

Сборник научных трудов
XI Международной научно-практической конференции
«Экономические науки и прикладные исследования:
фундаментальные проблемы модернизации экономики России»,
посвященной 110-летию экономического образования в Томском
политехническом университете

ТОМ II

Издано в авторской редакции

Компьютерная верстка *Л. М. Борисова, Ю. В. Фертикова*
Дизайн обложки *С. А. Дукарт*


Отпечатано в Издательстве ТПУ в полном соответствии
с качеством предоставленного оригинал-макета

Подписано к печати 00.00.2014. Формат 60x84/8. Бумага «Снегурочка».
Печать XEROX. Усл. печ. л. 34,7. Уч.-изд. л. 31,4.
Заказ Тираж 250 экз.



Национальный исследовательский Томский политехнический университет
Система менеджмента качества
Издательства Томского политехнического университета сертифицирована
NATIONAL QUALITY ASSURANCE по стандарту BS EN ISO 9001:2008



ИЗДАТЕЛЬСТВО  ТПУ. 634050, г. Томск, пр. Ленина, 30
Тел./факс: 8(3822)56-35-35, www.tpu.ru