



Научный журнал

НОВАЯ ЭКОНОМИКА И РЕГИОНАЛЬНАЯ НАУКА

№ 3(6) / 2016



ISSN 2909-0816





НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

НОВАЯ ЭКОНОМИКА И РЕГИОНАЛЬНАЯ НАУКА

№ 3(6), 2016 г.



Состав редколлегии журнала «Новая экономика и региональная наука»

Главный редактор:

Юдина Наталья Владимировна, доктор филологических наук, профессор, директор Владимирского филиала ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», председатель Владимирского регионального отделения ООО «Российская ассоциация содействия науке» (ВРО РАСН), председатель Общественной палаты Владимирской области

Ответственный редактор:

Савельев Игорь Игоревич, кандидат экономических наук, заместитель директора по научной работе Владимирского филиала ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», председатель Молодежного правительства Владимирской области

Члены редколлегии:

Бутковский Олег Ярославович, доктор физико-математических наук, профессор, профессор кафедры «Математика и информатика» Владимирского филиала ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»;

Дмитриев Юрий Алексеевич, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры «Менеджмент и маркетинг» ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых».

Евстифеев Роман Владимирович, доктор политических наук, заведующий кафедрой менеджмента Владимирского филиала ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»;

Картухин Вячеслав Юрьевич, кандидат юридических наук, доцент, директор Владимирского филиала ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», депутат Законодательного Собрания Владимирской области, председатель ВРО «Ассоциации юристов России»;

Кузин Вячеслав Павлович, первый заместитель Губернатора Владимирской области, директор Департамента финансов, бюджетной и налоговой политики Администрации Владимирской области, заслуженный экономист Российской Федерации;

Колков Михаил Юрьевич, заместитель Губернатора Владимирской области по социальной политике;

Корецкая Людмила Кузьминична, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры «Экономика и финансы» Владимирского филиала ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», заслуженный экономист Российской Федерации;

Кузнецова Екатерина Александровна, кандидат филологических наук, доцент кафедры «Философия, история и право» Владимирского филиала ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (выпускающий редактор);

Малыгин Виктор Трофимович, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой «Философия, история и право» Владимирского филиала ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», почетный работник высшего профессионального образования РФ, член президиума ВРО РАСН;

Морозов Валентин Васильевич, доктор технических наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ, почетный работник высшего профессионального образования РФ, заведующий кафедрой «Технология машиностроения» ФГБОУ ВПО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых», член президиума ВРО РАСН;

Тогунов Игорь Алексеевич, доктор медицинских наук, профессор кафедры менеджмента Владимирского филиала ФГОБУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»;

Шерешева Марина Юрьевна, доктор экономических наук, профессор кафедры прикладной институциональной экономики, директор Центра исследований сетевой экономики, заведующий лабораторией институционального анализа экономического факультета Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, ответственный редактор журнала «Вестник МГУ. Серия 6. Экономика».

Sildus Tatiana, PhD, professor, Pittsburg State University, Pittsburg, KS, USA(США);

Steinke Klaus, PhD, professor, Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, Deutschland (Германия)

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1 ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Захаров П. Н.

Подготовка кадров для малого и среднего бизнеса: актуальные вопросы взаимодействия вузов с реальным сектором экономики.....	15

Абдуллаев Н. В.

Государственная поддержка МСП и МИП: примеры и эффективность	20

Бадаян Г. М.

Риски в деятельности инновационного предпринимательства	23

Байков А. В.

Экономическое содержание и структура туристско-рекреационного комплекса	28

Баранова А. Ф.

Анализ развития экологического предпринимательства в сфере обращения с отходами потребления (на примере Владимирской области).....	33

Баринов М. А., Романова А. Д.

Регион: теоретические и практические трактовки	37

Богатырёва М. Р., Абдуллина А.

Кадровая политика как способ управления персоналом в организации	40

Гавриченко В. А., Абрамова С. Ю.

Классификация рисков франчайзинговой модели организации бизнеса	43

Гаипова Т. Ф., Борисова А. А., Воронова К. А.

Проблема развития малого предпринимательства во Владимирской области	45

Гаипова Т. Ф., Казанин Н. Н., Ямщикова А. А.

Предпринимательская деятельность как индикатор экономического развития региона	47

Гаипова Т. Ф., Николаева Ю. А.

Венчурное предпринимательство.....	50

Гаипова Ю. А., Сельцова Л. Н.

**Порядок открытия собственного дела
в Российской Федерации 54**

Герасимов А. В.

**Институциональные аспекты формирования региональных
интегрированных инновационных комплексов 57**

В. И. Денисенко

Архитектоника общих процессов инновационного управления .. 59

Денисенко В. И., Воронова И. А.

**Разработка и внедрение нового бизнеса
при реинжиниринге бизнес-процессов 66**

Денисенко В. И., Ильина В. С.

**Перестройка деятельности организации
в условиях импортозамещения 68**

Денисенко В. И., Караян А. А.

**Развитие внешнеэкономической деятельности России
в условиях международной изоляции
и экономических санкций 70**

Денисенко В.И., Хаперская А.А., Караян А.А.

**Личностные качества
инновационного инженера и их развитие 73**

Дигилина О. Б., Егоров Е.В.

**Зависимость технологического уклада
от энергоёмкости передовой технологии 75**

Дмитриев Ю. А.

**Приоритеты развития
государственной поддержки предпринимательства 79**

Дмитриев Ю. А.

**Формирование механизмов развития инновационной
активности в малом и среднем предпринимательстве (МСП) 82**

Досмакова А. Е.

**Развитие частного и среднего предпринимательства
в республике Казахстан в условиях финансового кризиса 85**

Карпов А. Е.

**Новые правительственные инициативы по развитию сельских
территорий России и анализ развития родовых поместий
во Владимирской области 87**

<i>Коваленко С. Ю., Нурыева Ю.</i>	
Международная торговля на современном этапе	90
<i>Коваленко С. Ю., Фролова А. А.</i>	
Проблемы и перспективы развития туризма в России и её регионах (на примере Владимирской области).....	93
<i>Кожин Ю. В.</i>	
Досуговая деятельность во Владимирской области	96
<i>Котегова Л. А., Балахонова А. С., Блинова А. В.</i>	
Сравнительный анализ инвестиционной политики разных стран (Россия и США)	98
<i>Л. А. Котегова, А. С. Прокопенкова, В. С. Ушакова</i>	
Сравнительный анализ методов оценки инвестиционной привлекательности бизнеса в современных условиях фондового рынка.....	104
<i>Котегова Л. А., Фурсова Е. С.</i>	
Проблемы оценки инновационного потенциала предприятия..	111
<i>Красильщиков В. В., Кудряков Р. И., Осетров М. А., Осетров П. А.</i>	
О классификации подписчиков группы предприятия общественного питания в социальной сети «ВКонтакте»	117
<i>Лачина Т. А., Чистяков М. С.</i>	
Малый бизнес как структурный элемент реализации политики импортозамещения.....	120
<i>Марченко А. А., Павленко С. О.</i>	
Репутационные аспекты развития предпринимательства.....	123
<i>Мельникова О. В.</i>	
Особенности разработки стратегии для жизнедеятельности малых городов	128
<i>Мельникова О. В., Фомина Н. В., Журавлёв Е. В.</i>	
Анализ реализации программ социальной политики в Ивановской области	132
<i>Метлинова А. Д., Абрамова С. Ю.</i>	
Бухгалтерская отчётность и развитие методического обеспечения анализа и оценки финансового состояния коммерческих организаций	137
<i>Мешкова К. Н., Кузовцов Н. И.</i>	
К вопросу о государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в России.....	143

<i>Мирошникова Т. Д., Мирошникова В. Д.</i>	
Особенности современного этапа развития подходов и методов к оценке конкурентоспособности предприятия	147
<i>Моргунова Н. В., Ковалёва А. В., Прокопенкова А. С.</i>	
Корпоративные стандарты тайм – менеджмента в университете.....	150
<i>Моргунова Н. В., Никитина С. М.</i>	
Синергетический эффект при реализации государственных проектов.....	152
<i>Мошатица А. Е., Абрамова С. Ю.</i>	
Применение факторного анализа для управления финансами коммерческой организации (на примере ресторана ООО «РС»).....	154
<i>Нигаматзянова А. С., Алексеев О. А.</i>	
Подходы к формированию дисциплинарной политики: выбор между санкционными и структурными решениями	158
<i>Пайзулаев И.Р.</i>	
Налоговой службе – 25 лет (становление и развитие налоговых органов России)	161
<i>Парашкевова Л. П., Трошина М. Н.</i>	
Проблема доминирования сферы сбыта в маркетинге.....	165
<i>Ползунова Н. Н., Наумов Д. А.</i>	
Управление реализацией проекта по освоению нового изделия (на примере изделия «Точмаш-авто»)	168
<i>Пуганов В. И., Брагина З. В., Дмитриев Ю. А.</i>	
Анализ дифференцированных составляющих инновационно-инвестиционной деятельности в условиях активного использования малых или средних организационных структур российского бизнеса	170
<i>Пуганов В. И., Брагина З. В., Дмитриев Ю. А.</i>	
Анализа факторов рискованных ситуаций в организации продуктивной инновационно-инвестиционной деятельности малых или средних организационных структур Российского бизнеса.....	176
<i>Пуганов В. И., Брагина З. В., Дмитриев Ю. А.</i>	
Инновационно-инвестиционная деятельность в тенденции её развития в условиях малого и среднего предпринимательства с учётом национальной безопасности ...	183

<i>Рабцевич А. А., Галяутдинова Г. Ф.</i>	
Корпоративная социальная ответственность в денежно-кредитных организациях	188
<i>Рабцевич А. А., Леднёва А. А.</i>	
Повышение социальной ответственности малого бизнеса в России	190
<i>Родионова Н. В.</i>	
Народное социальное предпринимательство как путь повышения предпринимательской активности россиян.....	191
<i>Романова А. Д.</i>	
Оценка динамики инновационного потенциала социально-экономической системы	195
<i>Румянцева Р. Н.</i>	
Внедрение и организация службы контроллинга в газовой отрасли	199
<i>Румянцева Р. Н., Коробейников А. В.</i>	
История становления контроллинга.....	201
<i>Сизова Е. И.</i>	
Концептуальные проблемы инновационного развития строительных холдингов.....	204
<i>Сморжанюк О. А.</i>	
О проблемах повышения квалификации муниципальных служащих во Владимирской области.....	207
<i>Сыров В. Д.</i>	
Маркетинговая основа организации производственного процесса	210
<i>Сыров В. Д.</i>	
Мотивационные основы формирования производственного персонала.....	215
<i>Тарасов Г. В.</i>	
Ёмкость рынков	219
<i>Тесленко И. Б.</i>	
К вопросу о межсекторном партнёрстве в инновационной сфере.....	222
<i>Тесленко И. Б., Зимин А. С.</i>	
Источники финансирования инновационного предпринимательства	224

Тесленко И. Б. , Царёв А. О.

**Современные инструменты
финансирования стартапов – краудлендинг..... 227**

Тимофеев Н. Н.

**Формирование и оценка
экономической эффективности
инновационных проектов нового строительства
предприятий автомобильного транспорта..... 230**

Туманова З. В. , Шумилина М. А.

**Вектор развития потребительской кооперации
Владимирской области в современных условиях 234**

Хартанович К. В.

**Теоретические основы исследования внутренней
и внешней среды в стратегическом менеджменте
предпринимательской организации 239**

Чечина В. И., Селевич Т. С.

**Преимущества и недостатки участия
стартап-проектов в акселерационных программах 245**

Шакирова Р. К., Иванова Н. Л.

**Уклонение от уплаты налогов и меры государственного
противодействия налоговым правонарушениям 250**

Юссуф А. А., Рудаева Я. А.

**Современное состояние
маркетинго-логистического управления 253**

Юссуф А. А. , Таланкина Е. Д.

**EVENT-мероприятия как компонент
маркетинговой стратегии предприятия..... 257**

Кларк Д. В., Юссуф А. А., Чубрина К. А. .

**Эмоционирование бренда
как эффективная маркетинговая стратегия 259**

Ястребов В. А., Воронова К. А., Казанин Н. Н.

**Бизнес-инкубатор как инструмент
поддержки предпринимательства
(на примере Владимирской области) 262**

Яшалова Н. Н., Пискунова Д. А.

**Государственно-частное партнёрство
в развитии спорта высших достижений в регионе 265**

РАЗДЕЛ 2

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ И ОПТИМИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ ПЛАНИРОВАНИЯ

Балынина С. А., Мороз Т. А.

**Оценка кредитования физических лиц
во Владимирской области в 2012–2015 гг.** 269

Болтунова С. А., Ерашова О. В.

**Развитие среднего профессионального образования
в регионе.....** 272

Галибина Н. Ю., Рыбакова Н. А.

Анализ рынка труда на территории Владимирской области..... 278

Кузина Т. Г., Ламкина А. А., Михеева Д. А.,

Горюшкин Н. В., Денисова А. А., Рогова Т. А.

**Формирование доходов местных бюджетов
(на примере бюджетов, входящих в консолидированный бюджет
Юрьев-Польского муниципального района
Владимирской области).....** 282

Левицкая Н. В., Белова Н. Л.

**Организация системы внутреннего контроля в целях
формирования отчёта о совокупном доходе компании.....** 287

Левицкая Н. В., Михайлова П. И.

**Анализ структуры, динамики расходования средств
бюджета Владимирской области.....** 291

Михайлова П. И., Левицкая Н. В.

Особенности бюджетного процесса Владимирской области 294

Никифорова С. В., Демидова Е. П.

**Финансовый контроль в Российской Федерации:
особенности организации** 297

Никифорова С. В., Кузнецова И. А.

**Применение аналитических процедур
в целях контроля прогнозных расчётов** 299

Николаева О. П., Сергеева Т. А., Поликанова О. А.

**Расчёты с подотчётными лицами
в бюджетных учреждениях: учёт и контроль.....** 303

Новикова И. С.

Проблема занятости во Владимирской области 307

Савельев И. И., Михайлова П. И.

**Анализ источников, структуры,
динамики доходов бюджета Владимирской области 310**

Савельев И. И., Новожилов А. Н.

**Пути совершенствования управления
бюджетом Владимирской области 317**

Суслов А. С., Савельев И. И.

Бюджет округа Муром: цели, задачи и приоритеты 319

РАЗДЕЛ 3 СОВРЕМЕННЫЙ ТУРИЗМ

Архипова Е. Ю.

Страхование как метод управления рисками в сфере туризма ... 322

Батюк Е. Р.

**Социально-экономические условия развития
внутреннего туризма в России 326**

Берёзка С. М.

**Сити-брендинг: подходы к пониманию
и актуальные проблемы 331**

Восколович Н. А.

Особенности развития сельского туризма в России 333

Гизятова А. Ш.

Жизненный цикл туроператора: проблемы устойчивости 337

Рябова С. Н.

Владимирский край в интернет-отзывах 341

Шерешева М. Ю., Берёзка С. М.

**Интерес российских потребителей 50+
к туристическим услугам: результаты исследования 342**

РАЗДЕЛ 4 ЭКОНОМИКА: МЕЙНСТРИМ И РЕАЛЬНОСТЬ

Балынина С. А., Карачева М. А.

Образовательный кредит 346

Большакова И. В., Никифорова С. В.

Финансовые ресурсы предприятий: пути увеличения 349

Левицкая Н. В., Удальцова Е. А.

Конвергенция на примере основных средств МСФО И GAAP 353

<i>Левицкая Н. В., Атабекова А. С.</i>	
Финансовый механизм и его элементы	355
<i>Макимова С. М., Никифорова С. В.</i>	
Основные направления совершенствования финансирования экономики и социальных расходов государства	358
<i>Никифорова С. В., Зайцева Н. С.</i>	
Отражение в учёте и отчётности государственной помощи в соответствии с МСФО И РСБУ	361
<i>Никифорова С. В., Хачатрян А. Р., Агабекян А. Л.</i>	
Демпинг как проблема развития аудита в РФ	367
<i>Попова И. Е., Савельев И. И.</i>	
Государственный финансовый контроль: принципы, условия и проблемы организации	371
<i>Савельев И. И., Александрова В. Р.</i>	
Проблема стабилизации финансов в РФ и возможные пути её решения	375
<i>Савельев И. И., Воронина О. О.</i>	
Финансовый кризис в РФ и пути его преодоления	378

РАЗДЕЛ 5

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

<i>Добрикова И. С.</i>	
О мерах государственной поддержки малого предприниматель- ства в Российской Федерации	381
<i>Ильминская С. А., Илюхина И. Б.</i>	
Проблемы развития интеграции в Евразийском экономическом союзе	385
<i>Матвеев В. В., Мазур Л. В.</i>	
Налоговая политика РФ в условиях турбулентности и её конкурентоспособные преимущества	389
<i>Машегов П. Н., Симонов С. В.</i>	
Клиповое мышление и инновации в системе высшего экономического образования	393
<i>Филонова Е. С.</i>	
Эконометрика: абстрактная головоломка или мощный аппарат для экономических исследований?	396

РАЗДЕЛ 1

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

П. Н. Захаров

ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени А.Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)

ПОДГОТОВКА КАДРОВ ДЛЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ВУЗОВ С РЕАЛЬНЫМ СЕКТОРОМ ЭКОНОМИКИ

На различных конференциях и встречах с работодателями (например, на проведённой во Владимирском государственном университете им. А.Г. и Н. Г. Столетовых 14–15 апреля 2016 года международной научно-практической конференции «Организация и проблемы производственных практик и трудоустройства в высшей школе») не всегда можно услышать только лестные отзывы от представителей бизнеса о качестве подготовки специалистов. В свою очередь вузы не всегда довольны характером взаимодействия с реальным сектором экономики. Преодоление указанных противоречий и достижение баланса интересов вузов и бизнес-сообщества возможно только при осуществлении совместных согласованных действий.

Органы государственной власти и лично Президент РФ В. В. Путин уделяют данному вопросу большое внимание. Так, вопросы подготовки кадров для малого и среднего бизнеса были раскрыты в экономическом блоке Послания Президента Федеральному собранию на 2016 год, которое было оглашено Президентом РФ 3 декабря 2015 года. «Важно, что у нас есть успешные предприятия в промышленности, в сельском хозяйстве, в малом и среднем бизнесе. Задача – чтобы число таких компаний росло быстро и во всех отраслях. На достижение этой цели должны быть направлены наши программы импортозамеще-

ния и поддержки экспорта, технологического обновления производств и подготовки профессиональных кадров» [1]. На прямой линии Президента РФ 16 апреля 2016 г. данная тема также прозвучала. «Подготовка профессиональных кадров, особенно в сфере производства, является одним из ключевых элементов роста на ближайшее время» [2].

Так кто же является потребителем образовательных услуг, если речь идёт об организациях малого и среднего бизнеса? В соответствии с Федеральным законом 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ» субъектами малого и среднего предпринимательства (далее – МСП) являются микро-, малые и средние предприятия, градация которых происходит по количеству работников, обороту и структуре уставного капитала (таблица 1).

В соответствии с официальной информацией Росстата доля малого и среднего бизнеса в структуре экономики по занятым составляет 25% и здесь кроется существенный потенциал роста, поскольку в экономике развитых стран мира данный показатель существенно превышает 50% (таблица 2).

При этом уместна ремарка о том, что Росстат в 2015 году проводил сплошное статистическое наблюдение по организациям малого и среднего бизнеса «Малый бизнес для большой страны». Аналогичное исследование проводилось до этого в 2010 году. ИЭИМ совместно с Владимирстатом организовал в октябре

прошлого года базовую кафедру «Экономическая статистика» и студенты направления

«Бизнес-информатика» привлекались и для этой работы.

Таблица 1

**Критерии отнесения предпринимателей к категории малого и среднего бизнеса
(статьи 4 и 5 Федерального закона № 209-ФЗ) [3]**

Категория субъектов МСП	Занятость на предприятии	Оборот предприятия	Критерий независимости происхождения
Микро- предприятие	< 15 человек	< 60 млн руб.	Доля участия Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, муниципальных образований, общественных и религиозных организаций в уставном капитале не выше 25%, а доля участия иностранных юридических лиц и (или) юридических лиц, не являющихся МСП – не выше 49%.
Малое предприятие	16–100 человек	< 400 млн руб.	
Среднее предприятие	101–250 человек	< 1 млрд руб.	

Таблица 2

Основные показатели деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства России по состоянию на 01.01.2015 г. (по итогам 2014 года) [4]

Показатель	Микро-предприятия	Малые предприятия	Средние предприятия	Индивидуальные предприниматели	Все категории МСП
Количество субъектов МСП, тыс. ед.	1 868,2	235,6	13,7	2 413,8	4 531,3
Доля в секторе МСП, %	41,2	5,2	0,3	53,3	100%
Среднесписочная численность работников, тыс. чел.	4 431,1	6 358,4	1 585,8	5 645,7	18 021*
Оборот (выручка) субъектов МСП от реализации товаров (работ и услуг), млрд рублей	9 699,3	16 692,9	5 027,8	10 447,5	41 867,5

Отраслевая структура малого и среднего бизнеса России приведена на рис. 1

Безусловно, большая доля принадлежит организациям торговли. Вместе с тем нельзя забывать об объективном тренде укрупнения торговых организаций и более высоких показателей динамики развития крупных торговых сетей по сравнению с магазинами шаговой доступности. И данный тренд свидетельствует об объективной переориентации малого и среднего бизнеса в сторону развития производственной деятельности, развития малых инновационных предприятий. И в этом смысле ВлГУ может оказаться весьма и весьма полезным для наших партнёров из реального сектора экономики.

Если говорить о региональном аспекте (таблица 3), то можно обратить внимание на проблему отставания предприятий Владимирской области от среднероссийских показателей по уровню заработной платы.

Это серьёзная проблема, решение которой зависит от комплекса мероприятий по технологическому перевооружению, повышения качества и производительности труда.

Если говорить о второй составляющей рассматриваемой системы – то система высшего образования России представлена 609 вузов. Во ВлГУ по поручению Губернатора Владимирской области Орловой С. Ю. была проведена работа по корректировке программы стратегического развития, о чём будет сказано позже.

Безусловно, что как учредитель Минобрнауки России ставит перед ВлГУ много задач и об одной из задач необходимо поговорить более подробно, а именно – о реализации практикоориентированного обучения.

ВлГУ полностью выполняет все индикаторы дорожной карты развития образования и науки до 2020 г. Так в текущем учебном году доля программ прикладного бакалавриата по факту составила 21,3%, а на следующий учебный год поставлена планка в 27%. В том числе в ИЭИМ реализуются уже сейчас практикоориентированные программы по направлению «Сервис», а с сентября мы планируем реализацию программ прикладного бакалавриата по направлениям «Менеджмент» и «Управление персоналом».



Рис. 1. Структура предприятий малого и среднего бизнеса России по видам экономической деятельности в 2014 г. (на конец года, %) [5]

Таблица 3

Сведения о количестве малых предприятий Владимирской области (без учёта микропредприятий) и численности работников в них по видам экономической деятельности в январе-декабре 2015 г. [6]

Показатель	Количество предприятий, единиц	Средняя численность работников – всего, человек	В том числе:			Средне-месячная заработная плата работников, рублей
			среднесписочная численность работников (без внешних совместителей)	средняя численность внешних совместителей	средняя численность работников, выполнявших работы по договорам гражданско – правового характера	
Всего	2650	80352	70688	4001	5663	18194,1
из них:						
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	113	3587	3317	85	185	18636,4
Добыча полезных ископаемых	16	877	774	41	62	19178,4
Обрабатывающие производства	654	22507	21303	688	516	18100,8
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	61	1835	1490	232	113	18960,9
Строительство	269	10977	7525	950	2502	19767,9
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	667	16057	15134	652	271	14606,1

Гостиницы и рестораны	143	3674	3579	61	34	11049,4
Транспорт и связь	132	4610	4282	255	73	17445,1
Финансовая деятельность	8	169	140	29	-	27346,6
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	470	12750	10419	558	1773	19340,6
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	51	1636	1262	355	19	18714,0
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	62	1548	1346	92	110	17408,9

Университетское сообщество выступает с определёнными инициативами, которые поддерживаются Министерством образования и науки РФ. Мы не в полной мере используем возможности сетевого взаимодействия, которые предоставляет 273-ФЗ «Об образовании в РФ». Как известно из теории стратегического менеджмента сетевое взаимодействие является мощным источником получения положительного синергетического эффекта. В данной связи можно указать на возможности использования лучших зарубежных практик, которые возникают при участии университета в программах Эразмус+. Наш университет с этого года является участником данного проекта.

Как уже было сказано выше по поручению Губернатора Владимирской области Орловой С. Ю. в 1 квартале текущего года была проведена большая работа по корректировке программы стратегического развития университета до 2030 года.

Одним из ключевых приоритетов нашего университета является взаимодействие с реальным сектором экономики. Поскольку ВлГУ – государственный университет, то игнорировать интересы государства неприемлемо, а учитывая тот факт, что университет является центром образования и науки региона, то ключевой вектор данного взаимодействия, естественно, – развитие наукоёмкого бизнеса.

Ежегодно большое число студентов университета проходят значительное количество практик и в первую очередь на предприятиях Владимирской области. В университете создано без малого 30 базовых кафедр и именно базовая кафедра является наиболее продвинутой формой сотрудничества. Вместе с тем у каждой базовой кафедры есть своя специфика, и более подробно рассмотреть данную ситуацию можно на примере базовой кафедры «Банковское дело». Она была организована

совместно со Сбербанком России в 2013 году. И уже за это время было сделано два выпуска специалистов. Осуществлён набор на базовую кафедру на следующий учебный год.

ВлГУ активно работает с партнёрами из реального сектора экономики в том числе и по Постановлению Правительства России № 218 «О мерах государственной поддержки развития кооперации российских образовательных организаций высшего образования, государственных научных учреждений и организаций, реализующих комплексные проекты по созданию высокотехнологичного производства».

В университете проводится огромное количество мероприятий по трудоустройству выпускников. Отдельно можно прокомментировать проект, который Институт экономики и менеджмента реализовал осенью прошлого года по заданию Департамента труда и занятости населения администрации Владимирской области. Наши студенты направления «Управление персоналом» поработали волонтерами колл-центра и поучаствовали в работе формирования отраслевого заказа по подготовке специалистов.

Безусловно в университете ведётся непрерывная работа по заключению договоров со стратегическими работодателями и данная деятельность будет продолжаться и впредь. В первую очередь договорные отношения охватывают наш регион, но заключаются договора на практику студентов, обучающихся по направлению «Государственное и муниципальное управление» с муниципальным образованием из Костромской области, т.е. расширяем географию, но только не в ущерб нашему региону.

Ситуация на рынке труда исследуется научными методами. В университете, совместно с администрацией Владимирской области, создан центр по прогнозированию потребности в предприятиях региона в кадрах.

В нашем университете активно развивается система менеджмента качества, которая в том числе предусматривает проведение независимой общественно-профессиональной аккредитации образовательных программ профессиональными объединениями работодателей. Данный опыт есть в ИЭиМ, мы проходили такую аккредитацию дважды – по магистерской программе «Менеджмент в туризме и гостиничном бизнесе», а также «Государственное и муниципальное управление».

Статью хотелось бы завершить конкретным деловым предложением. Система участников взаимодействия должна включать и органы государственной власти. Безусловно, администрация Владимирской области и лично Губернатор Орлова С. Ю. осуществляют мощную поддержку университета на всех уровнях. Университет может и должен быть драйвером, точкой роста для экономики региона. Поэтому система взаимодействия между вузами, реальным сектором экономики будет более эффективна при участии органов государственной власти.

Библиографический список

1. Послание Президента РФ Владимира Путина Федеральному Собранию : послание Президента Российской Федерации Федер. Собр. Федерации от 3 дек. 2015 г. // Рос. газ. – 2015. – 4 дек.
2. Прямая линия с Президентом Российской Федерации В. В. Путиным 16 апреля 2016 г. – URL: <https://www.1tv.ru/shows/vystupleniya-prezidenta-rossii/pryamaya-liniya-2016/pryamaya-liniya-s-vladimirom-putiny-m-2016-onlaynreportazh>
3. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации : федер. закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ// Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2007. – № 31, ст. 4006.
4. Малое и среднее предпринимательство в России. 2015 : стат. сборник. – М. : Росстат, 2015. – 96 с.
5. Малое и среднее предпринимательство в России. 2015 : стат. сборник. – М. : Росстат, 2015. – 96 с.
6. Сведения о количестве малых предприятий Владимирской области. – URL: http://vladimirstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/vladimirstat/resources/bed7a5804d3c733abcaafd4fc772e0bb/Приложение+5002.htm (Дата обращения 20 мая 2016 г.).

Н. В. Абдуллаев*ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени А.Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)*

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА МСП и МИП: ПРИМЕРЫ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ

На развитие малого и среднего предпринимательства (МСП), в том числе малых инновационных предприятий (МИП), в последние годы направлены усилия органов власти и управления. Эти предприятия призваны решать очень важные задачи, связанные с созданием и распространением инноваций, структурной перестройкой и модернизацией экономики, созданием атмосферы творчества, креативности, обеспечением основ конкурентоспособности отечественной экономики.

Характерной чертой МСП и МИП в настоящее время является их нестабильность и неустойчивость. Это связано с незначительным количеством финансовых ресурсов, имеющихся в их распоряжении, что формирует зависимость от цен на ресурсы, небольшими объёмами производства, высокими транзакционными издержками, недоступностью полной информации, невозможностью проводить серьёзные маркетинговые исследования, подобрать доступные производственные площадки. Они сильно зависят от инвесторов – государства, крупного бизнеса, финансово-кредитных институтов. Кроме этих факторов так называемой внешней среды функционирования МСП и МИП, их внутренняя среда характеризуется довольно часто слабым менеджментом, невысокой квалификацией кадров [1].

В то же время, они – неотъемлемая часть экономической системы, чем и объясняется государственная поддержка их деятельности, которая предполагает как институциональные, так и организационные меры. Остановимся на некоторых примерах поддержки.

Одной из структур, обеспечивающих поддержку МСП и МИП, является Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере. Основными задачами Фонда являются: проведение государственной политики развития и поддержки

малых предприятий в научно-технической сфере; оказание прямой финансовой, информационной и иной помощи малым инновационным предприятиям, реализующим проекты по разработке и освоению новых видов наукоемкой продукции и технологий на основе принадлежащей этим предприятиям интеллектуальной собственности; создание и развитие инфраструктуры поддержки малого инновационного предпринимательства; содействие созданию новых рабочих мест для эффективного использования имеющегося в Российской Федерации научно-технического потенциала; привлечение внебюджетных инвестиций в сферу малого инновационного предпринимательства; подготовка кадров.

За более чем 20 лет работы Фонда было подано свыше 55 тыс. заявок; заключено более 13 тыс. контрактов на выполнение НИОКР; поддержано более 12 тыс. молодых инноваторов; создано более 4,5 тыс. стартапов [2].

В 2015 году в соответствии с Указом Президента Российской Федерации «О мерах по дальнейшему развитию малого и среднего предпринимательства» и Федеральным законом «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» было создано АО «Корпорация «МСП», которое призвано оказывать финансовую, инфраструктурную, имущественную, юридическую, методологическую и иную поддержку субъектам МСП.

На базе АО «Корпорация «МСП» будет сформирован единый центр финансово-кредитной поддержки малого и среднего предпринимательства как «массового», так и высокотехнологического сектора. С участием АО будут обеспечены разработка и внедрение стандартов оказания различных форм и видов поддержки субъектам МСП на федеральном, региональном и муниципальном уровнях [3].

Во всех регионах страны реализуются программы поддержки МСП и МИП. В частности во Владимирской области осуществляется долгосрочная целевая программа «Содействие развитию малого и среднего предпринимательства во Владимирской области на 2014–2016 годы», одной из целей которой является развитие инновационного предпринимательства. Постановка этой цели обусловлена необходимостью развития и внедрения в производственный процесс продукта инновационно-технологической сферы, что позволит предприятиям инновационной сферы области выйти на новый качественный уровень выпускаемой продукции, сделает её более конкурентоспособной как на внутреннем, так и на внешнем рынках [4].

Кроме этого в регионе разработана государственная программа Владимирской области «Развитие малого и среднего предпринимательства на 2014–2020 гг.», предполагающая повышение инновационной активности МСП [5].

Поддержка начинающих МИП в регионе осуществляется на основе грантов на создание инновационной компании. Ежегодно на период 2014–2016 гг. гранты на создание инновационной компании определены в размере 5500 тыс. руб. (из них 4400 тыс. – федеральная субсидия и 1100 тыс. – средства областного бюджета).

Ожидается, что субсидирование инновационных проектов позволит существенно сократить цикл от инновационных разработок до их коммерциализации, ежегодно в течение 3 лет планируется создавать по 9 инновационных компаний. В целом такая поддержка будет содействовать приросту количества субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих деятельность на территории Владимирской области, не менее чем на 3,1% ежегодно [6].

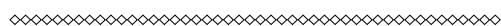
Для реализации мероприятий программ в регионе созданы и действуют такие элементы инновационной инфраструктуры как: Фонд содействия развитию малого и среднего предпринимательства, Фонд содействия развитию инвестиций в субъекты малого

и среднего предпринимательства Владимирской области; государственное автономное учреждение (ГАУ) «Бизнес-инкубатор»; Владимирский инновационно-технологический центр; государственное автономное учреждение региональный Фонд гарантий и развития малого и среднего предпринимательства – ГАУ ФГРМСР [7].

В целом ежегодно Министерство экономического развития РФ выделяет порядка 22 млрд руб. на Программу поддержки МСП.

В 2015 году по заказу Министерства компаний КРМГ (одна из крупнейших в мире сетей, оказывающих профессиональные услуги и одна из аудиторских компаний) было опрошено более 10 тысяч предпринимателей для оценки эффективности этой программы. По оценкам анализа, совокупный эффект на российский бюджет от реализации Программы поддержки МСП составил 153 млрд руб. в год (на 1 руб. инвестиций 7 рублей прироста). Эта сумма достигается за счёт дополнительных налоговых поступлений от роста выручки самих МСП, обеспеченных поддержкой, а также мультипликативного роста экономики в результате оказания поддержки МСП. Суммарный эффект на выручку МСП в рамках Программы составляет 859 млрд руб. ежегодно, или 3% от общего оборота МСП в 2013 г. Эффект на ВВП оценивается в 607 млрд руб. (на 1 руб. инвестиций приходится 27,6 руб. прироста). Для сравнения, сопоставимые исследования в США и Великобритании выявили эффект местных программ на ВВП, эквивалентный 19 и 34 единицам на 1 вложенную денежную единицу соответственно [8].

Итак, МСП и МИП в любой стране играют заметную роль и позволяют решать многие проблемы, особенно на региональном уровне. Поэтому, несмотря на сложности экономической ситуации, вызванные кризисом и экономическими санкциями зарубежных стран, государство должно продолжать политику поддержки МСП и МИП, изыскивая новые возможности и стимулируя привлечение дополнительных внебюджетных источников финансирования.



Библиографический список

1. Нестеренко Ю. Н. Развитие малых инновационных предприятий промышленности России. Автореферат диссертации на соискание учёной степени доктора экономических наук. Москва – 2008 г. РГГУ. [Электронный ресурс]. – URL: <http://do.gendocs.ru/docs/index-127130.html>

2. Инфраструктура поддержки МСП в РФ. – URL: <http://малое-предпринимательство.пф/infrastruktura-podderzhki-msp-v-rf/2013-03-12-18-29>
3. АО «Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства». – URL: http://www.opora-credit.ru/startup/fonds_for_startup/detail.php?ID=159197
4. Kuznetsov Y., Filimonova N., Fedosova R. Strategic development of small businesses in Russian regions // Asian Social Science. – 2014. – Т. 10. – № 13. – С. 231–238.
5. О государственной программе Владимирской области «Развитие малого и среднего предпринимательства во Владимирской области на 2014–2020 годы» : постановление губернатора Владим. области от 5 нояб. 2013 г. № 1254 // Владим. ведомости. – 2013. – 16 нояб.
6. О долгосрочной целевой программе «Содействие развитию малого и среднего предпринимательства во Владимирской области на 2014–2016 годы» : постановление губернатора Владим. области от 30 дек. 2011 г. № 1496. – URL: <http://drpt.avo.ru/docs/ppmp14-16.pdf>
7. Информация о реализации долгосрочной целевой программы «Содействие развитию малого и среднего предпринимательства во Владимирской области на 2011–2013 годы» : постановление губернатора Владим. области от 15 июня 2010 г. № 681. – URL: <http://gosbook.ru/system/files/documents/2012/12/26...2011...>
8. Исследование КПМГ «Оценка эффективности Программы поддержки МСП МЭР». – URL: <http://smb.gov.ru/statistics/navy/analitic/17621.html>.
9. Филимонова Н. М., Моргунова Н. В., Потёмкин А. И. Современные направления повышения эффективности инновационной деятельности на предприятиях // Экономический анализ: теория и практика. – 2010. – № 33. – С. 20–23.

Г. М. Бадаян
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный
университет имени А.Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)

РИСКИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

В условиях рыночной экономики инновационная деятельность является определяющим инструментом конкуренции [9], обеспечивая условия для завоевания потребителя через высокое качество товара и более низкую цену, поскольку в результате инноваций достигается и то, и другое. В тоже время инновационная деятельность в большей степени, чем другие виды, сопряжена с риском, так как полная гарантия благополучного результата практически отсутствует. При разработке и реализации таких проектов многие решения приходится принимать на интуитивном уровне.

Инновационная деятельность, вносящая существенные, и радикальные изменения в производственные процессы, заметно увеличивает неопределённость динамики и результатов деятельности организации. С ростом неопределённости сопряжён риск неудачного результата инновационной политики.

В соответствии с классическим определением «инновационный риск – это вероятность потерь, возникающих при вложении предприятием средств в производство новых товаров и услуг, которые, возможно, не найдут ожидаемого спроса на рынке».

Согласно определению, инновационный риск может быть определён как результат принятия решений в инновационной деятельности субъекта, связанных с целенаправленным изменением случайных соотношений экономических потерь и доходов на основе управления и оптимизации процессов формирования, локализации, снятия и парирования неопределённости.

Приведённая трактовка определения категории «инновационный риск» в соответствии с новым подходом по полноте выражения дефиниции вполне может претендовать на тождественность понятию «риск инновационной деятельности», что чаще всего и встречается литература.

Как правило, инновационный риск может возникать в следующих ситуациях:

- при внедрении мероприятий по снижению стоимости производства товара или услуги по сравнению с уже использующимися. В этом случае предприниматель сталкивается лишь с одним видом инновационного риска – возможной неправильной оценкой спроса на производимый товар;

- при создании нового товара или услуги на старом оборудовании. В этом случае к риску неправильной оценки спроса на новый товар или услугу добавляется риск несоответствия качества товара или услуги необходимым требованиям в связи с использованием старого оборудования;

- при производстве нового товара или услуги при помощи новой техники и технологии.

В данной ситуации инновационный риск включает в себя:

- а) риск того, что новый товар или услуга может не найти покупателя;

- б) риск несоответствия нового оборудования и технологии необходимым требованиям для производства нового товара или услуги;

- в) риск невозможности продажи созданного оборудования, так как оно не подходит для производства иной продукции, в случае неудачи.

В целом риски инновационного предпринимательства классифицируются следующим образом:

- 1) риски ошибочного выбора инновационного проекта;

- 2) риски необеспечения инновационного проекта достаточным уровнем финансирования;

- 3) маркетинговые риски обеспечения текущего снабжения ресурсами, необходимыми для реализации инновационного проекта;

- 4) маркетинговые риски сбыта результатов инновационного проекта;

5) риски неисполнения хозяйственных договоров;

6) риски возникновения непредвиденных затрат и снижения доходов;

7) риски усиления конкуренции конкурентов;

8) риски, связанные с недостаточным уровнем кадрового обеспечения;

9) риски, связанные с обеспечением прав собственности на инновационный проект;

Для различных производств и сфер предпринимательской деятельности кластеров отраслей предпринимательства риск инновационной деятельности является существенным. Причины тут очевидны: при всей высокорискованности инновационного предпринимательства факторы риска оказываются разными (объективными и субъективными), величины убытков и размеры прибылей также будут различаться.

Исходя из рассмотренных выше аспектов, риск инновационной деятельности можно определить как совокупный результат принятия решения в рискованной ситуации деятельности экономического субъекта по целенаправленному изменению возможных соотношений экономических потерь и доходов как случайных величин в стохастической среде создания, распространения и использования инноваций на основе оптимизации и активного динамического управления процессами формирования, оценки, снятия и парирования неопределённости.

Таким образом, можно определить основные риски, возникающие в инновационной деятельности:

1. Риски ошибочного выбора инновационного проекта. Одной из причин возникновения данного риска является необоснованное определение приоритетов экономической и рыночной стратегии реализации проекта, а также соответствующих приоритетов различных видов инноваций, способных внести вклад в достижение поставленных целей.

2. Риски необеспечения инновационного проекта достаточным уровнем финансирования, включает в себя:

- риск недополучения средств, необходимых для разработки инновационного проекта, в том числе и привлечённых;

- риск при использовании внешних источников финансирования (бюджет проекта

может оказаться дефицитным по различным причинам).

3. Маркетинговые риски, которые в первую очередь обусловлены техническими особенностями инновационного проекта. В некоторых случаях для его реализации требуются уникальное оборудование или высококачественные комплектующие и материалы, которые также требуют разработки и освоения. Кроме этого, может оказаться, что разработчики, на которых рассчитывала организация при разработке инновационного проекта, окажутся от своих обязательств, и организация не сможет получить (приобрести) оборудования.

4. Риски невыполнения контрагентами договорных обязательств в установленный срок, в результате чего у организации возникают потери, связанные с нарушением графиков реализации проекта, невыполнением работ, необходимых для осуществления инновационного проекта.

5. Риски усиления конкуренции. Причины их могут быть следующие:

- утечка конфиденциальной информации по вине сотрудников организации;
- либо в результате промышленного шпионажа, предпринятого конкурентами;
- замедленное внедрение нововведений по сравнению с конкурентами из-за отсутствия необходимых средств для проведения НИР;
- недобросовестное конкурентов (использование методов недобросовестной конкуренции);
- появление на рынке производителей из других отраслей, предлагающих однотипные, взаимозаменяемые товары, способные удовлетворять спрос потребителей.

6. Риски, связанные с недостаточным уровнем кадрового обеспечения необходимого для реализации проекта.

7. Риски, связанные с обеспечением прав собственности на инновационный проект, возникают по различным причинам: обеспечение условий патентования технических, дизайнерских и маркетинговых решений, возникающие в результате недостаточно «плотной» защиты изобретений, ноу-хау и технологий и т.д.

В условиях быстрых темпов развития экономики возрастает необходимость совершенствования методов управления и минимизации инновационных рисков. Избежать полностью

риска в инновационной деятельности невозможно, так как инновации и риск – две взаимосвязанные категории. Для снижения минимизации риска в инновационной деятельности могут проводиться следующие меры.

Распределение риска между участниками с тем, чтобы передать максимальную ответственность за риск тому участнику, который лучше всех может его контролировать. Распределение (диссипацию) риска можно применять как во времени, так и в пространстве. Распределение риска во времени можно использовать, если инновационная услуга позволяет выделять последовательные и достаточно чётко разграничиваемые этапы. В этих случаях для каждого из выделенных этапов предусматривают свои меры компенсации риска, что может оказаться менее дорогостоящим. Что же касается диссипации риска в пространстве, то можно рекомендовать несколько способов диссипации риска в пространстве производства и потребления:

- диверсификацию деятельности, на нескольких товарных рынках одновременно, когда неудача на одном из них может быть компенсирована успехами на других;

- распределение риска между смежниками – участниками инновационного процесса посредством заключения многосторонних договоров или заключения множества пар двусторонних договоров, фиксирующих ответственность каждого партнёра.

- дробление рынка сбыта, то есть увеличение количества потребителей продукции и услуг, и распределение поставок между ними так, чтобы отказ нескольких от покупок не сорвал производственную программу в целом;

- дробление рынка поставщиков с той же целью.

Уклонение от риска в предельном случае есть полный отказ от инновационных проектов, услуг или решений, способствующих возникновению рисков. Главным способом уклонения от риска можно считать передачу риска страховой компании (компаниям – если страхуются различные фазы и этапы инвестиционной деятельности). Разумеется, за уменьшение риска надо платить, следовательно, в этом случае возникает проблема определения границы эффективных затрат (расходов) на предотвращение риска, выход на которую

приведёт к снижению эффективности инновационных услуг.

На практике уклонение от риска чаще реализуется в форме предпочтения в пользу менее рискованных или почти безрисковых инновационных услуг. Однако следует иметь в виду, что серьёзных начинаний без риска не бывает. Практика показывает, что чем значительнее возможный результат, тем с большим риском связано решение о его принятии. В этом смысле собственно реализацию инновационной услуги можно интерпретировать как совокупность процедур уменьшения начального риска инновационной услуги. В частности, целесообразно отказаться от услуг зарекомендовавших себя не вполне надёжными поставщиков или заказчиков, не соблюдающих сроков платежей, в пользу более надёжных, хотя и не удовлетворяющих по каким-то иным параметрам. Анализ исполнительности поставщиков и потребителей следует проводить постоянно, так же как и поиск новых контрагентов.

Локализацию (минимизацию) риска или его последствий можно осуществить, например, путём выделения или создания самостоятельного (так называемого венчурного) малого предприятия в целях реализации принятых к исполнению инновационных услуг, т.е. сосредоточение деятельности, связанной с повышением риска, в пределах небольшого дочернего хозяйствующего субъекта. Этот способ уже давно апробировано в мировой практике крупными фирмами при освоении новых видов продукции или организации нового вида услуг, когда перспективы успеха не поддаются детальному анализу, а риск вовлечения большой компании в финансовые трудности достаточно велик.

Компенсация риска наиболее сложный и тонкий инструмент обеспечения безопасности инновационной деятельности. Возможные пути его реализации основаны на создании системы материальных или информационных резервов, составлении планов их развёртывания.

Резервирование повышает надёжность функционирования системы, так как при отказе элемент может быть заменён из резерва. Величина резерва должна быть не меньше величины колебания параметров системы во времени. В этом случае затраты на резервы должны всегда быть ниже издержек, связанных с восстановлением отказа.

Наиболее эффективным способом уменьшения риска этой группы следует признать метод «поиска гаранта». Как метод обретения или обеспечения надёжности инновационной деятельности этот метод применим и мелкими, и крупными предприятиями. Так, небольшому предприятию в целях реализации инновационной услуги может оказаться полезной более или менее тесная форма интеграции (объединения) со значительно более мощным партнёром. Конкретная форма интеграции может определиться на основе принципа равной взаимной полезности путём структуризации и конкретного анализа хозяйственной ситуации, разработки, оценки и сопоставления различных вариантов создания и реализации инновационных услуг.

Создание материальных резервов на предприятии в целях компенсации риска – это, по существу, страхование только не распределённая между различными организациями, а сосредоточенная внутри самого предприятия: страховые запасы сырья и комплектующих; свободные мощности и денежные средства; контакты и связи, установленные как бы впрок и т.п. Анализ показывает, что в данном вопросе следует отдать предпочтение финансовым резервам. Для предприятия актуальными становятся выработка финансовой политики, управление своими активами и пассивами, достижение их оптимальной структуры, обеспечение достаточной ликвидации вложенных средств.

Создание информационных резервов в целях компенсации риска может быть реализовано, например, путём регулярного проведения прогнозирования и мониторинга социально-экономической обстановки и нормативно-правовой среды. Эти прогнозы немислимы без отслеживания текущей информации о соответствующих процессах. Кроме того, эти данные имеют и самостоятельное значение для принятия решений в ходе реализации инновационных услуг. Другими словами, необходима организация максимально возможного мониторинга экономической и нормативно-правовой среды, её информатизация должна быть обязательным компонентом деятельности предприятия, решившего воплощать инновационные услуги. В этом плане могут быть рекомендованы следующие способы и средства: установление непосредственных контактов с источниками новых

данных, приобретение актуализируемых компьютерных систем, справочной информации, подключение к сетям коммерческой информации, проведение собственных прогнозно-аналитических исследований, покупка соответствующих услуг консультационных фирм или отдельных консультантов. Здесь, разумеется, возникает задача соразмерения затрат на приобретение знаний и данных с целями и финансовыми возможностями предприятия.

Страхование, по существу, передача определённого риска страховой компании. Поскольку с увеличением роста риска сумма ставок страхования растёт, страховой компании выгодно страховать события при незначительном проценте оплаты риска. Производят страхование от несчастных случаев, сохранности оборудования, общей гражданской ответственности по рискам строительных организаций и т.п.

Страхование – система экономических отношений, включающая образование страхового фонда и его использование для преодоления и возмещения разных потерь, ущерба, вызванных неблагоприятными событиями (страховыми случаями) путём выплаты страхового возмещения и страховых сумм.

Объектами страхования инновационных рисков должны быть лишь имущественные интересы, связанные с убытками в виде потерь прибыли и непокрытых затрат в результате остановки производства из-за выявившихся случайных конструктивных, технологических упущений, недоработок в том или ином виде осваиваемой новой сложной техники, технологии либо нового продукта производства, ошибок персонала при использовании новшеств.

Затраты на конструкторскую, технологическую доработку новшества собственными силами предпринимателя-страхователя также должны покрываться данными видом страхования.

Каждое предприятие должно стремиться к развитию своего инновационного потенциала, обеспечивая производственные процессы новой технологией, техникой и возможностью выпуска новые товары, но при принятии решения о разработке инновационного проекта следует учитывать и риски, которые непременно будут сопровождать любые инновации на всех стадиях их разработки и внедрения [5].

В тоже время полностью избежать риск в инновационной деятельности невозможно, так как инновации и риск – две взаимосвязанные категории. В работе приведена классификация инновационных рисков.

Важным является не избежать риска вообще, а способность предвидеть и минимизировать его. Процесс управления рисками реализуется по средствам распределения риска, уклонения от него, локализации риска; компенсации риска, страхования риска.

Библиографический список:

1. Быстрыков А. Я., Пономаренко Е. В., Дигилина О. Б., Столярова Е. И. Государственное регулирование развития предпринимательства: опыт, проблемы, инновации / под ред. А. Я. Быстрыкова. – М., 2015.
2. Гамидова А. Г., Ибрапов А. И. Концепция приемлемого риска инновационной деятельности экономических систем // Инновации. – 2006. – № 11.
3. Дмитриев Ю. А., Шустров Л. И. Риск-менеджмент в предпринимательской деятельности. – Владимир : Собор, 2012.
4. Филимонова Н. М., Моргунова Н. В., Потёмкин А. И. Современные направления повышения эффективности инновационной деятельности на предприятиях // Экономический анализ: теория и практика. – 2010. – № 33. – С. 20–23.
5. Филимонова Н. М., Кузнецов Ю. В., Федосова Р. Н., Капустина Н. В. Система риск-менеджмента в системе управления предприятием текстильной промышленности // Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. – 2014. – № 4 (352). – С. 28–32.

А. В. Байков*ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени А.Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)*

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА

По оценкам Всемирной туристической организации и Всемирного совета туризма и путешествий, функционирование хозяйствующих субъектов в области туризма тесно связано либо влияет на развитие 32 отраслей национальной экономики. В связи с этим задача эффективного управления туристско-рекреационной сферой в России становится в настоящий момент одной из приоритетных, в том числе и её регионов. Система управления туризмом включает объект и субъект управления. Неоднозначность и многогранность понятия объекта управления туризмом предопределяют сложность управления им.

На взгляд автора, рассмотрение категории «туризм» через понятие ТРК представляется наиболее оптимальным, так как туризм должен рассматриваться как собирательное понятие для многочисленных форм деятельности, не ограничивающихся рамками одной отрасли, и в совокупности представляющих собой межотраслевой комплекс, отрасли которого характеризуются различными пропорциями и взаимосвязями, и только объединив отдельные предприятия отдельных отраслей в единый комплекс (ТРК), представляется возможным, во-первых, оценить роль каждого элемента в общем эффекте от туризма, увидеть и проанализировать взаимосвязи между отдельными участниками, оценить степень влияния и взаимопроникновения одних предприятий, отраслей в другие, во-вторых, совместное планирование развития предприятий, их размещение и инвестирования, построение общей стратегии, политики и тактики даст определённый экономический эффект на основе целостности (синергизма), означающего способность всех объектов при совместной и согласованной работе давать эффект больший, чем сумма эффектов от работы каждого объекта по отдельности за счёт экономии капиталовложений, средств на про-

движение единого туристского продукта территории.

Использование категории ТРК позволяет применять комплексный и системный подход к управлению туристскими территориями как органически целостным туристско-рекреационным образованием элементов хозяйства, населения, природы, функционирующих в определённых пространственно-временных параметрах. К сожалению, в научной литературе пока не существует общепринятого определения понятия ТРК. Многие исследователи, изучающие вопросы и проблемы туризма, дают собственную трактовку данного термина.

Основываясь на существующих дефинициях и принимая во внимание выделенные в них характеристики, на взгляд автора ТРК – это часть общего хозяйственного комплекса региона (территории), представляющая собой сочетание туристских, рекреационных и сопутствующих предприятий и организаций, деятельность которых координируется государственными и (или) иными структурами и направлена на создание, продвижение и реализацию уникального турпродукта с учётом оптимального использования туристско-рекреационного потенциала территории.

Для функционирования и развития ТРК необходимо существование определённого организационно-экономического механизма с использованием государственных и рыночных методов управления или их сочетания, которое, возможно, во-первых, через рыночное саморегулирование путём достижения равновесия спроса и предложения, во-вторых, через введение определённых механизмов управления и координации. Причём во втором случае речь идёт как о государственном регулировании, так и о самоорганизации хозяйствующих субъектов через создание туристских объединений и ассоциаций.

Опираясь на эти варианты механизмов, с определённой долей условности можно вы-

делить три основные модели управления туризмом:

- первая предполагает отсутствие государственной турадминистрации как таковой: все вопросы решаются на местах и на основе принципов рыночной самоорганизации;

- вторая модель, наоборот, предполагает наличие сильного и авторитетного министерства, которое осуществляет значительный контроль над сферой туризма;

- для третьей модели организации управления туризмом (так называемой «европейской модели») характерно: разделение органов государственного регулирования туризмом на две «ветви»: одна из них – «бюрократическая» занимается вопросами государственного управления в области создания нормативно-правовой базы для отрасли, обработки статистической информации, координации деятельности регионов, сотрудничестве на международном уровне, вторая «ветвь» – «маркетинговая» не является органом управления и, как правило, получает большую часть государственного финансирования, в область её компетенции входит создание образа страны за рубежом, участие в выставках, управление турпредставительствами за рубежом, кроме этого, государственные турадминистрации активно взаимодействуют с местными властями и частным бизнесом с целью уменьшения роли центральной исполнительной власти в экономических процессах и уменьшения государственных расходов за счёт привлечения инвестиций из частного бизнеса.

Из представленных трёх моделей управления применительно к ТРК России наиболее близка третья модель, для которой характерно использование не только рыночных методов управления, но и государственного регулирования, которое должно быть основой для управления ТРК и, прежде всего, на региональном уровне.

Таким образом, в качестве субъекта управления ТРК должны выступать региональные органы власти. Причины, обуславливающих такой вывод, обозначим следующие:

1. Регулирование развития туризма на региональном уровне более детализировано и специфично, чем на федеральном уровне, и существенно отличается от региона к региону, что обусловлено спецификой отдельных регионов в экономических, природно-геогра-

фических, социальных, политических и других условиях и позволяет выявить общий характер влияния туризма на развитие региона и более точно оценить эффект от туризма.

2. Несмотря на то, что функционирование ТРК как межотраслевого комплекса связано с самостоятельно хозяйствующими субъектами рынка – предприятиями и учреждениями, действующими в рыночных условиях, они, тем не менее, являются неотъемлемой частью хозяйственной и социальной системы региона.

3. Развитие ТРК требует концентрации значительных финансовых средств, которые могут быть привлечены за счёт включения в средне- и долгосрочные программы социально-экономического развития региона.

4. Формирование конкурентоспособного ТРК предполагает наличие развитой сопутствующей инфраструктуры, управление которой относится к компетенции государственных органов власти.

5. Ряд вопросов на современном этапе развития страны может относиться только к компетенции государственных органов.

6. Туризм в современном обществе играет важную социальную роль.

В качестве основных задач субъекта управления ТРК региона выделим следующие:

- интеграция ТРК в национальный и мировой рынок турпродукта;

- формирование положительного имиджа региона в качестве туристско-рекреационного места;

- осуществление контроля над предприятиями и организациями (туроператорами, турагентами, транспортными организациями и т.д.), оказывающими туристские услуги, в том числе разработка соответствующих стандартов оказания услуг и работы предприятий;

- разработка программ развития ТРК;

- планирование и прогнозирование мощностей средств размещения и инфраструктуры;

- выявление, развитие и сохранение туристских ресурсов;

- развитие современной, соответствующей высокому уровню инфраструктуры;

- подготовка квалифицированных кадров для туристской индустрии;

- осуществление грамотной информационной политики;

– обеспечение безопасности пребывания туристов в рекреационной местности.

Кроме этого, следует отметить, что цели и задачи ТРК региона не тождественны целям и задачам, стоящим перед субъектом управления комплексом: так как, функционирование ТРК, прежде всего, направлено на удовлетворение потребностей потребителей турпродукта и достижение предприятиями комплекса определённых результатов своей хозяйственной деятельности, в то время как субъект управления ориентирован на обеспечение устойчивого функционирования и развития ТРК в регионе, с учётом факторов и процессов, имеющих отношение к комплексу, что является дополнительным аргументом к утверждению о необходимости централизованного управления ТРК на основе государственных органов власти региона.

На сегодняшний день, исходя из опыта российских регионов и других стран, возможны два основных пути формирования ТРК. В основе первого пути лежат прежние схемы размещения рекреационно-туристических объектов. Первоочередная задача для таких регионов – восстановление, реконструкция и развитие уже существующих объектов.

Второй путь предполагает новое освоение районов, ранее не отличавшихся концентрацией в них объектов туристско-рекреационного назначения.

Исследователи определили три основных варианта возникновения новых ТРК:

1. В качестве основного стимулятора развития ТРК выступают локальные природные ресурсы.

2. ТРК формируется на базе крупных городских агломераций с высокоразвитой.

3. ТРК развиваются на основе влияния социальных, национальных, исторических, архитектурных, археологических, национальных и других факторов.

Что касается этапов формирования ТРК, то выделяют следующие:

- 1) простая агломерация предприятий различных рекреационно-туристских отраслей (санаторий, турбаза, лагерь);

- 2) специализация территории;

- 3) формирование территориальной структуры рекреационно-туристского комплекса.

По мнению отдельных специалистов критерии квалификации рекреационных

комплексов группируют на основе градостроительных и социально-экономических факторов. Градостроительные факторы непосредственно определяют месторасположение, композицию и величину рекреационного комплекса; опосредованно связаны с видами рекреационных ресурсов и уровнем развития инфраструктуры.

Все критерии классификации рекреационных комплексов находятся между собой в сложной зависимости и соподчиненности. Функциональный профиль, месторасположение и контингент рекреантов определяют назначение рекреационного комплекса. От назначения комплекса зависят состав функциональных групп и площади помещений, которые, в свою очередь, определяются уровнем комфорта. Уровень комфорта отражается на объёмных и планировочных решениях зданий и сооружений рекреационных комплексов, на степени благоустройства их участков.

Важно отметить зависимость функционирования ТРК не только от внутренних составляющих региона, но и от факторов, формально не входящих в компетенцию региона. К ним можно отнести политику федерального центра в области туризма, общемировые тенденции и факторы развития, природные катаклизмы и т.д. Что касается факторов самого региона, то ТРК формируется на основе имеющихся ресурсов, создавая собственную структуру, исходя из целей, специализации региона. Немаловажную роль в формировании ТРК играет местное население: его установки, образ жизни, профессиональный состав, готовность к приёму туристов. Оно же, в конечном счёте, является частью турпродукта как основной субъект предоставления услуг туристу. Наличие цели и её реализация через политику и структуру ТРК подразумевает наличие управления системой функционирования и развития ТРК.

При оценке уровня концентрации туристско-рекреационного производства определяется, прежде всего, число и удельный вес предприятий, относящихся к конкретной группе предприятий (туристских, средств размещения, рекреационных) в общем количестве предприятий ТРК, а также определяется доля каждой из этих групп по общей численности работников, по объёму предоставляемых услуг, стоимости основных фондов и т.д. всего ТРК.

В качестве показателей, отражающих специализацию туристско-рекреационного комплекса можно привести такие показатели как коэффициент локализации ТРК, учитывающий долю стоимости услуг, предоставленных предприятиями ТРК в валовом региональном продукте; удельный вес основных (профильных) услуг в общем объеме всех услуг, характеризующий однородность туристско-рекреационного производства; коэффициент дублирования услуг, показывающий степень рассредоточенности производства и тех услуг по предприятиям комплекса и характеризующий общее число предприятий, занятых предоставлением данного вида услуг.

В зависимости от цели оценки и конечных результатов деятельности круг показателей может расширяться или сужаться. Следует иметь в виду возможность повышения или снижения относительного значения отдельных показателей.

По своему составу, мощности, количеству и качеству отдельных элементов туристско-рекреационный комплекс региона должен соответствовать его рекреационным возможностям и отвечать требованиям потребительского спроса на туристские и рекреационные услуги.

При определении результативности деятельности туристско-рекреационного комплекса в целом необходимо учитывать не только производственные результаты данного формирования, но и народохозяйственный эффект. Так, в системе регионального ТРК народохозяйственный эффект может определяться как сумма экономических эффектов, полученных в сфере производства новой техники, используемой на туристских и рекреационных предприятиях и для совершенствования объектов рекреационной инфраструктуры, а также непосредственно в сфере предоставления туристских и рекреационных услуг. При этом показатели экономической эффективности должны учитываться в прогнозах основных звеньев управления ТРК как значимые результативные показатели.

При определении показателя эффективности производства ТРК должны быть учтены суммарный народохозяйственный эффект и учёт затрат в полном объеме. Это позволяет использовать его для оценки производственно-экономической деятельности всеми звеньями управления комплекса, обеспечивая

одновременно сочетание общегосударственных и коммерческих интересов туристских и рекреационных предприятий.

Формула расчёта показателя эффективности функционирования ТРК (Эк) может осуществляться в следующем виде:

$$\frac{\sum_{i=1}^n \{(Q_i - C_i - H_i + R_{ki}(O\Phi_i + O\text{Ci})\}}{\sum_{i=1}^n (C_i + K_i)}$$

где Q_i – объём предоставленных услуг i -го предприятия ТРК в сопоставимых ценах, тыс. руб.;

C_i – себестоимость объёма предоставленных услуг i -го предприятия ТРК, тыс. руб.;

R_{ki} – коэффициент рентабельности авансированного капитала i -го предприятия ТРК;

$O\Phi_i$ – среднегодовая стоимость основных фондов i -го предприятия ТРК, тыс. руб.;

$O\text{Ci}$ – среднегодовая стоимость оборотных средств i -го предприятия ТРК, тыс. руб.;

K_i – единовременные вложения (капитальные затраты) i -го предприятия ТРК, тыс. руб.;

H_i – ставка налога на прибыль i -го предприятия ТРК;

n – количество предприятий ТРК региона.

Такое положение может привести к снижению преобладающей роли основных средств в формировании производственного потенциала предприятий ТРК. Однако, реализация существующих инвестиционных программ на предприятиях ТРК, как правило, приводит в 2–3-х кратному росту стоимости их имущества. Поэтому правильно проводимая инвестиционная политика способствует, безусловно, росту активов предприятий, которые участвуют в затратном механизме и тем самым непосредственно влияют на эффективность туристско-рекреационного производства.

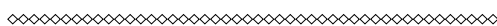
Оборотные средства наравне с основными средствами также участвуют в формировании активов предприятий ТРК. Специфика деятельности большинства туристских и рекреационных предприятий, за исключением, средств размещения, обуславливает преобладание в структуре затрат более ликвидных активов, т.е. оборотных средств.

Таким образом, решение проблем, методологической оценки эффективности функционирования регионального ТРК имеет многоаспектный характер, включающий регулирование совокупными доходами и затрата-

ми взаимодействующих структурных уровней туристско-рекреационного комплекса.

Таким образом, по мнению автора, рекреационно-туристский комплекс региона представляет собой сложную многофункциональную систему, которая определяется как внутренними особенностями и установками региона, так и внешними факторами развития, не зависящими от данной территории. Основная цель существования и развития регионального ТРК – это формирование

и реализация турпродукта, направленного на духовное и физическое восстановление и совершенствование человека. Основными участниками ТРК выступают не только предприятия и отрасли, непосредственно обслуживающие туристов, но и ряд смежных и сопутствующих отраслей, а также государственные структуры. Основа ТРК – это его рекреационно-туристский потенциал, который предопределяет специализацию ТРК и его возможности для развития.



Библиографический список

1. Коблова А. А. Рекреационно-туристский комплекс как объект регионального управления : сб. науч. трудов СевКавГТУ. Серия «Экономика». – 2005. – № 2.
2. Богомолова Е. С. Система показателей результативности функционирования регионального туристско-рекреационного комплекса // Новые технологии. – 2007. – № 3.
3. Клочкова Т. В. Экономическое содержание и структура РТК. Актуальные проблемы экономики и менеджмента // Материалы III-й науч.-практич. конф. аспирантов и соискателей МИМ ЛИНК). – Жуковский : МИМ ЛИНК, 2005.

А. Ф. Баранова*ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени А.Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)*

АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ОБРАЩЕНИЯ С ОТХОДАМИ ПОТРЕБЛЕНИЯ (на примере Владимирской области)

В России захоронение отходов является основной формой конечной стадии технологического цикла обращения с отходами. Средний уровень отходов потребления, отправленных на переработку или повторное использование, остаётся невысоким, и в среднем составляет не более 5–8% от основной массы. Сбору и утилизации в качестве вторичного сырья подвергаются отходы, которые характеризуются высоким уровнем ликвидности: лом и отходы чёрных и цветных металлов, не загрязнённые и не смешанные полимерные отходы, бой стекла, макулатура. Аналогичная ситуация во многих регионах Российской Федерации. Это связано с тем, что федеральный закон № 89-ФЗ «Об отходах производства и потребления» (1998 г.) не устанавливал приоритет утилизации отходов над их захоронением, а также не был установлен запрет на захоронение отходов не прошедших сортировку, механическую и химическую обработку, а также отходов, которые могли быть использованы в качестве вторичного сырья. В новой редакции федерального закона, от 29.12.2015 года, были внесены поправки и определены основные направления, связанные с обращением отходами. Так, например, запрещается захоронение отходов, в состав которых входят полезные компоненты, подлежащие утилизации.

По мнению Плотникова А. М. [1], если отсортировать хотя бы 12% от массы или 45% от объёма мусора, то уже в России появится много миллиардная отрасль по переработке отходов. А это тысячи рабочих мест. Пока в нашей стране данная ниша свободна.

В мире накоплен богатейший опыт экологического предпринимательства, доказывающий не только его жизненную необходимость,

но и экономическую выгоду. Известно, что во всех развитых промышленных странах малое и среднее предпринимательство составляет базу экономики. По данным исследования Мазуровой О. Г. [2], например, в США действуют 26,8 млн малых предприятий, в Европе свыше 20 млн предприятий занятых в малом и среднем бизнесе. Сегодня в России действуют около 1,5 млн малых и средних предприятий. Данных об организациях и предприятиях осуществляющих деятельность в сфере экологии Росстат не предоставляет.

Основными отличиями экологического предпринимательства от других видов предпринимательства являются её субъекты и продукция. К субъектам экологического предпринимательства, согласно Модельному закону «Об основах экологического предпринимательства» (принят постановлением на пятнадцатом пленарном заседании Межпарламентской Ассамблеи государств – участников СНГ от 13 июня 2000 г. N15–6) относятся физические и юридические лица, которые вне зависимости от организационно-правовой формы занимаются производством продукции, выполнению работ и услуг природоохранного назначения.

В России следовало бы расширить сферу экологического предпринимательства, основанное на деятельности экологических коммерческих организаций, таких как: предприятия в сфере экологии и экологической безопасности; в сфере разработки и внедрения экологически чистых технологий; научно-производственные центры; производства экологической продукции; утилизация и переработка отходов; экологическая экспертиза и другое. В этой структуре роль экологического предпринимательства занятого в сфере утилизации и переработки отходов отводится важная

роль и заключается в предпринимательской деятельности занятого в сфере сбора отходов потребления, предпринимательской деятельности занятого в сфере сортировки отходов потребления, переработки отходов потребления, обезвреживания отходов и другое.

Для эффективной деятельности предпринимателей в сфере утилизации и переработки отходов необходимо создание на основе экологических коммерческих организаций систем:

- автоматизированной системы оценки твёрдых коммунальных отходов на состояние окружающей среды;
- правовое обслуживание, экологическое обучение и переподготовка кадров, занятых в сфере обращения с отходами;
- разработка технологий по переработке отходов, деятельность по рекультивации объектов захоронения отходов и др. (Рисунок 1)

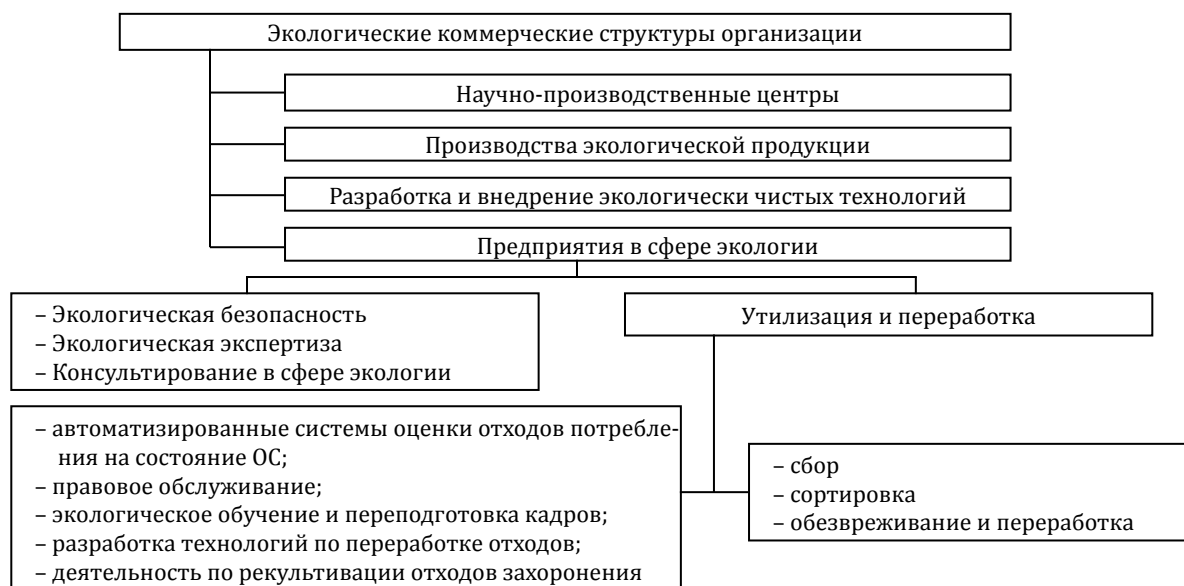


Рис. 1. Блок-схема экологических коммерческих структур (авторская разработка)

В настоящее время темпы вовлечения предпринимателей в сферу переработки отходов низки не только из-за высокого финансового риска и отсутствия уверенности в доходности данного бизнес, но и из-за того, что на рынке экологического предпринимательства отсутствуют конкурентные отношения [7]. Это связано с тем, что обладателем природных ресурсов, монополистом, является государство, это затруднительно сказывается на деятельности предпринимателей ввиду невозможности получения прибыли. Например, сфера деятельности в области рекультивации и воспроизводства природной среды получила наибольшее распространение среди субъектов предпринимательства в экологической сфере.

Практика показывает, что сбор и переработка некоторых видов отходов экономически выгодна, но в ряде случаев использование отходов производства и потребления в качестве вторичного сырья требует дополнительных капиталовложений, снижающих доходность таких производств.

Между тем бизнес, входя в сферу сортировки, переработки и утилизации мусора, готов идти на серьёзные финансовые вложения, готов закупать современные и цивилизованные технологии, оборудование.

В настоящее время во Владимирской области за счёт частной инициативы и собственных средств инвесторов созданы определённые мощности производств по обезвреживанию и переработке отходов.

В регионе сформирован кластер предприятий, осуществляющих сбор, переработку полиэтиленотерифталановых бутылок (ПЭТФ-бутылок) в полиэфирные волокна. Суммарная проектная мощность составляет – более 50 тыс. тонн в год. Переработкой полиэтиленовых бутылок в полиэфирные волокна осуществляет ООО «Химволокно-СнабСбыт» (г. Судогда), ООО «Судогодский текстиль» (г. Судогда), филиал «Владимирский полиэфир» ЗАО «РБ-Групп» (г. Гусь-Хрустальный); Камешковский филиал ООО «Детская одежда», ООО «Авантекс» (г. Вязники)

ЗАО «РБ-групп» (г. Петушки), с возможностью переработки 3749 тонн отходов ПЭТФ бутылки, 7500 тонн отходов ПЭТФ, 207 тонн брака

полиэфирного волокна и нитей, 2419 тонн ПЭТФ – агломерата, 42,8 тонн отходов полиолефинов (Таблица 1).

Таблица 1

Владимирский кластер производств по переработке полиэтилентерефталатных отходов

ООО «ХимволокноСнабСбыт» (г. Судогда),	предприятиями кластера переработано 3749 тонн отходов ПЭТФ бутылки, 7500 тонны отходов ПЭТФ, 207 тонн брака полиэфирного волокна и нитей, 2419 тонн ПЭТФ – агломерата, 42,8 тонн отходов полиолефинов
ООО «Судогодский текстиль» (г. Судогда),	
филиал «Владимирский полиэфир» ЗАО «РБ-Групп» (г. Гусь-Хрустальный);	
Камешковский филиал ООО «Детская одежда»,	
ООО «Авантекс» (г. Вязники)	
ЗАО «РБ-групп» (г. Петушки)	

Получаемые в результате переработки бутылки полиэфирные волокна используются в качестве добавок (до 50%) при изготовлении хлопчатобумажных тканей, в производстве нетканых материалов (100%), которые используются в строительной, мебельной, газовой и других отраслях промышленности.

В области накоплен большой научно-технический опыт в области переработке изношенных шин, которые является источником ценного сырья (углеводороды, металл, углерод). Резина, извлечённая из покрышек повторно, используется для изготовления покрытия спортивных площадок, подошвы для обуви, шлангов и многого другого. Центром вторичной переработки шин является город Радужный (Владимирская область). Мощность позволяет обработать весь объём шин, который собирается в регионе. На производстве используется технология замораживания покрышек до температуры минус 80 градусов, а потом их взрывают в специальном котле. Покрышка разрывается на мелкие кусочки, затем измельчённая резина используется в качестве добавки в асфальтовую смесь при строительстве дорог, что повышает упругость и наделяет асфальт шумо-поглощающими характеристиками.

На территории Владимирской области в 2013 году предприятиями ООО «Дорстекло» и ООО «Опытный стекольный завод» было переработано 83 тыс. тонн стеклобоя. Осуществляется работа инжиниринговых организаций, которые занимаются переработкой ртутьсодержащих отходов.

В городах и районах Владимирской области частными предпринимателями организуются пункты по приёму оборотной стеклотары, банок из пищевого алюминия, использованной ПЭТФ бутылки, а также осуществляется сбор

иных отходов пригодные для вторичной переработки. Деятельность по переработке отходов на территории области осуществляют более 40 предприятий. В настоящее время в области работают мусороперегрузочные станции с элементами сортировки «Хард» г. Владимир (мощностью до 1300 тыс. м³ отходов /год). По данным 2013 года на комплексах МПС Тереховицы с элементами сортировки (мощностью 800 тыс. м³ отходов /год) и ООО «УНР-17» МСК (мощностью 100 тыс. тонн отходов в год), совместно было переработано 200 тыс. м³ твёрдых бытовых отходов, из них, 3,6 тыс. тонн сырья было выделено и направлено на вторичную переработку.

В областном центре запущен в эксплуатацию современный мусороперегрузочный комплекс с элементами сортировки и прессования. Заказчиком и инвестором строительства является предприятие ООО «УНР-17» (г. Владимир). Пуск в эксплуатацию мусороперегрузочной станции с элементами сортировки и прессования позволил обеспечить системный подход в деле обращения с отходами. Создана упорядоченная производственная инфраструктура по промышленной переработке мусора, внедрены современные технологии. Организовано производство для получения товарных продуктов вторичной переработки, таких как, строительных и отделочных конструкций, тротуарной плитки, упаковочной тары, экологически чистого утеплителя, компоста и др. Такой подход позволил создать не только рабочие места, но и снизить экологическую нагрузку на регион и улучшать санитарную обстановку.

Как показывают исследования к основным факторам, сдерживающим развитие экологического предпринимательства Владимирской области можно выделить основные факторы:

М. А. Баринов, А. Д. Романова
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени А.Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)

РЕГИОН: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ТРАКТОВКИ

Исследование региона как социально-экономической системы, является достаточно устоявшейся научной традицией. Тем не менее, единого подхода к теоретической оценке этой категории, определения, сколько и какие именно подсистемы его образуют, ни среди учёных экономистов, ни среди практиков управления до сих пор нет.

Анализ представленных в экономической и географической литературе мнений учёных позволяет утверждать о существовании нескольких сформировавшихся основных подходов к обоснованию сущности содержания категории «регион». Как справедливо отмечает О. С. Пчелинцев, на вопрос, «Что такое регион?» ответ у экономистов варьирует от «очень большого предприятия» до «маленького государства» [7, с. 22]. Под подходом мы понимаем методологическую ориентацию познания, имеющую целенаправленный, стратегический характер. Среди основных научных подходов, оказывающих влияние на понимание дефиниций «регион», мы выделяем следующие:

1. Административно-хозяйственный, в соответствии, с которым любая административная территория (область, край, республика) рассматривается как регион. В частности, А. И. Гаврилов пишет, что «регион – это территория в административных границах субъекта Федерации, характеризующаяся: комплексностью, целостностью, специализацией и управляемостью, т.е. наличием политико-административных органов управления» [2, с. 15]. Другие исследователи определяют регион как «территориальное образование, имеющее чётко ограниченные административные границы, в пределах которых воспроизводятся социальные и экономические процессы обеспечения жизни населения, обусловленные местом региона в системе территориального и общественного разделения труда» [3, с.12].

2. Экономический подход был сформулирован ещё в 20–30-х годах XX века, предполагавший развитие в регионе

отраслей производства с целью получения экономического эффекта в масштабах всего народного хозяйства страны. Так, в комиссии по районированию М. И. Калинина подчёркивалось, что в основу определения сущности социалистического экономического района «должен быть положен экономический принцип. В виде района должна быть выделена своеобразная, по возможности экономически законченная территория страны, которая, благодаря комбинации природных особенностей, культурных накоплений прошлого времени и населения с его подготовкой для производственной деятельности, представляла бы одно из звеньев общей цепи народного хозяйства» [5, с. 102]. В. А. Долятовский считает, что регион в современном экономическом понимании – это сложный территориально-экономический комплекс, имеющий ограниченные внутренние ресурсы, свою структуру промышленности, определённые потребности в связи с внешней средой [4, с.3].

3. Социально-экономический подход к региону стал активно формироваться с 60–70-х годов XX в. Данный подход теоретически ставит уровень жизни населения в зависимость от эффективности функционирования народного хозяйства региона. В рамках этого подхода – регион – это социально-экономический комплекс (система), основные звенья которого (материальное, производство, социальная сфера) сбалансированы. Из которых формируется система целей социально-экономического развития региона, представленная на рисунке (см. рис. 1) [7, с. 29].

4. Экономико-географический подход, в соответствии с которым под регионом понимается крупная территория страны с более или менее однородными природными условиями и характерной направленностью развития производительных сил. Так, Н. Н. Колосовский писал, что «экономический район представляет собой всесторонне развитую в экономическом отношении территорию, для которой характерно наивыгоднейшее для народного

хозяйства сочетание природных ресурсов, производственных устройств и мощностей, населения с его трудовыми навыками, транспортных устройств и других материальных ценностей» [6, с. 255]. Регион, в подобном понимании, по сути, является производственно-ресурсной системой.

5. Воспроизводственный подход, рассматривающий регион как первичное звено территориальной формы общественного производства, в границах которого происходит согласование территориальных и отраслевых форм хозяйственной деятельности, сохраняется целостность воспроизводственного процесса. Так, Р. И. Шнипер, говоря о сущности понятия «регион», утверждает: «... здесь осуществляются пол-

ные циклы воспроизводства населения и трудовых ресурсов, основных и оборотных фондов, части национального богатства, денежного обращения, отношений по поводу производства, распределения, обмена и потребления продукции» [9, с. 17]. По И. В. Арженовскому, регион – это «выделившаяся в процессе общественного (территориального) разделения труда часть территории страны, которая характеризуется специализацией на производстве тех или иных товаров и услуг, общностью и специфическим по отношению к другим территориям характером воспроизводственного процесса; комплексностью и целостностью хозяйства; наличием органов управления, обеспечивающих решение стоящих перед регионом задач» [1, с. 19].

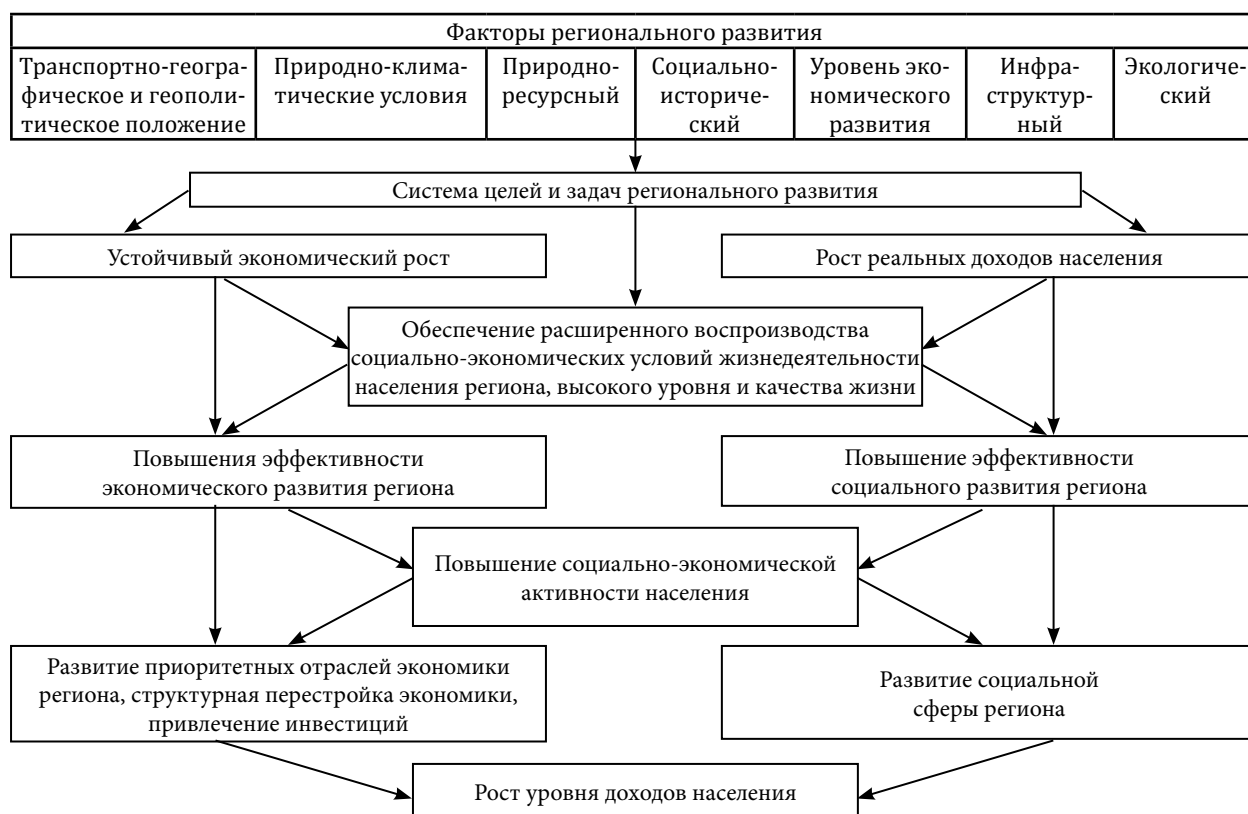


Рис. 1. Система целей социально-экономического развития региона

6. Территориальный, пространственный подход рассматривает регион как обозримую территорию с какими-то признаками, возникающими, прежде всего, на основе территориальных взаимодействий. Определение региона с данных позиций мы находим у Л. С. Тарасевича: «Регион – территориальное образование на едином экономическом поле, по своей сути выполняющее посредническую роль между

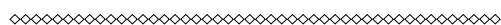
макро- и микроэкономикой, обеспечивая оптимальное функционирование всех систем, экономических, социальных, политических, национальных в любой части пространства и тем самым в целом на территории Федерации». Такой подход содержится, например, в таком определении: «под регионом можно понимать образуемую силами внутреннего сцепления территорию, которая является однородной по

избранному ряду критериев-определителей и по этим же критериям отличается от сопредельных территорий». Близкое к этому определению было сформулировано в «Основных положениях региональной политики в Российской Федерации», утверждённых Указом Президента РФ от 3 июня 1996 г. № S03. В них под регионом понимается «часть территории Российской Федерации, обладающая общностью природных, социально-экономических, национально-культурных и иных условий. Регион может совпадать с границами субъекта Российской Федерации или объединять территории нескольких субъектов». Последний подход составил теоретическую основу территориального (районного, регионального) развития в СССР [8, с. 112].

7. Большой интерес представляет определение региона с институциональной точки зрения. В этом случае под регионом будет

пониматься минимально необходимый уровень «интервенционистского государства», т.е. минимально необходимая территория, на которой возможна социально-экономическая самоорганизация, в пределах которой способны развиваться и самоорганизовываться самодостаточный рынок обмена товарами и услугами, функционировать насыщенные инфраструктурные сети, развёртываться производство массового потребительского спроса, а также предоставлены полномочия управления, планирования и программирования своего собственного развития.

В научной литературе также можно встретить понимание региона как историко-культурных зон, объекта политологического анализа и субъекта политик и общественных отношений, как непосредственного участника глобальной экономики, в качестве подсистемы информационного общества.



Библиографический список

1. Арженовский И. В. Региональный рынок: воспроизводственный аспект / И. В. Арженовский. – Н. Новгород, 1997. – 220 с.
2. Гаврилов А. И. Региональная экономика и управление : уч. пособие / А. И. Гаврилов. – М. : Юнити, 2009. – 239 с. – ISBN 5-238-00415-X.
3. Гутман Г. В. Управление региональной экономикой / Г. В. Гутман, А. А. Мироедов, С. В. Федин. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 176 с. – ISBN 5-279-02402-3.
4. Долятовский В. А. Зарубежный опыт комплексного развития региона / В. А. Долятовский // Регионология. – 2009. – № 2. – С. 2–5.
5. Калинин М. И. Вопросы экономического районирования / М. И. Калинин. – М., 1957. – 343 с.
6. Колосовский Н. Н. Теория экономического районирования / Н. Н. Колосовский. – М. : Мысль, 1969. – 336 с.
7. Пчелинцев О. С. Региональная экономика в системе устойчивого развития. – М. : Наука, 2009. – 258 с. – ISBN 5-02-032767-0.
8. Хорее Б. С. Региональная политика с СССР / Б. С. Хорее. – М. : Мысль, 1989. – 215 с.
9. Шнипер Р. И. Регион: Экономические методы управления / Р. И. Шнипер. – Новосибирск : Наука, 1991. – 320 с. – ISBN 5-02-029820-4.

М. Р. Богатырёва, А. Абдуллина
Башкирский государственный университет (г. Уфа)

КАДРОВАЯ ПОЛИТИКА КАК СПОСОБ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ОРГАНИЗАЦИИ

Кадровая¹ политика – это совокупность правил и принципов для персонала, а также способы воздействия на него, для достижения долгосрочных целей организации. На кадровую политику влияют факторы внешней и внутренней среды. Внутренние факторы – это факторы, поддающиеся воздействию со стороны организации, такие как стиль управления, кадровый потенциал, цели организации. Внешние факторы – это те факторы, на которые организация не может повлиять, например ситуация на рынке труда, нормативно-правовая база (трудовое законодательство, социальные гарантии).

В широком смысле – это система правил и норм, приводящих человеческие ресурсы в соответствии со стратегией фирмы. Поэтому все мероприятия по работе с кадрами – отбор, составление штатного расписания, аттестация, обучение, продвижение – заранее планируются и согласовываются с общим пониманием целей и задач организации.

В узком смысле – это набор конкретных правил, пожеланий и ограничений во взаимоотношениях людей и организации: в этом смысле, например слова «кадровая политика нашей фирмы состоит в том, чтобы брать на работу людей только с высшим образованием», могут использоваться в качестве аргумента при решении конкретного кадрового вопроса.

Кадровую политику можно классифицировать по следующим критериям:

- 1) масштаб кадровых мероприятий;
- 2) степень открытости.

В соответствии с первым критерием кадровую политику условно можно разделить на пассивную и активную, реактивную и превентивную. Вторым критерием предполагает наличие двух типов кадровой политики: открытой и закрытой.

1. Активная – характеризуется наличием у руководства организации обоснованных прогнозов её развития и соответствующих

им методов и средств воздействия на персонал. Кадровая служба способна разработать антикризисные кадровые программы, проводить постоянный мониторинг ситуации и корректировать исполнение программ в соответствии с параметрами внешней и внутренней ситуации на среднесрочный и долгосрочный периоды.

2. Пассивная. При таком типе политики у руководства организации нет программы действий в отношении сотрудников, а кадровая работа сводится к ликвидации негативных последствий внешних воздействий. Для подобных организаций характерно отсутствие прогноза кадровых потребностей, средств деловой оценки работников, системы диагностики мотивации персонала.

3. Превентивная. Осуществляется в случаях, когда руководство имеет основания предполагать возможность кризисных ситуаций, есть некие прогнозы, однако кадровая служба организации не располагает средствами для влияния на негативную ситуацию.

4. Реактивная. Руководство организации, избравшее данный тип кадровой политики, стремится контролировать показатели, свидетельствующие о возникновении негативных ситуаций в отношениях с кадрами (конфликтов, отсутствия достаточно квалифицированной рабочей силы для решения поставленных задач, отсутствия мотивации к высокопродуктивному труду). Службы кадров в таких фирмах, как правило, обладают средствами для выявления подобных ситуаций и принятия экстренных мер.

Нормальная работа предприятия напрямую зависит от эффективности и качества трудовой деятельности её кадров. За счёт достижения определённого уровня стандартизации в оборудовании, относительной доступности основных средств для широкого круга предприятий, а также повышения удельной доли в экономике сектора оказания услуг, добиться конкурентных преимуществ техническими средствами становится всё сложнее.

Поэтому «переиграть» соперников на рынке могут помочь только квалифицированные, работоспособные и надлежащим образом мотивированные профессиональные кадры. Эффективность фирмы зависит от квалификации служащих, их расстановки и использования, что влияет на объём и темпы прироста вырабатываемой продукции, использование материально-технических средств. То или иное использование кадров прямым образом связано с изменением показателя производительности труда. Рост этого показателя является важнейшим условием развития производительных сил страны и главным источником роста национального дохода.

Любая кадровая политика направлена на то, чтобы повысить полезную отдачу от применения трудовых ресурсов. Реализация целей и задач управления персоналом осуществляется через кадровую политику. Главным объектом кадровой политики предприятия является персонал (кадры). Персоналом предприятия называется основной состав его работников. Кадры – это главный и решающий фактор производства, первая производительная сила общества. Они создают и приводят в движение средства производства, постоянно их совершенствуют. От квалификации работников, их профессиональной подготовки, деловых качеств в значительной мере зависит эффективность производства [7].

Если стоит вопрос о необходимости наличия определённой квалификации для выполнения некоторых работ, то именно в рамках кадровой политике устанавливается, будет ли организация подготавливать сотрудников самостоятельно, отправит на соответствующее обучение или будет нанимать новых специалистов.

Управление персоналом в организации представляет собой возможность для реализации кадровой политики. Вытерпеть конкуренцию, а стало быть, эффективно развиваться может только та организация (предприятие), которая разовьёт свою кадровую политику, выстроенную на демократических принципах, на глубоком анализе внешней среды и точно воссоздающую условия функционирования и ограничения фирмы. Однако руководство большинства организаций не вполне осознаёт необходимость и роль проведения результативной кадровой политики. Кадровая поли-

тика играет огромную роль ещё и потому, что она ориентируется на развитие человеческих ресурсов организации, которые в свою очередь вводят в действие все остальные ресурсы компании.

Кадровая политика играет важную роль в разработке технологий управления человеческими ресурсами на предприятии. Важным признаётся соответствие кадровой стратегии, стратегии компании в целом. Кадровая политика представляет собой основу в процессе управления персоналом в организации. Организация нанимает персонал, создаёт условия для быстрой адаптации новых работников, выплачивает им зарплату и оценивает их трудовые достижения, делает упор на определённые правила и принципы. Любая организация, независимо от того, формализованы и оглашены эти правила или нет, имеет кадровую политику.

Кадровая политика устанавливает, какой производственный коллектив необходим организации и как должна быть сформирована работа с ним, чтобы организация могла с успехом воплотить свои стратегические цели в жизнь. Наиболее важными направлениями в организации в работе с кадрами является непрерывное и всестороннее развитие кадров, усовершенствование их профессиональных навыков, умений и знаний. Чтобы добиться поставленной цели организации, управление должно обеспечить развитие высококвалифицированного персонала, развитие которого, в свою очередь, не возможно без тщательного планирования, корпоративной текущей работы и применения продуманных методов для оценки деятельности всех категорий работников [6]. Таким образом, кадровая политика, содействует достижению наибольшей эффективности организации, включает следующие важнейшие задачи:

- обеспечение высококвалифицированным и заинтересованным персоналом;
- создание в организации условий для полного удовлетворения персонала своей работой, в которой он сможет достичь наибольшего самовыражения;
- развитие и поддержка качества жизни на высоком уровне, вследствие чего работа в этой организации становится желанной;
- стимулирование и поддержание стремления всех работников к сохранению положительного морального климата в коллективе;

В. А. Гавриченко, С. Ю. Абрамова
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный
университет им. А.Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)

КЛАССИФИКАЦИЯ РИСКОВ ФРАНЧАЙЗИНГОВОЙ МОДЕЛИ ОРГАНИЗАЦИИ БИЗНЕСА

Ряд авторов считают, что риски, присущие франчайзинговой деятельности, обусловлены:

- неосведомлённостью предпринимателей относительно правил ведения бизнеса, что, в свою очередь, влияет на результат их деятельности;
- отсутствием между субъектами понимания о правилах поведения при заключении франчайзингового договора; несоблюдением рекомендаций франчайзинговых ассоциаций;
- несовершенным законодательством, которое не обеспечивает порядка регулирования франчайзинговых отношений, что влечёт за собой большое количество мошенничеств и разного рода махинаций;
- непоследовательность экономической политики и нестабильность развития экономической системы государства;
- слабая защита интеллектуальной собственности [1].

В странах, которые уже прошли первоначальный этап становления и развития франчайзинга, сформированы необходимые для этого стимулы:

- разработали нормативно-законодательное обеспечение,
- адекватно защищающее и франчайзера, и франчайзи;
- усовершенствовали механизмы финансовой поддержки и предоставления первоначального капитала для открытия бизнеса.

Эксперты выделяют всего два фактора возникновения риска в процессе ведения бизнеса с использованием франчайзинга – это несовпадение культурных ценностей и географическая отдалённость.

Все риски франчайзинговой деятельности целесообразно разделить на три большие группы:

1. Экономические риски, которые представляют собой вероятность возникновения убытков или недополучения доходов по сравнению

с прогнозируемым вариантом. Финансовые риски связаны с быстрой сменой экономической ситуации в стране и конъюнктурой рынка, расширением сферы финансовых отношений, появлением новых финансовых технологий и инструментов. В состав финансовых рисков входит: снижение финансовой стабильности и платёжеспособности, инфляционный риск, валютный риск, налоговый риск и другие [2].

2. Юридический риск – это имеющийся или потенциальный риск для поступлений и капитала, который возникает из-за нарушения или несоблюдения требований законов, нормативно-правовых актов, соглашений. Последствия риска: признание сделки недействительной, наступление ответственности по заключённым договорам. [1, 3].

3. Клиентоориентированный риск – это риск не до получения прибыли из-за снижения объёма реализации или цены товара. Ошибки в планировании дохода происходят из-за недостаточного анализа рынка: неверной оценки конкурентоспособности или неправильного ценообразования. Также на маркетинговый риск влияют ошибки в стратегии продвижения: недостаточный бюджет на продвижение или неправильный способ продвижения [3, 4].

Традиционно авторы рассматривают риски франчайзинговой модели ведения бизнеса с точки зрения франчайзи и франчайзера, полагая, что именно эти две стороны рискуют в процессе заключения и исполнения франчайзингового договора.

Риски в деятельности франчайзи:

- риск нарушения территориальных условий,
- риск возникновения непредвиденных расходов,
- риск потери права выбора поставщиков,
- риск потери самостоятельности в ценообразовании,

- риск неожиданного расторжения соглашения франшизы,
- риск «молодой» франшизы:
 - не продуманность франшизы,
 - не уместность франшизы на данной территории,
- риск утраты конкурентоспособности,
- риск изменений условий франшизы франчайзером,
- риск снижения покупательной способности клиента,
- риск отсутствия информации о франчайзи у клиентов,
- риск информационной безопасности:
 - несанкционированного доступа к информационной базе,
 - не соблюдение правил информационной безопасности.

Риски в деятельности франчайзера:

- риск неправомерного использования интеллектуальной собственности,
- риск потери материальных ценностей,
- риск не покрытия убытков,
- риск неправомерного перераспределения ответственности,
- риск неполучения прибыли, риск неожиданного расторжения соглашения,
- риск проведения неэффективной кадровой политики франчайзи,
- риск потери репутации франчайзером из-за невыполнения обязательных условий франчайзи,

- риск потери конкурентных преимуществ по причине разглашения франчайзи секретной информации конкурентам,
- незаконное использование прав франчайзера франчайзи,
- отказ от выплаты роялти,
- риск расширения маркетинговой политики в международной среде,
- риск потери инновационных достижений под воздействием НТП.

Так же существует третья сторона, потребитель (пользователь), которая так же подвержена риску.

Риски пользователя проявляются следующим образом:

- риск осуществления взаимоотношений с пирамидальной организацией (под видом франчайзинга может быть завуалирована пирамидальная организация);
- риск недобросовестности франчайзи (для пользователя не исключён риск того, что правообладатель может другим пользователям предоставлять коммерческую тайну в более расширенном виде, чем ему, что приводит к недобросовестной конкуренции и формированию неравных условий для различных пользователей);
- риск получения не качественной продукции, работ или услуг (не исключены случаи предоставления некачественной продукции самим правообладателем);
- риск разглашения конфиденциальной информации франчайзи и/или франчайзером.

Библиографический список

1. Латкин А. П., Баленец П. С. Управление рисками в развитии рынка франчайзинговых услуг // Инновации и инвестиции. – 2015. – 12. – С. 30–34.
2. Российская Ассоциация Франчайзинга. – URL: <https://rusfranch.ru>.
3. Управление рисками. – URL: <http://alfaseminar.ru/riski>.
4. Филимонова Н. М., Кузнецов Ю. В., Федосова Р. Н., Капустина Н. В. Система риск-менеджмента в системе управления предприятием текстильной промышленности // Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. – 2014. – № 4 (352). – С. 28–32.

Т. Ф. Гаипова, А. А. Борисова, К. А. Воронова
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный
университет имени А. Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)

ПРОБЛЕМА РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ВО ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ

Одним из приоритетных направлений региональной политики является развитие малого бизнеса. Решение этой задачи требует создания благоприятных правовых и экономических условий для интенсивного развития малого предпринимательства, которое в свою очередь способствует формированию рыночной структуры экономики, росту налогооблагаемой базы для бюджетов всех уровней, обеспечивает занятость населения и насыщает рынок товарами и услугами. В связи с этим при разработке стратегии региона, незави-

симо от выбранного сценария, актуальной задачей является подготовка информационно-аналитической базы.

В настоящее время наблюдается негативная динамика развития малого предпринимательства во Владимирском регионе. Так, анализ развития малого предпринимательства с 2012 по 2014 годы во Владимирском регионе выявил тенденцию сокращения количества малых предприятий-юридических лиц в последние годы, что более подробно показано на рисунке 1 [2].



Рис. 1. Динамика развития малых (без учёта микропредприятий) во Владимирской области в 2012–2014 гг.

На сегодняшний день темпы модернизационных и инновационных преобразований во Владимирской области не достигают необходимого уровня. Об этом свидетельствует низкая доля частных затрат на исследования и разработки. Значительно уступают реальным потребностям экономики в расширении спектра принципиально новой конкурентоспособной продукции затраты на модернизацию и технологические инновации. Низкая инвестиционная активность обусловлена затруднённым доступом субъектов малого предпринимательства к заёмным финансовым ресурсам [2].

Развитие малого бизнеса региона носит экстенсивный характер: эффективность ведения бизнеса малыми и средними предприятиями ниже практически в 10 раз, чем на предприятиях с иностранным капиталом, осуществляющими экономическую деятельность на территории региона.

Таким образом, можно выделить основные негативные факторы, затрудняющие развитие малого предпринимательства Владимирской области:

1. недостаток собственных финансовых ресурсов для развития бизнеса;
2. высокая стоимость и сложность получения банковских кредитных ресурсов;
3. недостаточный уровень развития инфраструктуры поддержки малого предпринимательства, особенно в муниципальных образованиях;
4. низкая производственная и инновационная активность малого и среднего бизнеса;
5. низкий уровень участия молодёжи в предпринимательской деятельности;
6. недостаток средств в муниципальных бюджетах на развитие малого предпринимательства;
7. низкий уровень развития системы государственно-частного партнёрства, основан-

ной на экономическом равноправии и социальной ответственности, оптимальном учёте интересов, селективности, легитимности действий и стратегическом целеполагании;

8. отсутствие для малых предприятий стимулов к повышению производительности труда.

Указанные выше проблемы решаются следующим образом: благоприятный предпринимательский климат создаётся элементами инфраструктуры поддержки малого предпринимательства. К 2015 году во Владимирской области созданы и действуют такие элементы инфраструктуры как: «Фонд содействия развитию малого и среднего предпринимательства во Владимирской области»; «Фонд содействия развитию инвестиций в субъекты малого и среднего предпринимательства Владимирской области»; государственное автономное учреждение «Бизнес-инкубатор»; Владимирский инновационно-технологический центр; в территориях муниципальных образований округ Муром, г. Покров, п. Ставрово, Судогодский район действуют муниципальные бизнес-инкубаторы.

К основному инструментарию государственной поддержки, успешно применяемому на территории Владимирской области, относятся:

– субсидии: по договорам лизинга субъектов предпринимательства, направленным на модернизацию технологических процессов и пополнение основных фондов и на возмещение части затрат субъектов малого и среднего предпринимательства, связанных с приобретением оборудования в целях созда-

ния и (или) развития и (или) модернизации производства товаров; гранты начинающим субъектам малого и среднего предпринимательства, в том числе инновационной сферы; субсидия малым инновационным компаниям; субсидии на увеличение гарантийного фонда (фонда поручительств) и на предоставление займов субъектам предпринимательства; субсидия областному государственному автономному учреждению «Бизнес-инкубатор» для развития процессов бизнес-инкубирования; популяризация предпринимательской деятельности;

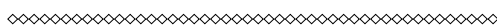
– предоставление субъектам малого и среднего предпринимательства гарантий (поручительств) перед кредитными учреждениями;

– предоставление субъектам малого и среднего предпринимательства займов;

– предоставление субъектам среднего предпринимательства прямых инвестиций для субъектов среднего бизнеса;

– бюджетные инвестиции на строительство бизнес-инкубаторов, технопарков, индустриальных парков (государственных, частных), логистических центров, кластеров и иных, предусмотренных федеральным законодательством объектов инфраструктуры [3].

Общее количество малых предприятий во Владимирской области, согласно данным Росстата, в 2014 году составило 18,4 тыс. единиц, число малых предприятий на 10000 человек населения составляет 131, среднесписочная численность работающих на них – 112,1 тыс. человек, оборот малых предприятий – 181,9 млрд рублей.



Библиографический список

1. Администрация Владимирской области. Официальный Интернет-портал. – URL: <http://avo.ru/> (дата обращения 12.05.2016 г.)
2. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Владимирской. – URL: <http://vladimirstat.gks.ru/> (дата обращения 02.04.2016 г.)
3. Федеральная служба государственной статистики. – URL: <http://gks.ru/> (дата обращения 12.05.2016 г.)

Т. Ф. Гаипова, Н. Н. Казанин, А. А. Ямщикова
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный
университет имени А.Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ИНДИКАТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

Современный этап развития России, характеризующийся спадом экономики, высоким уровнем безработицы и увеличивающейся инфляцией, тормозит развитие предпринимательской деятельности как в регионах, так и в стране в целом.

По статистике лишь 3,4% малых предприятий в России живёт более трёх лет, остальные закрываются раньше. Темпы роста числа зарегистрированных индивидуальных предпринимателей в нашей стране остаются низкими – ежегодно их число увеличивается на 4%, в то время как количество ИП, прекративших свою деятельность увеличивается на 11%. По данным ФНС на апрель 2015 года в ЕГРИП зарегистрировано 3,5 млн индивидуальных предпринимателей, а прекратили свою деятельность за всё время 7,7 млн человек [1]. Очевидно, что количество предпринимателей стабильно сокращается, так как в условиях экономического кризиса отсутствуют условия, способствующие развитию данного вида деятельности, ведь кризис влечёт за собой повышение налоговых сборов, что, в свою очередь, негативно влияет на предпринимательство.

Региональное предпринимательство – это важная составляющая часть региональной экономики, её ключевое звено, определяющее базу социально-экономического развития региона. Тем более что масштабы развития регионального предпринимательства настолько велики, что требуют максимально правдоподобной оценки состояния предпринимательства и его вклада в развитие субъекта федерации.

Во Владимирской области малое предпринимательство играет важную роль в экономике региона в условиях западных санкций и экономического кризиса, в этой сфере работает около третьей части всех занятых граждан области, из них большая часть – на малых предприятиях. Несмотря на постоянно оказываемую властями поддержку, динами-

ку роста количества индивидуальных предпринимателей нельзя назвать стабильной. Так, в 2008–2011 гг. прирост составил 11,3%, а уже в 2011–2014 произошло резкое снижение. Число индивидуальных предпринимателей сократилось на 15,6%. Однако, рекордное снижение произошло в 2013 году. Всего за год в области 10,6% предпринимателей официально прекратили свою деятельность. Во многом это можно связать со значительным увеличением размеров страховых взносов. Однако в 2014 году рост числа индивидуальных предпринимателей возобновился, правда, составил он всего 0,3%. Всего же по состоянию на 1 января 2015 года число предпринимателей в области составило 38246 человек, что на 6,2% меньше, чем в 2008 году (рис. 1) [1].

Одним из важных вопросов, который и до сегодняшнего дня остаётся актуальным для России, это увеличение количества малых и средних предприятий и численности в них работающих. Активная поддержка развития предпринимательства на региональном уровне позволит увеличить его потенциал в основных секторах экономики, особенно в промышленном и аграрном.

Комплексные и целевые подходы, реализуемые администрацией Владимирской области, непосредственно направленные на решение проблем предпринимательского бизнеса, должны решить важные задачи социально-экономического развития владимирского региона, а именно, обеспечение экономического роста, создание эффективной экономики, обеспечивающей высокий уровень и качество жизни населения, а также увеличение инновационной и инвестиционной привлекательности области и улучшения жизни жителей.

К числу основных направлений деятельности властей по формированию инвестиционного климата можно отнести: совершенствование регионального инвестиционного законодательства; доставление инвесторам льгот различного характера; обеспечение ин-

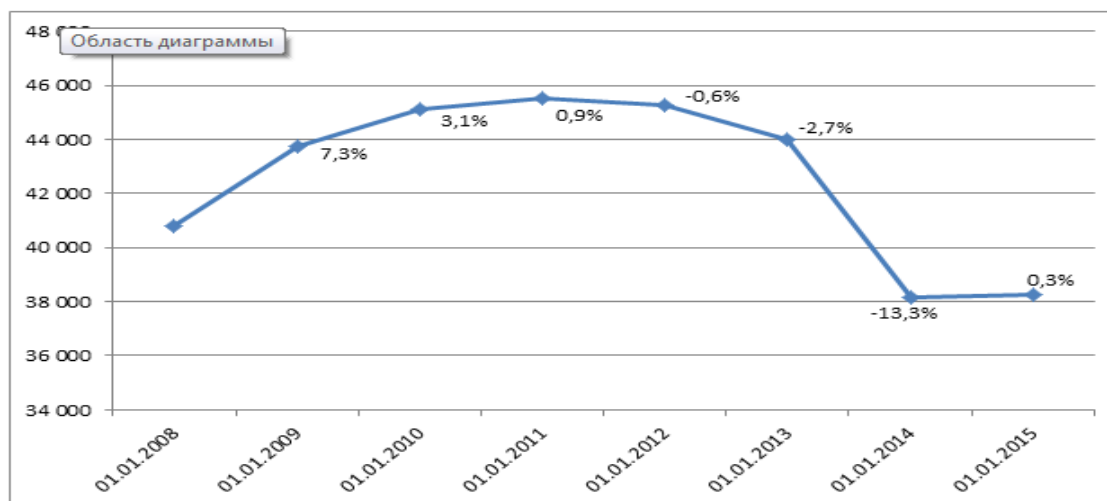


Рис. 1. Количество индивидуальных предпринимателей, сведения о которых содержатся в ЕГРИП (Владимирская область)

вестиционной открытости и привлекательности региона; формирование инвестиционной инфраструктуры.

Но среди проблем, с которыми сталкиваются представители малого и среднего предпринимательства при осуществлении своей деятельности, можно выделить недостаточную финансовую поддержку и отсутствие реальных финансово-кредитных механизмов обеспечения такой поддержки.

Финансовая поддержка для предприятий на этапе их создания очень важна. Можно смело сказать, что вклады учредителей являются источником стартового капитала 86% предприятий. Только 2% предприятий сумели получить финансовую поддержку от органов власти или от программ развития предпринимательства.

Также снижают предпринимательскую активность затруднённый доступ к финансовым ресурсам, отсутствие системы гарантирования для предприятий, как малых, так и средних, инфляция и макроэкономическая нестабильность, отсутствие бизнес-навыков начинающих предпринимателей.

Анализ развития малых (без микро) и средних предприятий во Владимирской области с 2012 по 2014 годы позволил выявить негативную тенденцию к сокращению их общего количества.

Всего за 2 года (2012–2014 гг.) в области закрылось 21 предприятие, сокращение их числа составляет 9,6%. Снижение числа средних предприятий происходит по всем основным видам деятельности. Максималь-

ное уменьшение числа средних предприятий наблюдается в оптовой и розничной торговле – на 10 предприятия (18,9%), сельском хозяйстве – 5 предприятий (14,3%) и строительстве – 3 предприятия (37,5%) [4].

В 2014 году также наблюдалось уменьшение количества малых предприятий на 205 единиц (7,1%) по сравнению с 2013 годом. Суммарное же уменьшение составляет 625 предприятий и составляет никак не оптимистичные 18,9%. Уменьшение количества малых предприятий происходит по всем основным видам деятельности. Максимальное уменьшение числа малых предприятий в 2014 году (в сравнении с 2013 г.) наблюдается в оптовой и розничной торговле – на 103 организации (13,1%), в обрабатывающем производстве – на 34 организации (4,8%), в риэлтерской деятельности – 25 организаций (5%) [3].

Оборот организаций по всем видам экономической деятельности на 2013 г. составляет 220,3 млн руб.; из них сельское хозяйство – 19,9 млн руб.; обрабатывающие производства – 51,0 млн руб.; строительство – 52,9 млн руб.; транспорт и связь – 96,5 млн руб. [2].

Согласно государственной программе Владимирской области «Развитие малого и среднего предпринимательства во Владимирской области на 2014–2020 годы» основными проблемами предпринимательской активности по-прежнему являются барьеры для развития малого и среднего бизнеса: это и ограниченный доступ к инфраструктурным, земельно-имущественным и финансово-кредитным ресурсам; слишком большая нагрузка со стороны

Т. Ф. Гаипова, Ю. А. Николаева
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный
университет имени А.Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)

ВЕНЧУРНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Венчурный бизнес начал формироваться правительством в США в 1950-х годах. Был создан с этой целью специальный институт – SBA (Small Business Administration) и принят специальный закон об инвестициях в малый бизнес. Государство начало осуществлять льготное кредитование малого бизнеса. В случае одобрения со стороны SBA какого-либо проекта государство предоставляло льготный кредит под него.

Основные волны развития венчурного бизнеса в США были следующие:

- 1) 1970 годы – полупроводники и биотехнологии (геновая инженерия);
- 2) 1980 годы – персональные компьютеры;
- 3) 1990 годы – Интернет-бизнес.

Эксперты полагают, что следующими волнами развития венчурного бизнеса будут:

- технологии безопасности в широком смысле (личной, информационной, корпоративной, государственной и т.д.);
- нанотехнологии;
- биотехнологии.

Для стран с догоняющей экономикой организация венчурного бизнеса в передовых странах может служить моделью, к реализации которой необходимо стремиться.

Опыт финансирования развития венчурного бизнеса странами с «догоняющей» экономикой (Япония, Сингапур, Финляндия, Израиль, Тайвань, Южная Корея) подтверждает, что государство с высокой степенью коррумпированности бюрократии является неэффективным прямым инвестором.

Смешанное или прямое государственное инвестиционное финансирование венчурных проектов оказалось достаточно эффективным в развитых странах со слабо коррумпированной бюрократией – Финляндии, США.

Страны с догоняющими экономиками создают привлекательные условия для венчурных предпринимателей и менеджеров из США и других передовых стран. Так Израиль путём софинансирования частных фондов и принятия

части рисков на государство сумел сравнительно быстро привлечь иностранных венчурных инвесторов и менеджеров и перенять их опыт [2].

Сингапур прошёл иной путь. Инвестиции им делались в 1980-х годах в Силиконовую долину, прибыль там же реинвестировалась. Постепенно у сингапурцев сложились с американскими венчурными предпринимателями и менеджерами прочные связи. И венчурные предприниматели пришли непосредственно в Сингапур к своим партнёрам.

Появление национальных венчурных предпринимателей в развивающейся стране в сравнительно короткие сроки маловероятно. Их выращивают с помощью «учителей» из развитых стран.

Венчурное инвестирование – это вложение денежных средств, представляющих собой акционерный капитал, в перспективные быстроразвивающиеся предприятия. Такие инвестиции являются одной из форм внедрения технологических новшеств.

Страны, создавшие венчурный бизнес, использовали:

- 1) прямые государственные инвестиции в компании;
- 2) гос. инвестиции в частные венчурные фонды;
- 3) смешанное инвестирование.

В развивающихся странах использовалась вторая схема: создавался государственный фонд. Он осуществлял инвестиции в частные венчурные фонды. Последние осуществляли инвестиции в венчурные проекты. Причём в качестве совладельцев в частные фонды за счёт льготного финансирования привлекались венчурные предприниматели из передовых стран [3].

Для успешного развития венчурного бизнеса необходимы:

- долгосрочная государственная инновационная политика и конкретная программа софинансирования венчурного бизнеса;
- значительные инвестиции в развитие человеческого капитала;

- основы создания и эффективности венчурного бизнеса;
- венчурные предприниматели (бизнес-ангелы), которые, как правило, вырастают из венчурных менеджеров;
- венчурные менеджеры;
- развитые фундаментальная и прикладная науки, способные производить открытия, изобретения и новшества для венчурного бизнеса;
- современная и развитая система образования;
- конкурентная среда в венчурном бизнесе.

Особенностью венчурного бизнеса является очень высокий интеллектуальный и профессиональный уровень венчурных предпринимателей и менеджеров. Подобных профессионалов чрезвычайно сложно вырастить. Их знания и опыт лежат на пересечении фундаментальной и прикладной наук, инновационного менеджмента, знаний высокотехнологичных производств. Поэтому программы и проекты создания национального венчурного бизнеса должны быть комплексными и системными, решающими задачи полноценного финансирования, подготовки специалистов, создания инфраструктуры, системы безопасности и пр. [4].

Венчурная фирма в своём развитии проходит следующие стадии:

семенная стадия (прединвестиционное финансирование компаниями-фондами посевного капитала- на самом раннем этапе) → старт → ранний рост → экспансия → IPO или продажа стратегическому инвестору.

Основным интенсивным фактором развития венчура является высококачественный человеческий капитал.

Венчурные механизмы США и Европы не копируют друг друга. В США, где венчурный процесс уже давно отлажен, вся юридическая документация относительно стандартна. Существует всего лишь несколько основных «шаблонов», представляющих «фирменные» стили небольшого числа ведущих венчурных юридических фирм. Незначительные различия существуют также между Восточным и Западным побережьями. На относительно незрелом европейском рынке царит полнейшая какофония правил [1]. При этом, расхождения между перечнем условий и юри-

дической документацией могут достигать значительных масштабов. Нередко даже на уровне отдельной фирмы не существует единых стандартов, одно крупное европейское агентство прямого частного инвестирования имеет дело, по меньшей мере, с тремя различными группами юридических фирм, а также с множеством партнёров внутри каждой фирмы, и все они используют свои собственные форматы. Перечни условий (Перечень условий (term sheet) – «добрачное соглашение» между предпринимателем и венчурным капиталистом, содержащее условия, которые позже будут включены в инвестиционное соглашение в американском стиле в избытке заполнили Европу в период бума.

Однако различия в юридических нормах неизбежно породили трудности с переводом. В своей основе европейское законодательство призвано защищать кредиторов, в то время как американское – целиком на стороне акционеров. Например, в Европе фирма может выкупить свои акции только в том случае, если она имеет распределяемые резервы. В США фирме достаточно просто обладать деньгами. Таким образом, европейским юристам приходится применять изощрённые способы, чтобы воспроизвести нормы, вполне естественные в американских условиях. Кроме того, немногие европейские эксперты понимают структуру перечня условий, и ещё меньшее их количество знает разницу между европейскими и американскими методами [3].

Существуют и идейные различия. Американские венчурные капиталисты привыкли весьма прямолинейно понимать своё участие в сделке и старались оказывать влияние на компанию, участвуя через своих представителей в работе её правления. Подобный подход куда более пропитан духом партнёрства, чем европейский. Обе стороны принимают участие в работе, и есть только два возможных исхода – или все зарабатывают много денег, или все много теряют. Между этими двумя путями, с точки зрения перечня условий, практически не существует различий. В Европе, напротив, господствует стиль мышления, связанный с выкупом компаний менеджментом. Кроме всего прочего, это означает, что инвесторы не в такой степени интересуются работой в правлении. Куда больше они озабочены составлением сложных инвестиционных соглашений,

определяющих отношения, которые скорее напоминают отношения между банком и заёмщиком. Регулирующие статьи носят характер «отрицательного контроля» (стремятся максимизировать количество возможностей, когда венчурный капиталист смог бы наложить запрет). На это существуют вполне очевидные исторические причины. В США венчурный капитал и выкупы за счёт использования заёмных средств (leveraged buy-outs) представляют собой две совершенно разные отрасли. В Европе, напротив, господствует подход компании ICFC, которая начала структурировать свои инвестиции как ссуды с дешёвым собственным капиталом. Для компаний этот подход куда менее привлекателен, однако подобные схемы вполне одобрялись бухгалтерами и юристами, консультирующими предпринимателей. Для американских предпринимателей эти схемы были неприемлемы вследствие высокой конкуренции между многочисленными венчурными капиталистами [2].

После кризиса 2000 года, венчурные фирмы начали вводить всё более суровые статьи в «перечень условий». Распространение более жёстких условий в США привело к некоторому сокращению между европейскими и американскими принципами венчурного бизнеса. Более того, имело место и встречное движение, поскольку европейцы принялись использовать схемы американских венчурных капиталистов.

Преодоление кризиса в России требует долгосрочной стратегии социально-экономического развития, направленной на максимальное использование национальных ресурсов в комбинации с привлечением инновационных технологий, управленческим мастерством и финансовыми вливаниями из-за рубежа. Российскому руководству придётся побороться за увеличение доли страны в глобальных инвестиционных потоках. Среди крупных региональных рынков в России самый низкий приток прямых иностранных инвестиций на душу населения, и страна рискует потерять свои ключевые отрасли. В то же время, при рассмотрении российской венчурной отрасли, нельзя не отметить преобладание здесь иностранного капитала над отечественным. Если в развитых странах основные инвесторы венчурных фондов – национальные институты (банки, пенсионные фонды и страховые компании) или «бизнес-ангелы», то

в нашей стране в силу исторических причин главными венчурными инвесторами выступают иностранные государственные и частные организации. Структуры с российским капиталом стали создаваться только после 2000 г., и сегодня, по некоторым оценкам, доля отечественных средств на венчурном рынке – чуть более 1% [3]. Кроме того, ещё одной особенностью российских венчурных фондов, является их фактическая принадлежность к фондам прямых инвестиций. Не смотря на то, что количество инвестиций только за 1994–2000 гг. превысили 2 миллиарда \$, однако в высокотехнологичный сектор российской экономики было направлено не более 3–5% от этой общей суммы прямых инвестиций. На в то же время статистика венчурных ярмарок показывают, что именно высокотехнологичные отрасли пользуются спросом у венчурных компаний. Например, традиционно высоко количество венчурных фирм, работающих в сфере информационных технологий и программного обеспечения, а также медицинское приборостроение и машиностроение. С одной стороны это отражает тенденцию мировых венчурных рынков, с другой отражает требования местных, российских потребителей [4].

Венчурное предпринимательство – это деятельность по организации посредничества между венчурным инвестором и фирмами-реципиентами инвестиций, направленная на разделение рисков между всеми субъектами контрактных отношений и получение прибыли посредством «выхода». Изначально созданный как вариант инновационной политики, на современном этапе он превратился в уникальный механизм коммерциализации инноваций и стимулирования их разработок. Именно применение этого механизма позволило США сделать уникальный рывок вперёд в применении научных достижений. На рубеже XXI века венчурную отрасль потряс «технологический» кризис Интернет-компаний, в результате чего резко сократились инвестиции в США и практически рухнула отрасль в Европе.

Венчурный бизнес отличают некоторые особенности: во-первых, доленое участие инвестора в капитале компании-реципиента в прямой или опосредованной форме, во-вторых, молодые компании получают не только деньги, но и другие многочисленные услуги. Эталоном венчурной отрасли считаются

Соединённые Штаты Америки, её развитие в Европе носит догоняющий характер. За время своего развития в России, венчурное предпринимательство так и не смогло привлечь к себе такой же повышенный интерес, как на Западе. Не смотря на наличие всех стартовых предпосылок для развития, эта отрасль в на-

стоящий момент развивается очень медленно в силу ряда проблем [5], первоочередной из которых является создание нормативно-правовой базы.

Стремление венчурной отрасли к постоянной модификации делает актуальным постоянное её исследование.

Библиографический список

1. *Оголова Л. Н., Сахаровская Т. Н.* Экономическая сущность венчурного инновационного предпринимательства и тенденции его развития // Экономический анализ: теория и практика. – 2010. – № 15. – С. 12–18, с. 152–160.
2. *Шеховцев М. В.* Венчурные фонды, крупные корпорации и малые инновационные предприятия // ЭКО. – 2013. – № 2. – С. 58–75.
3. *Самылина Е. С.* Венчурные фонды и инновационная деятельность // Закон. – 2006. – № 3. – С. 42–48.
4. *Корчагин Ю. А., Маличенко И. П.* Инвестиции и инвестиционный анализ. – Ростов-н/Д.: Феникс, 2010.
5. *Филимонова Н. М., Моргунова Н. В., Потёмкин А. И.* Современные направления повышения эффективности инновационной деятельности на предприятиях // Экономический анализ: теория и практика. – 2010. – № 33. – С. 20–23.

Т. Ф. Гаипова, Л. Н. Сельцова
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный
университет имени А.Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)

ПОРЯДОК ОТКРЫТИЯ СОБСТВЕННОГО ДЕЛА в Российской Федерации

Наиболее важное место в социально-экономическом развитии общества занимает предпринимательская деятельность. Субъектом предпринимательской деятельности является прежде всего фирма. Фирма – основное организационно-экономическое звено любой рыночной экономики. Совокупность фирм определяет эффективность национальной, региональной и мировой экономики в целом. Предпринимательская деятельность оказывает значительное влияние на благосостояние общества в целом посредством повышения уровня ВВП, смягчения безработицы, развития научно-технического потенциала, увеличения налоговых поступлений в бюджет. Порядок создания предприятий, а так же проблемы, возникающие при всём этом весьма актуальны для современной российской действительности. Данная статья представляет собой попытку раскрыть эти аспекты деятельности предприятий.

Этапы создания собственного дела. Само-оценка. При принятии решения о создании собственного дела предприниматель должен объективно оценить свои способности и возможности, а также преимущества и недостатки осуществления самостоятельной предпринимательской деятельности. Предпринимательская идея. Предпринимательская деятельность начинается с идеи, которая в дальнейшем реализуется в конкретный предпринимательский проект. Любая идея реализуется в целях. Невозможно заниматься предпринимательством, не формулируя реально достижимой цели. Цели должны быть соизмеримы с возможностями бизнеса, количественно и качественно определены, иметь чёткие временные рамки. Оценка рынка. Перед принятием окончательного решения о начале предпринимательской деятельности следует ещё раз проанализировать ситуацию в той сфере, в которой будет работать предприниматель и выбрать хозяйственную

и рыночную нишу. Привлечение необходимых ресурсов. Важным этапом создания собственного дела является решение вопросов о финансовых возможностях предпринимателя, решение вопроса, где взять денежные средства для начала предпринимательской деятельности, то есть для приобретения сырья, оборудования, найма трудовых ресурсов. Источниками средств могут быть накопления предпринимателя, займы, полученные в банках, средства от реализации ценных бумаг, а также субсидирование государственными органами. Выбор организационно-правовой формы. Выбор юридической формы, в рамках которой будет осуществляться бизнес, является одним из наиболее трудных и важных решений, которое должен принять предприниматель, организующий новое дело [1].

Законодательство РФ о государственной регистрации состоит из Гражданского кодекса РФ, Федерального закона «О государственной регистрации юридических лиц» и издаваемых в соответствии с ними нормативных правовых актов. В настоящее время большинство предпринимателей пользуются услугами специализированных фирм, занимающихся регистрацией компаний. Однако предприниматель должен чётко представлять порядок регистрации: разработка учредительных документов, заключение договора о создании и деятельности фирмы, учреждение устава фирмы и оформление протокола № 1, открытие временного счёта в банке, регистрация фирмы, включение фирмы в государственный реестр, внесение полного уставного капитала в банк, открытие постоянного расчётного счёта в банке, регистрация в районной налоговой инспекции, разрешение на изготовление круглой печати и углового штампа, изготовление круглой печати и углового штампа [4].

Финансовые проблемы в деятельности малых предприятий играют ведущую роль. Таков рейтинг проблем, так или иначе связанных с финансами малых предприятий: 1.

высокие налоги; 2. нехватка собственных финансовых средств на развитие производства; 3. нехватка денежных оборотных средств; 4. инфляция и ненадёжность рубля. Согласно мировой статистике, всего 6–7% населения имеет врождённую способность к занятию бизнесом, остальные могут отлично работать лишь под чьим-либо руководством. Можно создать идеальные условия для развития предпринимательства, всё равно 35% малых фирм разорятся в первые два – три года своего существования. Рассматривая проблемы малого бизнеса в России, неизбежно приходится затрагивать вопросы взаимоотношений между предпринимателями и различными властными структурами. К сожалению, они весьма далеки от совершенства. В своей деятельности предприниматели постоянно сталкиваются с разнообразными препятствиями, создаваемыми органами власти на федеральном, региональном и местном уровнях, которые существенно затрудняют создание новых фирм, мешают им выходить на рынок и успешно развиваться [2].

Число индивидуальных предпринимателей Владимирской области на 2015 год – 29,1 тыс. человек, что составляет 1,17% от численности по РФ. Исходя из этого можно сделать вывод о том, что ИП Владимирской области развито слабо и требует поддержки государства. Владимирская область получает мало инвестиций в основной капитал малых и средних предприятий из общего объёма денежных средств, инвестируемых в Центральный Федеральный округ, что можно наглядно увидеть в таблице 1:

Таблица 1

Регион	Инвестиции в основной капитал малых предприятий, млрд руб.	Инвестиции в основной капитал средних предприятий, млрд руб.
Владимирская область	5,8	6,0
ЦФО	190,0	284,9

Большая часть малых предприятий сконцентрирована в торговле, общественном питании, бытовых услугах – 44,4%. В строительстве занято – 13,9% субъектов, в обрабатывающих производствах – 12%, в транспорте и связи – 5,6%, операции с недвижимым имуществом осуществляют – 18,6%, прочие виды деятельности – 5,5%. Оборот розничной, оптовой торговли и общественного питания малых предприя-

тий за 2015 год вырос на 26,3% по сравнению с прошлым годом и составил по оценке 54,53 млрд руб. или 58,7% общего оборота торгующих организаций.

По обороту малых предприятий во Владимирской области наблюдается положительная динамика: за 2012 г. оборот вырос на 17,9%, за 2013 г. вырос на 9,81%, за 2014 г. вырос на 0,07%. В обороте малых предприятий по ЦФО Владимирский регион занимает всего 1,51%. 1-е место по обороту малых предприятий по ЦФО занимает г. Москва (63,58%), на 2-м месте – Московская область (13,27%), наименьшую долю занимает Орловская область (0,69% от оборота по ЦФО) [3].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что во Владимирской области малое и среднее предпринимательство играет важную роль в экономике региона, в этой сфере работает около третьей части всех занятых граждан области, из них большая часть – на малых предприятиях. За период 2012–2015 гг. численность малых организаций увеличилась незначительно, что говорит о необходимости внедрения новых форм поддержки малого предпринимательства.

Реализация мероприятий государственной поддержки малого и среднего предпринимательства оказывает положительное влияние на предпринимательский климат в регионе и способствует развитию этого сектора экономики. Вместе с тем, мониторинг состояния предпринимательства Владимирской области показывает необходимость реализации дальнейших мер, направленных на:

- развитие инновационного предпринимательства и переход на интенсивный путь экономики Владимирского региона к 2020 году;
- содействие модернизации технологических процессов и рост фондовооружённости субъектов предпринимательства, включая инновационную сферу деятельности;
- развитие инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства;
- повышение уровня профессиональной подготовки субъектов малого и среднего бизнеса;
- вовлечение молодёжи в предпринимательскую деятельность;
- развитие сотрудничества субъектов малого и среднего предпринимательства на областном и межрегиональном уровнях;

– снижение административных барьеров для ведения бизнеса.

Основными приоритетами всех применяемых механизмов настоящей государственной программы станут развитие инновационной активности бизнеса и увеличение инновационной составляющей для малого и среднего предпринимательства [5].

К 2020 году количество субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих деятельность на территории Владимирской области, и оборот продукции и услуг,

производимых малыми предприятиями и индивидуальными предпринимателями, по сравнению с 2013 годом увеличится на 20% и 42% соответственно. По оценочным данным, с учётом развития инновационной составляющей оборот субъектов малого и среднего предпринимательства в целом увеличится к 2020 году до 800 млрд рублей. Ежегодное увеличение фондовооружённости составит 137 млн рублей. Такой положительный тренд увеличит вклад малого и среднего бизнеса в экономику области.

Библиографический список

1. Жилинский С. Э. Предпринимательское право (правовая основа предпринимательской деятельности) : учеб. для вузов / С. Э. Жилинский. – Изд. 2-е, испр. и доп. – М. : Норма-Инфра-М., 2010. – С. 98. – ISBN 978-5-468-00229-2.
2. Карлика А. Е. Экономика предприятия / А. Е. Карлика, М. Л. Шухгальтер. – М. : ИНФРА-М, 2012. – с. 431. – ISBN 978-5-388-00582-3
3. Регионы России. Социально-экономические показатели – 2015 г. – URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/ (дата обращения: 23.03.16)
4. Юридическая энциклопедия предпринимателя : учебник / под ред. С. А. Новикова. – М. : Приор, 2011. – 768 с. – ISBN 978-5-7990-0400-0
5. Быстрыков А. Я., Пономаренко Е. В., Дигилина О. Б., Столярова Е. И. Государственное регулирование развития предпринимательства: опыт, проблемы, инновации // под ред. А. Я. Быстрыкова. – М., 2015.

А. В. Герасимов
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени А.Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ ИНТЕГРИРОВАННЫХ ИННОВАЦИОННЫХ КОМПЛЕКСОВ

Интегрированные инновационные комплексы в современных условиях составляют институциональную основу инновационных систем, структурируемых на национальном, федеральном и региональном уровнях. В связи с этим, остановимся на представлениях о сущности и миссии инновационных систем, рассматриваемых с различных позиций.

Так наиболее часто инновационные системы интерпретируются с институциональной точки зрения, как совокупность действующих на определённом территориальном уровне (национальном, федеральном или местном) инновационных институтов (как традиционных, автономных: НИИ, университетов, инновационно-активных предприятий, так и новых, интегрированных структур: технопарков, научных парков, инновационных кластеров и т.д.), которые производят, продвигают, реализуют и используют инновации. [1]

В настоящее время популярным является сетевой подход для рассмотрения инновационных систем, в котором акцентируется внимание на внутренних и внешних связях отдельных элементов (институтов) инновационной системы. [2] Данный подход обусловлен глобальными аспектами инновационной политики.

Ряд авторов рассматривает инновационную систему с инфраструктурных позиций. [3] В этом случае акцент уделяется инновационной продукции, производимой элементами инновационной системы (в том числе интегрированными комплексами), то есть работам, товарам, услугам, причём в качестве единицы продукции могут представляться выпускники вузов, профессионально подготовленные для работы в условиях инновационной экономики. В совокупности, данные инновационные

предприятия составляют в этом случае инновационную инфраструктуру.

Инновационную систему целесообразно рассматривать с позиции системного подхода, то есть учитывать действие всех упомянутых выше аспектов (институционального, сетевого, инфраструктурного). Подобная трактовка, в частности, представлена в работе Дубыниной А. В., рассматривающей инновационную систему, с одной стороны, как подсистему национальной инновационной и социально-экономической систем и, с другой стороны, как локальную систему с её структурным содержанием, элементами которой выступает: производственно-инновационная подсистема (включающая новые высокоэффективные технологии и наукоёмкие высокотехнологичные производства); инфраструктурная подсистема (обеспечивающая условия для воплощения новых знаний в конкретные инновации и доведения их до конечного потребителя) и технологическая подсистема (как связующие звено взаимодействия подсистем и социально-экономической системы в целом). [4]

В мировой практике существует достаточно много институциональных форм интеграции предприятий и организаций (например, холдинговые компании, концерны, тресты, финансово-промышленные группы, совместные предприятия с участием зарубежных партнёров, транснациональные компании, особые экономические зоны, кластеры и т.д.). [5] При рассмотрении подобных комплексов следует отметить три обстоятельства.

Во-первых, не все из этих институциональных форм могут, на данном этапе развития российской экономики и состояния законодательной базы, успешно адаптироваться и развиваться в российских условиях.

Во-вторых, не все из этих интегрированных комплексов ориентированы на приори-

тетное производство и предоставление инновационной продукции (продуктов и услуг).

В-третьих, необходимо обратить внимание на то, что не все данные формы интеграции включают в свой состав вузы или их создание инициируется вузовскими организациями (университетскими комплексами).

Если данные обстоятельства выразить в позитивной форме (успешность адаптации и значимость для российских условий, ориентация на предоставление инновационных услуг и участие университетских комплексов в интеграционной инициативе), то они могут выступать в качестве критериев выявления, перспективных в контексте задач нашего исследования, объектов для последующего анализа.

Исходя из всего перечисленного разнообразия возможных объединений, могут быть предложены для реализации различными региональными предпринимательскими структурами лишь пять основных форм интегрированных инновационных комплексов, создание которых актуально для настоящего этапа инновационной трансформации экономики России и они удовлетворяют трём указанным выше критериям. Среди них: технопарки, научные парки и бизнес-парки; особые экономические зоны (как вариант интеграции предприятий и организаций в рамках подобной зоны); технополисы (или наукограды – в российской транскрипции); инновационные кластеры; научно-образовательные кластеры.

Библиографический список

1. Никулина О. В., Шевченко К. И. Управление инновационным развитием промышленных предприятий в условиях формирования инновационного кластера в регионе // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2010. – № 28. – С. 38–49.
2. Тамбиев А. Х. Роль маркетинга территорий и особых экономических зон в формировании региональной инновационной экономики // Проблемы региональной экономики. – 2010. – Т. 10 – № 2. – Ч. 2. – С. 141–146.
3. Шалина Н. В. Формирование инновационной инфраструктуры в регионе // Креативная экономика. – 2011. – № 3(51). – С. 59–63.
4. Дубынина А. В. Формирование региональной инновационной системы: институциональный подход // Бизнес и общество [Электронный ресурс]. – URL: <http://business-society.esrae.ru/pdf/2015/2/86.pdf> (дата обращения 26.05.2016 г.).
5. Мильнер Б. З. Теория организации : учебник. – 8-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2012. – С. 537–560.

Денисенко В. И.
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный
университет имени А. Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)

АРХИТЕКТОНИКА ОБЩИХ ПРОЦЕССОВ ИННОВАЦИОННОГО УПРАВЛЕНИЯ

Современная теория управления экономической рассматривает менеджмент по различным иерархическим уровням, выделяя на высшем уровне государственное, региональное, муниципальное управление, а на низшем – управление организациями, предприятиями, производствами, коллективами, проектами. Каждый уровень требует своих инновационных подходов на различных этапах жизненного цикла деятельности, при этом подробно рассматриваются в основном частные процессы управления предметами, функциями, системами. Особое внимание уделяется демократизации управленческих функций, учёту и анализу ситуаций во внешней среде и другим процессам, связанным с объектами управления. Общие же процессы инновационного управления вне связи с конкретными объектами в форме структурного описания в системном виде не рассматривались или исследовались лишь по отдельным этапам инновационного управления. Соответственно при принятии управленческих инновационных решений не рассматривается весь комплекс связанных с ними проблем, не используются современные инструменты прогнозирования, диагностики, анализа, поискового творчества и организации инновационного управления, отсутствуют системы программного обеспечения, учитывающие современные достижения по обеспечению оптимального управления. В результате из-за недостатка такой информации даже на государственном уровне часто единолично и коллегиально принимаются непрофессиональные волевые субъективные решения, приводящие к тяжким последствиям в развитии систем.

В статье предлагается систематизировать общие процессы на основе их классификации, включив в этапы управления инновационные тенденции и, тем самым, создав предпосылки для разработки соответствующих систем автоматизированного управления.

Планирование и реализация организационных изменений имеют свои особенности: неопределённость необходимых ресурсов, сроков исполнения, последствий и их оценки количественно и качественно; вынужденность проведения в связи с меняющимися ситуациями (кризисы, реформы, чрезвычайные ситуации, руководящие указания и пр.); сложность и творческий характер интеллектуальной управленческой деятельности, и многообразие видов принимаемых решений при инновационных преобразованиях; постоянное усложнение методов управления в связи с информатизацией и внедрением в практику моделирования; частая смена технико-информационных ресурсов и объёма научно-технической информации. Всё это требует создания системы автоматизированного проектирования инновационного управления как необходимого инструмента управленческого труда. Её исходной позицией является архитектура общих процессов инновационного управления.

Архитектура как композиция сочетает этапы, методы и процессы управления, находящиеся в иерархических отношениях между собой и по вертикали, учитывая содержательную сторону каждого из этих элементов структуры.

Начальным этапом управления является конкурентный анализ системы управления с упором на инновационные характеристики её элементов: ресурсов, бизнес-процессов, рынка и экономики [1]. При этом в процессах управления выделяются группы инновационных показателей активности, эффективности, безопасности и превосходства над конкурентами. Формы представления сравнительных результатов должны быть наглядными (графическими в виде круговых диаграмм и профилей деятельности, табличными, матричными).

Если анализ выявил необходимость в инновационном управлении, то переходят ко второму этапу – прогнозированию возможного инновационного развития исследуемого объ-

екта соответствующего иерархического уровня. Прогноз может быть научным и не научным, то есть основанным на известных закономерностях, знаниях, опыте или же на творческих методах, связанных с интуицией специалиста.

Этап осуществляется с использованием методов: интуитивных, математико-статистических, экстремального моделирования и теорий управления. Экспертные процессы интуитивного прогнозирования (случайного поиска), предполагают стадии развития интуитивных способностей экспертов разнообразными известными методами, объединение экспертов в группы и системы, использование знаний, опыта, подсознания (состояние гипноза, духовные практики) для прогноза событий, применение при необходимости считающихся ненаучными астрологические и экстрасенсорные методы. Работа экспертов осуществляется по различным методикам: индивидуальный опрос, групповые методы, сочетание индивидуальной работы с коллективным обсуждением, альтернативное прогнозирование и др. Ассоциативные процессы управления направлены на разработку прогнозов возможных векторов развития ситуаций путём формирования гирлянд ассоциаций, т.е. различных последовательностей процессов управления, при нахождении разработчика в различных психологических состояниях. Из гирлянд и их прогнозирования основаны на построении соответствующих моделей процессов и их использовании сочетаний затем выбираются для проработки приемлемые варианты развития.

Такие методы применяются в условиях неопределённости развития событий.

Математико-статистические методы для экстраполяции на будущее или прошлое, или же для интерполяции на промежутки времени между результатами уже исследованных процессов. Различные виды моделей строятся на основе теории временных рядов, эмпириометрии (в приложении к экономическим процессам – эконометрики).

Экстремальное моделирование строится на теориях и гипотезах о возможных критических исходах при возникновении нелинейно, неравновесно, необратимо развивающихся событий: резонансных, синергетических, бифуркационных, автоволновых процессов, фазовых переходов, фракталов, катастроф. В том числе

развиваются теории прогнозирования инновационного развития экономики и управления в связи с природными катастрофами, воздействием космического разума, нашли применение в управлении бифуркационные компьютерные диаграммы и т.д. Важной составляющей такой работы является определение момента реализации рисков [4].

В прогнозировании инновационного развития возможно использование известных теорий управления, например, теоретической инноватики, теорий управления системами с использованием аналогий механических, природных и общественных процессов, включая финансовые, экономические, исторические процессы. Здесь находят применение теория нечётких множеств и нейросетевое моделирование.

На соответствие с прогнозом развития проводятся диагностика и анализ инновационной деятельности в объекте на уровне системы и отдельных её элементов. При этом выявляются возможности выбора соответствующего вектора развития в соответствии с выявленными на предыдущем этапе тенденциями. Третий этап представлен методами критериальной диагностики, а также различными процессами и методами анализа. Наиболее перспективны в управлении методы диагностики на основе критериев, где исследуются состояния деятельности. Так в качестве критериев для системы управления применимы активность, эффективность, безопасность, конкурентность, которые характеризуются альтернативными характеристиками. Эти методы могут успешно сочетаться с методом нейронных сетей.

Уровень инновационной деятельности обусловлен значимостью инновационных разработок, которую определяют критерии: научность, практичность, актуальность, завершенность и конкурентоспособность. Каждый из них характеризуется комплексом показателей.

Различными критериями оценивается также инновационная деятельность предприятия в целом, специалистов и команд, где помимо образовательных критериев, выделяются опыт, навыки, организаторские способности, деловая репутация, деловые и личные связи и другие личные качества руководителя [2].

Анализ предполагает определение состояния по результатам исследования отдельных

сторон деятельности и причинно-следственных связей в случае отклонений от нормального хода процессов. Для инновационной деятельности актуальны анализ проблемных ситуаций и процессного потока, определение сроков поддержки инноваций, а также различные методы анализа внутренней и внешней инновационной среды, как например, широко применяемые SWOT-анализ, морфологический анализ, функционально-стоимостной анализ. При анализе проблемных ситуаций определяются иерархия проблем в инновационном управлении, факторы их обуславливающие и способы управляющего воздействия на них. Процессный поток рассматривается как системный для выявления слабых мест в инновационной деятельности и внесения в неё инновационных изменений.

Следующий этап управления связан с поисковым творчеством по выявлению и поиску идей и путей разрешения противоречий в системе управления, препятствующих её инновационному развитию в выбранном направлении. Проводятся работы по планированию и реализации мероприятий по устранению наиболее критических отставаний в развитии и по подготовке фундамента для возможных крупных преобразований. Данный четвёртый этап включает методы поиска противоречий, разрешения противоречий и упреждающего управления. Поиск противоречий в организациях реализуется по трём направлениям: выявление расхождений между потребностями и возможностями, исследование конфликтов интересов, определение факторов риска с учётом их взаимодействия и взаимовлияния. А разрешение противоречий возможно с помощью привлечения генераторов идей, рационализации, изобретательства, кооперации по обмену опытом с другими организациями, применения методов теории решения изобретательских задач (ТРИЗ). По поводу изобретательства следует заметить, что в международной патентной классификации изобретений в разделе физики в открытом реестре Федерального института промышленной собственности РФ установлен класс изобретений в области менеджмента G06Q, для регистрации изобретений по управлению организациями, проектами, ресурсами и др. В форме различных методов, методик и приёмов ТРИЗ рассматривает процессы решения

технических, социальных и прочих проблем (противоречий, задач) и развития творческих качеств личности.

Чтобы исключить возможность возникновения противоречий целесообразно применять упреждающее управление с использованием бережливого производства, методики обследования производства «Система 20 ключей», политики антисанкций, методов антикризисного управления, стандартизации менеджмента риска и его внедрения в инфраструктуру предприятий.

Комплекс факторов бережливого производства включает: ресурсные, производственные, организационные, социальные и экологические факторы, имеющие свою структуру и содержание. Структурная диаграмма системы «20 ключей» предусматривает комплексное обследование производства по всем аспектам его деятельности и разработку мероприятий развития, в том числе инновационного. В политике антисанкций на государственном уровне важное место занимают импортозамещение по ключевым направлениям развития производства и опережающее развитие науки и образования. Деятельность предприятий требует кооперационного взаимодействия с созданием соответствующих объединений, а в необходимых случаях, и замкнутых территорий с собственной инфраструктурой. Исторический опыт показывает, что изоляция хозяйственных образований и даже целых государств не является катастрофическим фактором их развития, позволяет избежать кризисных явлений, возникающих во внешней среде. Методы антикризисного управления и им соответствующие процессы достаточно освещены в учебной литературе, подкреплены законодательными документами. Аналогично управление рисками обусловлено различными стандартами от международного уровня до стандартов предприятий. Однако вопросы взаимосвязи рисков в них освещены недостаточно. Перечислим основные процессы взаимодействия и взаимовлияния инновационных рисков в системе рисков:

– одновременное, параллельное и последовательное воздействие взаимообусловленных и случайных рисков-элементов в системе рисков друг на друга и на совокупный риск непосредственно или через риск-посредника;

– взаимовлияние рисков-элементов при их наложении с образованием синергетического эффекта и катастрофическим переходом через допустимый риск;

– взаимодействие функциональных элементов системы рисков;

– цепные реакции и разветвления в системе рисков.

Далее осуществляется выбор инновационных решений по преобразованию системы управления с участием всего коллектива, для принятых решений определяются необходимые информационные ресурсы, подтверждающие эффективность и способствующие реализации решений. Это пятый этап.

Наряду с общеизвестными методами принятия решений, в инновационном управлении целесообразно использовать интерактивные методы и методы информационной поддержки принятия решений. Интерактивные методы принятия решений отличаются большим разнообразием, но без чёткой конкретизации областей их применения. Можно ориентировочно рекомендовать для принятия решений в неподготовленных профессионально группах имитационные и игровые методы: деловые игры, семинары, тренинги, проводимые под руководством профессионального ведущего. В более подготовленных аудиториях с опытом участия целесообразны методы модерации, включающие мозговую атаку, анкетирование, ответы на наводящие вопросы, метод альтернатив и пр. Для групп специалистов возможно проведение диспутов и дискуссий по заранее выделенным проблемам, а также методов сценарного стратегического планирования и стратегических бесед с участием менеджеров.

Методы информационной поддержки принятия решений предполагают организацию базы корпоративных данных о лучших способах принятия решений и ресурсах, применение метода прецедентов по аналогичным ситуациям, адаптивных (диалоговых) методов с применением аналитических средств, методов анализа публикационной активности.

Наиболее ответственный шестой этап – организация инновационного управления, включающая подготовку, реализацию и управление на основе моделирования его основных процессов и применения средств автоматизации.

Здесь можно выделить три метода управления: внедрение инновационных решений, инновационная деятельность в виде различных организационных форм и проектное моделирование управленческих процессов.

К процессам внедрения относятся преодоление сопротивления в структуре объекта управления, в частности, обеспечением информированности исполнителей, развитием инициативы и индивидуального подхода к людям, распределение функций и полномочий среди участников с привлечением специалистов для решения узкоспециальных задач в области внедрения, обеспечение процесса внедрения (документальное, плановое, ресурсное, математическое, программно-методическое и пр.), управление инновационными изменениями.

К организационным формам управления инновационной деятельностью целесообразно отнести процессы инжиниринга как преобразований по усовершенствованию системы управления, реинжиниринга – по коренному реформированию этой системы (например, на основе самоуправления, саморегулирования и самоорганизации, создания виртуальной организации в виде кластерной или распределённой системы макропредприятия, резонансного и синергетического управления и др.), стандартизации всех процессов в системе и соблюдения квалификационных стандартов для руководителей, а также по автоматизированному управлению.

Проектное моделирование в управлении подразумевает построение сетевых моделей и матриц для оценки и контроля деятельности элементов системы управления, использование стратегических матриц для выбора и корректировки стратегий развития системы управления на различных этапах жизненного цикла производства, имитационного моделирования сценариев развития бизнес-процессов, цветных сетей Петри для оптимального формирования кооперационных связей предприятий [1], разработку моделей проектирования систем управления и работ исполнителей (содержания, объёма и условий выполнения, групповых методов исполнения, ротации исполнителей), применение теории графов для решения организационных задач типа разузлования, разбиения графа на प्रदेशа, оптимизацию систем управления и т.д. Среди инновационных методов проектного

моделирования следует также отметить 4D моделирование, сочетающее одновременно конструкторские 3D модели и календарно-сетевое 1D моделирование.

Контроллинг и корректировка процессов инновационного управления в новой системе также должны нести определённый уровень креативности технологических решений, хотя бы на уровне автоматизации сравнения планов и результатов, и нести системный характер. Данный седьмой этап предусматривает методы контроллинга и кибернетического управления (на основе самоорганизации).

Контроллинг включает мониторинг процессов управления непрерывно и по всем элементам системы, а также анализ и оценку результативности деятельности с последующей корректировкой планов и целей. Кибернетическое управление (на основе самоорганизации) реализуется в динамической внешней среде и при управлении сложными системами, то есть необычными и многообразными по составу элементов, в том числе действующими одновременно.

Завершающий восьмой этап при создании системы инновационного управления состоит в экспертизе и экономической оценке достигнутых результатов [3]. При экспер-

тизе необходим особый упор на исключение возможности силового давления на процесс распределения ресурсов в условиях конкурентной борьбы и определение актуальности и приоритетности проводимых мероприятий. Поэтому участие независимых и высокопрофессиональных экспертов необходимо уже на этапе принятия инновационных решений. Этап представляет собой сочетание методов экспертной деятельности с общей экономической оценкой инновационной деятельности в системе управления.

Экспертная деятельность в управлении предполагает установление уровней экспертизы системы, осуществление экспертизы по обусловленной технологии и определение показателей эффективности управления в соответствии с выбранными критериями.

Экономика инновационного управления включает оценку стоимости системы инновационного управления и затрат при её преобразованиях, распределение ресурсов (бюджетирование), расчёт показателей экономической эффективности и оценку инноваций с отрицательным прямым экономическим эффектом.

Представим общие процессы инновационного управления в форме таблицы.

Классификация процессов инновационного управления

Этапы управления	Методы управления	Процессы управления
1. Конкурентный анализ системы управления	1. Методы анализа конкурентности 2. Методы анализа конкурентоспособности	1. Сравнительный анализ показателей результативности деятельности 2. Сравнительный анализ динамики показателей результативности деятельности 1. Сравнительный анализ показателей ресурсного обеспечения 2. Сравнительный анализ темпов прироста ресурсов
2. Прогнозирование инновационного развития объекта	1. Интуитивные методы прогнозирования 2. Математико-статистические методы прогнозирования 3. Экстремальное моделирование 4. На основе теорий управления	1. Экспертные 2. Астрологические 3. Экстрасенсорные 4. Ассоциативные 1. Экстраполяционные 2. Интерполяционные 3. Нейросетевые 4. Автоволновые 1. Резонансные 2. Бифуркационные 3. Синергетические 4. На основе теории катастроф 1. На основе теоретической инноватики 2. На основе теории управления системами

3. Диагностика и анализ инновационной деятельности	1. Критериальные методы диагностики 2. Методы анализа инновационной деятельности	1. Диагностика системы управления 2. Диагностика инновационных разработок 3. Диагностика деятельности специалистов и команд 4. Диагностика предприятия по критериям инновационности 1. Анализ проблемных ситуаций 2. Анализ процессного потока 3. Морфологический анализ 4. Функционально-стоимостной анализ 5. SWOT-анализ
4. Поисковое творчество	1. Поиск противоречий в системе управления 2. Разрешение противоречий 3. Упреждающее управление	1. Определение расхождений между потребностями и возможностями 2. Выявление конфликтов интересов 3. Определение факторов риска и их взаимодействий 1. Рационализация 2. Изобретательство 3. Привлечение генераторов идей 4. Кооперация по обмену опытом 5. Применение методов теории решения изобретательских задач 1. С помощью системы «20 ключей» 2. С помощью разработки программы по бережливому производству 3. Применение антисанкций (импортозамещение, изоляция субъектов экономики и т.п.) 4. Применение методов антикризисного управления 5. Стандартизация менеджмента риска
5. Принятие инновационных решений	1. Интерактивные методы принятия решений 2. Расчётные методы 3. Методы информационной поддержки	1. Имитационные и игровые методы (деловые игры, семинары, тренинги) 2. Применение метода сценариев 3. Применение метода альтернатив 4. Проведение диспутов и дискуссий 5. Применение методов модерации 1. Имитационное моделирование 2. Метод «Дерева решений» 3. Методы теории вероятностей для оценки исходов 1. Создание базы данных о способах принятия решений 2. Использование прецедентов в практике принятия решений 3. Применение адаптивного (диалогового) программного обеспечения 4. Использование рекомендаций по источникам информации
6. Пробные испытания системы управления	1. Модельные испытания 2. Маломасштабные натурные испытания	1. Системные исследования модели управления 2. Ситуационные испытания модели управления 1. Испытания на малых объектах управления 2. Ускоренные испытания 3. Испытания по отдельным направлениям деятельности
7. Организация инновационного управления	1. Подготовка к внедрению инновационных решений 2. Реализация организационных форм управления инновационной деятельностью 3. Моделирование в управлении	1. Преодоление сопротивления принятию инновационных решений 2. Распределение функций участников инновационного процесса 3. Комплексное обеспечение процесса внедрения 4. Специальная подготовка кадров 1. Инжиниринг (кластеризация, оптимизация системы управления стандартизация деятельности и пр.) 2. Реинжиниринг (автоматизированное управление, распределённые системы, самоорганизация и пр.) 1. Сетевое моделирование 2. Имитационное моделирование 3. Кооперационное взаимодействие на основе сетей Петри 4. Применение стратегических матриц 5. Применение моделей проектирования организации систем и работ 6. Применение теории графов в задачах о прадеревьях, разузлования изделий и пр.

8. Контроллинг и корректировка процессов инновационного управления	1. Контроллинг процессов управления 2. Кибернетическое (само-организация) управление	1. Мониторинг процессов 2. Анализ и оценка результативности и эффективности (народно-хозяйственная, бюджетная, социальная и др.) 3. Корректировка планов и целей 1. Управление в динамической внешней среде 2. Управление сложными системами
9. Экспертиза и оценка системы инновационного управления	1. Экспертная деятельность в системе управления 2. Экономическая оценка системы инновационного управления	1. Установление уровней экспертизы систем инновационного управления 2. Разработка технологий экспертизы 3. Определение показателей эффективности управления 1. Оценка стоимости системы 2. Бюджетирование системы 3. Расчёт показателей экономической эффективности 4. Оценка инноваций с отрицательным прямым экономическим эффектом

Таблица позволяет поэтапно определить программу инновационных изменений в системе управления объектом, используя весь арсенал возможных инструментов менеджмента. При этом апробируются все возможные варианты получения результата разными методами и с помощью их реализующих процессов. Каждый процесс может иметь сложную структуру операций и приёмов, различные варианты их исполнения. Например, экстраполяционные и интерполяционные процессы математико-статистических методов прогнозирования включают линейное и нелинейное программирование, построение временных рядов, анализ волновых процессов, построение адаптивных и многофакторных моделей и т.д. Выбор рациональных методов и процессов обусловлен практической ситуацией на управляемом объекте. А если ситуация не определённа, то возникает необходимость в применении всего набора методов и процессов на рассматриваемом этапе управления с последующей оценкой результатов по каждому процессу.

Многовариантность поиска оптимальной системы управления делает практически невозможной решение такой задачи в ручном режиме и требует создания системы автоматизированного проектирования инновационного менеджмента (САПР ИМ) по аналогии существующими САПР технологических процессов, подготовки производства и др.

ВЫВОДЫ:

1. Систематизированы общие процессы инновационного управления сложными объектами, создав предпосылки для разработки системы автоматизированного проектирования инновационного менеджмента. Процессы разбиты по этапам и методам управления и представлены в наглядной табличной форме с возможностью пополнения в процессе развития методов.

2. Процессы управления сформированы с использованием достижений различных отраслей знаний: творчества, интерактивных методов, моделирования, математики, прогнозирования, экономики и менеджмента.

Библиографический список

1. Денисенко В. И. Альтернативный анализ состояния субъектов экономики. Коллектив авторов. Обеспечение устойчивого развития региональной экономики в условиях инновационной модернизации производства : материалы междунар. науч.-практич. конф. – Владимир : ВлГУ, Собор, 2015. – С. 76–82.
2. Филимонова Н. М., Моргунова Н. В., Потёмкин А. И. Современные направления повышения эффективности инновационной деятельности на предприятиях // Экономический анализ: теория и практика. – 2010. – № 33. – С. 20–23.
3. Денисенко В. И. Оценка правовой компетенции инновационных разработок // Формирование предпринимательской активности в условиях инновационного развития региональной экономики : материалы междунар. науч.-практич. конф. – Владимир : ФГБОУ ВПО ВлГУ ; Собор, 2014. – С. 92–101.
4. Филимонова Н. М., Кузнецов Ю. В., Федосова Р. Н., Капустина Н. В. Система риск-менеджмента в системе управления предприятием текстильной промышленности // Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. – 2014. – № 4 (352). – С. 28–32.

В. И. Денисенко, И. А. Воронова
*ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени А. Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)*

РАЗРАБОТКА И ВНЕДРЕНИЕ НОВОГО БИЗНЕСА ПРИ РЕИНЖИНИРИНГЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ

Всвязи с переходом к новому этапу рыночных реформ на всех этапах управления увеличилась роль специалистов, которые умеют принимать эффективные решения, относящиеся к будущему, регулярно соразмеряют свою текущую деятельность с глобальными целями компании.

Реинжиниринг подразумевает скачкообразные видоизменения структуры управления, которое базируется на выделении взаимосвязанных бизнес-процессов. Последнее время необходимость реинжиниринга возрастает. Это является следствием двух факторов: первый фактор – прогресс в информационных технологиях, и второй фактор – глобализация.

Весомые изменения структуры предприятия при реинжиниринге и переходе на новые принципы создания организации, нуждаются в разработке и реализации специального проекта и сбора команды по реинжинирингу. Особенно значимым считается выявление момента начала реинжиниринга, для того чтобы успеть его реализовать для достижения поставленных целей.

Анализ литературы позволяет выделить основные этапы разработки и внедрения нового бизнеса при реинжиниринге бизнес-процессов. Несомненно, приведённый порядок является условным, однако в каждом проекте по изменению бизнеса компании присутствуют данные этапы.

Создание нового бизнеса осуществляется в три этапа. Первым этапом является анализ и определение требований к реинжинирингу нового бизнеса. На данном этапе наиболее действенным инструментом реинжиниринга предприятия является функционально-стоимостной анализ (ФСА), который позволяет изучить все факторы в процессе продвижения продукции от источника сырья. Основным преимуществом ФСА служит наличие довольно простых расчётных и графических методов, которые позволяют давать оценку выявленным причинно-следственным связям. Также ФСА позволяет выявить излишние затраты, определить диспропорции между значимостью

функций для потребителя и затратами на их обеспечение, найти резервы снижения себестоимости и повышения качества изделий.

Второй этап подразумевает построение и моделирование работы новых процессов. Основная цель моделирования заключается в систематизации знаний об организации и её бизнес-процессах в более наглядной графической форме, которая больше всего подходит для аналитической обработки полученных результатов. Модель должна строиться таким образом, чтобы отображать структуру бизнес-процессов, детали их выполнения и хронологию документооборота. На этапе структурного моделирования в модели должны отражаться:

- существующая структура организации;
- документы и иные нормативно-правовые акты, которые необходимо использовать для реализации моделируемых бизнес-процессов;
- структура бизнес-процессов, которая должна отражать их иерархию от более общих групп к частным бизнес-процессам;
- диаграммы взаимодействия для конечных бизнес-процессов, в которых отображается последовательность создания и перемещения документов (данных, материалов, ресурсов и т.п.) между действующими лицами [1].

На заключительном этапе создания нового бизнеса ведётся осуществление разработки поддерживающих информационных систем (ИС). Этот этап предусматривает определение ресурсов, которые имеет предприятие (программное обеспечение, оборудование), и реализацию специализированной информационной системы (или систем) компании.

В задачу информационной системы входит решение проблем предприятия. Модульная структура информационной системы может не только настраивать её на решение различных сложных задач с учётом специфики определённых условий, но и продавать систему в различных редакциях.

Организация общения разработчиков и пользователей является важным аспектом при проектировании системы. Необходимо

устранить межкультурные барьеры для того, чтобы они говорили «на одном языке».

Внедрение нового бизнеса можно также разбить на три этапа. Первым этапом является внедрение перепроектированных процессов в текущую деятельность предприятия. Данный этап подразумевает переход к новой работе компании. Как только новые процессы разработаны и протестированы, необходимо их реализовывать на предприятии. Это очень значимый момент для предприятия, поскольку очень важно продолжать работу существующих процессов (в то время как внедряются новые, усовершенствованные), не нарушая окружение, в котором они работают.

Окружение проекта не должно заметить, что внедрённые процессы проходят отлично от их ожидания.

На втором этапе внедрения нового бизнеса происходит интеграция и тестирование проработанных процессов и поддерживающей ИС. Выполнение работ по реинжинирингу представляет собой итеративный процесс. В ходе тестирования на разных стадиях можно выявить способы, которые способствуют компании функционировать более эффективно, чем это было ранее. Если такое происходит, разработчикам необходимо возвратиться обратно и изменить спецификации целей фирмы. Данные способы могут быть обнаружены слишком поздно, даже после закрытия проекта. В таком случае значение итерации гораздо выше, чем на ранних этапах проекта. Итерация внутри нескольких этапов, так же как и на одном этапе, не является чем-то необычным. И если всё же приходится возвращаться, важно быть последовательным в обновлении моделей, чтобы отразить перемены, привнесённые итерацией [4].

Последним этапом внедрения нового бизнеса является обеспечение предприятия ИС. Управление предприятием неразделимо связано с решением противоречивых и многоплановых задач. К их числу можно отнести получение прибыли, рост объема продаж, увеличение доли рынка, привлечение и удержание специалистов,

техническое перевооружение, формирование и обновление ассортимента. Все эти задачи необходимо решать при дефиците времени для сбора, анализа и обработки информации.

Информационная система способна обеспечивать автоматизацию учёта многочисленных потоков информации, что оборачивается автоматическим сбором и накоплением данных о текущем состоянии предприятия. В простейшем случае такая система превращается в базу данных – автоматическую систему учёта. База данных служит для обеспечения накопления информации. При этом информация может быть классифицирована по признакам (ключам), что позволяет обеспечить быстрый поиск и подборку данных, требуемых для анализа.

Можно отметить, что характерной ошибкой при реинжиниринге является то, что реализация разработанных процессов начинается весьма поздно. Чем больше изменений нужно осуществить, тем важнее наладить команду по их реализации ещё в процессе перепроектирования. Некоторые фирмы расположены к использованию переходного периода для изменения процессов, не спланировав своевременно их реализацию. Если компания хочет, чтобы реинжиниринг прошёл удачно, она должна иметь реальный план, включающий в себя привлечение рабочих квалифицированных кадров, повышение квалификации, создание команд, работу с персоналом и изменение процессов бюджетной поддержки. Помимо всего этого необходимо постоянно работать над изменением организационной культуры компании. Главным правилом при проведении реинжиниринга бизнес-процессов является коммуникация непосредственно перед, в течение и после каждого этапа реинжиниринга.

Таким образом, разработка и внедрение нового бизнеса при реинжиниринге бизнес-процессов представляет собой поэтапный процесс. Выделение этапов при реинжиниринге позволяет увеличить качество и скорость работы предприятия с одновременным снижением издержек, повысить конкурентоспособность.

Библиографический список

1. *Абдикеев Н. М.* Управление знаниями корпорации и реинжиниринг бизнеса / науч. ред. д-р техн. наук, проф. Н. М. Абдикеева. – М. : ИНФРА-М, 2011. – 382 с.
2. *Волков К. В.* Стандарты аудита на основе принципов реинжиниринга // Менеджмент в России и за рубежом. – 2003. – № 3. – С. 46–53.
3. *Елиферов, В. Г., Репин В. В.* Бизнес-процессы: регламентация и управление : учебник. – М. : ИНФРА – М, 2012. – 319 с.
4. *Калянов Г. Н.* Моделирование, анализ, реорганизация и автоматизация бизнес-процессов : учеб. пособие. – М. : Финансы и статистика, 2007. – 240 с.

В. И. Денисенко, В. С. Ильина
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени А.Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)

ПЕРЕСТРОЙКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ

Российская экономика в настоящее время испытывает серьёзные трудности. В значительной степени это связано с большой зависимостью некоторых отраслей национального хозяйства от внешних поставщиков. В условиях санкций очень остро встаёт вопрос развития отечественного производства. Поэтому именно импортозамещение является наиболее действенным антикризисным инструментом в сложившейся ситуации.

Основные причины и мотивы, заставляющие предприятия использовать импортные материалы и комплектующие при производстве своей продукции:

- зарубежные производители очень часто предлагают продукцию с более привлекательными потребительскими свойствами, из которых главным является лучшее соотношение цены и качества этой продукции.

- предприятия используют импортные материалы и комплектующие, чтобы обеспечить требуемый заказчиком уровень потребительских свойств конечного изделия. Особенно это касается показателей надёжности и безопасности с учётом условий эксплуатации и назначения продукции этих предприятий.

- деятельность некоторых предприятий технологически зависит от импорта по причине отсутствия производства отечественных аналогов. В основном, это касается химического комплекса нашей промышленности и металлургии. Причём, оперативная организация такого производства в настоящее время невозможна либо по причине отсутствия сырья, либо технологически неосуществима с сохранением конкурентоспособных показателей. В качестве примера можно взять каучук при производстве шин. Российские аналоги дороже и хуже по геометрическим параметрам.

Выделим основные причины перестройки деятельности организаций в условиях импортозамещения:

В связи с западными санкциями, российский продэмбарго, а также девальвацией рубля происходит:

- удорожание импортных товаров;
- отказ зарубежных поставщиков поставлять товары;

Всё это наталкивает предприятия на перестройку своей деятельности.

Осуществление политики импортозамещения в краткосрочном периоде возможно тогда, когда есть соответствующие свободные производственные мощности и конкурентоспособные предприятия, предлагающие качественную продукцию по приемлемым ценам. В долгосрочной перспективе снизить зависимость от внешних поставщиков можно только за счёт инноваций, создания новых производств и стимулирования инвестиций в технические отрасли. [1]

К ограничивающим инновационную деятельность факторам относятся:

- недостаточные денежные средства и трудности в привлечении инвестиций;
- высокий уровень налогообложения;
- низкий спрос на новые товары и снижающийся потребительский спрос;
- дефицит квалифицированных кадров, который препятствует росту инновационного потенциала предприятия и создаёт угрозу экономической стабильности;
- неопределённая экономическая ситуация.

В связи с этим у инвесторов снижается горизонт планирования, они не проявляют заинтересованности в поддержке инновационных проектов в условиях значительных рисков. [2]

Сформулируем основные способы перестройки деятельности организаций в условиях импортозамещения:

- 1) производство собственных комплектующих:

- за счёт специализации предприятий и их подразделений;
- кооперации предприятий, ранее не связанных экономически;

Таким образом, перестройка деятельности организаций в условиях импортозамещения требует анализа рынка, оценки целесообразности проводимых изменений путём расчёта показателей эффективности, наличия у предприятия необходимых для этого ресурсов, специализации предприятий и их подразделений, кооперации предприятий, разработки банка данных о профиле деятельности и возможностях предприятий РФ и приобретения импортных товаров через третьи страны.

3. «Мы способны на уникальные решения». – URL: <http://www.expert.ru/2014/05/23/myi-sposobnyi-na-unikalnyie-resheniya/> (дата обращения 02.03.2016).

В. И. Денисенко, А. А. Караян
*ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени А.Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)*

РАЗВИТИЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОССИИ В УСЛОВИЯХ МЕЖДУНАРОДНОЙ ИЗОЛЯЦИИ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЙ

Изучение нынешних условий хозяйствования демонстрирует конкретные характерные особенности развития, обусловленные усилением зависимости от международного экономического пространства. Взаимосвязи внешней среды функционирования государств и внутренних экономических процессов подверглись значительной модификации: транснациональные экономические отношения, образовавшиеся из международного разделения труда, становятся главным механизмом оперативного развития национальных экономик. Для Российской Федерации внешнеэкономическая деятельность имеет весьма существенную роль, по этой причине, всевозможные воздействия, изменяющие её, следует исследовать и создавать надлежащие научно доказанные варианты развития в новых условиях.

Рассматривая возможности становления экономики России и внешнеэкономические связи в современных условиях, необходимо отметить, что наше государство переживает трудные времена. Экономика РФ в 2014 году столкнулась с ощутимыми ограничениями национального экономического роста – введение санкций и снижение тарифов на нефть. Впрочем, в национальной экономике случились определённые структурные изменения, нацеленные на обеспечение устойчивости к негативным факторам внешней среды.[3]

1. Произошла модификация основ кредитно-денежной политики, характеризующаяся переходом к методикам инфляционного таргетирования, предполагающее беспрепятственное плавание рубля и интенсивный контроль над инфляцией, что содействует росту уровня макроэкономической устойчивости РФ и гарантирует ускорение процессов приспособления к различным изменениям мировой экономики.

2. Заметно пополнился Резервный фонд в РФ, чей размер на 1 января 2015 года состав-

лял 90 млрд долларов, и фонд национального благосостояния – 80 млрд долларов. Данные финансовые ресурсы должны поддержать экономику России.

3. Значительное число отечественных фирм провели реструктуризацию активов, улучшили кредитный профиль, снизили излишние расходы, что станет содействовать расширению стабильности бизнеса к негативной внешней конъюнктуре с позиции кредитного качества.

Кроме того, стоит отметить проблемы, связанные с процессами интеграции и модификацией передового бизнеса, и требование с целью создания бизнес – структур в ближайшее время.

1. Последствия международного финансово – экономического кризиса до сих пор остаются объективными угрозами в условиях глобализации экономики. Снижение темпов роста развитых стран, недостаток гармонизации валютного рынка отразились на состоянии финансовой и промышленной сферы экономики нашего государства.

2. В Российской Федерации сохраняется невысокая инвестиционная и инновационная активности хозяйствующих субъектов, главная часть которых состоит из крупных сырьевых корпораций промышленных регионов. Таким образом, в соответствии рейтингу Всемирного банка Российская Федерация по оценке критерий функционирования бизнеса на данный момент значительно уступает многочисленным государствам, а также некоторым партнёрам по СНГ. [2]

3. Для антимонопольного государственного регулирования характерны многочисленные пробелы.

Следовательно, основным фактором, сдерживающим развитие внешнеэкономической деятельности России, можно считать снижение конкурентных позиций отечественных компаний на внешних товарных рынках, что обусловлено негативными пропорциями в то-

варной структуре экспорта, и ухудшение показателей диверсификации экспорта. При этом более важными условиями, снижающими эффективность экспортной работы, считается недостаточное государственное регулирование внешней торговли, а именно: недостающее финансирование механизмов государственной поддержки экспорта; снижение мотивации государственных властей к развитию отечественной системы поддержки экспорта, что вызвано удержанием на высочайшем уровне мировых цен на сырьевые продукты, образующие базу российского экспорта; несбалансированность и разногласие всех участников отечественной системы поддержки экспорта, с одной стороны, и отечественной системы государственного администрирования и регулирования внешнеэкономической деятельности – с другой стороны; недоступность действенных и подходящих целей и ценностей в функционировании механизмов и институтов развития экспорта и внешнеэкономической политики Российской Федерации [1].

Выделенные характерные черты функционирования экономики России под влиянием

экономических санкций Евросоюза и США показали значительное понижение торгово-экономического развития России, в конце 2014 года можно было наблюдать возможное начало «паралича» денежно-кредитной российской системы. Влияние США в Международном валютном фонде и во Всемирном банке значительно ограничивает возможности России в получении низкопроцентных и долгосрочных кредитов. Запрет на сотрудничество с российскими банками с участием государственного капитала усложняет взаимодействие российских компаний с частными иностранными банками. Санкции ориентированы на особо развитые виды экономической деятельности РФ, что отрицательно отражается не только на внешнеэкономической деятельности, но и на развитии национальной экономики в целом. Увеличивается возможность замораживания финансовых ресурсов, зачислившихся на зарубежные счета российских компаний. Всё это содействует увеличению издержек импортно-экспортных операций и формирует значительные препятствия для формирования внешнеэкономической деятельности отечественного бизнеса.

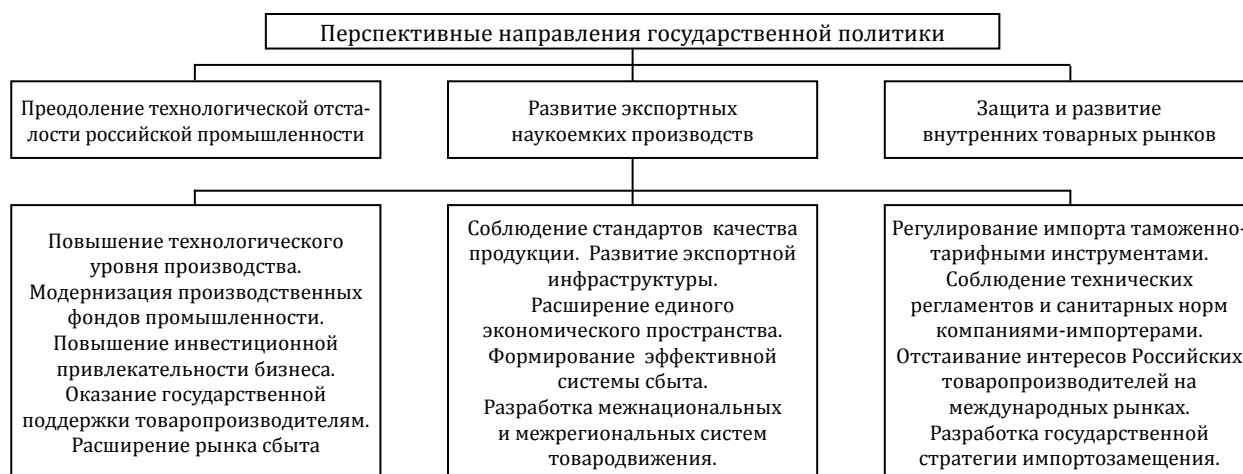


Рис. 1. Перспективные направления государственной политики

На рисунке 1 представлены перспективные направления государственной политики России для повышения эффективности внешнеэкономической деятельности.[1]

Обобщая вышеизложенное, можно отметить, что для результативного формирования международной торговли в России первостепенной считается задача превращения РФ в государство, производящее и продающее конкурентоспособную продукцию, установления равнозначных условий конкуренции между

предприятиями, относящимися к различным секторам рынка. Главным условием решения данной проблемы можно назвать успешную политическую деятельность государства в отношении внешнеэкономической деятельности, которая должна основываться на усилении функций государственного регулирования внешней торговли; на ужесточении контроля качества и количества ввозимых и вывозимых товаров; активном привлечении инвестиций зарубежных партнёров; создании приемлемых

Денисенко В. И., Хаперская А. А., Караян А. А.
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени А.Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)

ЛИЧНОСТНЫЕ КАЧЕСТВА ИННОВАЦИОННОГО ИНЖЕНЕРА И ИХ РАЗВИТИЕ

Рассмотрим проблему развития профессионально важных качеств в профессиональном образовании. Под важными профессиональными качествами понимается одна из интегральных особенностей человека, характеризующих его как субъекта труда, определённых в процессе профессионального обучения и необходимых для быстрой адаптации и успешного исполнения своей профессиональной деятельности в современных быстроизменяющихся условиях [1].

Профессиональные личностные качества – это то, что выделяет профессионала среди других людей этой сферы деятельности. То есть речь идёт об определённых универсальных характеристиках человека и профессионала, благодаря которым он становится эффективнее остальных. В ходе исследования мы решили выяснить, какие качества необходимы инновационному инженеру.

Инновационный инжиниринг – специальное методологическое и образовательное обеспечение инновационного процесса. Он нужен для того, чтобы инновационный продукт был востребован в планируемом объёме, т.е. хорошо вписался в многомерное пространство будущего.

Исходя из определения, инновационный инжиниринг подразумевает использование всех существующих средств разработки и ресурсов для создания востребованных инновационных продуктов. Не смотря на многообразие средств и методов, использующихся в процессе создания инноваций, основным инновационным ресурсом все же являются инновационные специалисты. В соответствии с характером выполняемой работы эта категория специалистов является *инновационными инженерами*. Создание инноваций осуществляется благодаря их личностным качествам и квалификации [2].

Творческой атмосферой в стране и в коллективе, которая должна поддерживаться и стиму-

лироваться государственной инновационной политикой, определяет процесс формирования личностных качеств инновационных инженеров. Насчитывается от 35 до 55 различных личностных качеств. Из них, в качестве творческой составляющей могут быть выделены такие базовые личностные качества, как *мотивация, воображение и мышление*.

Желание, как определённая потребность, является стимулом к действию или *мотивацией*. Мотивация является наиболее важной причиной возникновения инновационных идей. В сочетании с упорством при решении проблемы, мотивация становится значительной составляющей успеха. Человек, озадаченный определённой проблемой, становится прагматиком в поиске, усвоении и интерпретации всей получаемой информации в проекции на искомое решение.

Второй по значимости критерий, благодаря которому возникают инновационные идеи, – воображение. Воображение, как одна из форм отражения мира, является психическим процессом, который заключается в создании образов и управлении ими в разных ракурсах, состояниях и сочетаниях в прошлом, настоящем и в будущем времени. С помощью воображения выполняется процесс прогнозирования этапов будущей деятельности и её результатов. Существует несколько форм воображения: активное, пассивное, творческое, воссоздающие, фантазия.

Высшей формой активного воображения является творческое воображение, предполагающее самостоятельное создание образов и их последующую реализацию.

Творческое мышление – третье по значимости качество личности инновационного инженера. Его базисная основа представляет собой творческое воображение. Оно оперирует виртуальными объектами и требует способности удерживать в воображении множество предметов, образов и взаимосвязей

О. Б. Дигилина
ВФ РАНХиГС

Е. В. Егоров
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный
университет имени А.Г. и Н.Г. Столетовых» (г. Владимир)

ЗАВИСИМОСТЬ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО УКЛАДА ОТ ЭНЕРГОЁМКОСТИ ПЕРЕДОВОЙ ТЕХНОЛОГИИ

В последние годы многие учёные спорят по поводу динамики развития и смены технологических укладов. Однако на сегодняшний день предпринимается недостаточное количество попыток спрогнозировать лидирующую технологию будущего технологического уклада на основе энергоёмкости предыдущих отраслей экономики. По нашему мнению, данная задача несёт практическую значимость и огромную важность. Это может дать конкретный вектор для развития экономики в сфере энергетической промышленности и получить как можно больше выгоды в новом технологическом укладе.

Каждый последующий новый технологический уклад связан с повышением энергоёмкости, так как с переходом к новой технологии нам потребуется больше энергии для её реализации. Для того, чтобы обосновать этот тезис, необходимо вспомнить основные положения теории технологических укладов.

Современная теория долгосрочного технико-экономического развития как процесса последовательной смены технологических укладов (комплексов прогрессивных идей и инновационных изобретений) объясняет многие тенденции в развитии экономики отдельных стран и мировой экономики в целом. Она позволяет объяснить закономерности чередования экономических кризисов и подъёмов.

Для начала рассмотрим некоторые теоретические основы рассматриваемой теории:

- Становление и поэтапное замещение технологических укладов показывает циклические закономерности современных экономических отношений.

- Базисом какого-либо технологического уклада является набор основных технологических процессов, использование которых в раз-

личных отраслях экономики, способствует к их стремительному развитию, и, как следствие, способствующее общему подъёму экономической ситуации.

- Основой для последующего технологического уклада становятся материальные условия, созданные предыдущим. Помимо этого, каждый из них заимствует старые энергоносители и инфраструктуру.

- Из последнего следует, что для качественного перехода к новому технологическому укладу необходимо целесообразное завершение старого.

- Новая собственная инфраструктура возникает и утверждается уже после установления господства нового уклада в основных отраслях экономики вследствие вытеснения из них предыдущего уклада.

Для того чтобы выделить передовую отрасль экономики, способствующую замене технологических укладов, рассмотрим их последовательное замещение.

На данный момент выделяют пять технологических укладов:

I. Первый технологический уклад. Характеризуется использованием энергии воды – возникают водяные мельницы и приводы разнообразных механизмов. Внедрение новых технологий в текстильной промышленности.

Способствовал развитию механизации фабричного производства.

II. Второй технологический уклад. Начало XIX – конец XIX века – использованием энергии пара и угля. Основной отраслью являлись чёрная металлургия и транспортная индустрия. В этот период возникают паровая машина, паровой двигатель, паровоз, пароходы, паровые приводы прядильных и ткацких станков, паровые мельницы, паровой молот и многие другие прогрессивные изобретения.

Второй технологический уклад способствовал стремительному развитию производства и транспорта, а также постепенному освобождению человека от тяжёлого ручного труда.

III. Третий технологический уклад. Конец XIX – начало XX века. Основным ресурсом становится электрическая энергия. Способствовал развитию не только электротехнической и радиотехнической промышленности, но тяжёлого машиностроения. В этот уклад появляются радиосвязь, телеграф, различная бытовая техника.

Третий экономический уклад дал начало стандартизации производства и концентрации банковского и финансового капитала. Он способствовал значительному повышению качества жизни.

IV. Четвёртый технологический уклад. Начало XX – конец XX века. Важнейшим достижением стало использование энергии углеводородов. Именно в этот период повсеместное применение находят двигатели внутреннего сгорания, электродвигатели, автомобили, тракторы, самолёты, синтетические полимерные материалы.

В четвёртом технологическом укладе наибольшему развитию подлежали следующие отрасли экономики: автомобилестроение, цветная металлургия и нефтепереработка. Он ознаменовался созданием массового и многосерийного производства, развитию связи и ростом производства продуктов народного потребления.

V. Пятый технологический уклад. Конец XX – начало XXI века. Получает развитие атомная энергетика. Основными отраслями экономики становятся электроника и микроэлектроника, информационные технологии, генная инженерия. Формируются такие направления, как нано- и биотехнологий, видео- и аудиотехника. Возникают спутниковая связь, Интернет, сотовые телефоны. Первые попытки в освоении космического пространства.

В пятом технологическом укладе имеется тенденция к индивидуализации производства и потребления. Важнейшее достижение – глобализация, связанная с быстрым перемещением продукции, услуг, людей, капитала, идей.

После краткого обзора технологических укладов можно отметить некоторые закономерности их развития:

– Возникновение нового технологического уклада обычно приурочено к разработке нового, более прогрессивного вида топлива,

который и обеспечивает более энергоёмкие отрасли новой экономики.

– Также важной чертой смены технологических укладов можно считать следующую закономерность: новые изобретения, которые в следствии дают мощный толчок к развитию экономики, вначале не имеют массового применения.

– Зарождение многих прогрессивных технологий происходит в одном укладе, а массового использования они достигают только в следующем.

Мы наблюдаем инерциальное развитие политического и технологического мышления политической элиты и бизнеса. Результатом такой тенденции становится перемещение капитала в новые секторы и отрасли экономики, снабжённые новыми технологическими достижениями – именно в них и оказывается способным переместиться менеджмент.

Затем наблюдается замещение одного технологического уклада другим. Новый строй экономики, как бы вытесняет предыдущий, при этом привнося уже новые, более усовершенствованные технологии, которые в свою очередь послужат для возникновения следующего уклада в будущем

В результате предпосылки для возникновения и развития будущего технологического уклада основывается на элементах предыдущего. Образуется строгая система преемственности между укладами.

Из рассмотренных выше закономерностей развития технологических укладов, можно выделить следующие этапы жизненного цикла технологического уклада:

1. Зарождение. Формирование ядра уклада посредством выделения определённой технологии.

2. Рост. Ядровые технологии развиваются в некоторых секторах экономики, захватывая при этом определённые смежные производства.

3. Насыщение. Технологии проникают в иные сферы и отрасли экономики. Происходит модификация конечных продуктов в сторону повышения их качества, и, как следствие, спрос на них растёт.

4. Поздний рост. Наблюдается относительное снижение продуктивности технологии.

5. Спад. Перенасыщение данными видами технологий приводит к неминуемому спаду эффективности производства.

На сегодняшний день ещё не ясно, какая технология составит ядро нового технологического уклада, но между учёными на протяжении нескольких лет ведутся споры, чего стоит ожидать.

Наиболее аргументированной на данный момент является теория Глазьева, которая утверждает, что ядром станут нанотехнологии:

«В управлении внедрением самих нанотехнологий в развитых странах применяется стратегия: «Bringing product from laboratory to the market» (перенесение продукта из лаборатории на рынок), позволяющая до минимума сократить наиболее сложную и рискованную фазу жизненного цикла продукции – воплощение результатов НИОКР в производственном процессе.

Исходя из изложенного, структура нового (шестого) технологического уклада, определяющего среду распространения нано-технологий, выглядит следующим образом:

Ключевой фактор: нанотехнологии, клеточные технологии и методы генной инженерии, опирающиеся на использование электронных растровых и атомно-силовых микроскопов, соответствующих метрологических систем.

Ядро: наноэлектроника, молекулярная и нанофотоника, наноматериалы и наноструктурированные покрытия, оптические наноматериалы, наногетерогенные системы, нанобиотехнологии, наносистемная техника, наноборудование.

Несущие отрасли: электронная, ядерная и электротехническая промышленности, информационно-коммуникационный сектор, станко-, судо-, авто- и приборостроение, фармацевтическая промышленность, солнечная энергетика, ракетно-космическая промышленность, авиастроение, клеточная медицина, семеноводство, строительство, химико-металлургический комплекс.» [1, С.19]

Как мы видим, Глазьев в своей статье на первое место ставит нано- и биотехнологии, которые по своей сути являются не энергоёмкими, а наукоёмкими отраслями. Но это противоречит с исторической концепцией: при переходе от одного технологического уклада к другому наблюдается, как раз-таки, повышение затрат энергии. Если предложенная мною гипотеза теория верна, и данная зависимость будет сохраняться, то ядром следующего уклада станет новая, более высокоэнергетическая отрасль.

Попробуем сохранить историческую преемственность между технологическими укладами. Тогда следующее ядро должно требовать прорыв в топливной промышленности. Но какая отрасль может быть столь энергозатратной? Ответ мы находим у самого же Глазьева – космическая промышленность, которую автор, по непонятной нам причине ставит в ряд вторичных технологий.

Действительно, если говорить о прорыве, то следует отметить, что он может проходить двумя путями:

1) Ядровая технология (технология, находящаяся в ядре технологического уклада) – как «провокатор» развития. В данном случае ключевая отрасль создаёт стимул к развитию смежных отраслей, так как это требуется для её собственного развития. То есть, если представить экономику, как насос, то здесь – поршень (то есть, ядровая технология) – поднимается вверх и как бы насасывает за собой все остальные отрасли.

2) Ядровая технология – как «стимулятор» развития. В данном случае, всё происходит наоборот – введение ядровой технологии в другие сферы способствует их насыщению. То есть поршень опускается и давит на развивающиеся промышленности, заставляя их развиваться.

Глазьев в своей гипотезе о шестом технологическом укладе сохраняет преемственность пути. С его точки зрения, повсеместное внедрение нанотехнологий в другие отрасли станет стимулом для их развития. Он придерживается стабильного хода истории. По нашему мнению, что пути «стимуляции» и «провокации» равносильны между собой, а ядровая технология находится в строгой зависимости от энергии, а не от пути.

Итак, давайте рассмотрим возможное развитие события, если ядром следующего технологического уклада будет космическая промышленность. Действительно, что можно ожидать от такой провокации: освоение космоса незамедлительно потребует развития агропромышленного комплекса, для снабжения космонавтов на длительные полёты, тяжёлую промышленность для создания мощных двигателей и т.п. Данный скачок потянет за собой фактически всю земную экономику на космический уровень – способствуя усложнению и расширению экономического развития, а это и есть новый технологический уклад.

Ю. А. Дмитриев
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени А.Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)

ПРИОРИТЕТЫ РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Определение приоритетов развития малого и среднего предпринимательства – эта система мер осуществляемых государством и региональной властью посредством, которых они могут воздействовать на формирование предпринимательской среды. Необходимость определения приоритетов и регулирование процесса становления предпринимательства вызвана многими объективными признаками связанным несовершенством рынка, противоречиям, возникающими в нём. Рынок по своей природе не может достичь такого уровня саморегулирования, который мог бы сформировать комплексную структуру малого и среднего предпринимательства, обеспечивающую полную занятость населения, развитие промышленности и здравоохранения, высшего образования, строительство жилья, защита окружающей среды и многое другое. Поэтому участи государственных и региональных органов управления необходимо.

Несмотря на стабильное развитие МСП, Российская Федерация всё ещё отстаёт по основным показателям развития данного сектора, от мировых экономик.

В настоящее время в России насчитывается 5,6 млн малых и средних предприятий; 62,8% составляют индивидуальные предприниматели; 4,2% малые предприятия; 32,7% микро предприятия; 0,3% средние предприятия. Основные виды деятельности – торговля 39,6%; 35,4% – предоставление услуг. Доля малого бизнеса в ВВП страны составляет 21%.

Однако сложившиеся структура не в полной мере удовлетворяет требованиям экономического развития страны и регионов. Наиболее распространёнными отраслями являются торговля и сфера услуг.

Поэтому важнейшей задачей является изменение структуры видов деятельности малых и средних предприятий. Цель – стимулирование развития малых предприятий

в сфере услуг, образовательной сфере, здравоохранении, жилищно-коммунальной сфере, науке, транспорте и связи.

Это должно найти отражение в отраслевых стратегиях развития. Также необходимо разработать совместно с заинтересованными федеральными органами исполнительной власти специальный комплекс мероприятий, предусматривающий содействие развитию малого и среднего предпринимательства в различных отраслях региональной экономики.

Особое внимание следует обратить на рост предприятий в производственной деятельности (промышленность, строительство), в сфере науки и информационных технологии, занимающийся инновационной деятельностью.

Обеспечить доступ МСП к финансовым ресурсам, формирования мер по кредитно-финансовой поддержке, за счёт создания благоприятных условий обеспечения доступа к финансовым ресурсам в необходимых объёмах. При опросах руководителей МСП они выделяют финансирование как один из важных проблем. По экспертным оценкам обобщая потребность малых компаний в банковском финансировании оценивается в 1 трлн руб. и удовлетворяется только на 20%. Следует расширить использование венчурного (рискованного) капитала в предпринимательстве нужен доступ к инфраструктуре. Как показывают исследование пятая часть предпринимателей определяют как критически важный недискриминационный доступ к недвижимому имуществу и электросетям.

Для его облегчения Минэкономразвития России разработало поправки в Федеральный закон «О приватизации государственного и муниципального имущества», предусматривающие для субъектов малого бизнеса при участии в приватизационных торгах по продаже арендованного ими имущества оплату приобретаемого имущества в рассрочку на срок до 3 лет.

Для начинающих предпринимателей решающим фактором, влияющим на выживаемость компании, является стоимость арендуемых помещений и комплексная поддержка в первые годы деятельности.

Потенциал в расширении доступа малых и средних компаний к инфраструктурным объектам заложен в активизации и поддержке сотрудничества крупных и малых предприятий. Размещение крупными предприятиями доли заказов на производстве комплектующих изделий и оказание услуг среди российских малых и средних предприятий, включение малых предприятий в налаженные снабженческо-сбытовые, маркетинговые схемы работы соответствующих крупных предприятий способствуют повышению эффективности деятельности субъектов.

Особую значимость для МСП представляет развитие системы непрерывной подготовки кадров для предприятий данного сектора [1]. Половина опрошенных предпринимателей (51%) склонны полагать, что развитие малого и среднего предприятия в основном зависит от самих предпринимателей, их квалификации и собственных ошибок. В решении данного вопроса деятельность органов власти должна быть сосредоточена на двух основных направлениях:

- помощь действующим предпринимателям в повышении образовательного уровня;
- популяризация предпринимательской деятельности, особенно среди школьников и студентов.

Представляется целесообразным использовать возможности Государственного плана подготовки управленческих кадров для организаций народного хозяйства и инфраструктуру Комиссии для организации специализированной подготовки руководителей малых предприятий ежегодно (до 3000 человек).

Обучение предпринимательству на современном этапе требует создания единой образовательной и информационно-методической системы поддержки малого предпринимательства. В этой связи удачным примером является программа создания и поддержки школьных компаний, реализуемая Межрегиональной общественной организацией «Достижения молодых», президентом, который является Велихов.

Формирования благоприятных условий для создания на территории региона саморегулирования МСП, развития системы государствен-

ного частного партнёрства с последующим наделением саморегулирующих организаций определяемым правовым функциям.

Важнейшим приоритетом остаются формирование благоприятной законодательной, административно-правовой базы, стимулирующей развития МСП. Государственное регулирование развития данного вида деятельности требует постоянной корректировки данного процесса. Например, согласно опросам предпринимателей в среднем они тратят на разного рода незаконные выплаты около 9,6% от среднемесячной выручки фирмы.

Эти данные говорят о необходимости радикального изменения, порядке проведения контроля и надзора:

- полный отказ от плановых проверок (за исключением особо опасных объектов химической, ядерной и т.п. промышленности);
- максимальный переход от сертификации (выдачи разрешений, согласований) к декларированию.

Кроме того необходимо:

- закрепить полномочия органов власти разных уровней по развитию малого и среднего предпринимательства;
- гармонизировать с европейскими критерии сектора малых и средних компаний;
- обеспечить равный доступ предпринимателей к поддержке;
- создать механизм учёта мнения представителей предпринимателей при принятии нормативных актов.

Одним из важнейших приоритетов развития предпринимательской среды является формирование положительного имиджа предпринимателей. Вот как выразил эту мысль М. М. Кривоносов – генеральный директор предприятия «СТЭЛЛ» из г. Александров, Владимирская область. Сегодня крайне важно по всем направлениям работать над повышением авторитета предпринимателей в глазах общества и власти. Надо менять взгляд на предпринимателей, которые до сих пор в глазах многих – «мошенники». Нет, напротив, это уважаемые, талантливые, успешные, самые активные и целеустремлённые граждане. Именно такое отношение к предпринимателям, которые создают рабочие места, развивают экономику, науку, технологии, крайне необходимо для России.

Формирование системы государственной поддержки предпринимательства необходимо

строить на принципах опережения в реализации мероприятий по разработке мер поддержки предпринимательской деятельности на региональном уровне по отношению к федеральным мерам, с учётом приоритетов развития экономики регионов [3].

Государственные и региональные органы управления должны играть основную роль

в выборе приоритетов дальнейшего развития предпринимательской сферы. В современных условиях, особенно в условиях кризиса вмешательство государство является необходимым, так как рынок нацеливает развития МСП прежде всего на получение прибыли конкурентным предприятиям, а не развитие экономики в целом.



Библиографический список

1. Зайцева И. А. Формирование системы опережающей и непрерывной подготовки кадров в условиях инновационного развития российской экономики // Вестн. Костромского гос. ун-та им. Н. А. Некрасова. – 2012. – Т. 18. – № 6. – С. 90–95.

2. Чуб А.А., Дигилина О. Б. Формирование стратегии устойчивого развития региональных социально-экономических систем : монография ; Федеральное агентство по образованию, Гос. образовательное учреждение высш. проф. образования Владимирский гос. пед. ун-т. – Владимир, 2007.

3. Kuznetsov Y, Filimonova N., Fedosova R. Strategic development of small businesses in Russian regions // Asian Social Science. – 2014. – Т. 10. – № 13. – С. 231–238.

Ю. А. Дмитриев*ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени А.Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)*

ФОРМИРОВАНИЕ МЕХАНИЗМОВ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ В МАЛОМ И СРЕДНЕМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ (МСП)

В современных условиях развития инновационной экономики большая роль отводится малому и среднему предпринимательству, способному создавать и обеспечивать внедрении новшеств в производство. Решение этих проблем во многом зависит от формирования эффективных механизмов развития инновационной активности, создания современных научно-технических и инновационных проектов с использованием преимуществ малых и средних форм хозяйствования.

В настоящее время во многих регионах применительно к специфике территории и состояния технического потенциала разработаны и действуют достаточно эффективные механизмы по поддержке инновационных малых и средних предприятий.

Предприятия МСП будучи важнейшим субъектом инноваций вносят существенный вклад в развитие производства в технически передовых областях экономики. В условиях «новой экономики – экономики знаний» МСП свойственна инновационная, творчески-поисковая функция, которая в условиях малых структур и экономики знаний превращается в ключевой фактор трансформационных изменений и структур, процессов ведения производственной деятельности.

Владимирская область обладает достаточно большим научным, научно-техническим и инновационным потенциалом. Этому способствует наличие межотраслевой экономики, предприятий оборонного комплекса, а также сотрудничестве владимирских предприятий и учёных с крупными научными центрами г. Москвы, Санкт-Петербурге и с соседними высокоразвитыми в научном и промышленном отношении регионам.

Я тоже взял для эффективного использования имеющего научно-технического потенциала необходимо постоянное совершенство-

вание механизмов развития инновационной активности с использованием интеллектуальных, научно-технических, производственных, инвестиционных, организационных, информационных и других факторов обеспечивающих существенный вклад в переводе региональной экономики на инновационный путь развития.

Следует отметить, в настоящее время в регионе ведётся продуктивная работа по поддержке формирования предприятий малого и среднего предпринимательства инновационного типа.

При разработке механизмов активизации МСП используется достаточно много различных подходов. Анализ деятельности малых и средних предприятий Владимирской области показал, что наиболее действенные механизмы развития инновационной активности являются те в основе, которых при разработке применяется программно-целевой метод, а так же методы системного, технико-экономического, статистического, структурно – логического, экономико-стратегического и SWOT – анализа, экспертных оценок, оптимизационного подхода при активной регулирующей роли государства и регионального управления. Эффективность этих методов возрастает при определении приоритетных направлений развития инновационного предпринимательства. Как показывает опыт деятельности инновационных предприятий при определении приоритетных направлений развития науки и техники федерального и международного уровня. Целесообразно определять и формировать совместными условиями полномочной структуры администрации региона, а также иных заинтересованных контактных аудиторий на основании рекомендации научно-технических экспертных групп, состоящих из ведущих консультантов и специалистов, представителей инновационных

предприятий, научно – исследовательских организаций, инвестиционных структур и представителей региональной власти.

В регионе сформулированы основные подходы к реализации эффективных механизмов создания и освоения научно-технических и инновационных проектов с использованием преимуществ МСП, защите авторских прав собственников научно-технического и инновационного продукта, проведению экспертизы научно-технических программ и проектов с использованием всевозможных форм общественных слушаний и контактных аудиторий. Созданы условия для концентрации ресурсов на приоритетных направлениях развития научной и инновационной деятельности.

Финансирование предприятий инновационной среды проводится в рамках целевых программ. Согласно экспертным оценкам финансовые затраты на развитие инновационных предприятий до 2020–2027 годы оцениваются от 395 до 433 млрд рублей. Из них средства областного бюджета составляет 19–21,5 млрд и 375–410 млрд рублей привлечённых средств.

Реализация приоритетных направлений развития инновационного предпринимательства вызывает необходимость улучшения институционального обеспечения, совершенствование областных законов и иных нормативных актов, направленных на поддержку и развития малого и среднего инновационного предпринимательства. При этом особое внимание должно быть направлено на повышение эффективности и качества финансовой поддержки и доступа инновационному предпринимательству к финансовым ресурсам на приемлемых условиях, развитию механизмов по возмещению субъектам МСП части затрат по кредитам и лизинговым платежам, грантов, прямых инвестиций в форме субсидий, предоставление на льготных условиях, консалтинговых, юридических, информационных, организационно-технических услуг, услуг в области аудита, по оформлению земельных отношений, имущественных комплексов, подготовки инвестиционных предложений и привлечение инвестиций, а также формирование на льготных условиях системы субконтрактации, франчайзинга [2].

В настоящее время следует обратить внимание на создание на региональном уровне саморегулирующих организаций МСП по территориальному и отраслевому признакам,

наделению саморегулируемых организаций отдельными правовыми полномочиями.

Особое значение для осуществления намеченных мер по повышению эффективности инновационного предпринимательства имеет подготовка высококвалифицированных кадров [4]. Подготовка кадров для инновационного бизнеса целесообразно осуществлять через специализированные объекты инфраструктуры, выбранные на конкурсной основе для исполнения соответствующих государственных задач. Как один из возможных вариантов, на роль объектов инфраструктуры по данному направлению могут претендовать бизнес – инкубаторы, ВУЗы, научно-исследовательские организации и иные заинтересованные структуры. В качестве базы по подготовке кадров инновационной направленности на начальном этапе целесообразно рассматривать научно-исследовательские институты и отраслевые конструкторско-технологические центры, высшие учебные заведения и иные структуры, деятельность которых связана с научной и инновационной деятельностью, а также субъектов МСП, которые обновили свои основные фонды в рамках областной целевой программы содействия развитию МСП Владимирской области [1].

Эффективность деятельности инновационных предприятий зависит от организации исполнения намеченных мер [3]. Поэтому порядок реализации приоритетных направлений должен строиться через совместную деятельность органов государственной и муниципальной власти, общественных объединений (союзов, саморегулируемых организаций и т.д.) субъектов МСП, научно-исследовательских институтов, ВУЗов, кредитных организаций и структур и иных заинтересованных органов с применением действующих и вновь создаваемых схем финансовой поддержки предпринимательства, а также посредством выполнения совместных с федеральными органами государственной власти Российской Федерации проектов в рамках государственной поддержки малых и средних предприятий.

В этих условиях возрастает роль Департамента развития предпринимательства, торговли и сферы услуг, администрации области, который наделён соответствующими функциями координатора по выполнению программных мероприятий, обобщению и анализу свободной финансовой информации.

**Библиографический список**

1. Моргунова Н.В., Зайцева И.А. Образование молодёжи в обеспечении эффективности инновационной деятельности//Фундаментальные исследования. 2015. № 10–2. С. 397–403.
2. Филимонова Н.М., Моргунова Н. В., Синявский Д. А. Определение перспективных направлений исследования малого и среднего предпринимательства// Научно-техническая информация. Серия 1: Организация и методика информационной работы. – 2014. – № 9. – С. 20–26.
3. Потёмкин А.И., Филимонова Н. М. Подходы к повышению эффективности инновационной деятельности на предприятиях // Инновационный Вестник Регион. – 2011. – № 2. – С. 49–53.
4. Ресурсное обеспечение импортозамещения в текстильной промышленности / Моргунова Н. В., Зайцева И. А., Кочетова Ю. Н., Моргунова Р. В// . Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. – 2015. – № 4 (358). – С. 175–181.

А. Е. Досмакова
*Костанайский государственный университет
имени А. Байтурсынова (Республика Казахстан)*

РАЗВИТИЕ ЧАСТНОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН В УСЛОВИЯХ ФИНАНСОВОГО КРИЗИСА

Развитие малого и среднего бизнеса – есть основа экономики любой страны. Сложно говорить о стабильности макроэкономической ситуации государств без развитого малого и среднего предпринимательства. Вследствие этого, ещё на заре независимости малый и средний бизнес был определён в Казахстане как важнейший сектор экономики. Всесторонняя поддержка малого и среднего бизнеса всегда была приоритетом государственной политики. Именно благодаря этому, несмотря на сложную экономическую ситуацию в стране в 1990-е годы, число субъектов малого и среднего предпринимательства постоянно росло.

Экономика любой страны развивается по циклической системе. То есть периоды спада и подъёма являются нормой. Казахстан в данном случае не стала исключением из правил. Единственное отличие – спады и подъёмы, довольно резкие по своему характеру. Кризис 2016 года, то есть спад носит долговременный характер, а рост, если и происходит, то практически не заметен.

Проанализируем экономику стран, и выявим, каких государств коснулся кризиса в большей степени.

Рассмотрим примеры развитых стран в период мирового кризиса. Экономика Японии страны снизилась в III квартале, но если рассматривать показатели за год, то они показывают рост на 2,1%. Годовой рост ВВП составил почти 4%, дефицит бюджета снизился до минимальной отметки за 8 лет. В Европейской Союзе экономика во II квартале выросла на 0,4%. По итогам года прогноз улучшен до 1,5% – это немного, но для большой европейской экономики пребывание в плюсовой зоне уже является положительным знаком.

Развивающиеся страны: К примеру, Китай, экономика этой страны по итогу III квартала

выросла на 6,9% в годовом выражении, в первом и во втором ВВП увеличился на 7%. Да, это не прежние двузначные показатели, но страна развивается. Следует принять во внимание, что экономика Китая за последние годы выросла до огромных размеров в абсолютном значении (в пересчёте на основе паритета покупательной способности она крупнейшей на планете), и поэтому её замедление роста является естественным процессом. Двузначные цифры роста ВВП уже не нужны такой гигантской экономике Китая, потому что привлекают больше проблем, чем преимуществ. Китайская экономика сейчас меняет свою модель, переключаясь с экспорта на внутренний рынок, что является тяжёлым и болезненным процессом. И 7% роста есть приличный показатель. Помимо Китая, например, можно сказать, что рост ВВП Индии по итогам полугодия на 7%, увеличение экономики Вьетнама в III квартале на 6,5%.

Таким образом, круг стран, которые испытывают проблемы, сужается до тех, у кого экономики ориентированы на экспорт сырья. В частности, это Россия и Бразилия, которые уже вошли в рецессию, Нигерия и Ангола, вдвое замедлившие темпы роста. К этой категории относится и наша страна. Наши государства строили свою модель успеха на растущих доходах от сырьевого экспорта. Поэтому очевидно, что проблемы вызваны особенностями структуры наших экономик. Ведь крупнейшие экономики растут, и даже некоторые развивающиеся страны показывают положительные показатели.

Вспомним, год назад Елбасы в программе «Нурлыжол» в качестве упреждающей меры, говорил о том, чтобы не допустить кризисных явлений. Позже в феврале данную программу дополнили новыми антикризисными мерами. То есть появилось понимание, что избежать глобальных кризисных явлений всё же не удастся [1].

А. Е. Карпов
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени А.Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)

НОВЫЕ ПРАВИТЕЛЬСТВЕННЫЕ ИНИЦИАТИВЫ ПО РАЗВИТИЮ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ РОССИИ И АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ РОДОВЫХ ПОМЕСТИЙ ВО ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ

2 мая 2016 года Президентом Российской Федерации В. В. Путиным подписан федеральный закон «Об особенностях предоставления гражданам земельных участков в Дальневосточном федеральном округе и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» [7], который даёт право каждому гражданину России на безвозмездное получение земельного участка площадью 1 гектар на Дальнем Востоке. По заявлению представителя Министерства сельского хозяйства: «Установление размера предлагаемых к вовлечению земельных участков в 1 гектар связано с другой законодательной инициативой, направленной на создание родовых поместий» [8].

Таким образом российские власти продолжают искать эффективные методы развития сельских территорий, понимая, что продолжающаяся концентрация населения в мегаполисах противоречит концепции устойчивого развития государства. Освоение огромных пустующих территорий Российской Федерации, в первую очередь Дальнего Востока и Сибири, является важным геополитическим приоритетом и основой сбалансированного социально-экономического развития. Понимая, что существующие государственные меры по сельскому развитию недостаточно эффективны, вопрос изучения новых форм дезурбанизации представляется особенно актуальным.

Конкуренция на рынке сельскохозяйственного производства усиливается благодаря активному развитию агротехнологий, которые становятся всё более наукоёмкими и капиталоемкими. Поэтому малые хозяйства не могут конкурировать с агрохолдингами и идею возрождения российского села посредством фермерских хозяйств, которая была популярна в начале 90х годов, вряд ли можно считать состоятельной в наше время. Для того, чтобы

малые и средние фермерские хозяйства активно развивались необходимо оказывать им существенную финансовую поддержку и ограничивать развитие крупных агрохолдингов, как это делается в Европейских странах.

С другой стороны, научно-технический прогресс даёт новые возможности для переселения и обустройства в сельской местности. В настоящее время любой сельский дом можно относительно недорого обеспечить всеми удобствами и коммуникациями – водопроводом, стиральной машиной, туалетом, интернетом. Поэтому принятие пакета законодательных норм, позволяющих приобретение земли в частную собственность, породило новые формы дезурбанизации, в том числе миграцию жителей мегаполисов в сельскую местность. Одной из наиболее популярных новых форм дезурбанизации является модель родового поместья, которая получила большую общественно-политическую поддержку.

Идея родового поместья была изложена в художественной форме в серии книг «Звёнящие кедровые сосны России» писателя В. Н. Мегре [6]. По его мнению, родовое поместье – это участок земли площадью около 1 га, на котором проживает семья, обустроенная самодостаточную и устойчиво развивающуюся экосистему для самообеспечения продовольствием и благоприятной средой обитания. Начиная с 2000-го года и по настоящее время в России создано и развивается несколько сотен поселений родовых поместий, представляющих из себя объединения родовых поместий, располагающихся в непосредственной близости. Можно грубо оценить количество людей, вовлечённых в процесс обустройства родовых поместий, около 30–50 тысяч человек. Общая аудитория людей, знакомых с идеей родового поместья составляет около 2–3 миллионов человек, но реально планирующих приступить к реализации идеи на порядок меньше – около 300–500 тысяч человек.

В 2007 году Д. А. Медведев на интернет-конференции, организованной компанией Яндекс, поддержал народную инициативу создателей родовых поместий: «В целом идея родовых поместий в том виде, в каком она здесь сформулирована, вполне позитивна. Она полностью перекликается с нашими идеями малоэтажной, или одноэтажной России, которой мы сейчас довольно активно занимаемся в рамках жилищного проекта.» [5] Губернатор Белгородской области Е. С. Савченко 17 февраля 2014 года на заседании Президиума Госсовета по государственной политике в области семьи, материнства и детства также высказался в поддержку: «Кроме того, хотел бы обратить внимание: сейчас нарастает, на мой взгляд, такое очень здоровое движение в России в поддержку родовых поместий площадью в один гектар. Считаю, что законодательно нужно поддержать этих людей, их не так много, наверное, в стране – один, два, может быть, три процента, но они очень активны, они решают собственные проблемы своими руками и строят эти родовые поместья. Сегодня законопроект в Думе есть, и некоторые фракции его рассмотрели. Ускорить бы принятие такого рамочного законопроекта, тем более что значительная часть сельских территорий России может возрождаться в настоящее время только за счёт родовых поместий.» [4]. Кроме того, идею поддержали главы Брянской, Астраханской, Кемеровской областей и республики Башкортостан. В Белгородской и Брянской областях приняты региональные законы «О родовых усадьбах» [2, 3], в 2013 году в Государственной Думе разработан проект Федерального закона № 269545–6 «О Родовых усадьбах» [1]. Таким образом можно констатировать, что модель родового поместья имеет широкую общественно-политическую поддержку в России и является сформировавшимся трендом дезурбанизации.

При этом инициативы формирования поселений родовых поместий носят исключительно народный характер, так как не существует единого управляющего и координирующего центра. Поэтому сформировалось большое разнообразие организационных форм и внутренних правил. Для примера возьмём самое крупное сообщество родовых поместий Владимирской области, расположенное на площади около 300 га в Судогод-

ском районе близ деревни Коняево, которое является одним из крупнейших в России. Проанализируем этап формирования и реализации инициативы, демографический профиль, механизмы управления, экономику, социальную жизнь и доступ к социальным услугам.

Самое старое поселение Владимирской области «Родное» появилось в 2002 году, когда одна из инициативных групп, состоящая преимущественно из жителей Москвы, приобрела земельный участок сельскохозяйственного назначения размером около 60 га. В последующие годы по соседству за счёт инициативы одной из семей были организованы ещё 5 поселений: Ладное, Заветное, Солнечное, Мирное и Чудное. Для обозначения всего сообщества поселений будем использовать название Содружество «Родное» или просто «Содружество». В настоящее время распределено около 240 земельных участков под родовые поместья, 80 из которых круглогодично обитаемы, около 100 функционируют в «дачном» режиме и остальные не осваиваются. Все работы по обустройству, такие как межевание земли, строительство дорог и проведение энергокоммуникаций осуществляются самостоятельно за счёт средств жителей.

Круглогодично живущих жителей в сообществе около 200 человек, из них около 70 детей. Около 10% родовых поместий Содружества представлены одинокими людьми, ещё около 20% – неполными семьями. Это нетипичная ситуация, потому что во многих поселениях других регионов России земельные участки одиноким не предоставляются. 90% жителей Содружества имеют высшее образование. Семейный достаток сильно варьируется, есть малообеспеченные пенсионеры и предприниматели с достатком выше среднего.

Формальные механизмы управления не заложены, поселения представляют собой добровольное объединение частных собственников земельных участков. Земли общего пользования, такие как дороги и общий участок поселения, оформляются в общедолевую собственность. Из неформальных механизмов можно отметить Уставы поселений, которые носят скорее идеологический оттенок и формируют лишь нормы морального ограничения. Принята практика дважды в год проводить общие собрания, которые решают насущные вопросы ремонта дорог летом и их чистки зимой.

Наиболее популярными способами финансового самообеспечения являются сдача квартиры в аренду, строительство, пенсия и удалённый заработок. Есть примеры сельского предпринимательства: сушка Иван-чая, резба по дереву, содержание сельскохозяйственных животных (куры, козы, коровы, кони), овощеводство, пчеловодство, сбор и продажа семян, ведение питомника плодовых и лесных культур.

Регулярно проводятся праздничные и спортивные мероприятия, детский садик, кружки для детей, встречи с интересными людьми, семинары, доклады, сезонные ярмарки. Социальная жизнь достаточно активная.

Медицинское обслуживание можно получить в ФАП пос. Ильино, в Судогде или во Вла-

димире. Идеологически жители Содружества предпочитают народные средства лечения, но при необходимости пользуются современными медицинскими услугами, в том числе вызывают скорую помощь. Ближайшая школа расположена в пос. Ильино, в которой около половины учеников из Содружества. Это помогло уберечь школу от закрытия. Некоторые родители предпочитают возить своих детей во Владимирские школы, чтобы получить более качественное образование. Есть дети, которые учатся по системе домашнего образования, однако популярность этой системы падает из-за трудоёмкости – родителям приходится тратить очень много времени на занятия с детьми.

Библиографический список

1. Проект Федерального закона № 269545-6 «О Родовых усадьбах». – URL: [http://asozd.duma.gov.ru/main.nsf/\(Spravka\)?OpenAgent&RN=269542-6](http://asozd.duma.gov.ru/main.nsf/(Spravka)?OpenAgent&RN=269542-6) (Дата обращения 29.08.2013).
2. Закон Белгородской области № 331 от 15.03.2010 г. «О родовых усадьбах в Белгородской области». – URL: http://www.belduma.ru/laws/laws_detail.php?soz=4&god=2010&nom=331 (Дата обращения 29.08.2013).
3. Закон Брянской области № 65-3 от 12.07.2011 г. «О родовых усадьбах в Брянской области». – URL: <http://old.bryanskobl.ru/region/law/view.php?id=9036&type=0> (Дата обращения 29.08.2013).
4. Заседание президиума Государственного совета «О государственной политике в сфере семьи, материнства и детства». – URL: <http://www.kremlin.ru/news/20265> (Дата обращения 18.04.2014).
5. Интернет-конференция с Дмитрием Медведевым. – URL: <http://www.d-a-medvedev.ru/dialog.html> (Дата обращения 26.09.2013).
6. Мегре В. Н. Серия «Звонящие кедры России», кн. 1–10 / Мегре В. Н. – СПб. : Диля, 1998–2010.
7. Подписан закон об особенностях предоставления гражданам земельных участков в Дальневосточном федеральном округе. – URL: <http://www.kremlin.ru/acts/news/51851> (Дата обращения 24.05.2016).
8. Минсельхоз: выделение земель на Дальнем Востоке поможет региону. – URL: <http://ria.ru/economy/20150122/1043725395.html> (Дата обращения 24.05.2016).

С. Ю. Коваленко, Ю. Нурыева
*ФБГОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени А.Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)*

МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Международная торговля – это обмен товарами и услугами между разными странами, связанный со всеобщей интернационализацией хозяйственной жизни и интенсификацией международного разделения труда в условиях научно-технической революции.

В общем виде международная торговля является средством, с помощью которого страны могут развивать специализацию, повышать производительность своих ресурсов и увеличивать общий объём производства. Суверенные государства, как и отдельные лица, и регионы страны, могут выиграть за счёт специализации на изделиях, которые они могут производить с наибольшей относительной эффективностью, и последующего их обмена на товары, которые они не в состоянии сами эффективно производить.

На современном этапе международная торговля является наиболее развитой формой международных экономических отношений. Необходимость её вызвана следующими факторами:

1) образованием мирового рынка как одной из исторических предпосылок капиталистического способа производства;

2) неравномерностью развития отдельных отраслей в разных странах;

3) тенденцией, возникшей на нынешнем этапе развития экономики к безграничному расширению размеров производства, тогда как ёмкость внутреннего рынка ограничена платёжеспособным спросом населения. Поэтому производство неизбежно перерастает границы внутреннего спроса, и предприниматели каждой страны ведут упорную борьбу за внешние рынки.

Заинтересованность отдельных стран в расширении своих международных связей объясняется потребностями сбыта продукции на внешних рынках, необходимостью получения определённых товаров извне и, наконец, стремлением извлечь более высокую прибыль

в связи с использованием дешёвой рабочей силы и сырья развивающихся стран.

Важную роль в международной торговле играют развитые технологии и изменения экономических показателей. Всё это способствует прочным взаимоотношениям национальных хозяйств. Производство растёт медленнее, чем международная торговля. Это подтверждают и данные Всемирной торговой организации. Согласно результатам её исследований на каждые 10% увеличения объёма производства приходится 16% роста объёмов мировой торговли [5].

Международная торговля осуществляется на разных уровнях: торговля готовой продукцией, оборудованием, сырьём и услугами. Как показывает практика, интерес страны в мировой торговле обусловлен следующими преимуществами:

- приобщение к мировым достижениям;
- рациональное использование имеющихся ресурсов;
- возможность перестроить структуру экономики в максимально короткие сроки;
- удовлетворение потребностей населения.

К крупнейшим мировым экспортёрам в настоящее время относятся Китай, Германия, США, Япония, Голландия, Франция, Италия. Среди развивающихся стран выделяются так называемые «новые индустриальные страны» Юго-Восточной Азии (НИС ЮВА), а именно: Сянган (Гонконг), Корея, Сингапур и Тайвань (их совокупный экспорт превышает экспорт Франции), а также Китай, на Ближнем Востоке – Саудовская Аравия, в Латинской Америке – Бразилия и Мексика. Примерно такое же положение эти страны занимают и в мировом импорте. Крупнейшими мировыми импортёрами являются:

- США, по данным 2014 года объём экспорта представляет абсолютный рекорд в 195,9 млрд долл., а импорт составляет 237,4 млрд долл. [11];
- Китай, экспорт за 2014 года составил 2342,7 млрд долл., импорт – 1960,3 млрд долл. [7];

– Германия, в декабре 2015 года экспорт составил 91,9 млрд евро, а импорт также поднялся до рекордного объёма – 948 млрд евро. [12].

Количественными показателями, характеризующими значимость экспорта для экономики страны, являются экспортная и импортная квоты, которые рассчитываются как отношение стоимости экспорта и импорта к стоимости ВВП за соответствующий период в процентах. Всё большая часть конечного общественного продукта реализуется на внешних рынках. В значительно большей зависи-

мости от внешних производственных связей находятся страны с небольшой территорией и численностью населения.

В России по данным 2013 года, общий объём экспорта составил около 49,7 миллиардов долларов, а импорта – 30,8 млрд.долл. США. Экспорт России в январе 2016 года составил 17,6 миллиардов долларов США и по сравнению с январём 2013 года снизился на 28,2%. Импорт, в свою очередь составил 9,1 млрд. долл., что по сравнению с январём 2013 года ниже на 11,5% [6]. Динамика этих показателей представлена на рисунке 1.



Рис. 1. Динамика экспорта и импорта России, % [9]

Очевидно, что основными причинами такого снижения стали экономические санкции, направленные против России, а также падение цен на нефть (основную статью российского экспорта) в мире.

В 2015 году существенно снизились поставки сжиженного природного газа: на 51,3% в абсолютном выражении, и на 71,5% в денежном. Общее падение товарооборота с Китаем по итогам 2015 года составляет 30%.

Российская экономика в 2015 году сократилась на 3,7% к предыдущему году, когда рост ВВП составил 0,7%. Такие данные сегодня приводит Федеральная служба государственной статистики, подтвердив, таким образом, предварительную оценку, обнародованную 25 января 2016 года [9].

Росстат заявляет, что объём ВВП России за 2015 год составил в текущих ценах 80 трлн 412,5 млрд рублей. Индекс физического объёма ВВП относительно 2014 года составил 96,3% [9].

В ведомстве указывают, что индекс-дефлятор ВВП за 2015 год по отношению к це-

нам 2014 года составил 107,3%. На величину дефлятора ВВП оказало влияние снижение средней ставки экспортной пошлины на энергоносители [9].

Как следует из материалов Росстата, рост валовой добавочной стоимости в 2015 году наблюдался в сельском хозяйстве – на 3,5% (против роста на 2,2% в 2014 году), в деятельности домашних хозяйств – на 1,4% (2%), в добыче полезных ископаемых – 1,1% (2,2%), в здравоохранении – на 0,3% (1,7%) [9].

Наибольшее падение зафиксировано в оптовой и розничной торговле – на 10,1% (против роста на 1,5% в 2014 году), в строительстве – на 7,5% (снижение на 1,6%), в обрабатывающих производствах – на 5,5% (рост на 1%) [9].

Объём ВВП России за 2015 год составил в текущих ценах 80 трлн 412,5 млрд рублей. Индекс объёма ВВП относительно 2014 год составил 96,3%. По итогам 2015 года чистый вывоз капитала частным сектором составил 56,9 млрд. долл. против 153 млрд.долл. в 2014 году [9].

Можно сказать, что в настоящее время одним из важнейших факторов повышения

эффективности производства является включение государства в процесс международного разделения труда. Участие в нём и развитие внешнеэкономических связей способствуют росту эффективности производства из-за различий в издержках производства в отдельных странах. При этом появляется возможность приобретать за границей те виды сырья и продовольствия, стоимость которых на внешних рынках ниже, чем на внутреннем.

Однако даже при равенстве затрат на изготовление продукции в разных странах международное разделение труда и обмен товарами необходимы для увеличения масштабов производства и оптимизации его размеров.

Международная специализация и кооперирование позволяют сосредоточить научные силы, квалифицированные кадры и материальные ресурсы в тех отраслях производства, в которых страна специализируется на мировом рынке. Это является условием повышения технического уровня производства, роста производительности труда и повышения качества продукции.

Обмен товарами между странами занимает особое место в международном разделении

труда, основным побудительным мотивом которого являемся стремление к получению экономических выгод.

Под влиянием научно-технической революции торговые связи между странами усложняются и обогащаются, всё более перерастая в комплексную систему мирохозяйственных связей, в которой торговля, хотя и продолжает занимать ведущее место, постепенно теряет своё значение.

В перспективе производство экономически развитых стран всё в большей степени будет ориентироваться на внешних производителей, а внутренний спрос – на импорт. В развивающихся странах предполагается сравнительно быстрое расширение внутреннего рынка.

Современная внешняя торговля предполагает ввоз и вывоз товаров между странами. Каждое из государств регулирует международные торговые отношения, создавая благоприятные условия для развития производства. Международная торговля связывает все страны в единое целое, она имеет важнейшее значение для экономического роста и развития отдельных стран в активно развивающейся мировой экономике.

Библиографический список

1. Международные экономические отношения : учебник / под общ. ред. проф. В. Е. Рыбалкина. – М. : Юнити, 2001.
2. *Фомичев В. И.* Международная торговля : учебник. – М. : ИНФРА-М, 2003.
3. Международные экономические отношения / под ред. Б. М. Смитиенко. – М.: ИНФРА-М, 2005. – С. 112.
4. *Матвеева Т. Ю.* Введение в макроэкономику – М. : ГУ-ВШЭ, 2004.
5. Министерство экономического развития РФ. Официальный сайт. – URL: <http://www.economy.gov.ru>.
6. Федеральная таможенная служба. Официальный сайт. – URL: <http://www.customs.ru>.
7. Портал внешнеэкономической информации. Официальный сайт Минэкономразвития. – URL: <http://www.ved.gov.ru>.
8. Росбалт. Официальный сайт. – URL: <http://www.rosbalt.ru>.
9. Федеральная служба государственной статистики. Официальный сайт. – URL: <http://www.gks.ru>.
10. *Савин К. Н., Нижегородов Е. В.* Экономические процессы в мировом хозяйстве: введение в экономический анализ. – Тамбов : Изд-во ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2011. – 300 с.
11. Справочная UADREAM. Официальный сайт. – URL: <http://www.uadream.com/tourism/America/USA/element.php? ID=93729>.
12. Интерфакс. Официальный сайт. – URL: <http://www.interfax.ru/business/493898>.

С. Ю. Коваленко, А. А. Фролова
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени А.Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РОССИИ И ЕЁ РЕГИОНАХ (на примере Владимирской области)

Современные¹ экономисты называют туризм сложной, необъятной, социально-экономической системой. Туризм – та отрасль экономики непроеизводственной сферы, предприятия и организации которой удовлетворяют потребности туристов в материальных и нематериальных услугах, основная функция которого – обеспечить человека полноценным и рациональным отдыхом [4]. Следовательно, для большинства стран туризм составляет фундаментальную базу экономики, превратившись в индустрию международного масштаба.

Одно слово «туризм», а в голове любого человека уже возникают самые разные представления, начиная с гостиничных комплексов колоритных стран и заканчивая одинокими хостелами небольших городов.

Не последнее место в цепочке стран, обладающих огромным потенциалом в сфере туризма, занимает Россия. Россия – необъятные просторы, богатое культурное и историческое наследие, а иногда, нетронутая, дикая, завораживающая природа.

Владимирская область занимает небольшую часть туристической области среди огромной страны, но, если окунуться в живописную природу области, никто не останется равнодушным.

Этот регион обладает всеми условиями для развития туризма: наличие действующих

монастырей, включенность в маршрут «Золотого кольца России», хорошая экологическая среда, огромное количество музеев, разнообразие народных ремёсел, усадебные комплексы и многое другое расположенное на территории древнейших русских городов области. Регион привлекает туристов разных стран ещё и потому, что находится на пересечении главных транспортных магистралей, что делает посещение области наиболее доступным и удобным. Знаменитые исторические и архитектурные памятники, святые места, главные герои сказаний, такие как Илья Муромец, святые Пётр и Февронья – всё, что пожелает иностранный турист – расскажет о Владимирской области её наследие.[1]

Основой для привлечения туристов остаются Владимир и Суздаль, но в последнее время всё активнее развивается туристическая база города Гороховец. Этот, поистине уникальный город, не может не притягивать к себе отдыхающих, ведь в нём сочетается вся тишь и таинственность, роскошь и убранство купеческих усадеб. Город сохранил 7 из 20 существующих в стране купеческих домов XVII-го века.

Динамика посещений достопримечательностей Владимирской области свидетельствует о развитом интересе со стороны туристов (рис. 1).



Рис. 1. Динамика посещения области туристами

Из представленной диаграммы видно, что Владимирская область занимает лидирующие позиции среди других областей Центрального федерального округа. К тому же, стоит отметить, что статистика посещения области туристами за 2014 год превысила отметку в 2 млн человек, а в 2015 году – 3 млн человек (это в 2 раза больше численности населения региона).

Объём услуг в туризме в регионе составляет около 3,5 млрд руб. в годи ежегодно растёт на 5–10 процентов.

Число туристов и экскурсантов на протяжении ряда лет в области составляет 1,7 млн человек (в советские годы этот показатель был выше – 1,9 млн человек). Основным видом туризма является культурно-познавательный туризм, на его долю приходится 70% всего туристического потока.

Развивается инфраструктура туррынке области. В двухтысячные годы были созданы новые крупные гостиничные комплексы и базы отдыха («Вознесенская слобода», «Пушкарская слобода», «Николаевский посад», «Горячие ключи», «Велес» и др.), предлагающие не только услуги проживания, но и множество дополнительных сервисов: развлекательные программы, спа-салоны и бани, конференц-услуги, анимации, конные прогулки и др.

Посетить достопримечательности области могут и маленькие туристы, как раз для них созданы Координационный совет по детскому туризму при областной администрации и детское турбюро. Разработано более 100 образовательных маршрутов в рамках проекта «Владимирская область – колыбель России». В рамках поддержки развития социального туризма в области проводятся благотворительные туры для воспитанников детских домов и социально-реабилитационных центров, для ветеранов войны и труда, ветеранов спорта и физической культуры.

В ходе реализации проекта «Моя Россия», финансируемого из федерального бюджета, более 7 тысяч детей почти из всех регионов страны посетили с экскурсионной программой Владимир и Суздаль. В 2015 году в экскурсионных поездках по маршрутам внутреннего туризма приняло участие более 15 тысяч школьников области. Наряду с образовательным туризмом более 2000 школьников региона систематически занимается спортивным туризмом. В течение года около 400 школьни-

ков стали участниками ознакомительных туров, организованных по поручению областной Администрации.

Но, к сожалению, в области имеют место и негативные тенденции развития туризма. Большое значение среди многих факторов имеют:

- высокие инвестиционные риски, обуславливающие стремление вкладывать средства в проекты с максимально быстрой окупаемостью, в результате чего не создаются крупные туристские объекты, эксплуатация которых обеспечивает устойчивый денежный поток;

- декларативный характер поставленных целей развития туризма в регионе, без обеспечения комплекса мер по совершенствованию его правовой базы, реализации активной инвестиционной политики, межрегионального и международного сотрудничества в сфере туризма, программной работы по созданию и поддержке туристско-рекреационного кластера региона;

- недостаток квалифицированных специалистов, обладающих профессиональными знаниями и компетенциями в области туроператорской и турагентской деятельности.[2]

Подводя итоги по положению туризма во Владимирской области, выделились как преимущества, так и наличие проблем. Стоит упомянуть, что область сталкивается с серьёзной проблемой конкуренции, она требует повышения туристской привлекательности региона. Возможно, таковыми будут являться новые памятники, туристские комплексы, а так же на инвестиционном портале области уже представлены три новых перспективных проекта, которые должны привлечь большую часть туристов.

К ним относятся:

- создание пешеходного туристского маршрута по набережной реки Клязьма, расположенной в историческом центре Владимира;

- окончание реконструкции Патриарших садов, существующих со времён Андрея Боголюбского;

- создание парковой рекреационной зоны, включающей остров Буян и заповедника истории, фольклора, ремесла, сказки и ратного искусства [3].

По сути, представленные направления развития должны затмить все проблемы региона

в туристической сфере, при достаточном количестве инвестиционных ресурсов. Но при этом решающее место занимает человеческий фактор – наличие профессиональных специалистов, способных дать толчок для развития индустрии туризма.

Библиографический список

1. АТОР: Рост внутреннего туризма в России в 2015 г. может составить около 30%. – URL: <http://www.mskagency.ru/materials/2005467> (дата обращения 22.09.2015).
2. Богданова Э. Н. Проблемы устойчивого развития туризма в регионах РФ // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2011. – № 33. – С. 28.
3. Официальный сайт рейтингового агентства «Эксперт РА». – URL: <http://www.raexpert.ru> (дата обращения 10.07.2015).
4. Туризм как составляющая непродовольственной сферы деятельности. Официальный сайт «Быстрое и качественное управление» – URL: <http://www.managewind.ru/pod-18.html>.

Кожин Ю. В.*ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени А.Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)*

ДОСУГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ВО ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ

Произошедшие в последние годы изменения во всех сферах жизни общества, повлекли за собой целый ряд острых проблем, отдельное место среди которых занимают проблемы студенчества как особой социально-демографической группы. Одной из сфер жизнедеятельности студенческой молодёжи, на которой ярко отразились последствия вышеупомянутых трансформаций, является досуг [1]. Именно в досуговой деятельности наиболее чётко проявляются изменения общественного сознания, традиций, связанные с формированием новой системы ценностных ориентаций, а также разрушением традиционных норм и ценностей поведения [2]. Данная ситуация характеризуется возникновением ряда негативных тенденций в сфере молодёжного досуга, связанных с возникновением ощущений бессмысленности существования, криминализацией досуга, проявляющихся в росте молодёжной преступности, алкоголизме, наркомании, распутного поведения, неформальных течений и прочего. Помимо этого, немалая часть молодёжи ориентирует своё свободное время лишь на развлечения и получение удовольствий, и далеко не полезных для здоровья. Досуг молодёжи зависит в основном как и от семейного положения так и от финансовой составляющей, и самый основным выбором молодёжи является, то на сколько это модно и в каком тренде оно стоит. Исходя из анализа проведённого опроса молодёжи, в их основе лежит развлечения или получение новой информации, поэтому их выбор падает на досуг как Кинотеатр, но не всегда есть фильмы и финансовая составляющая позволяющая их посещать. Большинство молодёжи предпочитает находится в хороших заведениях, что бы подчеркнуть статус перед сверстниками, поэтому кафе, бильярды и лаундж зоны, так же пользуются успехом. Так почему бы не объединить все виды сфер досуга в одну?

Кафе-Кино новая досуговая деятельность как в России так и за рубежом. В России первое

заведение было открыто в 2013 году, сейчас в таких городах как Казань, Санкт Петербург, Москва, эта сфера досуга уже прижилась многим и её предпочитает большинство как молодёжи так и более взрослой аудитории, но данное направление не всегда оправдывает ожидание по ряду определённых причин (малое финансирование, слабая посещаемость, территориальное расположение).

Во Владимирской области такого заведения не было и не планируется в ближайшее время. В городе находится около 3 кинозалов и около 90 кафе и лаундж зон. Исходя из опроса, молодёжь предпочитает ходить в те места, где можно более снизить финансовые расходы и получить удовлетворение своих потребностей, поэтому предпочитают, либо просмотр фильмов дома, или же лаундж зоны нового типа (Rabbithole). Частота хороших фильмов так же не радует большинство опрошенных.

Проект заключается в открытии нового заведения и досуговой деятельности как кафе-кино. Просмотр фильмов может проходить в такой форме, которая более приятно посещаемым и по более приятной стоимости. Выбор фильмов можно проводить самому, поэтому просмотр фильмов в домашней обстановке будет снижать своё количество. В общей компании при просмотре более интересного фильма, явно завораживает. Стоимость билета так же снижена по сравнению с кинозалами и стоимость на кафе будет так урезана до минимальных стандартов. Поэтому посетители могут и приятно посидеть в кругу и обсудить более интересующий фильм, так и перекусить более приятную пищу нежели попкорн или хотдоги в кинозалах.

Исходя из данного проекта планируется выйти на уровень того, что молодёжь и большинство проживающих в городе, начнут проводить время в более приятных обстановках и перестанут посещать экономичные заведения, которые целенаправленно на количестве, а не на качестве.

1. Ведехин А. Ю., Филимонова Н. М. Идентификация проблем реализации молодёжной политики // Российское предпринимательство. 2012. № 18. С. 30–34.
2. Филимонова Н. М., Моргунова Н. В. Развитие человеческого потенциала региона путём формирования ценностной ориентации молодёжи // Экономика. Налоги. Право. 2015. № 6. С. 111–117.

Л. А. Котегова, А. С. Балахонова, А. В. Блинова
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный
университет имени А.Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ РАЗНЫХ СТРАН (Россия и США)

Развитие процессов интернационализации и глобализации мировой экономики приводит, в частности, к усилению воздействия различных теоретических рекомендаций на формирование модели инвестиционной политики. В этой связи представляется важным исследовать положительный опыт формирования инвестиционной политики в зарубежных странах и проанализировать возможности его использования в России.

Несмотря на либерализацию общих условий экономической деятельности, во многих странах сформирована действенная система государственного регулирования инвестиционного процесса, основанная на использовании различных инструментов экономического и организационного характера. В странах с развитой рыночной экономикой государство в процессе реализации инвестиционной политики выполняет одновременно несколько функций:

- регулирование общего объёма капиталовложений частного бизнеса;
- выборочное стимулирование инвестиций в определённые предприятия, отрасли и сферы деятельности;
- прямое административное вмешательство в инвестиционный процесс с целью ввода или вывода определённых производственных мощностей путём согласования планов и действий крупнейших корпораций.

Вместе с тем, практика формирования инвестиционной политики, несмотря на некоторую общность методологических подходов, существенно различается.[1]

Инвестиционная политика – система мер, направленных на установление структуры и масштабов инвестиций, направлений их использования и источников получения. Инвестиционная политика является достаточно сложным процессом, результат которого за-

висит от большого количества разных факторов. Основные направления инвестиционной политики РФ определяются Министерством экономического развития страны, так же, как и общие её положения. Субъекты федерации также могут вносить свои дополнения и уточнения. Но при этом необходимо наличие некоторых факторов, среди которых основное место занимают транспортная доступность, подготовительные объекты для инвестирования, квалифицированные трудовые ресурсы, преференции и доступная информативная поддержка. Всё это определяет уровень благоприятности инвестиционного климата в стране. По результатам рейтинга, подготовленного рейтинговым агентством RAEX (Эксперт РА) в 2014 году, были получены результаты по состоянию элементов инвестиционной привлекательности РФ (рис. 1).

Инвестиционная политика России на современном этапе требует прямого частного инвестирования, причём это должны быть не просто капитальные вложения, а «умные» инвестиции. Их суть заключается в том, что осуществляется вложение не финансовых средств, а происходит передача непосредственно технологий, создание новых высокотехнологичных рабочих мест, которые будут хорошо оплачиваться.

Привлечение иностранных инвестиций очень важно для экономики России на современном этапе развития. Это вызвано тем, что нет необходимых средств у предприятий, происходит экономический кризис, и объёмы производства значительно уменьшаются. Например, производство отечественных легковых автомобилей в 2015 году по сравнению с 2014 годом снизилось на 25% и составило 1,25 млн штук. [8] Немаловажную роль в этом процессе играет большой физический и моральный износ оборудования на отечественных предприятиях.

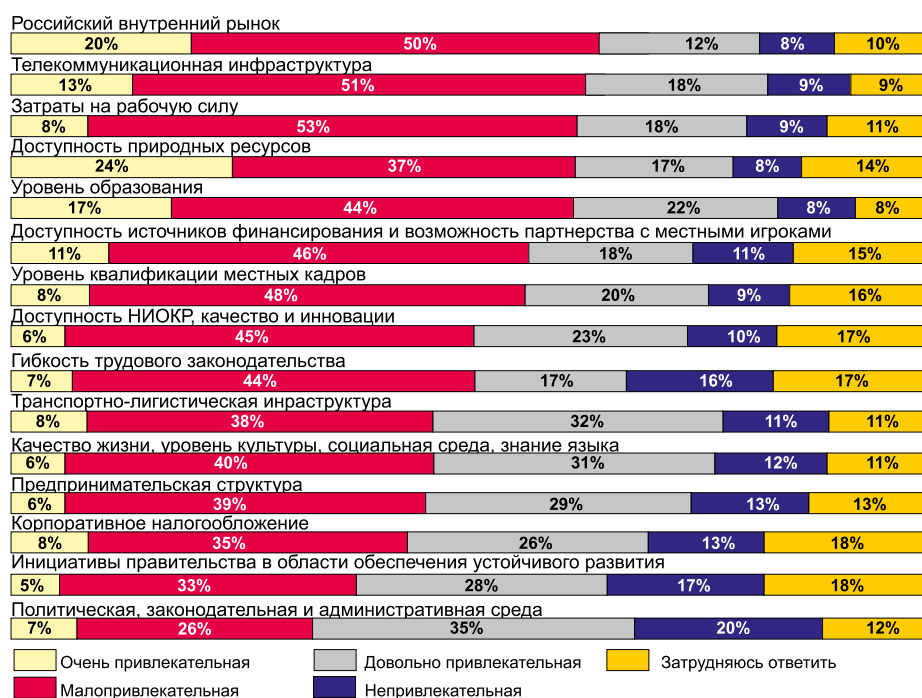


Рис. 1. Состояние элементов инвестиционной привлекательности Российской Федерации

В современном экономическом мире, когда инвестиционные потоки не имеют значительной интенсивности, главная роль в обеспечении стабильности и восстановления рынка инвестиций принадлежит государству. Эффективность его влияния на инвестиционную активность обеспечивает амортизационная политика, научно-техническая политика, политика в направлении иностранных инвестиций и др.

Главные направления инвестиционной политики РФ:

1) Реализация проектов должна происходить в прямой зависимости от существующих приоритетов. Среди них первые места занимают: социальная сфера и существующая инфраструктура.

2) Разработка оптимального плана государственных затрат, которые предусмотрены для целевых программ, должна происходить с учётом экономического состояния страны. Первыми должны финансироваться ключевые отрасли.

3) Права инвесторов, отчисляющих средства из собственной прибыли, должны расширяться.

4) Государственные инвестиции должны иметь значительную важность. Схема работы правительства в этом направлении – 1 руб. инвестиций государства на 4 частных рубля.

5) Сократить срок возврата средств, тем самым поднять доходность этих вложений. То

есть, для проведения инвестиционной политики нужно выбирать быстро окупаемые объекты.

Чаще всего, те инвестиции, что государство направляет на решение главных задач, не имеют коммерческого характера. Их эффективность необходимо определять, исходя из направленности на стабильное экономическое развитие и социальное прогрессирование общества. Россия требует создания механизма обеспечения эффективного использования инвестиций, предоставленных государством. Это возможно только в том случае, если будет усилена программно-целевая составляющая государственного регулирования, государство и бизнес будут совместно инвестировать проекты, и будут предоставляться капитальные трансферты на долевой основе.[2]

Хотя правоприменительная инвестиционная практика в России ещё не сложилась должным образом, современная модель российской экономики предусматривает постоянное взаимодействие отечественных хозяйствующих субъектов с инвесторами, прежде всего, высокоразвитых зарубежных стран.

Американский Forbes в 2015 году опубликовал девятый ежегодный рейтинг лучших стран для ведения бизнеса. В 2014 году список возглавила Дания, в топ-3 вошли Гонконг и Новая Зеландия. Прошлогодний лидер – Ирландия – в этом году оказалась на 4-м месте.

Россия в свежем рейтинге сохранила 91-е место, оказавшись по соседству с Сальвадором и Мадагаскаром (в прошлом году страна улучшила результат сразу на 14 позиций). США в 2014 году заняли 18-ю строчку рейтинга, ухудшив результат на 4 позиции.

Позиция	Страна	Рост ВВП, %	ВВП на душу населения, \$	Население, млн
1	Ирландия	0,9	44100	4,8
2	Новая Зеландия	2,5	38900	4,4
3	Гонконг	1,4	36600	7,2
4	Дания	- 0,6	56400	5,6
5	Швеция	1,2	57700	9,1
...	...	...	...	...
91	Россия	3,4	14200	142,5

Наиболее привлекательными стали сферы обрабатывающего производства – \$89789 млн, оптовой и розничной торговли – \$31030 млн, финансовой деятельности – \$20121 млн. Наименее привлекательными для иностранных инвесторов стали сферы образования – \$1 млн, рыболовство – \$30 млн (рис. 2).

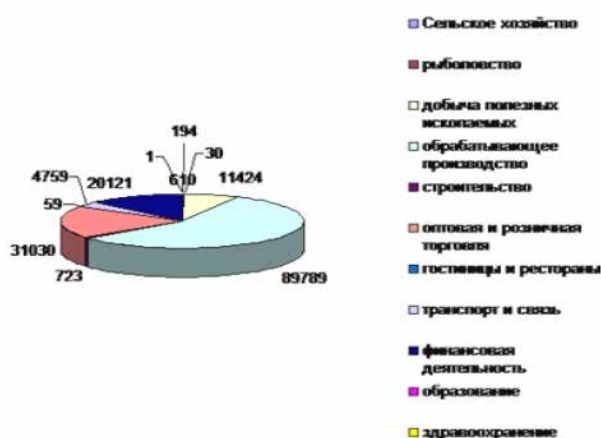
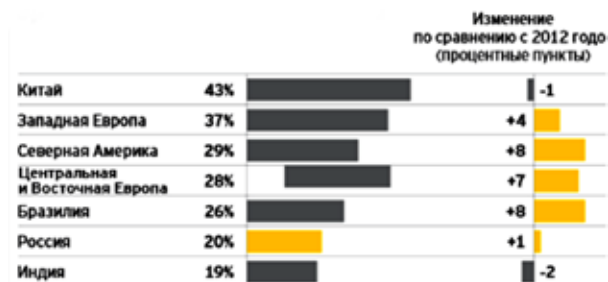


Рис. 2. Привлекательность сфер экономики

Также, вклад осуществляется в нефтяную промышленность Российской Федерации: «Эксон Мобил», «Коноко», «Шеврон-Тексако» и др. Общий объем вложений компаний США – более 7 млрд долл. Общий объем вложенных инвестиций от «Бритиш Петролеум» превышает 8 млрд долл.

Авиакосмическая отрасль: «Боинг», «Юнайтед технолоджи корп.», «Пратт энд Уитни», «SpiritWeroSystems».

Крупными и постоянно расширяющимися сферами приложения иностранного капитала являются автомобильная, пищевая промышленность, рынок табачных изделий (рис. 3).



Источник: исследование инвестиционной привлекательности европейских стран (общее количество респондентов: 808), 2014 год, «Эрнст энд Янг».

Рис. 3. Привлекательность регионов с точки зрения организации бизнеса

Наиболее интересным в вопросах регулирования инвестиционной деятельности представляется опыт США, Великобритании, Германии и Франции. Это пять стран, экономические стратегии развития которых, могли бы в настоящее время послужить наглядным примером для российского государства. Однако Россия в настоящее время объективно не может быть сравнима по международным инвестиционным позициям с США.

Объем инвестиций в 2015 году в экономику США составил \$384 млрд, (в среднем около 20% мирового уровня). что вернуло страну на первое место по объему полученных иностранных инвестиций, потеснив Китай с Гонконгом. На американском рынке действует капитал из более 90 иностранных государств, однако ведущие позиции принадлежат инвестициям из небольшой группы развитых стран (Великобритания 16,9%, Япония – 11,8%, Германия – 11,3%, Нидерланды – 10,6%, Швейцария – 7,8%). Китайские инвестиции в экономику США могут достичь рекордных показателей в 2016 году, увеличившись вдвое – до \$30 млрд.

В то же время, для сравнения, размеры инвестиций в РФ: Нидерланды – \$16,1 млрд., Кипр – \$13,9 млрд., Германия – \$2,7 млрд., Великобритания – \$2,1 млрд.

В отраслевом разрезе основной объем иностранных инвестиций в США сосредоточен в сфере услуг (64%) и обрабатывающей промышленности (33%). Среди наиболее доходных сфер экономики, с позиций иностранных компаний, вот уже более двух десятилетий остаётся финансовый и банковский бизнес в США. Крупные инвестиции иностранного капитала были сделаны также в информационные (125,9 млрд долл.) и научно-технические услуги в США (62,3 млрд долл.).

США как инвестор сохраняют своё явное лидерство по размерам накопленных за рубе-

жом прямых инвестиций. Латинская Америка и страны Карибского бассейна – \$403,3 млрд. Азия и Ближний Восток – \$205,9 млрд. Страны Африки – \$21,7 млрд.

Достижению таких великолепных результатов послужил, по мнению экспертов, тот фактор, что Правительство США хорошо осознавая значимость иностранных инвестиций для отдельных штатов своей страны в целях развития экономики всего государства, возложило на региональные органы власти не меньше обязанностей в части стимулирования притока инвестиции в страну, чем на государственную власть в целом. Американское правительство хорошо осознаёт, что функционирование иностранного капитала в экономике США способно оказывать заметное влияние не только на промышленность, торговлю и инфляционные процессы, но и национальную безопасность государства в целом. [3]

В конечном счёте, несмотря на то, что эти факторы сегодня способствуют лишь нарастанию конкуренции между штатами США, именно открытость её рынков и дало огромный импульс в развитии американского законодательства в области инвестиций во второй половине XXв. Ввиду этого, на сегодняшний день можно выделить ряд характерных черт присущих для экономики США в сфере правового регулирования инвестиционной деятельности страны:

- обеспечение высокого уровня притока инвестиций в экономику страны посредством региональной и государственной политики.
- стимулирование экспорта и импорта капитала в равной степени, в связи с чем, страна приобрела статус «нетто-импортера»;
- высокая степень контроля за иностранными инвестициями с целью недопущения возможных злоупотреблений (коррупция, нарушения кредитно-финансовых соглашений и других законодательных норм);
- открытость рынка для других участников;
- развитая система налогового и инвестиционного законодательства;
- двухуровневая система правового регулирования инвестиционной деятельности и так далее.

В США хозяйственная практика в области формирования и реализации инвестиционной политики в большей степени ориентирована на реализацию принципов экономической свободы и экономического либерализма, а акцент делается на государственное финансирование частных проектов.[1]

Во многих странах одной из распространённых форм реализации инвестиционной политики является система программ и проектов, а программно-целевое управление инвестиционной деятельностью является одним из действенных методологических подходов, отличающихся высокой эффективностью и результативностью.

В США система программного управления и финансирования приобретает интегрирующую и преобразующую роль во всём организационно-экономическом механизме разработки и реализации инвестиционной политики. Подавляющее большинство программ в США направлено на модернизацию и обновление основных фондов или на расширение производства. [5]

А в целом, стремление американского правительства вовлечь в международную экономическую деятельность как можно более широкий круг участников, максимально расширить экспортный потенциал страны и входящих в неё территорий, стало отражением основного содержания деятельности внешнеэкономических институтов, как на федеральном, так и местном уровнях в США. Согласованность и общая направленность действий этих институтов стало главной составляющей успеха этой страны на мировом рынке сегодня. [4]

Анализ зарубежного опыта разработки государственной инвестиционной политики позволяет выбрать направления совершенствования начатого процесса модернизации отраслей в РФ:

- Роль государства, как гаранта тех прав, которые имеют субъекты инвестиционной деятельности, должна усиливаться. Это прибавит уверенности участникам в том, что они не потеряют вложенный ими капитал из-за кризисной ситуации в стране.
- Необходимо создать одинаковые конкурентные условия для всех инвесторов, которые не будут зависеть от форм собственности.
- Устранить в системе законодательства страны все противоречия.
- Упростить процедуру согласования документов, которую необходимо проводить во время разработки инвестиционных программ. Это будет способствовать более быстрому внедрению инвестиционных проектов.
- Создать информативно-аналитические центры, главным заданием которых будет осуществление рейтинговой оценки потенциальных инвесторов.

– Организовать более современную инфраструктуру инвестиционного рынка. Тогда будут сберегаться средства, вложенные в инвестиционный процесс, во время межотраслевых переливов капитала.

Следует отметить, что важен не только уровень государственных инвестиций в рамках реализации инвестиционных программ и проектов, но и качество государственного управления. Высокая доля государственных инвестиций может быть существенно девальвирована их неэффективностью, связанной с сильным влиянием корпоративных интересов на коррумпированных чиновников. В этой связи одной из важнейших характеристик качества государственного управления является уровень коррупции. Рейтинг стран по уровню коррупции составляется на основе ежегодно рассчитываемого индекса восприятия коррупции в стране. Максимальный уровень коррупции – 0, отсутствие коррупции – 100. Россия с индексом 29 находится на 48 месте (из 167) в рейтинге, США – на 148 с индексом 76. [9]

В настоящее время уже происходит постепенная деbüroкратизация экономики страны, что заключается в упрощении процедуры запуска проектов, исключении всех формальных проверок. В стране планируется создание новой национальной системы аккредитации, что должно способствовать упрощению допуска на рынок новых товаров. Также правительством проводится работа над пакетом законопроектов, которые направлены на то, чтобы создать в качестве социальных услуг налоговые стимулы для инвестирования в высокие технологии.

Введены относительно низкие ставки страховых взносов для представителей сектора информативных технологий. К ним также относятся резиденты кампаний, которые создаются на базе высших учебных заведений.

Для того, чтобы снизить региональную и муниципальную бюрократию, разрабатывают специальный рейтинг инвестиционной привлекательности регионов. Одним из базовых критериев, по которым будет проводиться оценка деятельности администраций регионов, будет показатель качества их сотрудничества с инвесторами. По этому критерию также будут определять состоятельность и кадровые перспективы самых руководителей.

Для ускорения выбора площадок для реализации инвестиционной деятельности предполагается опубликование регионами

и муниципалитетами информации о перечне с перспективными территориями. В этом случае также уменьшатся размеры издержек.[2]

В качестве регулирующего инструмента в развитых странах широко используется государственный инвестиционный заказ. Значимость данного инструмента обусловлена ролью инвестиций в процессе регулирования промышленного развития, определяемой соотношением экономического и инвестиционного циклов. Как правило, инвестиционный цикл опережает по фазе общеэкономический и превышает его по глубине. Например, перед стадией подъёма экономики происходит рост инвестиций и объёмов строительства, и, наоборот, вслед за спадом инвестиций и строительства следует спад в экономике. Таким образом, государственный заказ может выступать инструментом ограничения негативных факторов в экономике. В США государственный заказ формировался для поддержания и роста отраслей и видов деятельности с длительным инвестиционным циклом и низкой рентабельностью – производственной и социальной инфраструктуры, НИОКР, ВПК.[1]

Широкое распространение в зарубежных странах получила идеология государственно-частного партнёрства, обеспечивающая распределение рисков и доходов инвестиционной деятельности на основе объединения ресурсов государственного и частного сектора. Лидерами в области государственно-частного партнёрства являются Великобритания, США, Франция и Германия.

Практика применения государственно-частного партнёрства в ряде западноевропейских стран показывает, что данный механизм используется там, где государство и бизнес имеют взаимодополняющие интересы, но при этом не в состоянии действовать полностью самостоятельно и независимо друг от друга.

Концепция государственно-частного партнёрства в последние годы стала весьма популярна и в России. Между тем управление государственно-частным партнёрством достаточно сложное, поэтому изначально важно определить зоны ответственности государства и частного бизнеса и предусмотреть механизмы их пересмотра, не подвергающие существенному риску ни одну из сторон.[1]

Подводя итог, можно отметить, что, несмотря на наличие серьёзных принципиальных различий в состоянии и уровне развития отечественной экономики от экономики развитых

1. Черняева Е. С. Зарубежный опыт формирования и реализации инвестиционной политики // ScienceTime. – 2015. – № 9 (21). – С. 347–348.
2. UTMAG. Финансовый словарь трейдера. Инвестиционная политика РФ. – URL: <http://utmagazine.ru/posts/7869-investicionnaya-politika-rf>
3. Романова Е. Перспективы привлечения прямых инвестиций США в Россию // Маркетинг. – 2012. – № 1. – С. 7.
4. Багаева Анна Александровна. Инвестиционная модель зарубежных стран: возможность правоприменственности для России // Бизнес в законе. – 2009. – № 5. – С. 305–307.
5. Хохлов А. В. Формирование инвестиционной политики российских регионов с учётом зарубежного опыта / А. В. Хохлов // Российский экономический интернет-журнал. – 2012. – № 2. – С. 283–292.
6. Вести Экономика. Топ-10 стран по объёму иностранных инвестиций. – URL: <http://www.vestifinance.ru/articles/66544?page=2>
7. ТАСС. Информационное агентство России. СМИ: инвестиции КНР в экономику США могут достичь рекордных \$30 млрд в 2016 году. – URL: <http://tass.ru/ekonomika/3202242>
8. АВТОСТАТ. Аналитическое агентство. Производство автомобилей в РФ в 2008–2015 годах. – URL: <http://www.autostat.ru/infographics/23896/>
9. NONNEWS. Рейтинг стран по уровню коррупции. – URL: <http://nonnews.co/directory/lists/countries/corruption>.
10. URL: <http://finuni.ru/investicionnyy-klimat-i-ego-vliyanie-na-pritok-inostrannyh-investitsiy-v-nacekonomiku/>
11. URL: http://observer.materik.ru/observer/N12_00/12_13.htm
12. URL: <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=481976>
13. URL: <http://www.rusus.ru/?act=read&id=152>
14. Быстряков А. Я., Пономаренко Е. В., Дигилина О. Б., Столярова Е. И. Государственное регулирование развития предпринимательства: опыт, проблемы, инновации / под ред. А. Я. Быстрякова. – М., 2015.

Котегова Л. А., Прокопенкова А. С., Ушакова В. С.
*ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени А.Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)*

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ФОНДОВОГО РЫНКА

Рынок финансовых активов представляет собой мощный механизм, в котором уживается множество самостоятельных отраслей. Он постоянно развивается и многие трейдеры или инвесторы, которые работают на фондовом рынке, даже не представляют всех особенностей и возможностей данной «машины». Нам, как инвесторам, необходимо точно оценивать стоимость бизнеса, срок окупаемости бизнеса, а также проанализировать, прибыльными ли будут наши инвестиции.

Фондовый рынок России является сегодня сравнительно молодым. Ценные бумаги российских компаний набирают силу и дают своим владельцам неограниченные возможности для различных манипуляций, преследуя цель – получить весомую прибыль. Однако к сожалению до сих пор подавляющему количеству людей биржевая торговля на фондовом рынке России кажется чем-то непостижимым, требующим больших вложений, доступных только людям с толстым кошельком. Большинство из населения даже не задумываются о таком возможном источнике дохода как российский фондовый рынок. Общая тенденция развития фондового рынка в России имеет большие перспективы и это отмечается зарубежными аналитиками. Самыми крупными биржами в России являются биржи ММВБ (торги ведутся в российских рублях) и РТС (торги ведутся как в рублях, так и в долларах США). Вообще в России насчитывается 11 фондовых бирж. Однако реальные торги ценными бумагами происходят только на четырёх биржах: – Московская межбанковская валютная биржа (ММВБ) – Российская торговая система (РТС) – Санкт-Петербургская валютная биржа (СПВБ) – Фондовая биржа «Санкт-Петербург» (ФБ СПб). В наши дни современный рынок ценных бумаг компьютеризирован: сами цен-

ные бумаги существуют на бирже в виде электронных записей. Сейчас наиболее популярны среди акций крупнейших российских компаний так называемые «голубые фишки»: ОАО «Газпром», ОАО «ЛУКОЙЛ», ОАО «Мосэнерго», РАО «ЕЭС России», ОАО АКБ «Сбербанк», ОАО ГМК «Норильский никель», ОАО «Ростелеком», ОАО «Сургутнефтегаз». Ни валюта, ни банковские вклады, ни недвижимость не могут сравниться с доходностью акций, которая наблюдается на фондовом рынке, поэтому сегодня акции российских компаний, пожалуй, одни из самых доходных активов, которые могут быть доступны частному инвестору. Несмотря на некоторые негативные стороны фондовой российской торговли иностранные инвесторы продолжают повышать свой интерес к российскому фондовому рынку в целом и к отдельным фондовым активам – в частности.

Основными законодательными актами, регулирующими порядок осуществления инвестиционной деятельности в Российской Федерации, является Гражданский кодекс РФ, Федеральный закон «Об инвестиционной деятельности в РСФСР» от 26.06.91 № 1488-1, Федеральный закон «Об инвестиционной деятельности в РФ, осуществляемой в форме капитальных вложений» от 25.02.99 № 39-ФЗ, Федеральный закон «О рынке ценных бумаг» от 22.04.96 № 39-ФЗ (с изм. и доп. От 26.11.98), Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов (вторая редакция утверждена 21.06.99 Минэкономки, Минфином и Госстроем РФ), Международные стандарты финансовой отчётности, Руководство по оценке эффективности инвестиций (методика ЮНИДО) и др. В этих нормативных документах раскрывается содержание базовых понятий инвестиционного анализа.

В данной статье проведён сравнительный анализ моделей определения ожидаемой (требуемой) доходности на рынке капитальных

финансовых активов с целью выявления инвестиционной привлекательности бизнеса.

Распространённым подходом к оценке уровня премий за акционерный риск, применяемым на практике основными инвестбанками и аудиторами, является модель CAPM (Capital Asset Pricing Model), другое название – модель ценообразования на рынке капитальных финансовых активов, изредка в учебной литературе встречается аббревиатура МОДА, то есть «модель оценки долгосрочных активов». Суть CAPM модели заключается в следующем: предполагая существование высоколиквидного эффективного рынка финансовых активов, можно прийти к выводу о том, что величина требуемой отдачи на средства, вложенные в какой-либо актив, определяется не столько специфическим риском, присущим конкретному активу, сколько общим уровнем риска, характерным для фондового рынка.[1]

Но ведь инвестору должен быть компенсирован тот риск, который он принимает. Логика модели базируется на том, что инвестор диверсифицирует свои вложения и, хотя для разных вложений, входящих в портфель активов инвестора, характерен разный профиль риска, зачастую потери от одного актива могут быть компенсированы доходами по другому активу, что существенным образом снижает реальный уровень риска, принимаемого на себя инвестором.

Модель CAPM, чаще всего, применяется для объяснения динамики курсов ценных бумаг и функционирования механизма, посредством которого инвесторы могли бы оценивать влияние инвестиций в предполагаемые ценные бумаги на риск и доходность их портфеля.

Возможности практического применения данной модели анализировали А. В. Бухвалов, В. Л. Окулов, путём тестирования модель CAPM в версии Шарпа–Линтнера (W. Sharpe–J. Lintner).

Классическая модель CAPM, хотя и записывается обычно в эконометрической форме, является моделью общего равновесия.

Модель оперирует рыночным портфелем рискованных активов и безрисковым активом в рамках статики, что предполагает абсолютную ликвидность во всех секторах рынка и одинаковый горизонт планирования для всех инвесторов.

Модель Шарпа–Линтнера часто формулируется в терминах избыточной доходности

(excess return), имеющей смысл рыночной премии за риск:

$$Z_m = R_m - R_f$$

$$\text{Тогда: } E[Z_i] = \beta_{im} \cdot (E[Z_m]),$$

$$\beta_{im} = \text{Cov}[Z_i, Z_m] / \text{Var}[Z_m],$$

где R_f – доходность безрискового актива (всем известная ставка процента, по которой можно занимать и давать в долг), R_m – доходность рыночного портфеля, β_{im} – бета-коэффициент актива, отражающий систематический риск актива, фактически степень «согласованности» изменений доходности актива с изменениями доходности рыночного портфеля.

Важнейшим моментом в модели является понятие рыночного портфеля, под которым понимается портфель, состоящий из всех рискованных активов, и в котором доля каждого актива соответствует его относительной рыночной стоимости (условие равновесия). Однако эмпирические проверки модели, проведённые с разными индексами, и теоретические исследования показали, что если корреляция между индексом и действительным эффективным портфелем превышает 70%, то гипотеза о несправедливости модели может быть проверена и с использованием индекса [Kandel, Stambaugh, 1987, Shanken, 1985].

В первых проверках Окулова использовались месячные данные по ценам 9 наиболее ликвидных российских акций (Таблица 1), фондовые индексы (PTC, RESI, AK&M) в качестве заменителей рыночного портфеля и 30-дневные «виртуальные заменители» ГКО (государственные краткосрочные облигации) в качестве безрискового актива. Период тестирования: апрель 1996 г. – август 1998 г.

Таблица 1

**Рискованные активы
для тестирования модели CAPM**

Компания-эмитент	Обозначение	Доля в обороте торгов
Газпром	#GAZP	25%
Лукойл	#LKOH	23%
Сургутнефтегаз	#SNGG	15%
РАО «ЕЭС»	#EESR	11%
Мосэнерго	#MSNG	4.5%
Иркутскэнерго	#IRNE	2%
Ленэнерго	#LENE	1%
Ростелеком	#RTKM	5%
СПб. телефонная сеть	#SPTL	1%

Результат анализа показал, что существуют систематические отклонения средней действительной доходности некоторых акций от предсказываемой по модели CAPM. Например, 8 из

9 активов имели бета-коэффициенты меньше 1, кроме того, систематическое отклонение доходности некоторых важных активов (акции Газпрома) оказались слишком велики (табл. 2).

Таблица 2

Результаты проверки модели CAPM

Активы	#GAZP	#LKOH	#SNGZ	#EESR	#MSNG	#IRGZ	#LENE	#RTKM	#SPTL
Рыночный портфель: индекс РТС									
бета	0,526	0,414	0,573	0,754	0,587	0,586	1,189	0,446	0,571
альфа	0,0970	-0,0089	0,0345	0,0283	-0,0027	-0,0006	0,0629	-0,0050	0,0327
Рыночный портфель: индекс АК&М									
бета	0,627	0,324	0,500	0,649	0,476	0,519	1,197	0,359	0,522
альфа	0,1013	0,00042	0,0337	0,0376	0,00464	0,00872	0,0523	0,0072	0,0269
Рыночный портфель: индекс RISI									
бета	0,591	0,541	0,495	0,821	0,634	0,702	0,672	0,545	0,375
альфа	0,1386	0,0279	0,0718	0,0864	0,0423	0,0480	0,1214	0,0326	0,0636

Недостаток исследования А. В. Бухвалова и В. Л. Окулова заключается в том, что было использовано слишком мало активов и временных точек, что снижает точность анализа. В дальнейшем для проверки модели CAPM в различных версиях использовался один и тот же набор данных, предложенный вторым автором. Были приняты во внимание особенности российского фондового рынка, которые накладывают определённые ограничения на выбор активов и временного промежутка для исследования. Необходимо выбрать период, в течение которого инфляция незначительна. Этому условию удовлетворяет временной промежуток с мая 1996 г. по июль 1998 г., когда месячный темп инфляции никогда не превышал 2%, а среднее значение составляло 0.85%. Период май–июнь 1996 г. также был исключён из анализа, поскольку можно предположить, что политическая неопределённость, связанная с президентскими выборами в России, сильно влияла на ожидания инвесторов.

Таким образом, для анализа был выбран период времени с июля 1996 г. по июль 1998 г. Этот период характеризовался бурным развитием рынков корпоративных ценных бумаг и государственных ценных бумаг, многие активы обладали высокой ликвидностью, по менее ликвидным активам спрэды котировок были невелики. Именно в этот период российский рынок в большей мере, чем когда-либо, можно было считать совершённым.

В качестве заменителя рыночного эффективного портфеля был выбран индекс

SKATE-100 Russia, вычисляемый как сумма взвешенных по объёму капитализации цен закрытия для 100 наиболее ликвидных российских обыкновенных акций[3].

В качестве активов были использованы 7 отраслевых индексов SKATE.

Кроме вложений в корпоративные ценные бумаги на российском рынке целесообразно рассмотреть вложения в государственные ценные бумаги, в иностранную валюту и вложения на межбанковском кредитном рынке. В качестве обобщённой характеристики вложений в государственные ценные бумаги (ГКО, ОФЗ–ПД, ОФЗ–ПК, облигации Министерства финансов, евробонды, а также спектр муниципальных облигаций) рассматривался ценовой индекс ГКО (ГКО–Р) агентства RedStars (SKATE). Базовое значение всех индексов равно 100. Все использованные индексы номинированы в российских рублях.

В качестве вложений в иностранную валюту рассматривались вложения в доллары США. Цена доллара США определялась по итогам торгов на ММВБ [4]. Доходность вложений в валюту определялась как относительное изменение цены. В качестве доходности вложений на межбанковском рынке использовалась доходность по 7–дневным кредитам [5]. Кредиты на более долгий срок (14, 21, 30 и 60 дней) не рассматривались, поскольку их объёмы относительно невелики по сравнению с краткосрочными. Кредиты на более короткий срок (1 и 3 дня) также не рассматривались, поскольку для инвесторов с рацио-

нальными ожиданиями процентные ставки по кредитам на разные сроки должны быть взаимосвязаны.

Результаты анализа приведены в Таблице 3, где представлен список активов, использованных в анализе и рассчитанные значения α и β . Расчёты были проведены трижды, в качестве доходности безрискового актива использовались соответственно, доходность по вложениям в валюту, доходность ГКО, доходность вложений на рынке МБК. Видно, что почти

для всех использованных в анализе активов, альфа-коэффициенты действительно близки к нулю. По результатам расчётов гипотеза о равенстве коэффициентов α нулю не может быть отвергнута на уровне значимости 95%, если считать, что доходность безрискового актива совпадает с доходностью по вложениям в валюту или совпадает с доходностью ГКО (фактически мы предполагаем, что безрисковым активом мог являться либо доллар США, либо ГКО).

Таблица 3

Результаты расчётов (модель Шарпа-Линтнера)

Активы								
	Indistr	Enginer	NF-Met	Oil&Gas	Power	Telrcom	Retail	MT-Idn
Безрисковый актив USD/RR (J=0.64)								
β	0.737	0.653	0.698	1.010	1.091	0.874	0.582	1.030
α	0.029	0.0026	-0.0125	0.0002	-0.0017	0.0008	-0.0059	-0.0046
Безрисковый актив ГКО (J=1.54)								
β	0.759	0.613	0.680	1.012	1.076	0.841	0.490	1.002
α	0.0022	0.0014	-0.0138	0.0004	-0.0018	0.0000	-0.0085	-0.0048
Безрисковый актив MIACR-7 (J=2.28)								
β	0.729	0.641	0.663	1.020	1.069	0.871	0.583	1.015
α	0.0019	-0.0004	-0.0177	0.0005	-0.0020	0.00093	-0.0100	-0.0056

Волатильность (разброс) доходности вложений в ГКО много выше, чем волатильность доходности вложений на рынке МБК и, казалось бы, что вложения в ГКО никак не следует считать безрисковыми.

Полученный парадоксальный результат свидетельствует о том, что использованный метод тестирования является слишком мягким и изначально предполагает справедливость модели CAPM на рассматриваемом рынке. Но это вовсе может не означать, что движения цен на таком рынке являются согласованными, то есть кажущееся присутствие «безрискового актива» не означает справедливость модели CAPM [2]. Применение классической регрессионной модели для российских компаний может быть затруднено по следующим причинам.

1. Коэффициенты бета, не соответствующие доверительному интервалу.

В российских условиях приемлемым доверительным интервалом для коэффициентов бета является диапазон от 0,6 до 1,4 [7]. С данной проблемой сталкиваются компании, которые имеют низкую корреляцию с индексом. Причиной этого может стать низкая ли-

квидность бумаг либо высокая спекулятивная составляющая в движениях акции.

2. Отсутствие или непрозрачность рыночных цен.

Расчёт коэффициента бета невозможен для непубличных компаний и сильно затруднён для компаний, которые относительно недавно прошли процедуру IPO. В России многие компании предпочитают оставаться непубличными, так как публичность обязывает раскрывать компании финансовую отчётность, проходить ежегодные аудиторские проверки, следовать правилам корпоративной этики и работать с инвесторами.

3. Коэффициенты бета, не отражающие текущее положение компании.

На развивающихся рынках, включая Россию, существенно меняются характеристики специфического риска оцениваемой компании, например, существенное влияние оказывает изменение структуры капитала и издержек. Поэтому использование длительного периода наблюдений может дать коэффициент бета, не соответствующий текущей ситуации компании.

Поэтому большинство аналитиков предпочитают работать с так называемым скорректированным коэффициентом бета (adjusted beta).

Таким образом, модель CAPM в практическом применении на российском фондовом рынке имеет множество недостатков, т.к. рассматривает предельный случай, когда все инвесторы обладают одной и той же информацией и по одинаковому оценивают перспективы ценных бумаг.

В практике оценки инвестиционной привлекательности бизнеса в современных условиях фондового рынка, на наш взгляд, более доказательна и эффективна модель Гордона, определяющая предполагаемую доходность обыкновенной акции компании. Данную модель ещё называют модель дивидендов постоянного роста, так как ключевой фактор определяющий рост стоимости компании это темп прироста её дивидендных выплат. Модель Гордона является вариацией модели дисконтирования дивидендов.

К модели Гордона прибегают для обеспечения трудной к решению оценки, при налоговом планировании, при оценке акции с равномерным ростом дивиденда на фондовом рынке. Данную модель эффективно применять:

- если наблюдается объёмность рынка сбыта;
- прослеживаются стабильные поставки сырья, материальных ресурсов для производства;
- существует долговечность применяемых технологий и оборудования, гарантия инновационных модернизаций;
- доступны денежные ресурсы на развитие предприятия;
- стабильна экономическая ситуация.

Александр Шадрин и его работа «Модель Гордона» или рассмотрение акции, как облигации с постоянно растущими процентами по купонам, в которой он рассматривает оценку акции более внимательно со стороны выплаты дивидендов: «Я не сильно приветствую оценку компаний на основе методов DCF (дисконтированных денежных потоков), ввиду огромной сложности их прогнозирования, но в данном случае меня заинтересовало, то что можно получить из данной формулы (Гордона) – зная текущую стоимость акции, последний дивиденд за 12 месяцев и темп

увеличения дивиденда (хотя бы примерно) – можно найти ставку r (уровень доходности для инвестора).

$$r = (D \cdot (1+g) / PV + g) \cdot 100$$

То есть, найти ту самую ставку доходности, которую используют для дисконтирования будущих поступлений. Тем самым по максимуму снижаем слабое место любого анализа – прогнозирование будущего. Мы отталкиваемся от ставки уже заложенной в цене и анализируем насколько вероятно, чтобы существующее положение вещей будет продолжаться длительное время» [6].

Применима формула Гордона к компаниям, которые стабильно выплачивают дивиденды и постоянно растут (соответственно и чистая прибыль, иначе рост дивидендов упрётся в показатель чистой прибыли). Что уже очень сильно сокращает круг таких компаний.

«Авторы статьи приводят классический пример, такой компании – Coca-Cola и пример успешной инвестиции в «дорогую компанию».

В июне 1988 г. курс акций компании Coca-Cola был равен приблизительно 2,5 долл. за акцию (с учётом сплит акций за все 25 лет). На протяжении следующих десяти месяцев Уоррен Баффетт-американский предприниматель, крупнейший в мире и один из наиболее известных инвесторов, состояние которого на 1 марта 2015 года оценивается в 72,7 млрд долл., автор слов – «Вы платите высокую цену за входной билет, чтобы только переступить порог»- купил 373 600 тыс. акций в среднем по цене 2,74 долл. за акцию, что было в пятнадцать раз больше прибыли и в двенадцать раз больше денежных поступлений в расчёте на акцию и в пять раз больше балансовой стоимости акций.

За 1988 и 1989 гг. компания Berkshire Hathaway купила акций Coca-Cola на сумму более 1 млрд долл., что составило 35% от всех обыкновенных акций, которыми на тот момент владела компания Berkshire. Позже были ещё куплены акции по более дорогой цене – кол-во доведено до 400 000 тыс. штук (в текущих акциях) за 1 299 млн долл. (3,25 долл. за акцию). На данный момент этот портфель оценивается в 16 600 млн долл. (41,5 долл. за акцию). Плюс ещё дивиденды 4 336 млн долл. (10,84 долл. на акцию за 25 лет). Уоррен Баффет был готов пойти на это из-за его уверенности в том, что действительная стоимость компании намного выше. И оказался прав.

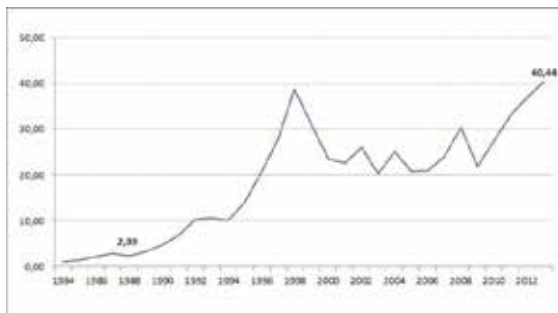


Рис. 1. Цена акции, долл.

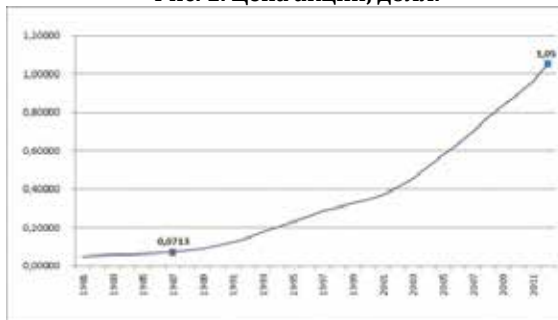


Рис. 2. Дивиденды, долл.

Ставка r значительно выросла в связи с резким ростом дивидендов (по причине роста чистой прибыли, так как dividend payout ratio только снижался с 65,3% в 1983 до 33,6% в 1997).

Компания Coca-Cola – компания, которая стабильно платит и увеличивает размер дивидендов, при уменьшении доли выплат на дивиденды, производит регулярно разумные бай-беки (buyback (от англ. buy back – обратный выкуп) – выкуп эмитентом собственных акций). Обратный выкуп, оптимально работает с плечом эффекта финансового рычага (кредитование под залог ценных бумаг), поддерживает на высоком уровне ROE (рентабельность собственного капитала около +30–35%). Получается, если «дорогая» компания хорошо работает, увеличивая размер чистой прибыли и дивидендов год от года, она так и останется «дорогой» и покупать такие компании более безопаснее, чем очень «дешёвые».

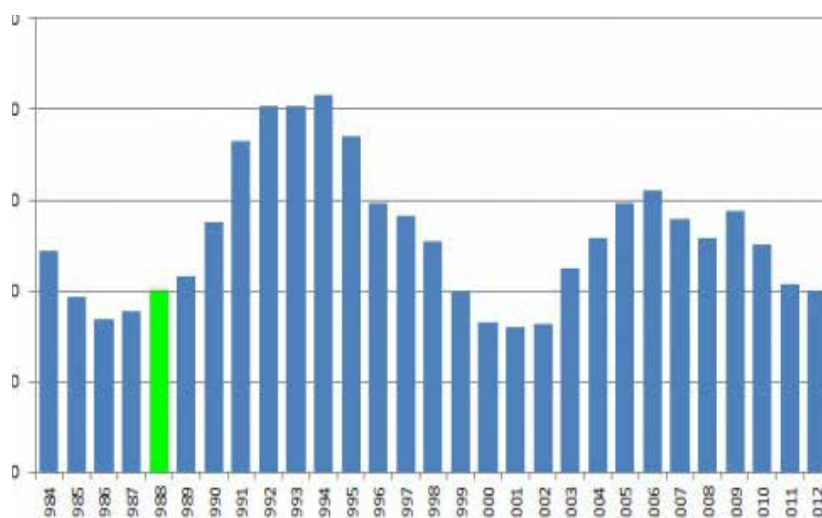


Рис. 3. Ставка R, %

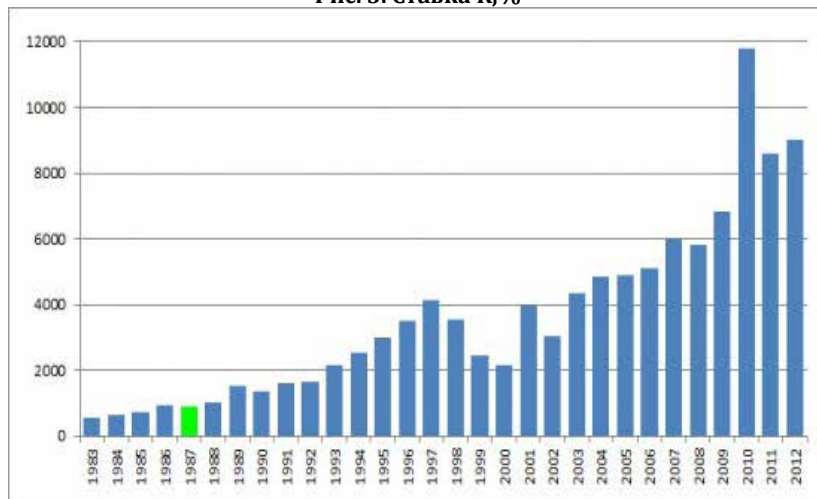


Рис. 4. Размер чистой прибыли, млн долл.

Л. А. Котегова, Е. С. Фурсова
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени А.Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)

ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

В настоящее время актуальной стала тема инновационного развития предприятий. Именно на этом пути видится перспектива возрождения экономики России. Наращивание темпов и масштабов производства, повышение качества продукции уже недостаточны для достижения конкурентного преимущества на рынке. Одним из основных условий формирования конкурентоспособной стратегической перспективы предприятия может стать его инновационная активность и инновационная восприимчивость [1].

При этом, кроме осознания необходимости внедрения инноваций, предприятия нуждаются в инструментах мониторинга инновационного развития, методиках оценки инновационного потенциала.

Аналитический обзор публикаций по данной проблематике показал многозначность определения категории «инновационный потенциал» у различных авторов, которая связана с рассмотрением её отдельных сторон, выступающих в качестве объекта исследования.

В связи с этим, цель данного исследования – это систематизация методологических подходов оценки инновационного потенциала предприятия.

Определение инновационного потенциала, наиболее полно отражающим его суть и максимально соответствующее целям исследования, на наш взгляд, имеет следующую формулировку: инновационный потенциал – системный показатель, характеризующий степень готовности и способности предприятия к выпуску конкурентоспособной инновационной продукции [1].

В настоящее время существуют различные подходы к оценке инновационного потенциала предприятия, как правило, базирующиеся на оценке его структурных составляющих: кадровый, информационный, рыночный, научно-технический, производственный, финан-

совый, организационный и другие потенциалы. Данные методики отличаются большим набором показателей, имеющих различную размерность.

Некоторые авторы предлагают осуществлять балльную оценку частных показателей [2]. А инновационный потенциал оценивать по формуле:

$$\text{ИП} = \sum_{i=1}^n q_i \sum_{a=1}^n q_a R_a, \quad (1)$$

где q_i – коэффициенты значимости общих показателей (составляющие инновационного потенциала); n – число общих показателей; q_a – коэффициенты значимости частных показателей; R_a – индексы частных показателей.

О. И. Митякова в своей методике количественной оценки ИП предлагает ввести двойную систему, позволяющую отнормировать разноразмерные частные показатели, что позволяет рассчитать общий инновационный потенциал предприятия (по формуле, аналогичной (1)) и определить его рейтинг среди аналогичных показателей в отрасли:

$$n = 2^{-\frac{a}{b}}, \quad (2)$$

где n – оцениваемый коэффициент; b – один из показателей инновационного потенциала предприятия; a – данные об эталонном объекте (соответствующий показатель, усреднённый по группе предприятий, или значение того показателя в базовом году).

Другие авторы предлагают определять инновационный потенциал с помощью системы расчётных показателей, которая позволяет исключить субъективность экспертных оценок [3]. Данный подход позволяет:

1) адекватно оценить состояние и готовность предприятия к инновационным преобразованиям;

2) проанализировать и спрогнозировать тенденции развития, выявить основные преимущества и «слабые» места;

3) подготовить рекомендации по формированию инновационной стратегии предприятия и по механизмам её реализации, которая позволит укрепить позиции на рынке;

4) создавать и развивать информационные потоки для принятия эффективных управленческих решений.

Однако данный метод оценки инновационного потенциала не включает в себя показатели, которые не могут быть количественно измерены, но являются весьма важными в оценке способности предприятия к реализации инноваций.

Ряд авторов исходит из того, что инновационный потенциал предприятия является интегральной системной характеристикой и может быть измерен путём оценки инновационной восприимчивости, инновационной активности и конкурентоспособности [4].

Инновационная восприимчивость – степень готовности (стремление и возможности) предприятия к разработке и реализации инновационных проектов или программ инновационных преобразований и внедрения инноваций. Инновационная активность – степень реализации разработок или инновационных преобразова-

ний и внедрения инноваций. Конкурентоспособность – области преимуществ предприятия по направлениям: конкурентоспособность продукции, техники и технологий, системы продвижения продукции на рынок и т.д.

Исходя из проведённого анализа методик оценки инновационного потенциала, на наш взгляд, целесообразно использовать системно-диагностический подход, в основу которого взят метод экспертных оценок, однако при анализе наиболее важных параметров (таких как финансово-экономические) необходимо использовать расчётные коэффициенты. Митякова определила основные составляющие инновационного потенциала [5].

Инновационный потенциал – это ядро общего потенциала организации, составными элементами которого являются производственно-технологическая, научно-техническая, финансово-экономическая, кадровая, организационно-управленческая службы с их потенциалами (рис. 1).

Одной из задач оценки инновационного потенциала является вычленение инновационной составляющей по каждой компоненте общего потенциала предприятия.

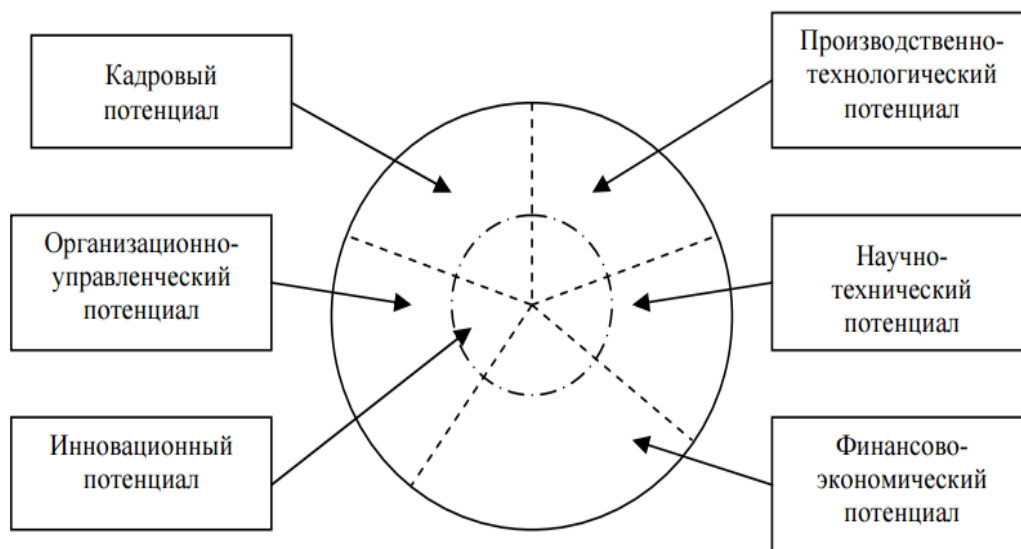


Рис. 1. Общий потенциал организации

Определение состава оценочных показателей является важной проблемой методического обеспечения оценки инновационного потенциала предприятия. Объективность оценки величины инновационного потенциала может быть обеспечена лишь при правиль-

ном выборе системы показателей, позволяющих в комплексе характеризовать потенциал по различным признакам. При этом необходимо стремиться к тому, чтобы как можно больше показателей было определено количественно [6].

В общем виде структура инновационного потенциала и этапы его оценки представле-

ны на рис. 2, где k_i – весовые коэффициенты, определяемые экспертным путём.

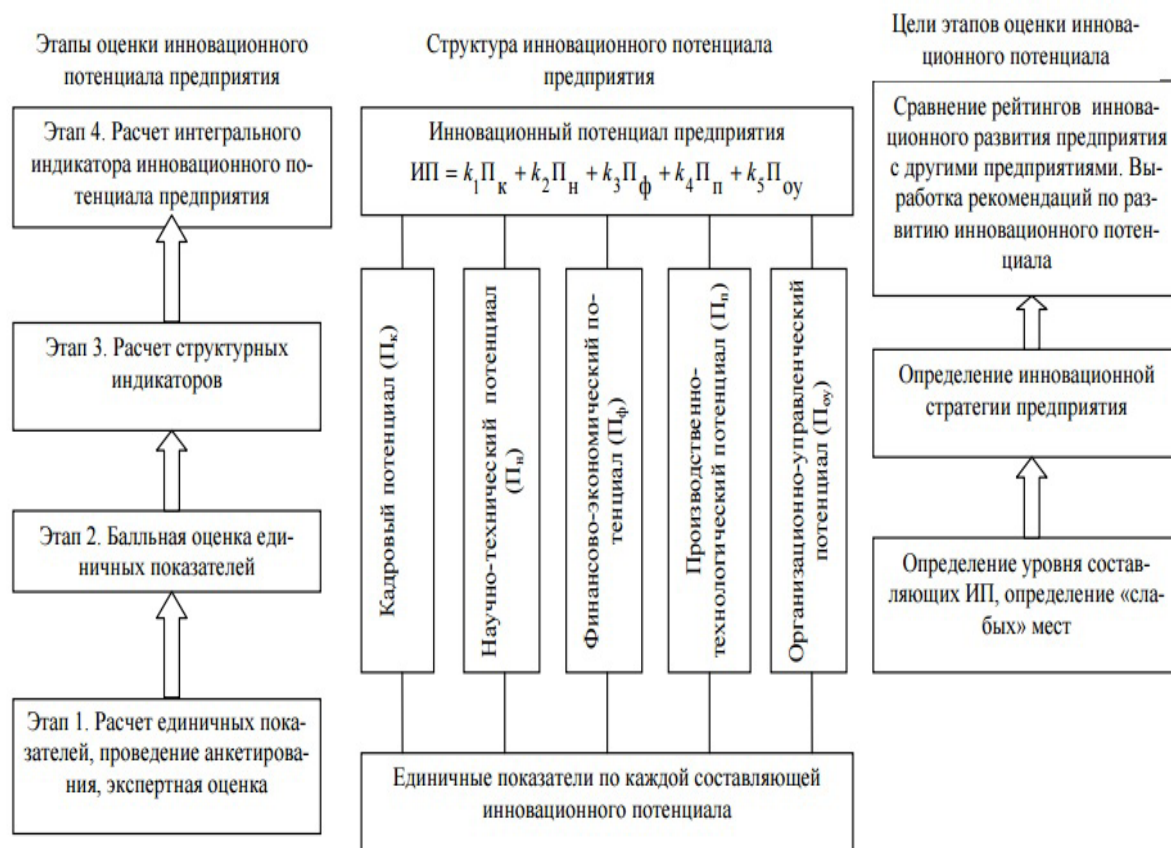


Рис. 2. Структура инновационного потенциала предприятия и этапы его оценки

Отметим, что при оценке инновационного потенциала необходимо оценить и инновационный климат, условия которого могут оказаться решающими в процессе реализации инновационных целей. В связи с этим, определим инновационный климат как совокупность внешних условий, от которых зависит способность хозяйствующего субъекта реализовать свои инновационные цели:

- возможности для производства новых или улучшенных видов продукции или услуг (процессные и технологические инновации);
- возможности для изменения социальных отношений на предприятии (кадровые инновации);
- возможности для разработки новых методов управления (управленческие инновации);
- возможности для создания новых механизмов продвижения продукции на рынок (рыночные инновации);
- возможности приобретения ноу-хау, патентов; – законодательная база, низкая ставка

рефинансирования, льготное налогообложение; – взаимодействие власти и бизнеса;

– практика коммерциализации технологий. Для анализа инновационной среды (инновационного потенциала и климата) целесообразно использование SWOT-анализа [7].

Согласно исследованию агентства «Эксперт РА», в 10 регионов-лидеров, соответственно их рангам по инновационному потенциалу, входят следующие (в порядке их убывания): Москва, Московская обл., Санкт-Петербург, Нижегородская обл., Свердловская обл., Ленинградская обл., Самарская обл., Новосибирская обл., Челябинская обл., Республика Татарстан (рис. 3).

Ряд экономистов считает целесообразным в каждом регионе разработать свою инновационную систему, которая будет формироваться на основе научного потенциала региона, наличия ресурсов, кадров, инфраструктуры и т.д. Совокупность региональных систем, объединённых единой целью (устойчивое развитие страны на основе достижений «инновацион-

ной» экономики) и действующих в рамках государственной экономической политики и законодательства, будет составлять инновационную систему страны в целом. Рассмотренные характеристики инновационной деятельности в России представляют далеко не полный

перечень существующих преимуществ и проблем на пути создания и развития эффективной национальной инновационной системы. В общем случае можно выделить следующие предпосылки и ограничения отечественного инновационного потенциала (табл. 1).

Ранг	Регион	Ранг	Регион
1	Москва	27	Краснодарский край
2	Московская обл.	32	Ставропольский край
3	Санкт-Петербург	59	Астраханская обл.
4	Нижегородская обл.	63	Республика Дагестан
5	Свердловская обл.	67	Карачаево-Черкесская Республика
6	Ленинградская обл.	69	Кабардино-Балкарская Республика
7	Самарская обл.	70	Республика Северная Осетия – Алания
8	Новосибирская обл.	76	Республика Калмыкия
9	Челябинская обл.	79	Республика Адыгея
10	Республика Татарстан	84	Республика Ингушетия
11	Ростовская обл.	89	Чеченская Республика
20	Волгоградская обл.		

Рис. 3. Ранжирование регионов по инновационному потенциалу

Таблица 1

Предпосылки и ограничения инновационного потенциала	
Предпосылки	Ограничения
Значительный научно-технический потенциал	Высокая стоимость внедрения и коммерческого освоения нововведений
Высокий уровень образования населения	Низкий уровень государственного финансирования
Потенциал освоения внутреннего рынка	Недостаточный объём собственных инвестиционных средств предприятий
Наличие технологий (признанных на мировом рынке и способных составить фундамент инновационной экономики) в таких отраслях, как атомная энергетика, космос, авиация, нефтегазодобыча и переработка, производство оружия, химическое, энергетическое и транспортное, машиностроение, станкостроение, спецметаллургия, производство и передача электроэнергии, информационные и коммуникационные системы с применением сложных математических методов, соответствующего программного обеспечения. В совокупности указанные направления могут обеспечить России до 10–15% мирового наукоёмкого рынка	Недостаток квалифицированного персонала (фактическое отсутствие профессиональных менеджеров инновационных процессов)
	Снижение стимулирования научного труда и падение престижа научной деятельности, отток учёных и специалистов за рубеж или переход в структуры, не связанные с инновационной деятельностью
	Отсутствие устойчивого внутреннего и внешнего инновационного рынка (исключением является авиакосмическая промышленность, ядерная энергетика, спецметаллургия)
Принятие закона о коммерческой тайне, одобрение концепции передачи интеллектуальной собственности, наработанной на бюджетные деньги, субъектам инновационной деятельности	Неразвитость инновационной инфраструктуры (в том числе финансирование инновационных разработок, низкие темпы коммерциализации)
	Несовершенство законодательной и нормативно-правовой базы (в том числе в части лицензирования, сертификации, оформления патентов)
	Высокая степень дифференциации социально-экономического развития регионов

Таким образом, процесс вовлечения в хозяйственный оборот и развитие всех элементов инновационного потенциала любого предприятия влияет на факторы его конкурентоспособности и общее инновационное развитие [11]. Одновременно и сами факторы оказывают воздействие на инновационный потенциал промышленного предприятия, на возможности его максимально полного использования в экономическом и производственном процессах, в формировании высоких конечных финансовых результатов деятельности предприятия.

1. Инновации : учеб. пособие / А. В. Барышева [и др.]. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2007. – 382 с.
2. *Беляева Е. С.* Совершенствование управления инновационной деятельностью промышленного предприятия на основе оценки инновационного потенциала : автореф. дис. ... канд. экон. наук / Е. С. Беляева. – Барнаул, 2007. – 16 с.

3. *Едисеева Т. О.* Управление формированием инновационного потенциала промышленных предприятий: автореф. дис. ... канд. экон. наук / Т. О. Едисеева. – Якутск, 2006. – 16 с.
4. *Милькина, И. В.* Управление инновационным развитием муниципальных образований : автореф. дис. ... канд. экон. наук / И. В. Милькина. – М., 2006. – 16 с.
5. *Митякова, О. И.* Оценка инновационного потенциала промышленного предприятия / О. И. Митякова // Финансы и кредит. – 2004. – № 13. – С. 69–74.
6. Инновационный потенциал предприятия: как его реализовать? Лаборатория бизнеса от 27.6.06 [Электронный ресурс]. – URL: <http://cbio.ru/article.php?storyid=2099>, свободный.
7. *Андрианов, Д. С.* Сущность и структура инновационного потенциала организации [Электронный ресурс] / Д. С. Андрианов. – URL: <http://www.tisbi.ru/science/vestnik/index.html>, свободный.
8. *Марченко Г., Мачульская О.* Рейтинг инвестиционной привлекательности российских регионов: 2004–2005 годы. Результаты рейтинга // Эксперт. – 2005. – № 44. – С. 116–125.
9. *Ползунова Н. Н., Сидоров А. В.* Инновационная восприимчивость – императив конкурентоспособности предприятий-субъектов высокотехнологичного бизнеса // Интеграл. – 2012. – № 2. – С. 38.
10. *Янковский К. В., Мухарь А. И.* Организация инвестиционной и инновационной деятельности. – СПб.: Питер, 2007. – 448 с.
11. *Филимонова Н. М., Моргунова Н. В., Потёмкин А. И.* Современные направления повышения эффективности инновационной деятельности на предприятиях // Экономический анализ: теория и практика. 2010. № 33. С. 20–23.
12. Кластерный подход при переходе к инновационному типу экономического развития / Барышева А. В., Ерыгина Е. Г., Штебнер С. В. // Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. – 2014. №– 4 (352). – С. 149–153.

В. В. Красильщиков, Р. И. Кудряков,
М. А. Осетров, П. А. Осетров

Владимирский филиал Российского университета кооперации

О КЛАССИФИКАЦИИ ПОДПИСЧИКОВ ГРУППЫ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»

В современном информационном обществе роль социальных сетей стремительно возрастает. Наиболее востребованные социальные сети «ВКонтакте», «Фейсбук» (*Facebook*), «Твиттер» (*Twitter*), «Инстаграм» (*Instagram*), предлагая человеку широкий спектр развлечений и средств общения, являются, вместе с тем, мощными инструментами воздействия и контроля за его деятельностью. Это качество социальных сетей используется в экономических, маркетинговых целях большинством малых, средних и крупных компаний различных сфер деятельности по всему миру [1]. Все они сегодня кроме официального сайта имеют не менее эффективные одноимённые группы в социальных сетях. В настоящей работе описывается подход к классификации подписчиков группы в социальной сети на основе оценки их позиции в группе. Этот подход может быть востребован для прогнозирования поведения подписчиков в исследуемой группе. В качестве платформы для проведения исследования была выбрана социальная сеть «ВКонтакте» в связи с её высокой популярностью среди молодёжи российского сегмента сети Internet. Объектом нашего исследования является множество страниц подписчиков группы «Blind pig bar» в социальной сети «ВКонтакте» предприятия общественного питания ООО «РУД ФУД» (г. Владимир). Предметом исследования – структура связей дружбы между страницами подписчиков группы.

Предприятие общественного питания ООО «РУД ФУД» существует с ноября 2014 года. В это же время была создана его группа «Blind pig bar» в социальной сети «ВКонтакте». В мае 2016 года число подписчиков группы составило 410 человек. Как удалось установить по открытым анкетным данным пользователей, среди подписчиков группы 230 лиц женского пола, 180 лиц мужского пола. Возрастной состав представлен на рисунке 1. Средний возраст – 24 года.

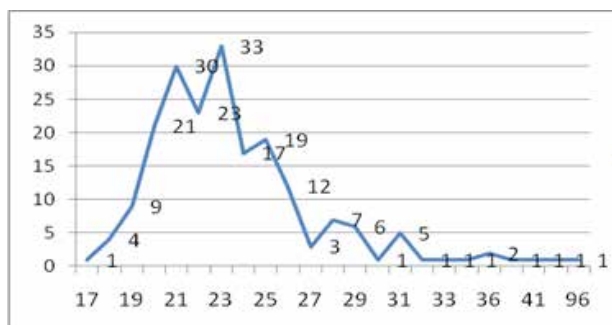


Рис. 1. Возраст подписчиков группы «Blind pig bar»

Для анализа структуры связей дружбы между страницами подписчиков группы «Blind pig bar» воспользуемся помощью математического моделирования сетей, основанного на теории графов и статистических методах [2]. С этой точки зрения под *социальной сетью* в данной работе будем понимать пару множеств: множество субъектов (подписчиков группы) и определённое на нём множество связей между субъектами (знакомства, дружбы). Формально такие сети удобно представлять в виде графа $G(V, E)$, в котором $V = \{1, 2, \dots, n\}$ – конечное множество вершин графа (множество субъектов) и E – множество рёбер графа, отражающих связи между субъектами.

Цель исследования состояла в анализе связей дружбы между страницами подписчиков группы и классификации их страниц на основе оценки их позиции в группе по различным признакам. В рамках поставленной цели одна из **задач** исследования состояла в построении визуальной диаграммы сообщества – графа (рис. 2) и его количественный и качественный анализ.

В процессе исследования было обработано 410 страниц подписчиков. Количество рёбер в неориентированном графе или размер сети – 1133. При анализе графа внимание было уделено связям дружбы, а не самим подписчикам (вершинам). Для анализа использовалась открытая программа Gephi, в которую была импортирована матрица смежности вершин графа социальной сети.

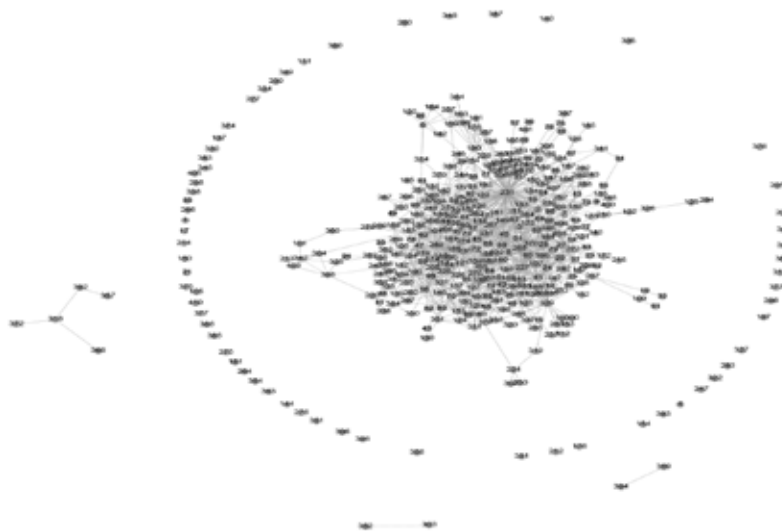


Рис. 2. Граф связей дружбы между страницами подписчиков группы «Blind pig bar»

Диаметр изучаемого графа – максимальное кратчайшее расстояние по всевозможным парам вершин графа – равен 8. Плотность графа – отношение числа имеющихся в графе рёбер к максимально возможному числу рёбер для данного графа – равна 2,7%. Указанные характеристики графа дают возможность оценить динамику развития отношений дружбы среди подписчиков группы.

Полученный граф многосвязный. В нём выделяется основная односвязная совокупность подписчиков, одна изолированная совокупность из 5 подписчиков, две диады и 63 изолированных подписчика, которые не имеют дружественных связей ни с одним другим подписчиком группы. Можно сделать вывод, что клиенты предприятия общественного питания имеют два противоположных мотива его посещения: 1) провести время в хорошей компании с друзьями, 2) провести время в своих размышлениях и не быть узнанным.

Теперь остановимся на количественных характеристиках вершин графа, которые могут быть положены в основание классификаций подписчиков. По величине характеристик все вершины можно разделить на классы с высоким, умеренным и низким их числовым значением. Нас будут интересовать вершины, относящиеся к классам с высоким либо низким значением характеристик.

Степень вершины подписчика позволяет оценить его статус внутри группы по количе-

ству связей с остальными участниками группы. Наибольшие степени имеют подписчики 231, 289, 227, 40, 20 (рис. 3). Выделяется вершина 231 – исполнительный директор данного предприятия общественного питания.

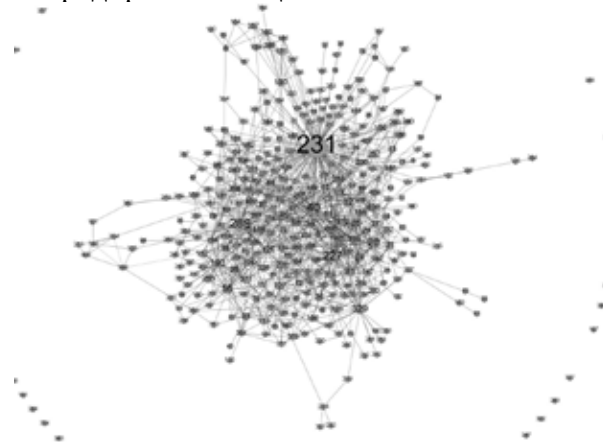


Рис. 3. Степени вершин графа

Локальный коэффициент кластеризации (*local clustering coefficient*) показывает, насколько хорошо связаны между собой соседи данной вершины [3]. Чем выше локальный коэффициент кластеризации, тем выше вероятность того, что данный участник входит в состав устойчивой группы. В нашем графе наибольшие значения принадлежат вершинам, имеющим совсем немного друзей, что говорит о наличии устойчивых микрогрупп посетителей. Вершина 231 – исполнительный директор предприятия испытывает дефицит стабильности группы, что объясняется изолированностью устойчивых микрогрупп посетителей (рис. 4).

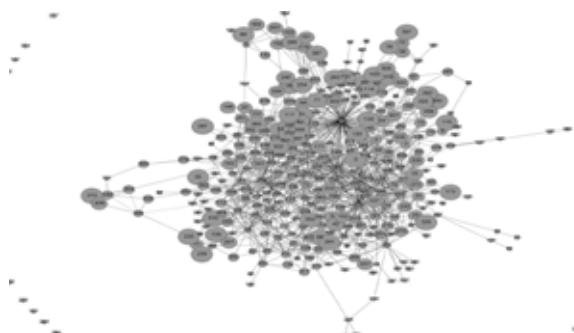


Рис. 4. Величины локального коэффициента кластеризации



Рис. 5. Величины центральности по собственному вектору

Центральность по собственному вектору (*eigenvector-centrality*) показывает вершины наименее удалённые от других в условиях сети со сложной структурой, учитывая зависимость между центральностью участника и центральностями его друзей [3]. Подписчики с высокой центральностью данного вида обладают властью генерации информации, организации мероприятий. Наибольшие значения имеют вершины 231, 252, 289, 227, 40 (рис. 5).

Предложенный в работе подход к классификации страниц подписчиков группы в социальной сети «ВКонтакте» позволяет выделить ключевых посетителей предприятия обще-

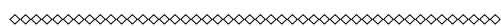
ственного питания и их особые коммуникативные качества. Для группы «Blind pig bar» – это подписчики с номерами 231, 252, 289, 227, 40, 20. Полученная информация позволяет осознанно и с большей результативностью проводить мероприятия по продвижению как группы в социальной сети «ВКонтакте», так и товаров и услуг предприятия. Среди мероприятий способствующих увеличению количества посещений предприятия общественного питания можно отметить сотрудничество с клиентами с высокими показателями центральности в группе «Blind pig bar», например, 252, 289, 227, 40, 20, с целью:

- 1) привлечения новых подписчиков-клиентов;
- 2) проведения мероприятий по сплочению и знакомству уже существующих подписчиков-клиентов.

При проведении указанных совместных мероприятий исполнительному директору рекомендуется использовать систему бонусов и поощрений для мотивации к действию подписчиков с высокими показателями центральности.

Для повышения эффективности предложенных мероприятий необходимо использовать методы SMM продвижения [4] за счёт увеличения количества полезной уникальной информации на стене группы. Это повысит привлекательность группы «Blind pig bar» (количество просмотров и репостов записей) в глазах целевой аудитории.

Описанный в работе подход к классификации страниц подписчиков группы в социальной сети «ВКонтакте» может быть использован при исследовании групп предприятий различных сфер деятельности.



Библиографический список

1. Micek D., Whitlock W. Twitter Revolution: How Social Media and Mobile Marketing Is Changing the Way We Do Business & Market Online. – Las Vegas : Xeno Press, 2008.
2. Губанов Д. А., Новиков Д. А., Чхартишвили А. Г. Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства. – М. : Издательство физико-математической литературы, 2010.
3. Newman M. Networks: An Introduction. – Oxford: Oxford University Press, 2010.
4. Сенаторов А. А. Битва за подписчика «ВКонтакте»: SMM-руководство. – М. : Альпина Паблишер, 2015.

Т. А. Лачинина, М. С. Чистяков

*Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ (г. Владимир)*

МАЛЫЙ БИЗНЕС КАК СТРУКТУРНЫЙ ЭЛЕМЕНТ РЕАЛИЗАЦИИ ПОЛИТИКИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ

Концепцией долгосрочного социально-экономического развития России до 2020 года в качестве стратегического направления определено вхождение нашей страны в ряд государств-лидеров мировой экономики. Для этого, наряду с развитием высокотехнологичного производства, основанного на 5–6 технологическом укладе, т.н. реиндустриализации, необходимо осуществить намеченную Правительством РФ концепцию импортозамещения, что коррелирует с национальной и экономической безопасностью государства. Безусловно, воплощение в жизнь данных стратегически важных направлений (реиндустриализация, импортозамещение) невозможно без реформирования институций нашего общества, к которым относится малый и средний бизнес, фокусирующий на себе всё большую значимость в экономике России.

Законодательство РФ под малым бизнесом (МБ) понимает предприятия с численностью до 100 человек; доля юридических лиц (лица) до 25%; выручка от деятельности не превышает 400 млн рублей. По данным Российской газеты № 993(14) от 14 апреля 2015 года, доля малого и среднего бизнеса в ВВП РФ составляет 20%. В развитых государствах доля малого бизнеса составляет порядка 70–80%. По мнению ряда экспертов, именно малое предпринимательство составит основу организационно-правовой структуры шестого технологического уклада.

С целью эволюционного развития и повышения значимости МБ в экономике экспертное сообщество проводит исследования, на различных дискуссионных площадках обсуждается проблематика и перспективы дальнейшего формирования предпринимательства, роль российского бизнеса в социально-экономическом развитии страны. Вместе с тем не наблюдается конструктивного сдвига по данному вопросу – если судить по количественным показателям, доля малого

бизнеса в ВВП не превышает 25%. Данный застой в развитии длится уже на протяжении последних 10 лет.

Между тем в рейтинге благоприятности условий ведения бизнеса DOINGBUSINESS, составленном на основе мониторинга 10 показателей, РФ поднялась на рекордное для себя 51 место в 2015 году (из 189) с зафиксированным среднелюдским годовым доходом наблюдаемых территорий 13210 долларов США (по текущему курсу примерно 850 тыс. рублей). Напомним, повышение позиции страны в рейтинге благоприятности условий ведения бизнеса, соответствует росту благоприятности деловой среды для открытия и функционирования предприятий. Правительству РФ едва не удалось выполнить поставленную Президентом задачу – иметь рейтинг по итогам 2015 года не ниже 50 [2,114].

Что касается «самочувствия» бизнес-сообщества на местах (на региональном уровне) эксперты, занимающиеся исследованиями в области развития предпринимательства, отмечают ухудшение состояния условий ведения бизнеса в данный период времени (2014–2015 гг.). Непростая экономическая ситуация в стране, обострившаяся, в т.ч., санкционным давлением Запада, снижением цен на углеводороды, отразилась на росте издержек, снижением прибыли. Определённая доля предпринимателей завершила свою деятельность из-за убыточности своего бизнеса.

Тем самым приходится признать существенное отличие объективных данных мониторинга, признанной и авторитетной организации (Всемирного банка) и субъективных оценок бизнес-сообщества РФ, видимых показателей «самочувствия». С целью дальнейшего полезного использования данных мониторинга Всемирного банка в процессе эволюционного развития малого и среднего бизнеса необходимо выяснить причину, источник столь противоречивых данных. Почему при положительной рейтинговой оценке

условий ведения бизнеса в России наблюдаются сложности и ухудшение состояния дел у отечественного бизнеса?

По данным DOINGBUSINESS российский бизнес имеет наилучшие позиции по следующим показателям (выше средней 51 позиции):

1. Мероприятия по регистрации предприятий и собственности;
2. Доступ к электроснабжению;
3. Получение кредитно-финансовых и банковских услуг;
4. Взаимовыгодное исполнение контрактов и договорённостей.

Приведённые показатели относятся, прежде всего, к организационным моментам формирования и развития бизнес-проекта, и в меньшей степени – к дальнейшему функционированию предприятия.

Отмеченная положительная динамика в сфере предоставления кредитных услуг одновременно сочетается с ограниченной доступностью финансовых ресурсов по ценовому показателю (процентная ставка кредита). «Уровень процентных ставок значительно выше рентабельности бизнеса (примерно 9% по экономике, 3,5% по МБ в 2014 году). Кредитные портфели банков в течение последнего года значительно сократились. По малому бизнесу совокупный портфель кредитования сократился почти в 1,5 раза. Требования к заёмщикам значительно возросли, выдача упала. Банки, чтобы зафиксировать величину и доходность портфеля пошли в первой половине 2015 года на беспрецедентное одностороннее повышение процентных ставок по действующим договорам с одновременным продлением сроков кредитных договоров, с целью сохранения величины ежемесячного платежа. Таким образом, реальный спрос платёжеспособных заёмщиков оказался насыщенным, а экономика на грани делевериджа» [2, 114–115]. В условиях сложной экономической обстановка в стране банковская система столкнулась с сокращением числа платёжеспособных заёмщиков (клиентов), тем самым уменьшилось количество кредитных денежных средств, задействованных в малом и среднем бизнесе.

На сегодняшний день минимальная процентная ставка по кредитам для МБ составляет 15–17%. Отметим необходимость соответствия требованиям банка для заёмщика. Принимая

во внимание рентабельность ведения легального бизнеса, банковская услуга в виде кредита вносит свою лепту в убыточность малого предпринимательства, либо предрекает его на существование на грани выживания.

К факторам, затрудняющим ведение бизнеса, следует отнести: снижение потребительского спроса и платёжеспособности населения; падение ВВП/ВРП; инфляцию (по данным Росстата 12,9% в 2015 году); перманентный рост издержек производства; девальвацию рубля и неустойчивый валютный курс; налоговую нагрузку на бизнес; слабо развитую инфраструктурную поддержку; зависимость от крупных компаний и холдингов; недостаточное информирование бизнеса о конъюнктуре рынка. Предприниматели отмечают пристальное, часто необоснованное, внимание к своим предприятиям со стороны фискальных органов и контролирующих структур. Многие представители бизнеса подчёркивают достаточно низкий уровень развития цивилизованной конкуренции.

Между тем необходимо упомянуть о важности развития малого и среднего бизнеса не только с экономической точки зрения, но и с социальной, поскольку предпринимательство формирует рабочие места, способствует возможности самообеспечения граждан своих потребностей, пополняет бюджет через налоговые платежи, идущие, в т.ч., и на социальные нужды.

В текущей экономической ситуации многие предприниматели отказываются от дальнейшей бизнес-деятельности, а в качестве альтернативы выбирают сохранение оставшихся активов в виде размещения их на банковских депозитах; приобретения валютных средств; перехода в разряд арендодателей. Такая позиция является контрпродуктивной и не способствует реализации политики импортозамещения и, в конечном итоге, развитию национальной экономики.

В качестве мер, способствующих качественному улучшению состояния малого и среднего бизнеса можно предложить следующее:

1. Совершенствование государственной и региональной политики развития и поддержки предпринимательства, к которым необходимо отнести льготное кредитование, государственный и муниципальный заказ на товары и услуги у малого бизнеса;

2. Создание определённого информационного поля – статистические, юридические и иные ресурсы: каталоги, справочники, реестры и прочее;

3. Привлечение предпринимателей к таким формам деятельности как: ремонт и строительство дорог, ЖКХ, социальная сфера;

4. Развитие экономических отношений и форм деятельности – кооперации, лизинга, аутсорсинга, франчайзинга;

5. Финансовая поддержка в виде грантов для начинающих предпринимателей; субсидирование затрат при выполнении социально значимых работ; доступное кредитование; государственные гарантии финансово-кредитным структурам.

Необходимо создать благоприятные условия для МБ в области правового обеспечения, приведение его в соответствие с международной практикой поддержки предпринимательства со стороны правоохранительных и надзорных органов. Тем самым данные мероприятия сделают невозможным возврат в 90-е годы XX века, когда бизнес испытывал давление со стороны данных структур.

Подводя итог краткого анализа имеющихся проблем развития и функционирования

малого и среднего бизнеса, хотелось бы отметить, что для государственного управления необходимо перейти от декларированного и проектного подхода в своей деятельности к подходу процессному – созидательных действий по непрерывному улучшению экономической обстановки в стране. Необходимо сочетание новых принципов управления, основанных на современных реалиях, и сложившихся мер регулирования, уже зарекомендовавших себя как эффективный инструментарий.

Государственная политика в области предпринимательства должна быть ориентирована на формирование благоприятных условий и созидательного вектора развития малого и среднего бизнеса [3]. Ведь от МБ зависит стабильность социально-экономического развития, а значит – устойчивость общественно-политической жизни в стране. При этом основная задача власти не состоит только в исключительной поддержке бизнеса. Фундаментальная основа ключевых задач государства – повышение и поддержание на должном уровне качества жизни, развитие образования, науки, здравоохранения, экономической и социальной инфраструктуры, обеспечение правопорядка.

Библиографический список

1. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации : федер. закон от 24 июля 2007 г. №209-ФЗ // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2007. – № 31, ст. 4006.
2. Орлов С. Н. Перспективы развития бизнеса в России / С. Н. Орлов // Актуальные проблемы развития России и её регионов : материалы II Всерос. науч.-практич. конференции. – Т. 2. – Курган : ООО «Типография «Дамми», 2016. – 372 с.
3. Филимонова Н. М. Разработка модели государственной поддержки малого предпринимательства в регионе // Научные труды Вольного экономического общества России. – 2014. – Т. 187. – С. 248–258.

А. А. Марченко, С. О. Павленко
*Институт экономики и менеджмента
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени А.Г. и Н.Г. Столетовых»*

РЕПУТАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Предпринимательский успех, как правило, отождествляется с высокими показателями коммерческой результативности бизнеса. Однако, при этом упускаются из вида пространственно-временные аспекты, определяющие условия достижения коммерческого успеха. В частности, существенное влияние на эффективность бизнеса оказывают масштабы и специфика рынка, особенности покупательской аудитории и тенденции ее развития, уровень конкурентного соперничества, структура и динамика маркетинговой макросреды. Использование маркетингового подхода в предпринимательской деятельности является непреложным условием и универсальным инструментом, обеспечивающим успешность бизнеса.

Парадигма современной концепции маркетинга взаимоотношений базируется на принципиальном изменении характера взаимодействия участников коммерческого процесса: продавца и покупателя. Оно заключается в замене модели соперничества участников сделки, при которой всегда один из них оказывается победителем, а другой – проигравшим (это объясняется антагонистическими противоречиями целей участников сделки, описываемыми классическими представлениями о законах спроса и предложения), на модель сотрудничества, в рамках которой обе стороны достигают своих целей в условиях компромисса. В конечном итоге такая концепция рыночных отношений позволяет формировать долговременную основу взаимовыгодных доверительных отношений между участниками процессов коммерческих обменов.

Именно доверие является самым важным общественным ресурсом, поскольку отсутствие доверия является непреодолимым препятствием для каких-либо осознанных действий. Как правило, доверие формируется на прошлом опыте субъекта (индивида или ор-

ганизации) отношений, подтверждающем, что данный агент рынка оправдал связанные с его действиями надежды в прошлом. Это вселяет уверенность в сознании стейкхолдеров, что действия партнера будут соответствовать их ожиданиям и в будущем. Таким образом, доверие является основой настоящих отношений и одновременно обеспечивает гарантии для будущих отношений.

Однако, выстраивание доверительных отношений с контрагентом исключительно на основе собственного опыта весьма затруднительно (исходя хотя бы из соображений экономии затрачиваемых ресурсов и времени), поэтому приходится пользоваться рекомендациями и суждениями из других источников. Эти рекомендации, однако, есть не что иное, как репутационные оценки, которые играют главную, а в большинстве случаев даже решающую, роль в принятии конкретного решения. Доверие к тем, с кем мы взаимодействуем, основывается на суждениях других (напрямую или косвенно, например, через медиа).

В соответствии с авторитетным мнением Айзенеггера [1], репутация любого субъекта (индивидуума, сообщества, организации, фирмы) имеет три измерения – функциональное (объективное), социальное (нормативное, этическое) и эмоциональное (личностное, эстетическое). Функциональная репутация субъекта формируется в рамках той или иной функциональной системы (политика, экономика и т. д.) и определяемых в ней целей и критериев эффективности; она основана на объективных фактах и оценивается количественными параметрами. В частности, в экономике функциональная репутация компании определяется показателями профессиональной деятельности фирмы, то есть в конечном счете прибылью.

Социальная репутация субъекта выражает общественное признание того, что этот субъект

ект следует принятым в обществе нормам, как писаным, так и неписаным, разделяет принятые обществом ценности и проявляет заботу об общем благе. Айзенеггер считает данную компоненту репутации субъекта самой важной и одновременно самой трудной для поддержания в связи с новой сетевой парадигмой распространения мнений и сведений, а также вследствие мирового экономического кризиса, переросшего в общий кризис доверия: «Репутационные потери в общественной сфере приносят носителю репутации гораздо больший ущерб, чем объективные репутационные потери в функциональной сфере. Ибо сомнения в функциональной компетентности субъекта могут быть развеяны демонстрацией новых успехов; напротив, негативно воспринимаемые моральные аспекты его деятельности имеют намного более длительное влияние на его репутацию и, как правило, могут быть устранены только такими радикальными мерами, как публичное признание своих ошибок» [1].

Современная концепция корпоративной социальной ответственности (КСО), используемая с 70-х годов прошлого века, в настоящее время приобрела фундаментальное значение во взаимоотношениях между экономикой, государством и обществом. Многократно возросшее внимание к социальной ответственности корпораций и в той же мере возросшие требования к ним вызваны, с одной стороны, длинной чередой экологических катастроф, с другой стороны – деятельностью союзных органов объединенной Европы, и, наконец, существенно обострили ситуацию последствия мирового финансового кризиса 2008 года.

Трехмерная репутационная модель, называемая пирамидой Кэрролла, состоит из четырех уровней. Основанием пирамиды служит экономическая ответственность компании (прибыльность), а на следующих восходящих уровнях представлены: юридическая ответственность (законопослушность); этическая ответственность (соответствие требованиям общественной морали); благотворительность и филантропия (наличие социально значимых нерегламентированных формально или косвенно достижений). Как отмечают специалисты [2], только первые два уровня обязательны; этическая ответственность корпорации всего лишь ожидаема, а благотворительность

и вовсе охарактеризована как желательное дополнение.

КСО включает в себя социально ответственные взаимоотношения со всеми заинтересованными сторонами, как внутренними, так и внешними (сотрудниками, клиентами, соседями, НГО, государственной властью и т. д.) [2].

Понятие социальной ответственности меняется в зависимости от времени и места. Первым требованием к социально ответственной компании является обеспечение безопасности труда и следование экологическим нормам на собственном основном производстве. Репутация должна постоянно обновляться, поддерживаться, демонстрироваться, доказываться перед соответствующими референтными группами, ожиданиям которых надо соответствовать. Согласно теории коммуникативного действия Хабермаса, к ней применим тройственный анализ – в плане рациональном, нормативном и экспрессивном (это соответствует айзенеггеровской триаде функциональной, социальной и эмоциональной репутации).

Наконец, эмоциональная репутация субъекта – это совокупность таких субъективно или даже эстетически оцениваемых его качеств, как привлекательность, непохожесть на других, запоминаемость. Айзенеггер предостерегает от чрезмерного культивирования этой стороны корпоративного имиджа, в особенности если она строится на «культе личности» директора, поскольку любые изменения в руководстве априори связаны с репутационным ущербом [1].

Корпорации должны концентрироваться в первую очередь на экономических, затем на социальных аспектах собственного производства и в гораздо меньшей мере – на социальных инициативах, внешних по отношению к их бизнесу.

Общепринятым является представление о роли репутации в рыночных взаимоотношениях, как источнике с помощью которого восполняется недостаток объективных сведений о контрагенте. При наличии у контрагентов всех необходимых сведений друг о друге, а также времени и средств на составление полного и недвусмысленного контракта в принципе отпадает необходимость и в репутации, и в механизмах регулирования. На практике, однако, такого не бывает никогда – по причине, в частности, несимметричного владения контрагентами

информацией друг о друге, а также невозможности знать заранее все, что касается будущего исполнения контракта. Поэтому приходится принимать в расчет репутацию контрагента – как при его выборе, так и при составлении и интерпретации заведомо неполного контракта с ним. Репутация контрагента применительно к конкретному контракту – это совокупность сведений о том, как им были выполнены сходные контракты в прошлом, и проекция этого прошлого опыта на будущий контракт.

Поскольку, однако, в большинстве случаев такие сведения отсутствуют или незначительны, их недостаток восполняют механизмы государственного регулирования. Регулятор предоставляет заинтересованной стороне сведения, подтверждающие что потенциальный контрагент соответствует таким-то формально установленным регламентам (нормам и стандартам). Это обеспечивает некоторую степень уверенности в том, что с таким агентом можно заключить контракт. На рынках высокой степени сложности (каковыми являются, в частности, все финансовые рынки) без регулирования обойтись невозможно.

Однако, регламенты могут быть неполными или некачественно проработанными, а процедура проверки на соответствие им – формальной или просто отсутствовать. Таким образом, регулирование рыночных отношений приносит пользу, только если регулятор успешно справляется со своими обязанностями. А поскольку сведений об этом у заинтересованной стороны, как правило, бывает еще меньше, чем сведений о конкретных потенциальных контрагентах, то доверие к тем из них, кто считается выполняющим регламентные требования, оказывается основанным на доверии к самому регулятору – то есть на репутации последнего.

Слепое доверие к регулятору и выдаваемым им лицензиям и сертификатам может, таким образом, исказить рынок, давая преимущество тем игрокам, кто лишь формально, но не по сути соответствует всем правилам и стандартам. Как справедливо полагают специалисты [2] возникает эффект, описанный в так называемой клубной теории, согласно которой регулирование дает незаслуженное преимущество фирмам, предпочитающим по чисто экономическим соображениям следовать букве стандарта (что дешевле), а не его

духу, и в конечном счете отбирает наихудших. В период экономического кризиса такие искажения рынка могут даже способствовать расширению и углублению кризисных явлений. Отсюда естественно возникает «либеральная» идея – поскольку плохое регулирование хуже, чем отсутствие регулирования, целесообразно вообще отказаться от регулирования («дерегулирование рынка») [2].

Регулирование, по мнению специалистов [3], сродни страхованию, поскольку оно тоже дает некоторую гарантию относительно рисков, связанных с контрактом. Однако, услуга страховщика платная, и в случае возникновения страхового случая (например, нарушения контракта другой стороной или ее банкротства) страхователь получает от него компенсацию. Использование системы государственного регулирования осуществляется бесплатно, но и на компенсацию здесь нельзя рассчитывать. Ответственность регулятора, так сказать, не монетизирована: «регулятор создает надежды, но не берет на себя ответственности».

В случае системного кризиса, однако, регулятору, то есть государству, приходится принимать экстраординарные меры, такие как поддержка некоторых банков или целых секторов экономики. Эту поддержку, в свою очередь, можно считать грубым искажением рыночных механизмов и едва ли не очередным отбором наихудших: крупные банки или корпорации, проводившие неосторожную политику, в результате которой они должны были бы обанкротиться, получают массивную помощь от государства, в то время как те, кто работал лучше и успешнее, остаются в условиях кризиса без поддержки. В преддверии кризиса многие могут даже заранее рассчитывать на будущую помощь государства, продолжая вести рискованную финансовую политику. Поэтому, как отмечают специалисты [2], «принятие регулятором на себя ответственности за подававшиеся в прошлом неверные сигналы качества может считаться только временной и экстраординарной мерой».

Сфера государственного контроля и регулирования должна расширяться и совершенствоваться. В долгосрочной перспективе следует усовершенствовать сами механизмы введения правил и стандартов, и в особенности контроля их обязательного исполнения. В период кризиса, однако, приходится прини-

мать временные решения; они могут состоять, во-первых, в уточнении существующих правил и стандартов, а во-вторых, в уточнении процедур контроля за их применением, как правило, неточно и неполно определенных.

Финансовый кризис 2008 г. всерьез (и вполне заслуженно) обвалил и репутацию других учреждений, контролирующих наряду с государством-регулятором финансовое здоровье банков и корпораций: речь идет об аудиторских фирмах, рейтинговых и тому подобных агентствах, активно влияющих своей репутацией на репутацию своих клиентов. Поэтому данная сфера, в свою очередь, должна более строго регулироваться государством.

Поддержание хорошей репутации требует постоянного отслеживания возникающих разрывов между опытом и ожиданиями и между заявлениями и реальностью, что позволяет использовать с этой целью методы управления рисками. Для управления рисками их надо классифицировать, определить для каждого риска его вероятность, приоритетность его устранения и используемые для этого методы. Репутационный риск может быть вызван, в том числе, партнерством с другими фирмами, а также контрактами с субподрядчиками. Причины появления или усиления тех или иных репутационных рисков связаны с наступлением рискованного события, то есть несоответствиями и напряжениями между различными сторонами, заинтересованными в деятельности компании, в том числе ее собственными сотрудниками. Разумеется, при столь широкой трактовке любой бизнес-риск может считаться риском для репутации; на самом деле, конечно, риск становится репутационным только если о нем (а точнее – о том, что уже реально произошло) становится известно широкой публике или заинтересованным сторонам. Чем свободнее циркулирует информация, тем больше различных рисков становятся таким образом рисками для репутации компании – что и происходит в настоящее время [4].

Наибольшим рискам подвержены глобальные корпорации. Почти ни одна большая корпорация не смогла удержать свою социальную репутацию на достаточно высоком уровне. Напротив, компании, действующие в местном или региональном масштабе, бывают гораздо более успешными в общественной сфере.

В целом секрет положительной репутации состоит в поддержании труднодостижимого баланса между, с одной стороны, требованиями своей профессии и общественной морали, а с другой стороны – необходимостью выделяться в плане эмоциональной оценки. Размежевание с конкурентами представляет собой очень важный аспект: забота о собственной репутации иногда требует идти против господствующего в обществе мнения, оставаясь верными тому образу, который сложился ранее. Например, те банки, которые в последние годы смогли противостоять давлению индустрии финансовых дериватов, сохраняя верность более долгосрочным инструментам и более стабильным целям, оказались в прибыли, по крайней мере во время нынешнего финансового кризиса.

Мы являемся свидетелями процесса того, как между экономикой, государством и обществом возникает новый тип отношений. В контексте сегодняшнего кризиса репутация рыночной экономики падает, в то время как репутация политической сферы и государства укрепляется. Государство активно участвует в экономических процессах, государственная поддержка сегодня создает конкурентные преимущества для компаний, ею пользующихся. Имеется, однако, опасность в том, что компании, получившие государственные гарантии, будут пользоваться все большим доверием, в то время как компании, не нуждающиеся в таких гарантиях – потому что ранее были более осмотрительными, – потеряют доверие.

По оценкам специалистов [1], имеется достаточно оснований для предположения, что неолиберальная эпоха подходит к концу. Причина этого, однако, не только в возобновлении интереса к государству. Более важной причиной явилось падение репутации правящей мировой бизнес-элиты как на социальном, так и на функциональном уровне. Это особенно ясно показывает «дискуссия о жуликах» (по выражению Абцокера) – обсуждение допустимых размеров оплаты корпоративного руководства. Нацеленность на увеличение дивидендов по акциям, преследование краткосрочной выгоды, неоправданно высокая оплата менеджмента (плюс бонусы) – все это представляется сегодня основными причинами безответственного отношения к рискам, приведшего всю экономическую систему на край пропасти.

Как следствие неолиберальные критерии успеха оказались развенчанными. Уровень доверия к компаниям, успешно сочетавшим экономический успех с социальной ответственностью и всегда ориентировавшимся на достижение устойчивого развития, в период кризиса сильно вырос. Неудивительно, что региональные компании и рабочие места на местном уровне снова становятся

популярными, в то время как финансовый капитализм и идеология максимизации прибыли акционеров переходят в глухую оборону.

Кризис доверия такого гигантского масштаба, как тот, что происходит сейчас, может вызвать фундаментальные изменения в обществе. В ближайшее время, несомненно, нас ждут весьма увлекательные события.

Библиографический список

1. *Марк Айзенеггер*. Доверие и репутация в эпоху глобализации // Интелрос. – 2014. – № 1 (58).
2. *Кирилл Великанов*. Репутационный капитал. Завоевание и поддержание доверия в XXI веке // Интелрос. – 2014. – № 1 (58).
3. Основы репутационного менеджмента : учеб. пособие / К. Н. Тендит. – Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВПО «КнАГТУ», 2013. – 85 с.
4. *Трусов Г.* Репутационный капитал. – URL: <http://www.ria-stk.ru/ds/adetail.php?ID=8482>.

О. В. Мельникова*Ивановский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова*

ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ ДЛЯ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛЫХ ГОРОДОВ

В Российской Федерации на начало 2013 года в 1100 городах проживало 97,5 млн чел., в том числе в малых городах 16,5 млн чел. Малые города, включая монопрофильные, в условиях огромной территории страны и неравномерности освоения играют важную роль, обеспечивая территориальное и социально-экономическое единство и целостность. Роль малых городов заключается в интеграции пространства городской и сельской среды в производственном, транспортном и социально-инфраструктурном отношениях. Малые города представляют собой определённый каркас страны, тем самым они и должны выступать как территориальные точки роста. Не стоит забывать, что существуют такие территории, где крупные города вовсе отсутствуют (Восточная Сибирь, Забайкалье и Дальний Восток). В этой связи возникает вопрос об увеличении роли малых городов в аспекте долгосрочного развития страны. Так, именно малые города являются «точками роста» активно модернизирующихся регионов.

В условиях современного развития общества убывание малых городов является негативной тенденцией в современном развитии российского общества. Признание этой проблемы и полное бездействие «открывает путь к разрушению всей исторически сложившейся системы расселения, к опустошению огромных пространств, что может поставить вопрос о существовании самой Российской Федерации, ибо государство с чрезвычайно редкой, в отличие от окружающих стран, сетью городов и исчезающей деревней, оставшись без небольших городов и посёлков, неизбежно превратится в фактически безлюдную территорию» [2]. По этой причине основной точкой внимания и становятся малые города.

Ещё в 1972 году Б. С. Хорев отмечал «трудности роста» небольших городов. В своём труде «Малый город» он выделяет такие основные проблемы как «рациональное использование трудовых ресурсов, уозость сферы при-

ложения труда, диспропорции в применении женского и мужского труда, проблемы миграции населения, нарушение половозрастной структуры населения, падение рождаемости, замедленное развитие малых городов, трудности в решении задач благоустройства городов и недостатках материальных и финансовых ресурсов, проблемы модернизации производства, вопросы формирования современной инфраструктуры и повышения уровня жизни населения, проблемы воспитания подрастающего поколения и трудоустройство молодёжи, вопросы взаимосвязи с сельской периферией, роль небольших городов в формировании крупных городских агломераций и регулировании роста больших городов и т.д.» [4].

Прошло более сорока лет, но трудности малых городов не иссякли, а наоборот, прибавились и «обросли» новыми проблемами. Можно выделить следующие современные трудности малых городов и моногородов:

- низкий уровень конкурентоспособности (ограниченность экономической структуры, дефицит финансовых ресурсов, отсутствие высококвалифицированных кадров);
- наличие монопроизводств, их технологическая отсталость, высокий физический износ фондов, низкая производительность труда, высокие затраты на производство продукции;
- неблагоприятная демографическая ситуация и высокий уровень миграции активной части населения;
- низкий уровень среды обитания (устаревший жилой фонд, высокий уровень износа инженерной инфраструктуры);
- невысокий уровень систем образования и здравоохранения;
- неразвитость транспортной инфраструктуры (состояние дорог, недостаток общественного транспорта);
- запущенность историко-архитектурного наследия и потеря в связи с типовым строительством 60–70-х годов исторического своеобразия.

Но кроме негативных тенденций развития малых городов, можно выделить и преимущества их функционирования:

- резерв территорий для размещения промышленного, транспортного и жилищного строительства;
- более низкие цены на землю, объекты недвижимости, рабочую силу;
- хорошая экологическая обстановка;
- наличие уникальных природно-ландшафтных объектов и памятников историко-культурного наследия;
- тесная связь с прилегающими сельскими поселениями и возможность влияния на уклад их жизни.

К преимуществам малых городов также можно отнести сильные коммуникативные связи (люди знают друг друга, местная власть более тесно связана с населением) и более высокая личная ответственность власти.

Для преодоления протекающих тенденций необходимо принять меры для сохранения небольших городов, что обуславливает формирование стратегии управления, направленной на поддержание жизнеспособности малых городов на территории Российской Федерации и в частности Ивановской области.

Термин «стратегическое управление» сформировался в конце 60-х годов XX в. с целью показать отличие управленческой деятельности на высшем уровне по постановке и реализации долгосрочных целей от управления текущей производственной деятельностью фирмы. Своё развитие концепция стратегического управления получила в работах таких зарубежных авторов, как И. Ансофф, Х. Виссема, Г. Минцберг, Д. Хасси. Весьма существенный вклад в развитие науки о стратегическом управлении вносят также и российские авторы – О. С. Виханский, В. С. Сизов, Р. А. Фатхутдинов и др.

Основываясь на опыте российских компаний, эти авторы попытались взглянуть на стратегический менеджмент сквозь призму реалий российской экономики.

Стратегическое управление – это [1]:

- 1) набор решений и действий по формированию и выполнению стратегий, разработанных для того, чтобы достичь целей организации (Дж. А. Пирс и Р. Б. Робинсон);
- 2) процесс установления и определения связи организации с её окружением, прояв-

ляющийся в достижении поставленных целей и попытках достичь желаемого состояния взаимоотношений с окружением посредством такого распределения ресурсов, которое позволило бы результативно действовать организации и её подразделениям (Д. И. Шендел и К. Дж. Хаттен);

3) процесс управления с целью осуществления миссии организации посредством управления взаимодействием организации с её окружением (Дж. М. Хиггенс);

4) такое управление организацией, которое опирается на человеческий потенциал как основу организации, ориентирует производственную деятельность на запросы потребителей, гибко реагирует и проводит своевременные изменения в организации, отвечающие вызову со стороны окружения и позволяющие добиваться конкурентных преимуществ, что в совокупности даёт возможность организации выживать в долгосрочной перспективе, достигая при этом своих целей (О. С. Виханский);

5) непрерывный процесс решения пяти задач. Первые три – развитие (разработка стратегического видения и миссии компании), определение целей, формирование стратегии – представляют, по их мнению, процесс стратегического планирования. Четвёртая (осуществление стратегического плана) и пятая (оценка деятельности, анализ изменений с последующей корректировкой стратегии) задачи дополняют первые три задачи, достраивая процесс стратегического управления (стратегического менеджмента) как единого целого (А. А. Томпсон и А. Дж. Стрикленд) [1] и др.

Стратегическое управление – это наиболее широкое (комплексное) понятие, включающее в себя и стратегический маркетинг, и стратегическое/ долгосрочное планирование, и контроль реализации стратегии. В некоторых трудах в подсистемы стратегического управления включают и оперативное управление реализацией стратегических планов, как, например, в работе д.э.н., проф. Р. А. Фатхутдинова «Стратегический менеджмент». Другие учёные И. Ансофф и Г. Минцберг при определении содержательной стороны стратегического управления рассматривают методологию, как состоящую из двух взаимодействующих подсистем:

- 1) управление стратегическими возможностями, включающее анализ и выбор «стра-

тегической позиции», или «запланированная стратегия»;

2) оперативное управление проблемами в реальном масштабе времени, позволяющее городам реагировать на неожиданные изменения, или «реализуемая стратегия».

На современном этапе регионального развития практически все города и крупные и малые стали разрабатывать стратегии, отражающие перспективы развития на заданный период. В большинстве стратегий городов, так или иначе затрагиваются вопросы внутри регионального партнёрства как важного направления содействия экономическому [1].

Б. С. Жихаревич, изучая опыт стратегического планирования, отметил, что города можно рассматривать как сложные предприятия, в управлении которыми применимы те же инструменты менеджмента, что и в частном секторе. Соответственно стратегии развития города строятся по образцам стратегий бизнеса [1].

Города, как и предприятия, находятся в условиях конкуренции и борются за привлечение инвестиций и создание новых рабочих мест, т.е. в конечном счёте, за повышение уровня жизни и перспективы развития. Чтобы добиться этого, нужно постоянно искать и укреплять преимущества своего города, понимать, какие функции города могут и должны развиваться, что мешает продвижению к выбранной цели и как устранить препятствия. На данных критериях и должна основываться стратегия конкурентоспособного города.

Нужно иметь в виду, что существует набор целей, практически инвариантный для любого территориального объекта, отражающий преобладающие в современном мире воззрения на общечеловеческие ценности. Естественно, что документы типа стратегии или концепции носят вынужденно политический декларативный характер. В таких документах называются следующие цели и подцели: повышение уровня занятости (создание рабочих мест, устранение препятствий для вхождения на рынок труда, поддержка специфических групп населения), экономическое развитие (повышение общего уровня экономической активности, улучшение функционирования предприятий, укрепление и диверсификация общей структуры экономики, устранение слабых мест в отдельных секторах, улучшение социальных и культурных услуг, повыше-

ние способности адаптироваться к переменам в экономике), укрепление социального партнёрства (справедливое распределение эффекта от развития между всеми, слоями населения, содействие незащищённым социальным группам), развитие регионального партнёрства (усиление целостности и интеграция в регионе, обновление отдельных территорий, достижение экологической устойчивости экономики города, повышение привлекательности города как места для жизни), работы и инвестирования (улучшение качества жизни, поддержание качества окружающей среды), развитие партнёрства в реализации стратегии (обеспечение активного взаимодействия всех заинтересованных организаций и групп для достижения стратегических целей).

При разработке стратегического развития малого города можно использовать как довольно избитые стратегии, которые можно отнести к традиционным концепциям развития малых городов, так и инновационные стратегии, которые можно применять для повышения жизнедеятельности малых городов.

К традиционным концепциям стратегического управления развитием городов в полной мере можно отнести используемую в СССР с середины прошлого века концепцию построения Генеральных планов развития городов на основе пятилетних планов и основных направлений экономического и социального развития страны [2]. Известны стратегии, базирующиеся на применении методологии программно-целевого планирования и управления. Благодаря работам академиков Н. Н. Моисеева и Г. С. Поспелова в СССР была сформирована отечественная научная теория программно-целевого планирования социально-экономического развития страны и регионов. Целевые программы рассматривались как метод реализации важнейших функций государства [3].

Известны концепции стратегического управления, базирующиеся на применении методологии программно-целевого планирования и управления. Благодаря работам академиков Н. Н. Моисеева и Г. С. Поспелова в СССР была сформирована отечественная научная теория программно-целевого планирования социально-экономического развития страны и регионов. Целевые программы рас-

Для обеспечения комплексного подхода к жизнеобеспечению малого города предла-

Полноценное интегративное стратегическое развитие территорий станет возможным лишь тогда, когда для него будет создана соответствующая интеллектуальная, нравственная, мотивационная, психологическая и институциональная среда.

6. Чуб А. А., Дигилина О. Б. Формирование стратегии устойчивого развития региональных социально-экономических систем : монография / А. А. Чуб, О. Б. Дигилина ; Федеральное агентство по образованию, Гос. образовательное учреждение высш. проф. образования Владимирский гос. пед. ун-т. – Владимир, 2007.

О. В. Мельникова, Н. В. Фомина, Е. В. Журавлёв
 Ивановский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова

АНАЛИЗ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Преобразования в политической, экономической и социальной областях, осуществляемые в государстве, предусматривают проведение активной социальной политики, которая должна основываться на правильно выстроенной системе приоритетов, поэтапном решении круга социальных проблем, выработке механизмов эффективного использования ресурсов, выделяемых на социальные цели, согласования обязательств государства и реальных возможностей для их финансирования. Важнейшим аспектом государственной социальной политики является социальная защита населения.

Финансирование системы региональной социальной политики практически из года в год возрастает, что наглядно прослеживается на рис. 1.

По данным рис. 1 прослеживается, бюджет Департамента формируется из средств федерального и областного бюджета, причём наибольшую долю денежных средств предоставляет областной бюджет. В 2011 году отмечено снижение поступления денежных средств из федерального бюджета на 0,2 млрд руб. по сравнению с 2010 годом. Уменьшение объёма финансирования Департамента из федерального бюджета произошло в результате сокращения федеральных средств на обеспечение жильём ветеранов Великой Отечественной войны 1941–1945 годов. В 2013 году федеральный бюджет также снизил на 0,2 млрд руб. финансирование, но это не имело отрицательного эффекта для Департамента, так как областной бюджет увеличил бюджет финансирования на 0,4 млрд руб.

В течение анализируемых периодов численность граждан, находящихся в трудной жизненной ситуации и получивших помощь от Департамента социальной защиты населения, возрастала, что наглядно прослеживается на рис. 2.

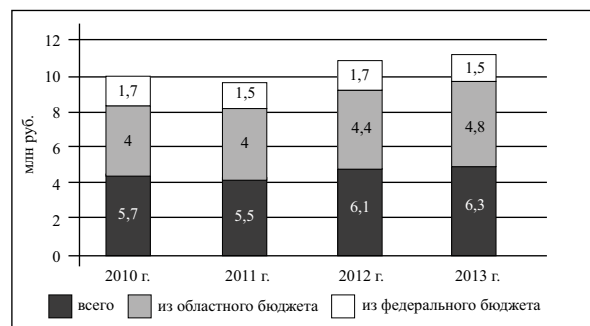


Рис. 1. Объем средств из консолидированного бюджета области на финансирование системы социальной политики в Ивановской области

Структура расходов Департамента социальной защиты населения Ивановской области представлена следующими направлениями:

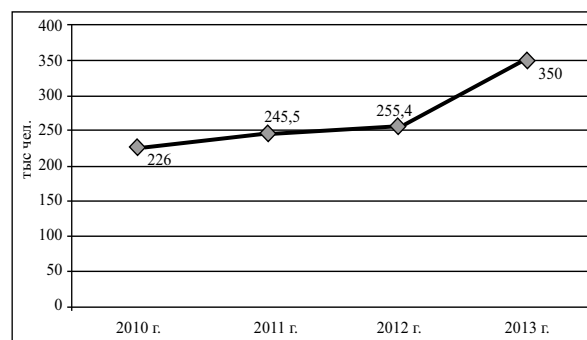


Рис. 2. Число жителей области, оказавшихся в трудной жизненной ситуации и получивших услуги от социальной защиты населения

• Расходы на меры социальной поддержки составили 3784,9 млн руб. или 68,5% от общего объёма расходных обязательств. Данная статья расходов распределяется по следующим направлениям:

- ветеранам труда;
- ветеранам труда Ивановской области;
- труженикам тыла;
- реабилитированным лицам и лицам, признанным пострадавшими от политических репрессий;
- многодетным семьям;
- на обеспечение жилищно-коммунальных льгот гражданам, включённым в федеральный регистр;

– на обеспечение жильём ветеранов, инвалидов и семей, имеющих детей-инвалидов.

Объём выплаченных ежемесячных пособий на ребёнка составил 129,9 млн руб. (3,4%), выплат при устройстве детей на семейные формы воспитания – 192,4 млн руб. (5,1%), на предоставление субсидии на оплату жилья и коммунальных услуг – 543,6 млн руб. (14,4%), ежемесячных выплат донорам – 97,5 млн руб. (2,6%), выплат беременным жёнам и детям военнослужащих, проходящих военную службу по призыву – 13,4 млн руб. (0,4%).

На предоставление мер социальной поддержки отдельным категориям работников учреждений социальной сферы и иных учреждений в сельской местности и посёлках направлено 107,0 млн руб. (2,8%), мер социальной поддержки по обеспечению полноценным питанием беременных женщин и кормящих матерей – 2,5 млн руб. (0,1%).

• Расходы на функционирование учреждений системы социальной защиты населения:

- 44 государственных учреждения социального обслуживания;

– 15 государственных образовательных учреждений для детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей.

• Обеспечение отдыха и оздоровления детей.

• Долгосрочная целевая программа «Дети Ивановской области» на 2009–2013 годы», включая обеспечение жильём детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, не имеющих закреплённого жилого помещения.

• Обеспечение деятельности исполнительных органов государственной власти.

• Прочие расходы.

С 2013 года появляется новая статья расходов у Департамента, которая связана с разработкой и реализацией Федеральной долгосрочной целевой программы «Формирование доступной среды жизнедеятельности для инвалидов и других маломобильных групп населения в Ивановской области» на 2013–2017 годы. Объём финансирования составил 1,7 млн руб.

Динамику изменения расходов по основным статьям можно изучить в табл. 2.

Таблица 2

Динамика финансового обеспечения расходов по отдельным направлениям деятельности системы социальной защиты населения Ивановской области, млн руб.

Статья расходов	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	Темп роста 13/10, %
Расходы на меры социальной поддержки	3955,2	3784,9	4250,0	4200,3	106,2
Расходы на функционирование учреждений системы социальной защиты населения	1197,7	1091,5	1179,3	1342,3	112,1
Обеспечение отдыха и оздоровления детей	238,2	243,0	255,3	265,8	111,6
Долгосрочная целевая программа «Дети Ивановской области» на 2009–2013 годы»	39,2	88,8	94,3	163,2	416,3
Обеспечение деятельности исполнительных органов государственной власти	228,9	256,0	281,0	316,5	138,3
ДЦП «Формирование доступной среды жизнедеятельности для инвалидов и других маломобильных групп населения в Ивановской области» на 2013–2017	-	-	-	1,7	100
Прочие расходы	61,9	58,5	48,4	81,5	131,7

В отчётном году расходы по всем группам возрастают, что свидетельствует о том, что государство и область, в частности, увеличивают заботу о гражданах, находящихся в затруднительном положении. Наибольший темп роста зафиксирован по статье долгосрочная целевая программа «Дети Ивановской области» – 416,3%.

Неоднозначно себя ведёт статья расходов, относящихся к прочим расходам. Начиная с 2011 года по 2012 год, по данной статье отмечено снижение расходов, которое может быть вызвано пересмотром подстатей расхо-

дов и их сокращением. Но в 2013 году расходы по этой статье резко возрастают и достигают отметки 81,5 млн руб., что на 31,7% больше, чем в базисном (2010) году.

Помощь гражданам Департаментом социальной защиты населения осуществляется в двух видах: в натуральном и денежном эквиваленте (рис. 3).

Анализируя рис. 3, прослеживается, что наибольшим спросом у граждан пользуются выплаты в денежном эквиваленте, чем в натуральном.

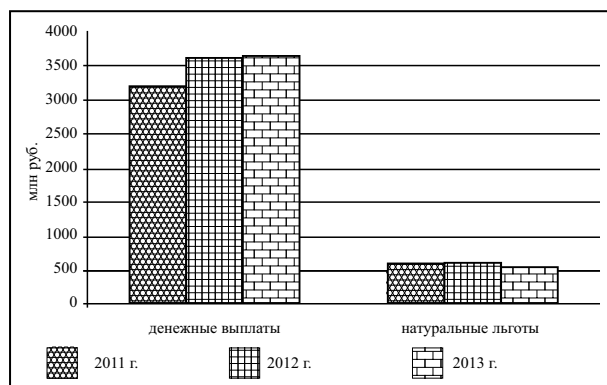


Рис. 3. Соотношение объёмов средств, направленных из консолидированного бюджета области, на предоставление мер социальной поддержки в денежной и натуральной формах, млн руб.

Приоритетным направлением деятельности системы социальной защиты населения Ивановской области, является предоставление социальных гарантий и мер социальной поддержки гражданам различных категорий. В 2013 году система выплат включала 72 вида (пособия, компенсации, субсидии), которые предоставлялись органами социальной защиты населения в соответствии с федеральным и региональным законодательством. Динамику размеров выплат можно отследить в табл. 3.

Таблица 3

Динамика размеров социальных выплат, предоставляемых из средств бюджета Ивановской области, руб.

Дата изменения размера соц. выплаты	С 01.2012 г.	С 01.2013 г.	С 01.2014 г.
Наименование социальной выплаты			
Ежемесячная денежная выплата			
– труженикам тыла	535	535	535
– ветеранам труда	365	365	365
– ветеранам труда Ивановской области	365	365	365
– реабилитированным лицам	500	530	559
– лицам, признанных пострадавшими от политических репрессий	405	429	453
Ежемесячное пособие на ребёнка	205	217	229
– одиноких матерей	410	434	458
– военнослужащих, проходящих службу по призыву	307,5	325,5	343,5
– родителей, уклоняющихся от уплаты алиментов	307,5	325,5	343,3
Ежемесячная выплата, предоставляемая на содержание детей сирот в опекунских и приёмных семьях	5105	5411	5411
Вознаграждение приёмным родителям (на каждого приёмного ребёнка)	4611	5205	5554
Региональный материнский (семейный) капитал	50000	53000	53000

Изучая данные табл. 3, прослеживается, что в течение последних трёх лет выплаты труженикам тыла, ветеранам труда и ветеранам труда Ивановской области оставались без изменений в размере 535 руб. и 365 руб. соответственно. Увеличение выплат просматривается у категорий:

– реабилитированных граждан с 500 руб. до 559 руб. на 30 руб. в 2013 году и на 29 руб. в 2014 году;

– лицам, признанных пострадавшими от политических репрессий с 405 руб. до 453 руб. Совокупный рост составил за два года 48 руб., то есть равномерно по 24 руб. в каждый год.

Ежемесячное пособие на ребёнка подвергается индексации из года в год: с 205 руб. до 229 руб. В целом увеличение пособие за два года составило 24 руб., то есть каждый год оно возрастало на 12 руб. Одиноким матерям

также увеличивали выплаты и к 2014 году она равна 458 руб., увеличение составило с 2012 годом на 48 руб. Отрадно, что прибавка есть и государство заботится об этой категории граждан, но с нашим ростом цен в стране, размер прибавка «съедается». Что можно позволить приобрести ребёнку на 12 руб. в месяц или на 24 руб. в месяц? Купить самое дешёвое мороженое и побаловать ребёнка.

Выплата, предоставляемая на содержание детей – сирот возросла в 2013 году на 306 руб. по сравнению с 2012 годом и осталась на том же уровне в начале 2014 года. Динамика просматривается из года в год по выплате вознаграждения приёмным родителям, которое в 2013 году повысилось на 594 руб., а в 2014 году на 349 руб. Следует отметить, что в 2013 году Департамент выделил больше денежных средств, чем в 2014 году.

С 01.01.2013 в Ивановской области предоставлялась ежемесячная денежная выплата в размере величины прожиточного минимума детей семьям на третьего и последующих детей, среднедушевой доход которых не превышал среднедушевой денежный доход населения региона. В целях обеспечения предоставления данной выплаты Департаментом проведена работа по разработке нормативной базы и методического материала для территориальных органов социальной защиты населения. В 2013 году по вопросу назначения выплаты обратились 1093 граждан, выплата назначена на 790 детей. На рис. 4 даются сведения о выделении средств на ЕДВ (ежемесячных денежных выплат) из областного бюджета.

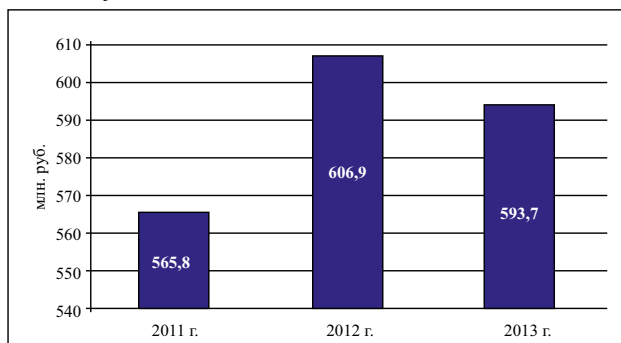


Рис. 4. Объем средств областного бюджета, направленных на предоставление ЕДВ в период 2011–2013 гг., млн руб.

Необходимо отметить, что в 2013 году объём ЕДВ сокращается на 13,2 млн руб. Чем объяснить такое снижение денежных выплат, наверное, с нехваткой денежных средств в казне области на социальные нужды граждан.

Как говорилось ранее, что Департамент занимается ещё и нормотворческой деятельностью, то есть разрабатывает законы и правовые акты, которые действуют на территории области.

В 2013 году нормотворческая деятельность Департамента осуществлялась по следующим основным направлениям:

- правовое регулирование деятельности отрасли и приведение регионального законодательства в сфере социальной защиты населения в соответствие с изменениями федерального законодательства;
- правовое обеспечение программно-целевого планирования отрасли;
- правовое обеспечение организации независимой системы оценки качества работы подведомственных учреждений, оказывающих

социальные услуги и правовое сопровождение оптимизации учреждений системы социальной защиты населения Ивановской области.

В течение года Департаментом социальной защиты населения подготовлены 169 проектов правовых актов Ивановской области, из них на конец 2013 года приняты 146 (в т.ч. 10 законопроектов, из которых приняты – 5).

К числу наиболее социально значимых нормативных правовых актов, разработанных Департаментом, относятся:

- Постановление Правительства Ивановской области от 15.10.2013 № 393-п «Об утверждении государственной программы Ивановской области «Социальная поддержка граждан в Ивановской области»;

- Распоряжение Правительства Ивановской области от 19.04.2013 № 90-рп «Об утверждении плана мероприятий («дорожной карты») «Повышение эффективности и качества услуг в сфере социального обслуживания населения в Ивановской области (2013–2018 годы)»;

- Постановление Правительства Ивановской области от 11.09.2013 N371-п «Об установлении государственных стандартов социального обслуживания в Ивановской области»;

- Распоряжение Правительства Ивановской области от 29.03.2013 № 70-рп «О мерах по реализации Указа Президента Российской Федерации от 28.12.2012 № 1688 «О некоторых мерах по реализации государственной политики в сфере защиты детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей»;

- Постановление Правительства Ивановской области от 07.08.2013 N321-п «О социальной программе Ивановской области «Укрепление материально-технической базы учреждений социального обслуживания населения и оказание адресной социальной помощи неработающим пенсионерам, являющимся получателями трудовых пенсий по старости и по инвалидности, в 2013 году»;

- Распоряжение Губернатора Ивановской области от 19.11.2013 № 195-р «О создании организационного комитета по подготовке к празднованию 70 годовщины Победы в Великой Отечественной войне 1941–1945 годов».

Ознакомиться с качеством нормотворческой деятельности Департамента можно на рис. 5.

А. Д. Метлинова, С. Ю. Абрамова
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени А.Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)

БУХГАЛТЕРСКАЯ ОТЧЁТНОСТЬ И РАЗВИТИЕ МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ АНАЛИЗА И ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Нестабильность экономического развития в мире привела к тому, что внутренние и внешние пользователи со стороны бизнеса стали выдвигать более жёсткие требования к учетно-аналитической информации, касающейся хозяйственной деятельности компании. Основным источником такой информации является бухгалтерская отчётность, которая применяется для проведения анализа и оценки финансового состояния организации.

В России по-прежнему аналитики делают выводы о финансовом положении предприятия на основе расчёта коэффициентов и их сопоставления с нормативными значениями. Это приводит к тому, что возникает необходимость совершенствования методики анализа финансового состояния организации на основе её бухгалтерской (финансовой) отчётности.

В данной статье будет осуществлена апробация модели диагностики финансового состояния компании, разработанной Джамаем Е. В., Сазоновым А. А., Сазоновой М. В. Они говорят о том, что в настоящее время в России не существует единой общепринятой официальной методики анализа финансового положения компании. Кроме того, подвергают критике методологию оценки финансового состояния на основе расчёта трёх показателей: текущей ликвидности, обеспеченности собственными оборотными средствами, восстановление (утрата) платёжеспособности, которые в дальнейшем сопоставляются с нормативными значениями. В качестве недостатков данного подхода они выделяют ограниченность показателей и отсутствие распределения нормативных значений по отраслям.

Джамай Е. В., Сазонов А. А., Сазонова М. В. в своей работе рассмотрели ряд следующих моделей: 1. модель «Z-счёт» Э. Альтмана; 2.

модель Сайфуллина Р. С. и Кадыкова Г. Г.; 3. модель О. П. Зайцевой; 4. модель У. Бивера.

Джамай Е. В., Сазонов А. А., Сазонова М. В. охарактеризовали недостатки, затрудняющие применение выше перечисленных методик для диагностики в российских условиях развития организации. Также они предложили для применения на практике свой уточнённый подход.

Данный подход будет применён на примере компании АО «Тандер». Кроме того, в данной статье проведён анализ финансового состояния АО «Тандер» на основе расчёта финансовых коэффициентов, а также осуществлена диагностика вероятности банкротства исследуемой организации с помощью моделей Э. Альтмана, Сайфуллина Р. С. и Кадыкова Г. Г., О. П. Зайцевой и У. Бивера, чтобы определить эффективность уточнённого подхода Джамаи Е. В., Сазонова А. А., Сазоновой М. В.

Для оценки финансового состояния АО «Тандер» следует провести вертикальный анализ имущества и источников его формирования. В структуре хозяйственных средств компании АО «Тандер» (таблица 1) наблюдается снижение доли внеоборотных активов (2013–58,05%, 2014–55,26%, 2015–56,87%) и, соответственно, увеличение доли текущих активов (2013–41,95%, 2014–44,74%, 2015–43,13%).

Анализ источников формирования хозяйственных средств компании (таблица 1) свидетельствует о зависимости АО «Тандер» от внешних источников финансирования, так как доля собственного капитала составляет в 2013–21,28%, 2014–17,71%, 2015–18,3%, а доля заёмного капитала в 2013–78,72%, 2014–82,29%, 2015–81,7%.

Основную долю привлечённых средств составляют краткосрочные обязательства, что является негативным явлением, поскольку нарушается баланс между активами и источниками их финансирования.

Таблица 1

Вертикальный анализ баланса компании АО «Тандер»

Наименование показателя	Значение показателя, тыс. руб.			Удельный вес, %		
	на 31.12.13	на 31.12.14	на 31.12.15	2013	2014	2015
1. Внеоборотные активы	148 672 894	181 782 613	214 737 833	58,05	55,26	56,87
2. Оборотные активы:	107 452 705	147 146 415	162 867 218	41,95	44,74	43,13
Баланс	256 125 599	328 929 028	377 605 051	100,00	100,00	100,00
3. Капитал и резервы	54 493 811	58 244 961	69 119 419	21,28	17,71	18,30
4. Долгосрочные обязательства	68 945 554	91 962 533	130 757 482	26,92	27,96	34,63
5. Краткосрочные обязательства:	132 686 234	178 721 534	177 728 150	51,81	54,33	47,07
Баланс	256 125 599	328 929 028	377 605 051	100,00	100,00	100,00

Величина собственных оборотных средств в 2013–2015 гг. имеет отрицательное значение (2013: – 25 233 529 тыс. руб., 2014: – 31 575 119 тыс. руб., 2015: – 14 860 932 тыс. руб.), то финансовое положение компании АО «Тандер» в краткосрочной перспективе рассматривается как неблагоприятное, и расчёт коэффициентов ликвидности в эти года не имеет смысла.

На основе таблицы 2 можно определить тип финансовой устойчивости розничной сети «Магнит». Так как запасы и затраты не покрываются всеми источниками их формирования, то это предкризисное финансовое состояние. В такой ситуации организация находится на грани банкротства.

Таблица 2

Абсолютные показатели финансовой устойчивости АО «Тандер»

Показатель	2013	2014	2015
Собственный капитал	54 493 811	58 244 961	69 119 419
Внеоборотные активы	148 672 894	181 782 613	214 737 833
Собственные оборотные средства	–94 179 083	–123 537 652	–145 618 414
Долгосрочные обязательства	68 945 554	91 962 533	130 757 482
Функционирующий капитал (ФК)	–25 233 529	–31 575 119	–14 860 932
Краткосрочные кредиты и займы (ККЗ)	56 840 265	65 346 249	45 345 616
Общие источники формирования запасов (ОИФ)	31 606 736	33 771 130	30 484 684
Запасы (включая НДС)	58 438 489	85 466 688	122 534 096
Излишек или недостаток собственных оборотных средств	–152 617 572	–209 004 340	–268 152 510
Излишек или недостаток собственных и долгосрочных источников формирования запасов	–83 672 018	–117 041 807	–137 395 028
Излишек или недостаток общей величины источников формирования запасов	–26 831 753	–51 695 558	–92 049 412

Для оценки финансовой устойчивости организации необходимо рассчитать относительные показатели, которые представлены в таблице 3. Коэффициент концентрации собственного капитала в 2013–2015 гг. не соответствует нормативному значению (2013–0,21, 2014–0,18, 2015–0,18). Это свидетельствует о том, что организация зависима от внешних источников финансирования. Данный вывод подтверждается значениями коэффици-

ента финансовой зависимости (2013–4,70, 2014–5,65, 2015–5,46).

Значения коэффициента финансовой устойчивости (2013–0,48, 2014–0,46, 2015–0,53), которые ниже норматива, подтверждают тот факт, что для покрытия внеоборотных активов в данной компании используется краткосрочные обязательства.

Показатели, характеризующие эффективность использования оборотных активов, представлены в таблице 4.

Таблица 3

Относительные показатели финансовой устойчивости АО Тандер

Показатель	Нормативное значение	2013	2014	2015
Коэффициент концентрации собственного капитала (коэффициент независимости)	$\geq 0,5-0,7$	0,21	0,18	0,18
Коэффициент финансовой зависимости	< 2	4,70	5,65	5,46
Коэффициент финансовой устойчивости	$0,5-0,7$	0,48	0,46	0,53
Коэффициент финансовой активности (плечо финансового рычага)	$> 0,7$	3,70	4,65	4,46

Таблица 4

Показатели эффективности использования оборотных активов

Показатель	2013	2014	2015
Выручка от продажи продукции, тыс. руб.	628 120 060	830 320 179	1 032 002 495
Себестоимость, тыс. руб.	468 494 921	625 497 304	792 784 244
Среднегодовая стоимость активов, тыс. руб.	233 217 962	292 527 313,5	353 267 039,5
Среднегодовая величина запасов, тыс. руб.	49 520 403,5	71 123 067,5	103 366 282,5
Среднегодовая величина дебиторской задолженности, тыс. руб.	37 687 714,5	41 951 256,5	36 742 450
Среднегодовая стоимость денежных средств, тыс. руб.	91 51 858	11 765 307,5	12 971 522,5
Среднегодовая стоимость кредиторской задолженности, тыс. руб.	64 612 084	88 791 700	117 663 620,5
Длительность оборота запасов, дни	38,05	40,93	46,94
Оборачиваемость средств в запасах, оборотов	9,46	8,79	7,67
Длительность оборота дебиторской задолженности, дни	21,60	18,19	12,82
Оборачиваемость средств в дебиторской задолженности, оборотов	16,67	19,79	28,09
Длительность оборота денежных средств, дни	5,25	5,10	4,52
Длительность оборота кредиторской задолженности, дни	49,65	51,10	53,43
Ресурсотдача	2,69	2,84	2,92
Продолжительность операционного цикла, дни	59,65	59,12	59,76
Продолжительность финансового цикла, дни	10,00	8,02	6,32

Таблица 5

Показатели рентабельности компании АО «Тандер»

Показатель	2013	2014	2015
Рентабельность продаж, %	2,43	2,21	0,82
Рентабельность затрат, %	2,49	2,26	0,83
Рентабельность активов, %	16,30	17,09	15,52

Показатель ресурсотдача растёт в динамике (2013–2,69, 2013–2,84, 2015–2,92), что является положительной тенденцией, поскольку это свидетельствует об эффективном использовании активов для получения дохода.

Длительность оборота запасов увеличилась (2013–38,05, 2013–40,93, 2015–46,94), что приводит к росту доли иммобилизованных денежных средств в компании. Однако продолжительность операционного цикла практически не изменялась в течение анализируемого периода и составила в 2015 году 59,76 дня, что связано с сокращением длительности оборота дебиторской задолженности (2013–21,6, 2013–18,19, 2015–12,82).

Снижение значения продолжительности финансового цикла (2013–10, 2014–8,02, 2015–6,32) свидетельствуют об интенсивном использовании денежных средств компанией. Одной из причин такой тенденции является увеличение длительности оборота кредиторской задолженности (2013–49,65, 2013–51,1, 2015–53,43).

Основные коэффициенты оценки рентабельности розничной сети «Магнит» представлены в таблице 5.

Рентабельность продаж резко сократилась, что является негативной тенденцией, так как организация с каждого реализованного рубля получает меньше прибыли. Например, в 2015 году только 0,82% от выручки составляет прибыль компании. Данный вывод подтверждается значениями рентабельности затрат.

Таким образом, на основе расчёта финансовых коэффициентов можно сделать вывод о том, что компания АО «Тандер» является неликвидной, а также неплатёжеспособной организацией в краткосрочной перспективе. В данной организации наблюдается нарушение баланса между активами и их источниками финансирования.

Розничная сеть «Магнит» характеризуется предкризисным финансовым состоянием, при котором запасы и затраты не покрываются всеми источниками их формирования. В такой ситуации организация находится на грани

банкротства. Кроме того, компания зависима от внешних источников финансирования, причём краткосрочных.

Небольшие значения продолжительности финансового цикла демонстрируют интенсивное использование денежных средств организацией.

Показатели рентабельности продаж АО «Тандер» сокращается, что является негативной тенденцией, поскольку уменьшается размер прибыли, получаемый на 1 реализованный рубль.

Для характеристики финансового состояния АО «Тандер» по модели «Z-счёт» Э. Альтмана необходимо составить вспомогательную таблицу 6, где представлен расчёт пяти факторов, а также итоговый показатель.

Таблица 6

Модель «Z-счёт» Э. Альтмана

Показатель	2013	2014	2015
K1-степень мобилизации активов	0,42	0,45	0,43
K2-уровень самофинансирования	0,21	0,18	0,18
K3-эффективность операционной деятельности	0,15	0,15	0,15
K4-доля СК в активах	0,27	0,22	0,22
K5-оборачиваемость активов	2,45	2,52	2,73
Z	4,23	4,11	4,33

Поскольку в 2013–2015 гг. $Z > 2,99$, то уровень финансового состояния компании АО «Тандер» можно охарактеризовать, как очень высокий. Кроме того, розничную сеть не ожидает банкротство в ближайшее время.

Для расчёт рейтингового числа по модели Сайфуллина Р. С. и Кадыкова Г. Г. используется таблица 7.

Данная модель свидетельствует о неудовлетворительном финансовом состоянии розничной сети «Магнит», так как рейтинговое число меньше единицы в 2013–2015 гг.

Таблица 7

Модель Сайфуллина Р. С. и Кадыкова Г. Г.

Показатель	2013	2014	2015
Косс-к-т обеспеченности ОА СОС-ми	-0,88	-0,84	-0,89
Ктл-к-т текущей ликвидности	0,81	0,82	0,92
K1-оборачиваемость активов	2,45	2,52	2,73
K2-рентабельность реализации продукции	0,24	0,24	0,23
K3-рентабельность СК	0,70	0,86	0,79
R	-0,67	-0,43	-0,58

Расчёт шести факторов и комплексного показателя по математической модели О. П. Зайцевой представлен в таблице 8.

Таблица 8

Модель О. П. Зайцевой

Показатель	2013	2014	2015
K1-к-т убыточности	0,54	0,66	0,63
K2-соотношение КЗ и ДЗ	1,70	2,52	4,15
K3-соотношение КО и наиболее ликвидных активов	22,49	10,14	21,38
K4-к-т убыточности реализации продукции	0,05	0,05	0,04
K5-соотношение ЗК и СК	3,70	4,65	4,46
K6-к-т загрузки активов	0,41	0,40	0,37
K	5,23	2,96	5,34

Величину комплексного показателя необходимо сопоставить с нормативной, которая, в свою очередь, определяется на основе суммирования минимальных нормативных значений частных параметров.

Норматив коэффициента загрузки активов равен его величине в предыдущем периоде. Исходя из этого, необходимо рассчитать данный коэффициент для 2012 года:

$$K_6 = \frac{210\ 310\ 325}{477\ 464\ 779} = 0,44$$

Рассчитаем нормативные значения комплексного показателя для каждого года и представим в виде таблицы 9.

Таблица 9

Нормативные значения для модели О. П. Зайцевой

Года	Норматив
2013	9,14
2014	9,11
2015	9,10

Таким образом, итоговый показатель в 2013–2015 гг. ниже нормативных значений, что говорит о низком уровне финансово-экономического потенциала розничной сети «Магнит». Кроме того, велика вероятность её банкротства.

Расчёт пяти факторов по модели У. Бивера и их сравнение по трём состояниям предприятия представлены в таблице 10.

Таблица 10

Модель У. Бивера

Показатель	2013	2014	2015	Характеристика
К-т Бивера	0,20	0,20	0,20	Группа 2
Рентабельность активов, %	11,49	11,60	11,57	Группа 1
Удельный вес ЗС в пассивах	0,79	0,82	0,82	Группа 3
К-т текущей ликвидности	0,81	0,82	0,92	Группа 3
К-т покрытия активов СОС	-0,37	-0,38	-0,39	Группа 3
Вывод	Группа 3	Группа 3	Группа 3	

Из данной таблицы видно, что в 2013–2015 гг. коэффициент Бивера соответствует 2 группе и свидетельствует о неустойчивом финансовом положении компании АО «Тандер». Значения рентабельности активов говорят о том, что розничная сеть «Магнит» имеет нормальное финансовое состояние. Все остальные показатели принадлежат 3 группе и означают кризисное финансовое положение.

Таким образом, финансовое состояния в 2013–2015 гг. компании АО «Тандер» по модели У. Бивера можно охарактеризовать, как кризисное.

Для оценки финансового положения по модели, разработанной Джамаем Е. В., Сазоновым А. А., Сазоновой М. В., составим расчётную вспомогательную таблицу 11.

Таблица 11

Модель Джамае Е. В., Сазонова А. А., Сазоновой М. В.

Показатель	2013	2014	2015
K1-к-т текущей ликвидности	0,81	0,82	0,92
K2-соотношение СК и ЗК	0,27	0,22	0,22
K3-соотношение ДЗ и КЗ	0,59	0,40	0,24
K4-рентабельность продаж по денежному потоку	0,005	0,04	0,06
ЧОК	-25233529	-31575119	-14860932
Денежный поток	2830057	31809559	60388645
K5-к-т менеджмента	4,73	4,65	5,81
Э	0,49	0,48	0,55

Для расчёта денежного потока необходимо знать изменения величины чистого оборотного капитала. Исходя из этого, помимо данных таблицы 11, необходимо получить величину ЧОК за 2012 года, которая будет использоваться при расчёте денежного потока за 2013 год:

$$\text{ЧОК} = \text{ОА} - \text{КО} = 89\,715\,421 - 88\,352\,520 = 1\,362\,901 \text{ (тыс. руб.)}$$

$$\text{ЧОК} = \text{ОА} - \text{КО} = 89\,715\,421 - 88\,352\,520 = 1\,362\,901 \text{ (тыс. руб.)}$$

Итоговый показатель в 2013–2014 гг. свидетельствует о низком уровне финансово-экономического потенциала компании АО «Тандер», а также о великой вероятности её банкротства. В 2015 г. уровень финансового состояния розничной сети становится средним, также остаётся вероятность банкротства.

Наибольший удельный вес в данной модели приходится на коэффициент текущей ликвидности. В 2013–2015 гг. значение дан-

ного параметра меньше единицы, что говорит о невысокой финансовой устойчивости. Причиной такого расположения дел Джамай Е. В., Сазоновой А. А., Сазонова М. В. связывают со значительным превышением кредиторской задолженности на дебиторской. Подтверждением этого факта является несоответствие коэффициента соотношения дебиторской и кредиторской задолженностей нормативным значениям в 2013–2015 гг.

В 2013–2015 гг. величина коэффициента соотношения собственного и заемного капиталов ниже норматива, что говорит о зависимости компании АО «Тандер» от внешних источников финансирования.

Значения коэффициента рентабельности продаж по денежному потоку говорят о недостатке собственных оборотных средств у розничной сети «Магнит» в 2013–2015 гг.

Коэффициент менеджмента в 2013–2015 гг. выше нормативного значения. Это говорит, что компания эффективно использует источники получения прибыли.

Таким образом, финансовое состояние компании АО «Тандер» было оценено с помощью пяти различных моделей. Результаты расчёта по модели «Z-счёт» Э. Альтмана говорят о высоком уровне финансового состояния розничной сети в 2013–2015 гг. Однако это не соответствует действительности, поскольку проведённый выше комплексный анализ на основе финансовых коэффициентов показал обратное. Этот факт связан с тем, что модель Альтмана не учитывает российскую специфику.

Расчёты по модели Сайфуллина Р. С. и Кадыкова Г. Г. и модели О. П. Зайцевой показали неудовлетворительное финансовое положение компании АО «Тандер» в 2013–2015 гг.

Модель У. Бивера позволила отнести розничную сеть «Магнит» к 3 группе, для которой характерно наступление банкротства в течение 1 года.

Расчёт по модели диагностики вероятности банкротства, разработанная Джамаем Е. В., Сазоновым А. А., Сазоновой М. В., также свидетельствуют о низком уровне финансово-экономического потенциала компании АО «Тандер», а также о великой вероятности её банкротства.

Кроме того, по данной методике были проанализированы частные показатели. Были сделаны выводы о значительном превышении

кредиторский задолженности над дебиторской, зависимости компании от внешних источников финансирования и о недостатке собственных оборотных средств в 2013–2015 гг. Данный результаты подтверждаются выводами, полученными при анализе финансового

положения компании на основе финансовых коэффициентов.

Таким образом, данная модель может быть использована на практике, так как она позволяет получить результаты, соответствующие действительности.

Библиографический список

1. Джамай Е.В., Сазонов А. А., Сазонова М. В. Механизмы комплексной оценки финансового состояния предприятия // Актуальные вопросы современной науки. – 2015. – № 44–2. – С. 21.
2. Розничная сеть «Магнит». – URL: <http://magnit-info.ru>.
3. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия : учебник. – 5-е изд., испр. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2013. – 345 с. – ISBN 978-5-16-003401-0.
4. Чечевицына Л.Н., Чуев И. Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности : учебник. – 5-е изд. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2011. – 352 с. – ISBN 5-94798-171-8.
5. Шеремет А. Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности : учеб. пособие. – М. : РИОР, 2011. – 255 с. – ISBN 978-5-369-00072-4.

К. Н. Мешкова, Н. И. Кузовцов
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени А.Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)

К ВОПРОСУ О ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

Малое и среднее бизнес в России является важнейшей частью функционирования и экономического развития страны. Малое и среднее предпринимательство создаёт дополнительные рабочие места, акцентирует внимание на местные условия, вкладывается в невыгодные для крупных компаний бизнес, а так же малое предпринимательство создаёт существенную часть ВВП. Благодаря простой организации деятельности малый бизнес обладает гибкостью к изменениям внешних условий, быстрой реакцией на требования потребителей [5].

К субъектам малого и среднего предпринимательства в соответствии с законодательством Российской Федерации относятся зарегистрированные хозяйственные общества, хозяйственные партнёрства, производственные кооперативы, сельскохозяйственные потребительские кооперативы, крестьянские (фермерские) хозяйства и индивидуальные предприниматели [1].

По состоянию на 1 января 2015 года, по данным Росстата, в Российской Федерации зарегистрировано и действует 4,5 млн субъектов малого и среднего предпринимательства, на которых занято более 18 млн человек, что составляет 25% от общего числа занятых в экономике.

Основу сектора малого и среднего предпринимательства (МСП) по количеству хозяйствующих субъектов составляют ИП – 2,4 млн или 53,3% всех МСП и микропредприятия – 1,9 млн или 41% всех МСП. Малые предприятия составляют 5,2%, а средние – 0,3% от общего количества субъектов МСП. При этом на микропредприятиях и в сегменте ИП трудится более половины всех занятых в секторе МСП – 55% [2].

В течение 2010–2014 гг. по количеству предприятий сектор МСП демонстрировал положительную динамику только для категорий малых и микропредприятий, однако, за последние 2 года темпы роста и этого сегмен-

та существенно замедлились: количество микро- и малых предприятий за 5 лет выросло на 28% – с 1644,3 тыс. в 2010 году до 2103,8 тыс. в 2014 году, количество микропредприятий в 2014 году увеличилось почти на треть по сравнению с 2010 годом и достигло 1868,2 тыс. Вместе с тем, прирост микропредприятий в 2014 году по сравнению с 2013 годом составил 40 тыс., что составляет лишь 2,2%.

По данным *статистического сборника «Малое и среднее предпринимательство в России 2015»* отмечено снижение количества средних предприятий. По итогам 2014 г. их составило 13,7 тыс., так же как и в 2013 году. Однако отмечено почти двукратное уменьшение количества средних предприятий в 2013 году по сравнению с 2010 годом – 25,2 тыс. Это объясняется уточнением перечня предприятий с учётом критериев отнесения к категории МСП – по обороту и доле капитала. Количество занятых на малых и микропредприятиях в 2010–2014 гг. также продемонстрировало положительную динамику. Так занятость на микропредприятиях выросла на 34% (с 3 320 тыс. чел. в 2010 году до 4431,1 тыс.чел. в 2014 году), а занятость на микро- и малых предприятиях выросла на 10,2% (с 9 790,2 тыс. чел. в 2010 году до 10 789,5 тыс. чел. в 2014 году).

Оборот микро – и малых предприятий за 5 лет стабильно рос и составил в 2014 году 26392,2 млрд руб., что на 40% выше, чем в 2010 году – 18933,8 млрд.руб. [3].

Государственная поддержка в области развития малого и среднего предпринимательства в России является частью государственной социально-экономической политики, которая представляет собой совокупность правовых, политических, экономических, социальных, информационных, консультационных, образовательных, организационных и других мер, осуществляемых органами государственной власти, субъектов и органами местного самоуправления РФ, направленных на обеспечение

реализации целей и принципов, установленных Федеральным законом № 209-ФЗ.

Основными целями государственной политики в области развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации являются:

1) развитие субъектов малого и среднего предпринимательства в целях формирования конкурентной среды в экономике Российской Федерации;

2) обеспечение благоприятных условий для развития субъектов малого и среднего предпринимательства;

3) обеспечение конкурентоспособности субъектов малого и среднего предпринимательства;

4) оказание содействия субъектам малого и среднего предпринимательства в продвижении производимых ими товаров (работ, услуг), результатов интеллектуальной деятельности на рынок Российской Федерации и рынки иностранных государств;

5) увеличение количества субъектов малого и среднего предпринимательства;

6) обеспечение занятости населения и развитие самозанятости;

7) увеличение доли производимых субъектами малого и среднего предпринимательства товаров (работ, услуг) в объёме валового внутреннего продукта;

8) увеличение доли уплаченных субъектами малого и среднего предпринимательства налогов в налоговых доходах федерального бюджета, бюджетов субъектов Российской Федерации и местных бюджетов [1].

Основными принципами государственной политики в области развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации являются:

1) разграничение полномочий по поддержке субъектов малого и среднего предпринимательства между федеральными органами государственной власти, органами государственной власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления;

2) ответственность федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления за обеспечение благоприятных условий для развития субъектов малого и среднего предпринимательства;

3) участие представителей субъектов малого и среднего предпринимательства, некоммерческих организаций, выражающих интересы субъектов малого и среднего предпринимательства, в формировании и реализации государственной политики в области развития малого и среднего предпринимательства, экспертизе проектов нормативных правовых актов Российской Федерации, нормативных правовых актов субъектов Российской Федерации, правовых актов органов местного самоуправления, регулирующих развитие малого и среднего предпринимательства;

4) обеспечение равного доступа субъектов малого и среднего предпринимательства к получению поддержки в соответствии с условиями её предоставления, установленными государственными программами (подпрограммами) Российской Федерации, государственными программами (подпрограммами) субъектов Российской Федерации, муниципальными программами (подпрограммами) [1].

В целях реализации государственной политики в области развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации федеральными законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации могут предусматриваться следующие меры:

1) специальные налоговые режимы, упрощённые правила ведения налогового учёта, упрощённые формы налоговых деклараций по отдельным налогам и сборам для малых предприятий;

2) упрощённые способы ведения бухгалтерского учёта, включая упрощённую бухгалтерскую (финансовую) отчётность, и упрощённый порядок ведения кассовых операций для малых предприятий;

3) упрощённый порядок составления субъектами малого и среднего предпринимательства статистической отчётности;

4) льготный порядок расчётов за приватизированное субъектами малого и среднего предпринимательства государственное и муниципальное имущество;

5) особенности участия субъектов малого предпринимательства в качестве поставщиков (исполнителей, подрядчиков) в осуществлении закупок товаров, работ, услуг для государственных и муниципальных нужд;

6) меры по обеспечению прав и законных интересов субъектов малого и среднего предпринимательства при осуществлении государственного контроля (надзора);

7) меры по обеспечению финансовой поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства;

8) меры по развитию инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства;

9) иные направленные на обеспечение реализации целей и принципов настоящего Федерального закона меры [1].

С 2005 года Минэкономразвития России реализует специальную программу по предоставлению субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации в целях оказания государственной поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства на региональном уровне.

В настоящий момент программа реализуется в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 30 декабря 2014 г. № 1605 «О предоставлении и распределении субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства, включая крестьянские (фермерские) хозяйства» и ежегодно издаваемыми приказами Минэкономразвития России.

В рамках программы средства целевым образом на конкурсной основе распределяются между регионами на реализацию мероприятий, предусмотренных региональными программами развития малого и среднего предпринимательства, при условии софинансирования расходов со стороны региона. Такой подход позволяет в дополнение к средствам федерального бюджета привлекать финансовые средства регионов, а также стимулировать регионы к реализации более активной политики в сфере поддержки предпринимательской деятельности. В реализации программы задействованы все регионы страны [4].

Инфраструктура поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства включает в себя также центры и агентства по развитию предпринимательства, государственные и муниципальные фонды поддержки предпринимательства, фонды содействия кредитованию (гарантийные фонды, фонды поручительств), акционерные инвестицион-

ные фонды и закрытые паевые инвестиционные фонды, привлекающие инвестиции для субъектов малого и среднего предпринимательства, технопарки, научные парки, инновационно-технологические центры, бизнес-инкубаторы, палаты и центры ремесел, центры поддержки субподряда, маркетинговые и учебно-деловые центры, агентства по поддержке экспорта товаров, лизинговые компании, консультационные центры, промышленные парки, индустриальные парки, агропромышленные парки, центры коммерциализации технологий, центры коллективного доступа к высокотехнологичному оборудованию, инжиниринговые центры, центры прототипирования и промышленного дизайна, центры трансфера технологий, центры кластерного развития, государственные фонды поддержки научной, научно-технической, инновационной деятельности, осуществляющие деятельность в соответствии с законодательством Российской Федерации, микрофинансовые организации, предоставляющие микрозаймы субъектам малого и среднего предпринимательства и соответствующие критериям, установленным нормативным актом Центрального банка Российской Федерации по согласованию с федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере развития предпринимательской деятельности, в том числе среднего и малого бизнеса (микрофинансовые организации предпринимательского финансирования), и иные организации [1].

Поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства и организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, включает в себя финансовую, имущественную, информационную, консультационную поддержку таких субъектов и организаций, поддержку в области подготовки, переподготовки и повышения квалификации их работников, поддержку в области инноваций и промышленного производства, ремесленничества, поддержку субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность, поддержку субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих сельскохозяйственную деятельность [1].

Т. Д. Мирошникова, В. Д. Мирошникова
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени А.Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО ЭТАПА РАЗВИТИЯ ПОДХОДОВ И МЕТОДОВ К ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Тридцать лет в России создаётся и развивается экономическая система, в основе которой рыночные отношения производства и распределения материальных благ. Вместе с развитием рынка формируется конкурентная среда, диктующая свои требования к совокупности конкурентных преимуществ, поведенческим характеристикам, уровню гибкости. Проблема повышения конкурентоспособности отечественных промышленных предприятий не теряет своей актуальности.

Цель работы: представить результаты аналитического обзора подходов и методов к оценке конкурентоспособности предприятия.

Задачи:

- выполнить анализ подходов к понятию «конкурентоспособность», дать представление о трактовке понятия «повышение конкурентоспособности»;
- раскрыть методологические возможности оценки конкурентоспособности предприятия;
- дать функциональную характеристику методов оценки конкурентоспособности.

По принципу подхода к пониманию конкурентоспособности предприятия многочисленные её определения можно объединить в 3 большие группы, такие как:

- определение понятия конкурентоспособности предприятия через конкурентоспособность товара;
- определение понятия конкурентоспособность предприятия как хозяйствующего субъекта;
- определение понятия конкурентоспособность предприятия как вертикальной структуры.

Конкурентоспособность товара – это только «вершина айсберга» – конкурентоспособности предприятия. Поэтому второй подход более точен: в его рамках возможно комплексное рассмотрение конкурентоспособности то-

вара и обеспечивающих её поведенческих характеристик предприятия [1]. Третий подход определился сравнительно недавно. Его автор – М. И. Гельвановский даёт представление о вертикальной структуре конкурентоспособности. Он показывает, что конкурентоспособность складывается, по крайней мере, на трёх микро – макро и мезо уровнях. На каждом уровне формируются свои условия конкурентной борьбы, своя субъективность, свои цели и свои временные горизонты. Главным среди них является макроуровень, где складываются условия будущей конкурентоспособности, которые создают предпосылки для конкурентоспособности предприятий, а те реализуют свою конкурентоспособность в товарах. Весь процесс формирования конкурентоспособности идёт от микро – к макроуровню [2]. Кроме того, в работе отмечено, что – фактор безопасности, который редко учитывается в оценке конкурентоспособности, является главным базовым условием конкурентоспособности.

Несмотря на то, что понятие «повышение конкурентоспособности» используется довольно часто, единства в раскрытии содержательного аспекта этого понятия нет. Мнения авторов по этому вопросу расходятся, в качестве основного содержания понятия «повышение конкурентоспособности» выделяется следующее:

- удовлетворённость и готовность потребителей повторно приобрести продукцию фирмы, отсутствие претензий к предприятию со стороны общества, акционеров, партнёров, престижность работы на предприятии [3];
- результативность работы предприятия [4].

Оценк конкурентоспособности предприятия обеспечена широким спектром методов, которые можно сгруппировать в соответствии с подходами к её пониманию:

- методы, оценивающие конкурентоспособность товара (результата производственной деятельности предприятия);

- методы оценки конкурентоспособности товара и производства (формирование товарной номенклатуры предприятия);
- маркетинговые методы;
- метод оценки конкурентоспособности предприятия как товара;
- матричные методы (матрица ВКГ, модель ADL/LC);
- графические методы (радар конкурентоспособности) и т.д.

Методы оценки конкурентоспособности товара определяют её, как с позиции формирования потребительских свойств товара, так и с позиции полезности для потребителя. К этой группе методов можно отнести:

- дифференциальный метод, основанный на сравнении единичных параметров анализируемой продукции и товара-аналога. Метод позволяет констатировать только факт конкурентоспособности анализируемой продукции или наличия у неё недостатков по сравнению с товаром-аналогом. Он не учитывает влияние каждого фактора на предпочтение потребителя при выборе товара;
- комплексный метод, основанный на применении комплексных (групповых, обобщённых и интегральных) показателей или сопоставлении полезных удельных эффектов;
- метод оценки конкурентоспособности товара по функции полезности, основанный на определении степени близости реальных значений потребительских характеристик товара к желаемому значению этих характеристик. Метод отличается сложностью расчётов, но может быть использован на любой стадии жизненного цикла товара.

Методы оценки конкурентоспособности товара и производства основаны на расчёте интегрального показателя относительной конкурентоспособности. Они позволяют оценить конкурентоспособность как выпускаемой, так и альтернативной продукции, но не учитывают влияния каждого из факторов на предпочтение потребителя при выборе товара. Они не учитывают условия внешней среды и будущее положение товаров на рынке.

В отличие от данной группы методов маркетинговые методы ориентированы на учёт положения товара предприятия на рынке. К этой группе относятся:

- методы, основанные на теории эффективной конкуренции;

– метод оценки конкурентоспособности предприятия по коэффициенту организации, использующий для расчёта такие показатели, как удельный вес i -го товара организации в объёме продаж за анализируемый период, коэффициент значимости i -го рынка на котором представлен товар организации, конкурентоспособность i -го товара на j -м рынке. Недостаток метода заключается в сложности расчёта показателя конкурентоспособности анализируемого образца;

- матричные (матрица соответствия: привлекательность отрасли/конкурентоспособность, модель GE/McKinsey) и т.д.;
- графические методы;
- метод оценки конкурентоспособности предприятия посредством построения конкурентной карты рынка. Распознавание конкурентного положения предприятия основано на построении логарифмически нормального распределения рыночных долей.

Среди методов оценки конкурентоспособности предприятия метод оценки конкурентоспособности предприятия как товара занимает особое место. В качестве критерия оценки данный метод предлагает рост стоимости бизнеса, который в упрощённом виде может быть представлен как разность между стоимостью внесённого акционерного капитала при создании компании и стоимостью той же доли при её возможной продаже. Объём продаж, доля рынка себестоимость и производительность труда, финансовые показатели здесь являются промежуточными характеристиками отдельных экономических аспектов деятельности предприятия.

По результатам аналитического обзора были сделаны следующие выводы:

- подходы к пониманию конкурентоспособности усложняются, если первый подход обращает внимание на возможности внутренней среды предприятия по производству товара, имеющего отличительные особенности от аналогичных товаров, то третий подход переносит акцент на внешнюю среду на различие условий конкуренции на разных её уровнях;
- единства в раскрытии содержательного аспекта понятия «повышение конкурентоспособности» нет. В известных вариантах трактовок отрывается действие от его результата. Конкурентоспособность – свойство, в первую очередь работающее на результат, основой

Моргунова Н. В., Ковалёва А. В., Прокопенкова А. С.
*ФГБОУ ВО «Владимирский государственный
университет им. А.Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)*

КОРПОРАТИВНЫЕ СТАНДАРТЫ ТАЙМ – МЕНЕДЖМЕНТА В УНИВЕРСИТЕТЕ

Тот, кто позволяет ускользнуть своему времени, выпускает из рук свою жизнь; тот, кто держит в руках своё время, держит в руках свою жизнь.

Алан Лэкейн, автор бестселлера «Как стать хозяином своего времени и жизни».

На сегодняшний день существует проблема недостатка ресурсов как для отдельного человека, так и для организации в целом. И один из таких ресурсов, который постоянно находится в дефиците, это время. Для решения проблемы нехватки времени существуют различного рода методы и инструменты. К таковым относятся и корпоративные стандарты тайм-менеджмента.

Корпоративный тм-стандарт – свод правил, регулирующих вопросы личного и командного тайм-менеджмента в компании, зафиксированных и доведённых до сведения персонала [1, с. 53]. Для того, чтобы лучше понять, что из себя представляют корпоративные стандарты тайм-менеджмента, необходимо разобраться в их структуре. Она включает в себя 4 основных элемента: язык (гlossарий), договорённости, регламенты и вещи (инструменты). Glossарий нужен для унификации понятий, т.е. для формирования единого языка сотрудников компании, дабы избежать недопонимания. Договорённости определяют правила этикета в организации. Регламенты – это те же договорённости, но которые обеспечиваются санкциями и требуют определённой ответственности. Вещи и инструменты носят непосредственно практический характер (это могут быть органайзеры, доски планирования и пр.).

Все корпоративные стандарты тайм-менеджмента условно можно разделить на пять видов: стандарты планирования времени, управления задачами, коммуникацией (в т.ч. электронной перепиской), совещаниями, секретариатом [2]. В рамках этих стандартов авторы статьи предлагают способы решения проблемы распределения времени в деятельности уни-

верситета, т.к. методы управления временем в коммерческой организации могут применяться и в работе образовательного учреждения.

Для решения данной проблемы возможно использование различных облачных хранилищ с функциями создания и управления задачами. Это может быть, например, OneNote. Одно из его преимуществ состоит в том, что один и тот же аккаунт может использоваться на различных устройствах (на компьютере, телефоне, планшете и т.д.). Это позволяет создавать и управлять задачами, информация о которых будет синхронизироваться с программой на всех устройствах. Также приложение способствует созданию единой платформы для коммуникации между сотрудниками университета на уровне определённого структурного подразделения, отдела, кафедры и т.д.

В университете применяется практика формирования рабочего пространства по типу open space (например, на кафедрах). Это негативно сказывается на работе сотрудников. Работникам не нравится трудиться в офисах с открытой планировкой – это показало исследование австралийских психологов. Больше всего обитатели офисов open space страдают от нехватки личного пространства (на это жаловались более 50 процентов работников) и от навязчивого шума, создаваемого коллегами. По их мнению, все эти неудобства перебивают главный «плюс» подобных помещений, который заключается в улучшении взаимодействия сотрудников и повышении производительности труда [3]. Таким образом, авторы статьи предлагают установить перегородки в таких типах помещений, чтобы улучшить работоспособность сотрудников и обособить рабочее место каждого.

Помимо правильной организации рабочего процесса, важно обеспечить грамотно выстроенные коммуникации внутри университета. Для решения этого вопроса Глеб Архангельский, автор бестселлеров по тайм-менеджменту, предлагает коммуникационную лестницу,

отражающую различные способы взаимодействия между работниками (см. рис. 1).

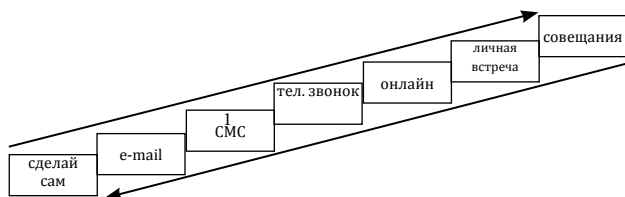


Рис. 1. Коммуникационная лестница

Эта схема предполагает два направления движения по способам коммуникации. В случае контактов со студентами, партнёрами института и другими организациями следует двигаться по стрелке 1. Это позволит выстроить благоприятные отношения с заинтересованными лицами. Во взаимодействии внутри университета между сотрудниками необходимо двигаться в направлении стрелки 2. Таким образом можно сократить общение, что даёт возможность сэкономить время друг другу.

В университете, как и в любой другой организации, часто проходят совещания. Они должны проводиться в специально отведённом под эту цель помещении, но чаще всего совещания проходят в аудиториях для занятий. Это мешает учебному процессу и к тому же результативность таких заседаний недостаточно высока. Сотрудники, находясь в учебном кабинете, сидят друг к другу спиной, что не позволяет им полноценно контактировать. Эту проблему решит наличие зала с одним общим круглым столом, сидя за которым люди смогут установить зрительный контакт, способствующий более полному взаимопониманию. Также при проведении совещаний можно использовать функцию из Outlook (персональный информационный менеджер с функциями почтового клиента), которая заключается в автоматической генерации необходимых документов. При этом всю информацию следует выводить на большой экран, который будет установлен перед сидящими. Задачи, сформированные в ходе совещания, заносятся в программу, а затем сразу отправляются на личный Outlook каждому исполнителю.

Выше представленные инструменты тайм-менеджмента помогают сформировать в организации стандарты управления временем. Авторы статьи предлагают внедрить следующие правила пользования электронной почтой в университете, которые основаны на стандарте коммуникаций Глеба Архангельского.

1. Необходимо отключить push-уведомления. Такие оповещения отвлекают преподавателей от работы и мешают сосредоточиться.

2. Обязательно проверять почту определённое количество раз в день (не менее 3 раз, например, в 9.00, в 13.00 и в 17.00). Это помогает создать предсказуемость для отправителя, т.к. он знает, что письмо будет прочитано в этот же день.

3. В теме срочных писем писать крупными буквами. Получатель письма будет видеть, на какие из писем нужно отвечать в первую очередь.

4. Отвечать на срочные сообщения сразу, а несрочные – в конце дня. Но всё должно быть прочитано и ответы отправлены в конце дня получения писем.

5. Если нет возможности ответить сразу, то нужно обязательно отписаться отправителю, что ответ поступит позже. Иногда письмо требует подробного ответа, но не всегда получается это сделать в виду определённых обстоятельств.

6. Необходимо вставлять конечную фразу по завершению диалога. Это позволяет понять собеседнику, что информация получена и прочитана.

7. E-mail сообщения составлять максимально простым языком и так, чтобы можно было ответить однозначно.

8. Любую устную коммуникацию обязательно фиксировать в письменном виде, отправив итоговое письмо.

Хоть и внедрение технологий тайм-менеджмента не является обязательным, применение выше указанных стандартов позволяет эффективно управлять рабочим временем. Всё больше и больше организаций начинают использовать данные методы, приходя к осознанию значимости такого ценного ресурса как время.

Библиографический список

1. *Архангельский Г. А.* Корпоративный тайм-менеджмент: Энциклопедия решений – М. : Альпина Бизнес Букс, 2008. – 160 с. ISBN 978-5-9614-0704-4
2. *Архангельский Г. А.* «Корпоративный тайм-менеджмент» // Журнал «Управление персоналом». – 2010. – № 23.
3. *Субботина Е.* «Офисы «open space» приводят к стрессам» // Рос. газ. – 2013. – 19 сент.

Н. В. Моргунова, С. М. Никитина
*ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени А.Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)*

СИНЕРГЕТИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ПРОЕКТОВ

Одной из причин низкой эффективности исполнения государственного бюджета при реализации значительного числа государственных программ и проектов состоит в том, что при принятии решений не учитывается синергетический эффект проектов.

Аристотель утверждал, что знания и умения нескольких людей могут усиливать друг друга, если правильно организовать их взаимодействие. Другими словами, хорошо организованная совместная работа может обеспечить такие результаты, которых невозможно было бы добиться, если бы каждый участник процесса действовал отдельно от остальных. Эффект синергии также известен под названиями «эффект совместного действия» и «однонаправленный эффект» [В. Д. Шапиро, 2013]. В теории организации закон синергии применяется к формированию эффективной организационной структуры, в современном менеджменте синергия является фактором формирования стратегий различного уровня, однако в огромном числе публикаций по управлению проектами синергетический эффект проектов в портфеле проектов или программе практически не рассматривается [И. И. Мазур, 2014].

Все компании, заинтересованные в развитии, создании и сохранении конкурентных позиций, расширении бизнеса вне зависимости от специфики бизнеса и отношению к проектной деятельности так или иначе одновременно реализуют несколько проектов в ходе своей деятельности. При использовании эффекта синергии как в отношении ресурсов, так и в отношении результатов проектов результат может проявляться как одновременно, одномоментно, так и с временным лагом для разных проектов.

В менеджменте проектов в России вопросы оценки эффекта синергии при реализации проектов являются относительно новым объектом изучения. Существует относительно

мало авторских подходов и апробированных на практике методик к оценке синергии содержания программ и ресурсной синергии. Анализ практик проектного управления, проведённый авторов в рамках работы в студенческом научном обществе, позволяет утверждать, что у нас ещё мало организаций, где проектное управление соответствует современному уровню. К сожалению то же можно сказать и о государственных проектах и программах [Н. М. Филимонова, Н. В. Моргунова, 2013]. В результате в программах осуществляется запуск проектов, конфликтующих за использование ресурсов, проекты слабо скоординированы между собой, приоритеты проектов не учитывают уже имеющуюся базу и результаты.

Анализ источников позволил выявить оригинальный подход к оценке синергии проектов авторов статьи «Подходы к оценке синергетического эффекта федеральных и региональных целевых программ (на примере Владимирской области)» [Т. Д. Омаров, Н. В. Моргунова, Д. А. Синявский, 2013].

Алгоритм оценки состоит из следующих этапов:

1. Идентификация возможных синергетических эффектов;
2. Количественная и качественная оценка величины синергетического эффекта;
3. Разработка плана достижения (увеличения) синергетического эффекта;
4. Формирование адекватного механизма реализации синергии;
5. Контроль и оценка результатов.

В рамках реализации каждого этапа авторами предлагаются соответствующие подходы и методики, что позволит, во-первых, улучшить качество стратегического планирования в регионе путём приведения в соответствие целей и задач программ различного уровня. Во-вторых, высокий уровень синергии может быть основанием для включения программы в региональную государственную программу

Совместная реализация проектов всегда обеспечивает синергетический эффект [6]. Учёт форм проявлений эффекта синергии может носить различный характер. Реализация проекта «Лыбедская магистраль» будет способствовать разгрузке исторического центра от транзитного транспорта, (более 50% транспортного потока с центральной улицы перераспределится на Лыбедскую магистраль), приведёт к улучшению экологического состояния в исторической части города, а также создаст благоприятные условия для обзора памятников историко-культурного назначения и привлечения туристских потоков. При общих затратах 1187,5 млн рублей на комплексную реконструкцию территории формируемого исторического архитектурно-градостроительного комплекса «Соборная площадь», затраты на строительство объездной дороги составят 940,0 млн рублей при расчётной окупаемости проекта 6–8 лет.

1. Мазур И. И. Управление проектами : учеб. пособие / И. И. Мазур, В. Д. Шапиро, Н. Г. Ольдерогге. / – 2-е изд. – М. : Омега-Л, 2014.
2. Шапиро В. Д. Управление проектами. Толковый англо-русский словарь-справочник / под ред. проф. В. Д. Шапиро – М. : Высш. школа, 2013.
3. Шеремет В. В. Управление инвестициями : в 2 т. / В. В. Шеремет, В. Д. Шапиро и др. – М. : Высшая школа, 2014.
4. Филимонова Н. М., Моргунова Н. В. Методические подходы к оценке лучших практик применения методов проектного управления органами государственной власти / Н. М. Филимонова, Н. В. Моргунова // Рос. предпринимательство. – 2013. – № 23 (245). – С. 10–19.
5. Омаров Т. Д., Моргунова Н. В., Синявский Д. А. Подходы к оценке синергетического эффекта федеральных и региональных целевых программ (на примере Владимирской области) / Т. Д. Омаров, Н. В. Моргунова, Д. А. Синявский // Экономические науки. – 2013. – № 103. – С. 11–16.
6. Филимонова Н. М., Никишина Е. С., Башарина С. М. Разработка стратегических направлений инновационного развития регионов // Экономические стратегии. – 2010. – Т. 12. – № 7–8. – С. 146–151.

А. Е. Мошати́на, С. Ю. Абрамова
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный
университет имени А. Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)

ПРИМЕНЕНИЕ ФАКТОРНОГО АНАЛИЗА ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ (на примере ресторана ООО «РС»)

Актуальность темы обуславливается тем, что все явления и процессы хозяйственной деятельности предприятий находятся во взаимосвязи и взаимообусловленности. Одни из них непосредственно связаны между собой, другие косвенно. Отсюда важным методологическим вопросом в экономическом анализе является изучение и измерение влияния факторов на величину исследуемых экономических показателей.

Рассмотрим факторный анализ коэффициентов текущей, быстрой и абсолютной ликвидности.

1. Для проведения факторного анализа текущей ликвидности необходимо последовательно заменять коэффициенты базисного и отчётного годов:

$$Ктл_0 = ОА_0 / КО_0 = 20285,0 / 883,0 = 23,0$$

$$Ктл_{усл} = ОА_1 / КО_0 = 20703,0 / 883,0 = 24,0$$

$$Ктл_1 = ОА_1 / КО_1 = 20703,0 / 696,0 = 29,7$$

Общее изменение коэффициента текущей ликвидности:

$$\Delta Ктл = Ктл_1 - Ктл_0 = 29,7 - 23,0 = 6,7$$

В том числе за счёт:

1) изменения величины оборотных активов

$$\Delta КтлОА = Ктл_{усл} - Ктл_0 = 24,0 - 23,0 = 1$$

2) изменения величины краткосрочных обязательств

$$\Delta КтлКО = Ктл_1 - Ктл_{усл} = 29,7 - 24,0 = 5,7$$

Оба рассмотренных фактора оказали влияние на увеличение коэффициента текущей ликвидности: из-за увеличения величины оборотных активов на 418 тыс. руб. коэффициента текущей ликвидности возрос на 1, а из-за снижения краткосрочных обязательств на 187 тыс. руб. коэффициент возрос на 1.

2. При проведении факторного анализа изменения коэффициента быстрой ликвидности подстановка выглядит следующим образом:

$$Кбл_0 = (Кр.ДЗ_0 + Кр.фин.вл._0 + ДС_0) / КО_0 = (16532,0 + 0 + 249,0) / 883,0 = 19,0$$

$$Кбл_{усл1} = (Кр.ДЗ_1 + Кр.фин.вл._0 + ДС_0) / КО_0 = (14974,0 + 0 + 249,0) / 883,0 = 17,2$$

$$Кбл_{усл2} = (Кр.ДЗ_1 + Кр.фин.вл._1 + ДС_0) / КО_0 = (14974,0 + 0 + 249,0) / 883,0 = 17,2$$

$$Кбл_{усл3} = (Кр.ДЗ_1 + Кр.фин.вл._1 + ДС_1) / КО_0 = (14974,0 + 0 + 1254,0) / 883,0 = 18,4$$

$$Кбл_1 = (Кр.ДЗ_1 + Кр.фин.вл._1 + ДС_1) / КО_1 = (14974,0 + 0 + 1254,0) / 696,0 = 23,3$$

Общее изменение коэффициента текущей ликвидности:

$$\Delta Кбл = Кбл_1 - Кбл_0 = 23,3 - 19,0 = 4,3$$

В том числе за счёт:

1) изменения суммы краткосрочной дебиторской задолженности

$$\Delta Кблдз = Кбл_{усл1} - Кбл_0 = 17,2 - 19,0 = -1,8$$

2) изменения суммы денежных средств и их эквивалентов

$$\Delta Кблдс = Кбл_{усл2} - Кбл_{усл1} = 18,4 - 17,8 = 1,2$$

3) изменения величины краткосрочных обязательств

$$\Delta Кблко = Кбл_1 - Кбл_{усл2} = 23,3 - 18,4 = 4,9$$

Коэффициент быстрой ликвидности увеличился на 4,3. Увеличение произошло в следствии: уменьшения на 1558,0 тыс. руб. краткосрочной дебиторской задолженности – коэффициент снизился на 1,8, увеличения суммы денежных средств и их эквивалентов на 1005,0 тыс. руб. – коэффициент вырос на 1,2 и уменьшения краткосрочных обязательств на 187 тыс. руб. – коэффициент возрос на 1,2.

3. Анализ абсолютной ликвидности:

$$Кал_0 = (Кр.фин.вл._0 + ДС_0) / КО_0 = (0 + 249,0) / 883,0 = 0,3$$

$$Кал_{усл1} = (Кр.фин.вл._1 + ДС_0) / КО_0 = (0 + 249,0) / 883,0 = 0,3$$

$$Кал_{усл2} = (Кр.фин.вл._1 + ДС_1) / КО_0 = (0 + 1254,0) / 883,0 = 1,4$$

$$Кал_1 = (Кр.фин.вл._1 + ДС_1) / КО_1 = (0 + 1254,0) / 696,0 = 1,8$$

Общее изменение коэффициента текущей ликвидности:

$$\Delta \text{Кал} = \text{Кал}_1 - \text{Кал}_0 = 1,8 - 0,3 = 1,5$$

В том числе за счёт:

1) изменения суммы денежных средств и их эквивалентов

$$\Delta \text{Калдс} = \text{Кал}_{\text{усл}1} - \text{Кал}_0 = 1,4 - 0,3 = 1,1$$

2) изменения величины краткосрочных обязательств

$$\Delta \text{Калко} = \text{Кал}_1 - \text{Кал}_{\text{усл}1} = 1,8 - 1,4 = 0,4$$

Коэффициент абсолютной ликвидности увеличился на 1,5. Увеличение произошло за счёт увеличения денежных средств и их эквивалентов 1005,0 и уменьшения краткосрочных обязательств на 187 тыс. руб. на 1,1 и 0,4 соответственно.

Факторный анализ оборачиваемости предполагает исследование элементов, за счёт которых организация имеет возможность повышения эффективности своей деятельности [4, с. 67].

Используя метод цепных подстановок, можно рассчитать влияние факторов на изменение продолжительности оборачиваемости оборотных активов.

Влияние среднегодовых остатков оборотных активов:

$$\Delta \text{Об.оа} (\text{ОА}) = (\text{ОА}_1 / \text{В}_0 * 360) - (\text{ОА}_0 / \text{В}_0 * 360) = (20494,0 / 44104,0 * 360) - (20432,5 / 44104,0 * 360) = 0,5 \text{ дней}$$

Влияние выручки от продаж:

$$\Delta \text{Об.оа} (\text{В}) = (\text{ОА}_1 / \text{В}_1 * 360) - (\text{ОА}_1 / \text{В}_0 * 360) = (20494,0 / 58382,0 * 360) - (20494,0 / 44104,0 * 360) = -40,9 \text{ дней}$$

Результаты показывают, что за счёт увеличения оборотных активов на 61,5 тыс. руб. оборачиваемость уменьшилась на 1 день, в связи с чем сумма вовлечённых оборотных средств составила 20494: $360 \times (0,5) = 28,5$ тыс. руб. Одновременно увеличение объёма продаж на 32,4% привело к ускорению оборачиваемости оборотных активов на 41 день, в результате из оборота было высвобождено оборотных средств на сумму 20494: $360 \times (-40,9) = -2328,3$ тыс. руб. Совокупное влияние двух факторов на изменение экономического результата в связи с ускорением оборачиваемости оборотных средств составляет: $-2328,3 + (28,5) = -2299,8$ тыс. руб.

Костирко Р. О. считает, что: «Нельзя ограничиться только проведением анализа оборачиваемости оборотных активов в целом, необходимо оценить динамику оборачиваемости по составляющим элементам: запасам, деби-

торской задолженности, денежным средствам и прочим оборотным активам» [3, с. 303].

Для сохранения единообразия подхода при расчёте оборачиваемости запасов, отношение запасов будет рассматриваться не к себестоимости, а к выручке.

1. Длительность оборота запасов: $\text{Об.з} = 3 / \text{В} * 360$.

Влияние среднегодовых остатков запасов:

$$\Delta \text{Об.з} (3) = (3_1 / \text{В}_0 * 360) - (3_0 / \text{В}_0 * 360) = (3848,0 / 44104,0 * 360) - (3231,0 / 44104,0 * 360) = 5 \text{ дней.}$$

Влияние выручки от продаж:

$$\Delta \text{Об.з} (\text{В}) = (3_1 / \text{В}_1 * 360) - (3_1 / \text{В}_0 * 360) = (3848,0 / 58382,0 * 360) - (3848,0 / 44104,0 * 360) = -7,6 \text{ дней.}$$

Оборачиваемость запасов уменьшилась на 3 дня. За счёт увеличения выручки на 14278,0 тыс. руб. коэффициент снизился на 8 дней, но увеличение запасов на 617,0 тыс. руб. повлияло негативно. Коэффициент вырос на 5 дней.

2. Длительность оборота дебиторской задолженности: $\text{Об.дз} = \text{ДЗ} / \text{В} * 360$.

Влияние среднегодовых остатков дебиторской задолженности:

$$\Delta \text{Об.дз} (\text{ДЗ}) = (\text{ДЗ}_1 / \text{В}_0 * 360) - (\text{ДЗ}_0 / \text{В}_0 * 360) = (15753,0 / 44104,0 * 360) - (16561,0 / 44104,0 * 360) = -6,5 \text{ дней.}$$

Влияние выручки от продаж:

$$\Delta \text{Об.дз} (\text{В}) = (\text{ДЗ}_1 / \text{В}_1 * 360) - (\text{ДЗ}_1 / \text{В}_0 * 360) = (15753,0 / 58382,0 * 360) - (15753,0 / 44104,0 * 360) = -31,5 \text{ дней.}$$

За счёт уменьшения дебиторской задолженности на 808,0 тыс. руб. коэффициент снизился на 6 дней, также, увеличение выручки привело к снижению коэффициента на 32 дня. В общей сложности, длительность оборота дебиторской задолженности снизилась на 38 дней.

3. Длительность оборота денежных средств: $\text{Об.дс} = \text{ДС} / \text{В} * 360$.

Влияние среднегодовых остатков денежных средств:

$$\Delta \text{Об.дс} (\text{ДС}) = (\text{ДС}_1 / \text{В}_0 * 360) - (\text{ДС}_0 / \text{В}_0 * 360) = (751,5 / 44104,0 * 360) - (337,0 / 44104,0 * 360) = 3,3 \text{ дней.}$$

Влияние выручки от продаж:

$$\Delta \text{Об.дс} (\text{В}) = (\text{ДС}_1 / \text{В}_1 * 360) - (\text{ДС}_1 / \text{В}_0 * 360) = (751,5 / 58382,0 * 360) - (751,5 / 44104,0 * 360) = -1,4 \text{ дней.}$$

При увеличении денежных средств на 414,5 тыс. руб. оборачиваемость увеличилась на 3 дня и при увеличении выручки снизилась на 1 день. В общей сложности коэффициент возрос на 2 дня.

4. Длительность оборота прочих оборотных активов: $Об.поа = ПОА/V * 360$.

Влияние среднегодовых остатков прочих оборотных активов:

$$\Delta Об.поа (ПОА) = (ПОА_1 / V_0 * 360) - (ПОА_0 / V_0 * 360) = (141,5 / 44104,0 * 360) - (303,5 / 44104,0 * 360) = -1,2 \text{ дня.}$$

Влияние выручки от продаж:

$$\Delta Об.поа (V) = (ПОА_1 / V_1 * 360) - (ПОА_1 / V_0 * 360) = (141,5 / 58382,0 * 360) - (141,5 / 44104,0 * 360) = -0,4 \text{ дня.}$$

Изменение периода длительности оборота прочих оборотных активов незначительно. В общей сложности он уменьшился на 2 дня.

В заключение следует рассчитать влияние оборачиваемости оборотных активов на изменение прибыли от продаж, так как: «ускорение их оборачиваемости оказывает положительное влияние на приращение выручки от реализации» [3, с. 304].

Показатель прироста объёма продукции вследствие ускорения оборачиваемости оборотных активов возможно рассчитать базируясь на методе цепных подстановок:

$$\Delta V = (Кооа_1 - Кооа_0) * Вд. = (2,8 - 2,2) * 162,2 = 97,32$$

Воздействие оборачиваемости оборотного капитала на прирост прибыли:

$$\Delta П = П_0 * Кооа_1 / Кооа_0 - П_0 = 692 * 2,8 / 2,2 - 692 = 188,7$$

Для более правильного определения воздействия оборачиваемости оборотных активов на отклонение прибыли от продаж пользуются мультипликативной моделью зависимости от трёх факторов прибыли:

$$П = ОА * (В/ОА) * (П/В).$$

Мультипликативная модель имеет вид: $f = x * y * z$.

Расчёт влияния факторов на изменение показателя прибыли на основе метода цепных подстановок:

$$\Delta П(x) = \Delta x * y_0 * z_0 = -0,006 * 2,2 * 20432,5 = -269,7$$

$$\Delta П(y) = \Delta y * x_1 * z_0 = 0,7 * 0,009 * 20432,5 = 128,7$$

$$\Delta П(z) = \Delta z * x_1 * y_1 = 61,5 * 0,009 * 2,8 = 1,5$$

Совокупное влияние факторов на изменение прибыли составляет:

$$\Delta П(x) + \Delta П(y) + \Delta П(z) = -269,7 + 128,7 + 1,5 = -139,5$$

Из расчётов видно, что прибыль изменилась за счёт снижения рентабельности продаж до 0,9% в отчётном году по сравнению с прошлым годом 1,6%, из-за чего уменьшилась и прибыль на 269,7 тыс. руб. Рост оборачиваемости оборотных активов на 0,7 оборота, что в 2014 г. составляет 2,8 оборота обеспечил прирост прибыли на сумму 128,7 тыс. руб. Влияние увеличения среднегодовых остатков оборотных активов с 20432,5 до 20494,0 тыс. руб. незначительно. Оно позволило увеличить прибыль на 1,5 тыс. руб.

Основной целью деятельности любой компании является поиск оптимальных управленческих решений, направленных на максимизацию прибыли, относительным выражением которой являются показатели рентабельности. Показатели рентабельности, как любые относительные показатели, представляют собой важные характеристики факторной среды формирования прибыли и дохода компаний.

Факторный анализ рентабельности можно представить следующим образом:

1. Факторная модель рентабельности продаж:

$$Рп = П/V * 100.$$

Влияние прибыли от продаж:

$$\Delta Рп(П) = (П_1 / V_0 * 100) - (П_0 / V_0 * 100) = (3171 / 44104 * 100) - (1384 / 44104 * 100) = 4,05.$$

Влияние выручки от продаж:

$$\Delta Рп(V) = (П_1 / V_1 * 100) - (П_1 / V_0 * 100) = (3171 / 58382 * 100) - (3171 / 44104 * 100) = -1,76.$$

За счёт увеличения прибыли от продаж на 1787 тыс. руб. коэффициент рентабельности увеличился 4,05. Увеличение выручки от продаж на 14278 тыс. руб. привело к снижению коэффициента на 1,76. В общей сложности, рентабельности продаж увеличилась на 2,29.

2. Факторная модель рентабельности затрат: $Рз = П/З * 100$.

Влияние прибыли от продаж:

$$\Delta Рз(П) = (П_1 / З_0 * 100) - (П_0 / З_0 * 100) = (3171 / 42720 * 100) - (1384 / 42720 * 100) = 4,18.$$

Влияние затрат организации:

$$\Delta Рз(З) = (П_1 / З_1 * 100) - (П_1 / З_0 * 100) = (3171 / 55211 * 100) - (3171 / 42720 * 100) = -1,68.$$

1. Бухгалтерская (финансовая) отчётность ООО «РС»
2. *Ковалёв В. В.* Корпоративные финансы и учёт: понятия, алгоритмы, показатели : учеб. пособие. – Ч. 1. – М. : Проспект, КНОРУС, 2010. – 768 с. ISBN 5-482-00282-9
3. *Костирко Р. О.* Фінансовий аналіз: Навч. посібник. – Х.: Фактор, 2007. – 784 с. ISBN 978-966-312-691-3
4. *Сологубова Н. А.* Концептуальные подходы к формированию показателей бухгалтерского баланса и отчёта об изменениях капитала, ориентированных на удовлетворение потребностей пользователей // Экономика и эффективность организации производства. – 2009. – № 11. ISSN 2310-936X.

А. С. Нигаматзянова, О. А. Алексеев
«Башкирский государственный университет» (г. Уфа)

ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ ДИСЦИПЛИНАРНОЙ ПОЛИТИКИ: ВЫБОР МЕЖДУ САНКЦИОННЫМИ И СТРУКТУРНЫМИ РЕШЕНИЯМИ

Нарушения трудовой дисциплины – извечная проблема для любого предприятия, использующего наёмный труд. Отличаются лишь масштабы и степень регулируемости этого стихийного дезорганизующего процесса. Потому разработка эффективных методов управления дисциплиной труда на предприятии – всегда актуальная тема.

Дисциплина труда – это обязательное для всех работников соблюдение норм и правил, которые определены трудовым Кодексом, другими федеральными законами, коллективным договором и соглашениями разного уровня, а также локальными нормативными актами и трудовым договором. Работодатель обязан в соответствии с трудовым законодательством и другими нормативными правовыми актами, которые содержат нормы трудового права, коллективным договором и соглашениями, локальными нормативными актами, трудовым договором создавать те условия, которые необходимы для соблюдения работниками дисциплины труда.

Однако соблюдение всех мер, предписанных в законодательстве, не является достаточным условием, способствующим эффективному управлению персоналом и не обеспечивает в полной мере качество работы компании.

Традиционные, известные ещё со времён «советской» дисциплинарной системы управления, методы принуждения и убеждения в современных условиях не дают желаемого эффекта укрепления дисциплины труда, хотя и получили широкое распространение в многих практиках управления во всём мире.

Под убеждением подразумевается широкий комплекс воспитательных мер и поощрений за труд. Согласно статье 191 ТК РФ работодатель может поощрять работников, которые добросовестно исполняют свои трудовые обязанности [1]. Видами поощрений

являются: выдача премии, объявление благодарности, награждение ценным подарком, почётной грамотой, а также присвоение звания лучшего по профессии.

Арсенал принудительных мер поддержания дисциплины труда в современном законодательстве о труде существенно сократился в сравнении с советским временем – остались замечание, выговор и увольнение по соответствующим основаниям (ст. 192 ТК РФ). Тем не менее, менеджмент российских компаний в своих попытках найти эффективные методы дисциплинирующего воздействия на персонал явно демонстрирует выбор в пользу негативных санкций, изобретая приёмы, которые зачастую вступают в противоречие с законами о труде.

На сегодняшний день для российских предприятий наиболее характерными нарушениями трудовой дисциплины являются: опоздания, решение вопросов личного характера в рамках трудового дня, простои, связанные с длительными обедами и перекурами, использование ноутбуков и компьютеров в своих личных целях (соц. сети и т.д.), нарушение сроков сдачи заданий, появление на рабочем месте в состоянии алкогольного опьянения, некачественная неэффективная работа, отсутствие проявления деловых качеств и норм этикета при общении с клиентами. Лидирующую позицию в списке дисциплинарных нарушений со стороны персонала занимают опоздания на работу.

Руководители используют в борьбе с данным трудовым нарушением широкий набор средств: от мягких мер внушения до жёстких санкций. Одни проводят беседы воспитательного характера, другие карают при помощи вычета определённой суммы из заработной платы (что противоречит Трудовому Кодексу). Однако, судя по количеству «рецидивов», эффективность такой санкционной дисциплинарной политики достаточно низкая. В част-

ности потому, что вернувшиеся в компанию в виде штрафов (а на самом деле – «сэкономленные» на зарплате) деньги идут не на исправление ситуации, а: 1) в карман собственника/топ-менеджера; 2) «на нужды офиса»; 3) на поощрительные выплаты «лучшим сотрудникам». Проблемы систематического характера так и остаются не разрешёнными.

Одной из главных причин существующих проблем в управлении дисциплиной труда является отсутствие системного подхода в осуществлении дисциплинарной политики, неадекватность практикуемых методов и низкий уровень владения руководством предприятий методами социального управления трудом [2, с. 64]. Представляется, что подходы к формированию дисциплинарной политики, основанные на структурных решениях дадут больший эффект. Например, инструментом, который способствует установлению трудовой дисциплины в компании и решает вопросы опозданий, может служить внедрение гибкого графика работы. К примеру, если организация функционирует в режиме с 10.00 до 21.00, можно установить время отработки (8 часов) в течение этого времени для функционалов, связанных с компьютеризированными рабочими местами. Таким образом, каждый сотрудник отрабатывает свои 8 часов в течение дня, не нарушая при этом трудовую дисциплину. [3; с.38]. Ещё одно оригинальное решение для компаний, связанных с ресторанным бизнесом, заключается в том, чтобы обеспечивать сотрудников, пришедших вовремя на работу, бесплатными завтраками. И такого рода приёмов структурного воздействия на персонал можно найти много для каждой конкретной компании с учётом характера и содержания её деятельности.

В целях регламентации трудовой дисциплины, необходимо обратиться к таким мерам регулирования как административные методы (разработка локальных нормативных актов), методы экономико-статистического учёта, анализа и оценки потерь рабочего времени из-за нарушений трудовой дисциплины. Далее, целесообразно регулярно использовать методы социологического опроса, позволяющие выявлять актуальные социокультурные аспекты и ценностно-мотивационные факторы соблюдения персоналом норм трудового поведения.

При составлении локальных актов необходимо опираться на букву закона, и ориентироваться на вышестоящие законодательные документы. Например, если работодатель отразил в локальных актах дисциплинарное наказание в виде штрафов денежного характера, правоохранительные органы могут применить штрафные меры к нему самому. Также руководитель не имеет права применять к сотруднику санкции в виде сверхурочных работ. Более того, использование лишения премии именно в качестве дисциплинарного взыскания также может быть квалифицировано трудовой инспекцией как нарушение трудового законодательства. Премия должна служить в качестве поощрения за более высокие результаты трудовой деятельности. Правомерными являются меры морального воздействия. Необходимо разъяснить сотруднику, ссылаясь на Трудовой Кодекс, чем ему грозит систематическое нарушение трудовой дисциплины.

Однако, весь этот набор средств следует рассматривать в качестве дополнений к структурным решениям, адекватным характеру деятельности каждой компании.

Сбалансированное использование стимулов к труду («поощрение – наказание») и опора, прежде всего, на экономические интересы работников – так можно определить суть современного подхода к разработке социальных технологий и применению методов управления дисциплиной труда в организациях [4, с. 99].

Представляется, что перспективной стратегией развития системы управления дисциплиной труда в современных условиях должен стать переход к системе управления качеством труда на основе самодисциплины персонала и сознательного поведения работников. Основным приоритетом в данном направлении должно стать формирование основной системообразующей «связки» – эффективный собственник-работодатель и его сознательный и заинтересованный партнёр – наёмный работник [5, с. 7]. Только осознав необходимость дисциплины и качественного труда как условия удовлетворения своих экономических интересов, работник проявит интерес к участию в управлении организационными процессами в компании и готовность стать полноправным партнёром работодателя в достижении общих экономических результатов.

Библиографический список

1. Трудовой кодекс Российской Федерации : [федер. закон от 30 дек. 2001 г. № 197-ФЗ : принят Гос. Думой 21 дек. 2001 г.] // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2002. – № 1, ч. 1, ст. 3..
2. Габдуллина Л.И., Алексеев О. А. Системный подход к управлению дисциплиной труда на предприятиях сферы бытового обслуживания населения // Актуальные социально-экономические проблемы развития экономики : материалы междунар. науч.-пр. конф. Башкирский гос. университет Институт экономики, финансов и бизнеса Научный центр «ИНЭКО», 2015. – С. 64–69.
3. Хожемпо В. В. Дисциплина труда на российских предприятиях // Молодой учёный. – 2016. – № 1. – С. 38–39.
4. Мамалимова Р.А., Алексеев О. А. Пути и методы системной организации управления дисциплиной труда на предприятии // Проблемы и достижения современной науки. – Уфа : ООО «Ника», 2015. – № 1(2). – С. 99–102.
5. Алексеев О. А. Субъектная составляющая микроинститутов трудовых и производственных отношений в решении проблем экономического развития // Инновационное развитие современной науки. Сборник статей Международной научно-практической конференции : В 9 частях. – Ч. 1. – Уфа, 2014. – С. 7–9.

И.Р. Пайзулаев
*Финансовый Университет
при Правительстве Российской Федерации*

НАЛОГОВОЙ СЛУЖБЕ – 25 ЛЕТ (СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ НАЛОГОВЫХ ОРГАНОВ РОССИИ)

Налоговая служба Российской Федерации ведет отчет своей биографии с 21 ноября 1991 года. Именно в этот день был принят Указ Президента РСФСР № 229 «О государственной налоговой службе РСФСР», который вывел налоговую службу из-под «крыла» Министерства финансов РСФСР. Это обеспечило независимость деятельности, способствовало укреплению и повышению ее роли в системе центральных органов управления Российской Федерации.

До начала рыночной перестройки хозяйства нынешней России – на конечном этапе существования СССР – налоговая система фактически отсутствовала, хотя и имелись ее отдельные элементы. Доля налогов в экономике была незначительной и не играла какой-либо самостоятельной роли. Принятие закона РФ от 27.12.1991 г. № 2118 – 1 «Об основах налоговой системы в Российской Федерации» и ряда законов по конкретным налогам, вступившим в действие с 1 января 1992 г., ознаменовало первый шаг по созданию налоговой системы постсоветского периода. Законом 2118 – 1 были определены следующие основные положения:

- порядок установления и отмены налогов (весьма размыт и, по сути, отдан на откуп органам власти различных уровней);

- установлено единое понятие налога и сбора, под которыми понимается обязательный взнос в бюджет соответствующего уровня или во внебюджетный фонд, осуществляемый плательщиками в порядке и на условиях, определяемыми законодательными актами;

- обозначены плательщики налогов, их права и обязанности;

- предусмотрены меры ответственности налогоплательщика за нарушение налогового законодательства; особенность мер – исключительная жесткость, при которой даже относительно мелкие нарушения могли поставить предприятие в безвыходную ситуацию;

- права налоговых органов (неоправданно расширенные и допускающие в отдельных случаях проявление элементов произвола по отношению к налогоплательщику);

- приведены виды налогов (федеральных налогов – 16, региональных – 4 и местных – более 20).

Формирование же налоговой службы началось в России с Постановления Совета Министров СССР от 24.01.90 г. № 76 о создании в системе Министерства финансов СССР Государственной налоговой службы. Это было время проведения радикальных экономических реформ, рыночных преобразований, изменения социальной структуры общества. Согласно постановлению в системе Минфина была создана налоговая служба, которая имела следующую организацию:

- Главная государственная налоговая инспекция Минфина СССР;

- государственные налоговые инспекции министерств финансов союзных республик;

- государственные налоговые инспекции по автономным республикам, краям, областям, автономным областям, автономным округам, районам, городам, городам и районам в городах.

Число инспекций местного уровня в России соответствовало числу административно-территориальных единиц и составляло 2646.

Существенное различие уровней экономического развития, сфер деятельности инспекций привело к их резко различающейся нагрузке. Среднее число налогоплательщиков – физических лиц, приходящихся на одну инспекцию, составляло 53 тыс. человек (минимальная численность в Ненецком автономном округе – 2000 человек; максимальная численность в Москве и Санкт – Петербурге – 230 тыс. человек). Еще более различалось число налогоплательщиков – юридических лиц, приходящихся на одну инспекцию. При среднем числе 990 ед. минимальное их ко-

личество зарегистрировано в Таймырском автономном округе – 110, максимальное – а Москве – 14500. Существенно различался и численный состав налоговых органов РФ: более 300 сотрудников в 21 инспекции, менее 10 сотрудников исполняли возложенные на них обязанности в 18 инспекциях.

Внутренняя структура территориальных налоговых органов не была поначалу жестко закреплена и в значительной степени устанавливалась их руководством, что вносило определенный элемент стихийности. Проведенный анализ показал, что к 1994 – 1995 гг. на районном уровне имелось более 15 вариантов, различных организационных структур, в которых реализованы различные виды специализации (по видам налогов, по видам налоговых функций, по группам налогоплательщиков и пр.). При этом большинство (более 60%) этих структур построено на сочетании различных специализаций. Таким образом, в результате объективных тенденций 1993 – 1995 гг. в системе Госналогслужбы России не существовало типовой структуры территориальных (местных) налоговых органов и не был обеспечен централизованный контроль за их развитием.

К концу 1995 г. сформировалась острая потребность реорганизации структуры налоговой службы, так как разнообразие систем организации налоговых органов, являлось отрицательным фактором, снижающим уровень их управляемости. В этих условиях в 1995 г. по решению Госналогслужбы России разработан проект концепции модернизации налоговой службы, определивший содержание и ее основные идеи:

- повышение эффективности работы налоговых органов России в соответствии с действующим законодательством при условии ограничения финансовых ресурсов и численности;

- усиление контроля за соблюдением действующего налогового законодательства и дисциплины, осуществление модернизации механизма исчисления и взимания налогов;

- формирование интегрированной информационной базы в территориальных налоговых органах и информационного развития налоговых органов России;

- повышение уровня технической оснащенности территориальных налоговых органов.

Организация работы налоговых органов, обеспечивающая успешное исполнение функций, возложенных на них законодательством, потребовала совершенствование также структуры налоговых органов. Выбор варианта построения структуры налоговых органов был осуществлен с использованием соответствующего международного опыта. При этом были рассмотрены все наиболее распространенные модели налоговой администрации, которые основаны на разных видах специализации.

Таким образом, с учетом мнения ведущих экономистов страны, при разработке проекта для построения системы налоговых органов выбрана функциональная модель. Переход налоговых органов всех звеньев на функциональную структуру является радикальным шагом в сторону модернизации налоговой администрации. Этот принцип обеспечивает рациональное использование имеющихся трудовых ресурсов за счет большей специализации по выполняемым функциям, создает условия для эффективного использования средств вычислительной техники и современных информационных технологий, позволяет обрабатывать все возрастающий объем информации без увеличения численности персонала налоговых органов. Наибольший эффект функциональная организация инспекции дает в сочетании с применением унифицированных (типовых) организационных структур, (т.е. функциональная структура не устанавливается индивидуально для каждой инспекции, а выбирается в зависимости от численности из ограниченного набора типовых организационных структур), утвержденных региональным управлением. Важность применения типовых функциональных организационных структур состоит в том, что позволяет во всех инспекциях применять типовые технологические процессы, что упрощает формализацию многих операций и создает все условия для автоматизации налоговых процедур и их методической поддержки.

На основании проведенного ФНС РФ анализа установлено, что при реализации функционального принципа построения территориальных налоговых органов оптимальной является структура, включающая следующие отделы (минимальная численность отдела – 5 человек):

- отдел общего обеспечения;
- отдел финансового обеспечения;

- юридический отдел;
- отдел регистрации и учета налогоплательщиков;
- отдел работы с налогоплательщиками;
- отдел информационных технологий;
- отдел ввода и обработки данных;
- отдел учета, отчетности и анализа;
- отдел урегулирования задолженности;
- отдел камеральных проверок;
- отдел выездных проверок;
- отдел оперативного контроля.

Внедрение функциональной структуры привело к возрастанию производительности труда на функциональных участках, связанному с более узкой специализацией и более направленным подбором персонала, как в профессиональном, так и личном плане.

Проведенным в это время МНС России анализом установлено, что качественное исполнение функций требует наличия в каждой территориальной инспекции в зависимости от показателей территории (числа налогоплательщиков юридических и физических лиц, объемов собираемых налогов и т.д.) наличия 6-12 отделов, при этом оптимальная численность не менее – 90.

В процессе укрупнения инспекций сфера деятельности каждой из них, расширилась, что привело к массовому созданию межрайонных инспекций (МРИ), администрирующих налоги в нескольких соседних административных образованиях с сокращением последних. В населенных пунктах, где инспекции сокращены, созданы территориально обособленные рабочие места (ТОРМы), в которых специалисты – налоговики ведут работу с налогоплательщиками.

Кроме укрупнения инспекций местного уровня, еще одним основным направлением реструктуризации налоговых органов в пределах региона является создание межрегиональной инспекции по крупнейшим налогоплательщикам региона (МРИ КНП), что позволило проводить единую налоговую политику по отношению к вертикально интегрированным структурам с сетью филиалов и подразделений, рассеянных по всей территории субъекта федерации, а также упростило осуществление скоординированных контрольных действий.

В реформенном периоде, в целях совершенствования структуры федеральных орга-

нов исполнительной власти осуществлялись следующие мероприятия:

– 23.12.1998 г. Государственная налоговая служба преобразована в Министерство Российской Федерации по налогам и сборам.

– 09.03.2004 г. Министерство Российской Федерации преобразовано в Федеральную налоговую службу Российской Федерации.

При этом была сохранена преемственность политики в отношении основных функций и структура региональных и территориальных органов.

Значительно расширились функции налоговых органов. Кроме налогового администрирования у службы появились функции регистрации налогоплательщиков, лицензирования, контроля за производством и оборотом спирта и алкогольной продукции, игорного бизнеса и лотерей. С 2004 года на налоговые органы возложены функции уполномоченного органа государства в делах о банкротстве. Но неизменной остается главная задача – обеспечение поступления налогов в бюджетную систему.

К последним изменениям структуры налоговой службы следует отнести, утверждение Положения об Управлении трансфертного ценообразования ФНС России с июня 2014 г. Управление является самостоятельным структурным подразделением службы. К его задачам, в частности, относятся методологическое и организационное обеспечение работы налоговых органов по вопросам контроля соответствия цен в сделках рыночным ценам (рентабельности), рассмотрение заявлений о заключении соглашения о ценообразовании для целей налогообложения и подготовка решений по ним.

Являясь типовыми элементами налоговой системы страны, налоговые органы Владимирской области прошли все перечисленные этапы развития. В первую очередь в июле 1990 г. в области был сформирован областной аппарат инспекции на базе отдела госдоходов Финансового управления Администрации области. Практически одновременно с областной инспекцией стали создаваться инспекции по городам и районам области. В новую государственную службу перешла работать значительная часть специалистов отделов государственных доходов финансовых органов Владимирской области, которые стали ее кадровым костяком. К концу 1990 г. было

Л. П. Парашкевова, М. Н. Трошина
*Варненский свободный университет
имени Черноризца Храбра (Республика Болгария)*

ПРОБЛЕМА ДОМИНИРОВАНИЯ СФЕРЫ СБЫТА В МАРКЕТИНГЕ

Сбыт является ключевым звеном маркетинга и всей деятельности предприятия по созданию, производству и доведению товара/услуги до потребителя, основная задача которого – возврат вложенных в производство товаров/услуг денежных средств и получение прибыли. Из пяти концепций маркетинговой деятельности (производственной, товарной, сбытовой, потребительской и социальной) именно концепция сбыта является на сегодняшний день наиболее актуальной для предприятий и имеет более жёсткий характер применения.

Вслед за другими специалистами в области маркетинга [1,2,3,4,5] выделим семь причин растущей популярности мероприятий по стимулированию сбыта в России. Во-первых, совсем недавно страна пережила тяжёлый экономический кризис, который выбил из колеи многие российские компании. Чтобы оправиться от кризиса, предприниматели должны принимать меры, которые способны дать быстрые результаты. Как известно, стимулирование сбыта ведёт к мгновенному отклику потребителей и способно резко увеличить объёмы продаж за короткий период времени. В посткризисное время это гораздо привлекательнее для бизнеса, чем длительная работа над формированием положительного образа компании и вложение денег в отложенный спрос. Во-вторых, на рынке с высоким уровнем конкуренции стимулирование сбыта даёт возможность выделить свой товар в местах продажи, привлечь к нему дополнительное внимание потребителей и, как следствие, увеличить объёмы продаж своей продукции, занять более прочные позиции среди конкурентов в рыночной нише. В-третьих, в тех нишах, где ассортимент товара не слишком велик или не привлекателен для клиентов, стимулирование сбыта позволяет играть на выгодах от приобретения продукции, к которой потребители более чувствительны, чем к бренду. В-четвёртых, сегодня возможности информационных систем позволяют производителю товаров или дистрибьютору просле-

дить всю цепочку движения товара от склада до конечного потребителя, поэтому появилась возможность проводить промоакции на различных этапах этого движения (локальном или региональном уровнях, или в масштабах всей страны). В-пятых, в последнее время расходы на средства массовой информации постоянно растут. В-шестых, стимулирование сбыта подходит для любых сегментов рынка. Применять методы стимулирования можно как при продаже товаров, так и при продаже услуг. В-седьмых, в тех сферах деятельности, в которых происходит перенасыщение потребителей рекламной информацией, предприниматели предпочитают переключаться с традиционной рекламы на стимулирование продаж, так как реклама становится малоэффективной.

Какие же методы стимулирования сбыта наиболее популярны в наши дни? Есть операции по стимулированию сбыта, которые относятся к «жёсткому» типу (*hard-selling*), так называемые ценовые методы: существенное (или резкое) снижение цен, предоставление скидок в зависимости от объёма купленной продукции, продажа дополнительного количества товара при неизменных ценах. На протяжении года существуют периоды, когда многочисленные магазины извещают по радио, телевидению, через Интернет, прессу или посредством почтовой рассылки и наружной рекламы о продаже по низким ценам ряда отобраных ими товаров. На месте покупатель осознаёт, что они неликвидны. Однако уже потрачено время и деньги на дорогу до торговой точки, подсознательно клиент настроен на «shopping», а, следовательно, приобретает товар вне зависимости на скидку.

Есть операции по стимулированию сбыта, которые носят более «мягкий» характер (*soft-selling*): игры, лотереи, конкурсы покупателей и др. Например, фирма «Цептер» в России предлагает покупателям в качестве подарков к кассетам стоимостью более двухсот долларов книги с кулинарными рецептами и другие «полезные» товары. Крупные сетевые компании

«М. Видео», «Эльдорадо», «Техносила», «Мир» и др. часто проводят акции, суть которых заключается в том, что при предъявлении чека на сумму от 30000 или 5000 рублей у покупателя появляется возможность участвовать в розыгрыше дорогостоящей техники (мобильного телефона или планшета). Акция «Новый товар в обмен на старый» часто практикуется в автомобильном бизнесе, а также при продаже швейных машин и пылесосов. Во всех трёх случаях это отличный маркетинговый ход. Сочетание «жёстких» и «мягких» методов стимулирования сбыта побуждает покупателя к совершению немедленной покупки.

Большинство авторов учебной и научной литературы по маркетингу выделяет три основных типа стимулирования сбыта: стимулирование потребителей, стимулирование производителя (собственного торгового персонала) и стимулирование бизнеса (посредников, с которыми работает организация). Нельзя считать, что какой-то тип стимулирования является более важным, какой-то менее важным – все они равны и направлены на приближение товара к потребителю, а, в конечном счёте, на увеличение объёма продаж и получение дополнительной прибыли. Пренебречь каким-то одним типом стимулирования – значит, вероятнее всего, недополучить возможную прибыль. Независимо от конкретного типа стимулирования сбыта, специалисты в области маркетинга выделяют три большие группы средств стимулирования сбыта:

- ценовые средства (скидки (согласно исследованиям, проведённым относительно потребительских товаров кратковременного пользования, чтобы привлечь значительное внимание к товару, скидка должна составлять 15–25%), купоны, дисконтные карты, установление низкой цены, распродажа, вознаграждение, предоставление рассрочки платежа);

- средства в натуральной форме (премии, призы, раздача бесплатных образцов продукции, подарки, рекламные сувениры, предоставление бесплатных сопутствующих услуг и различных гарантий);

- активные средства (конкурсы, тотализаторы, игры, лотереи).

Опираясь на результаты исследования отношения потребителей к скидкам и прочим маркетинговым программам, представленные компанией «Profi Online Research» [7], можно

сделать вывод, что потребитель очень восприимчив к продаже со скидкой. Его привлекают товары, на которые временно снижена цена, и из двух аналогичных товаров разных марок он купит более дешёвый. Опросы также показывают, что потребитель предпочитает такие виды стимулирования, как бесплатные образцы, сопровождающие покупку, дополнительное количество товара, предоставляемое бесплатно, продажа по сниженным ценам, за которыми с некоторым отрывом следует скидка при повторной покупке. С помощью данных приёмов и происходит манипулирование и эксплуатация клиентов.

Говоря конкретно о российском рынке, можно сказать, что для него характерно более ухищрённое и завуалированное стимулирование сбыта, которое влияет на поведение потребителя, превращая его из потенциального в реального покупателя. Так, например, некоторые российские компании активно используют смс-сообщения для рекламы своей продукции [6]. Не так давно многие пользователи мобильного оператора МТС получили смс-сообщение следующего содержания: «Спасибо за твой вчерашний совет купить колбасу «xxx». Недорогая и качественная, теперь всё время буду покупать только её. До встречи. Лена». Безусловно, у пользователя создаётся впечатление, что смс пришло не по адресу, но подсознательно текст смс удерживается в памяти и в следующий раз при покупке колбасы потребитель наверняка сделает свой выбор в пользу колбасы «xxx».

Как видим, в условиях перенасыщения рынка товарами и жёсткой конкуренции производители и продавцы постоянно ищут новые более эффективные способы сбыта продукции, стараются опережать своих конкурентов, придумывают новые способы стимулирования продаж.

Безусловно, стимулирование сбыта обладает как рядом преимуществ, так и рядом недостатков. Выделим следующие преимущества существующей системы стимулирования сбыта:

- 1) стимулирование сбыта формирует приверженность потребителей к товару. Например, компании предлагают подарки, бонусы и скидки постоянным клиентам;

- 2) стимулирование сбыта приводит к росту количества импульсных покупок. Производители устанавливают в торговых точках

специальные витрины, которые привлекают внимание к товару;

3) стимулирование сбыта улучшает взаимоотношения между производителем товаров, продавцами и торговыми посредниками. Торговые посредники охотнее продают товар, если производитель предоставляет им специальное торговое оборудование, предлагает систему скидок и бонусов, занимается подготовкой торгового персонала;

4) стимулирующие меры способствуют повышению разнообразия форматов розничной торговли. Например, именно благодаря им появились и получили широкое распространение (особенно за рубежом) магазины, постоянно торгующие со скидками, что существенно расширяет возможности выбора для потребителей.

Основными недостатками стимулирования сбыта являются:

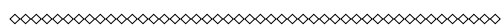
1) риск ухудшения репутации компании. Такой риск возможен в том случае, если компания непрерывно проводит мероприятия по стимулированию сбыта. Потенциальные покупатели начинают воспринимать скидки и бонусы как признак ухудшения качества продукции, предполагая, что товар сам по себе продаваться не может, а снижение цены и обещание подарков является единственным способом привлечь покупателей. Слишком частое применение скидок может привести также к тому, что покупатели перестанут покупать товар по обычным ценам, воспринимая их как завышенные, и будут ждать, когда на товар будет объявлена скидка;

2) смещение приоритетов. Потребители покупают товар только для получения бону-

сов, при этом качество и функциональность самого продукта уходят на второй план. Использование стимулирования в краткосрочной перспективе вызывает у покупателей всплеск энтузиазма, а в долгосрочной – способность навредить имиджу торговой марки и отрицательно сказаться на её продажах.

Объективно критиковать концепцию сбытового маркетинга и методы стимулирования сбыта сложно [8]. Ведь товар, пусть даже непригодный, произведён, и его обязательно надо продать. В то же время ошибка многих предпринимателей состоит в том, что они игнорируют основополагающий принцип маркетинга: «Не пытайтесь сбыть то, что Вам удалось выпустить, а производите то, что у Вас безусловно будет куплено». Опыт крупных зарубежных и российских фирм-производителей (например, «Проктер энд Гэмбл», «Синар» и др.) свидетельствует о том, насколько важна ориентация на запросы потребителей. Безусловно, основным принципом маркетинга таких компаний является ориентация конечных результатов производства на реальные потребности и пожелания потребителей. Но как показывает действительность, конкуренция на рынке столь высока, что покупателям становится все сложнее различать предлагаемые бренды, а стимулирование сбыта позволяет им лучше ориентироваться в товарах и ценах.

Нельзя забывать о том, что стимулирование сбыта является составляющей комплекса маркетинга, средством маркетинговых коммуникаций, поэтому его использование должно гармонично сочетаться с другими средствами маркетинговых коммуникаций.



Библиографический список

1. Захарова, Ю. А. Методы стимулирования сбыта: Учебное пособие / под ред. Е. Н. Киселёвой. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2012. – 128 с.
2. Кеннеди, Д. Всплеск продаж: 10 инструментов быстрого стимулирования сбыта от автора книги «Умный маркетинг в жёсткие времена» // Маркетолог. – 2013. – № 4. – С. 17–19.
3. Кондратьева, М. Н. Экономика и маркетинг : учеб. пособие / М. Н. Кондратьева, Т. Н. Шубина. – Ульяновск: УлГТУ, 2011. – 143 с.
4. Котлер, Ф. Основы маркетинга / пер. с англ. В.Б. Боброва ; под общ. ред. Е.М. Пеньковой. – М. : Прогресс, 1991. – 657 с.
5. Крылов, И. В. Маркетинг. – М. : Центр, 2008. – 495 с.
6. Никонорова, А. В. Использование мобильного маркетинга как средства стимулирования сбыта // Маркетинг в России и за рубежом. – 2010. – № 4. – С. 18–22.
7. Profi Online Research». – URL: <http://profiresearch.ru> (дата обращения 23.04.2016 г.).
8. Дмитриев Ю. А., Филимонова Н. М. Применение маркетингового инструментария в процессе привлечения внимания потребителей к бренду на рынке // Известия Международной академии аграрного образования. – 2016. – № 26. – С. 54–56.

Н. Н. Ползунова, Д. А. Наумов
*ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени А.Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)*

УПРАВЛЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИЕЙ ПРОЕКТА ПО ОСВОЕНИЮ НОВОГО ИЗДЕЛИЯ (на примере изделия «Точмаш-авто»)

Согласно последнему прогнозу Ассоциации Европейского Бизнеса, в 2015 году продажи автомобилей в РФ составили 1,57 млн шт., что на 37% меньше, чем в предшествующем году. Российский авторынок, вероятно, достиг нижней точки падения и скорее всего больше сокращаться не будет. Восстановления объёма продаж новых машин можно ожидать через два-три года.

Процесс восстановления, вероятно, начнётся в 2017 году. Об этом, в частности, говорит недавнее исследование, проведённое крупной международной консалтинговой компанией The Boston Consulting Group (BCG). Согласно базовому сценарию этого прогноза, в 2017 году российский авторынок начнёт расти и закончит год с прибавкой в 10% (будет продано 1,89 млн машин). А в 2018-м, объём рынка уже превысит докризисный уровень и покажет результат 2,33 млн автомобилей.

В связи с этим, на фоне общего падения продаж в автомобильной промышленности наблюдается снижение выручки ООО «Точмаш-авто». За 2015 год выручка, по группе товаров автоприборы, снизилась по отношению к аналогичному периоду 2014 года на 6%. Что касается 2016 года, то ожидаемый уровень выручки окажется ниже на 10%.

Причины отклонения:

1. Сложная экономическая ситуация в РФ: девальвация рубля, уменьшение доходов населения и не уверенность в завтрашнем дне, значительный рост цен на автомобили, большая ставка по кредиту;

2. Изменение производственной программы «АВТОВАЗ» и «АЗ «ГАЗ» ввиду низкого спроса на новые а/м;

3. Невыполнение плана по реализации продукции внешним потребителям, в т.ч. ОАО «АВТОВАЗ», ООО «АЗ «ГАЗ», дилерам, прочим контрагентам.

Меры по минимизации отклонения:

1. Поиск дополнительных заказов на автозаводах: заключение договоров на серийную поставку с ПАО «УАЗ», ПАО «КАМАЗ», ОАО «МАЗ»;

2. Освоение новых изделий под линейку автомобилей выпускаемых и готовящихся к освоению на ОАО «АВТОВАЗ», СП ЗАО «GM-AVTOVAZ» и «Автомобильный завод «ГАЗ».

В этих условиях «Освоение производства новых изделий» становится важнейшим фактором повышения конкурентоспособности предприятия и является наиболее эффективным и надёжным способом выхода предприятия из кризиса.

Актуальность исследования обусловлена потребностью в дальнейшем изучении формирования системы управления проектами, а также особенностей её внедрения на предприятии [1].

На сегодняшний день проектное управление представляет собой не просто следование западным тенденциям и перенимание опыта у зарубежных компаний, а результативный инструмент интеграционной деятельности, направленный на достижение конкретных результатов и поставленных целей в организации [2]. Каждый успешно реализованный проект в любой сфере деятельности предприятия – это, главным образом, вклад в рост и развитие компании.

1. Разработка и внедрение на производстве календарного планирования;

Внедрение общего плана Календарного планирования освоения новых изделий на предприятии. Для каждого структурного подразделения, должен быть разработан подробный календарный план работ с указанием сроков начала и окончания работ, ответственных за выполнение работ, последовательность выполнения работ. Копии календарных пла-

нов предоставляются в центральную рабочую группу для контроля хода выполнения работ.

2. Построение корпоративной системы управления проектами.

Поэтапный план построения корпоративной системы управления проектами. Безусловно, процесс внедрения КСУП достаточно

непростой и затратный, однако, при успешном внедрении системы результаты не заставят себя долго ждать. В компании с развитой КСУП совершенствуются механизмы взаимодействия между сотрудниками, снижаются сроки выполнения проектов, оптимизируются ресурсы и сокращаются затраты.

Библиографический список

1. *Филимонова Н. М., Моргунова Н. В.* Методические подходы к оценке лучших практик применения методов проектного управления органами государственной власти // Российское предпринимательство. – 2013. – № 23 (245). – С. 10–19.
2. *Филимонова Н. М., Моргунова Н. В., Синявский Д. А., Синявская Д. М.* Дорожная карта совершенствования государственной молодёжной политики во владимирской области // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 2–3. – С. 111.

В. И. Пуганов, З. В. Брагина

Международная академия бизнеса и новых технологий (г. Ярославль)

Ю. А. Дмитриев

*ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени А.Г. и Н. Г. Столетовых»*

АНАЛИЗ ДИФФЕРЕНЦИРОВАННЫХ СОСТАВЛЯЮЩИХ ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ АКТИВНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАЛЫХ ИЛИ СРЕДНИХ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ СТРУКТУР РОССИЙСКОГО БИЗНЕСА

Обеспечение перехода существования от продаж сырья к промышленно инновационному типу развития, использование широкого спектра механизмов организации деятельности, исследование проблем эффективного инвестиционного обеспечения инновационного развития, позволяет сделать посыл тому, что развитие политических, социальных и хозяйственных возможностей, расширение использования прогрессивных инвестиционных инструментов, в сочетании с оптимизацией производственной и коммерческой деятельности, интересами участников деятельности, должны базироваться на прогрессивных методах организации деятельности, обеспечить успешное выполнение избранной инновационно-инвестиционной стратегии.

Логикой создания стратегии развития эффективных социальных, политических и экономических составляющих жизнедеятельности обнаруживается формирование высокоинтеллектуального, высокотехнологичного и организованного системного комплекса с активным использованием малых или средних организационных структур бизнеса.

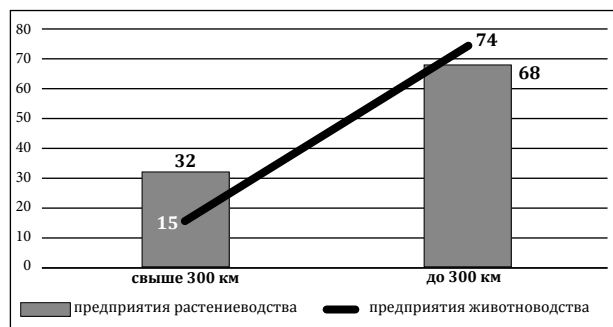
Инвестирование инновационного процесса может быть в различных формах: за счёт бюджетов разных уровней и средств организации (государственно-корпоративной), используя средства организации (коллективной), заимствованием средств стороннего экономического агента (корпоративная).

Наша работа по исследованию имеющихся систем инновационно-инвестиционной дея-

тельности, их характеристик организации, методологий оценки эффективности проектов позволяют сделать предположение о присутствии, в такого рода взаимодействиях конкуренции и сотрудничества [15], полностью соответствующих определённым кластерным подходам, и эта форма связи сделать предположение того, что эта организации могла бы быть применима в условиях активного использования малых или средних организационных структур российского бизнеса [8], [14], [19], [20].

Кластерные отношения, в некоторых рассмотренных секторах различными исследователями [4], [5], [9], [14], [21], а также анализ данных современной российской организации, выявленных интервьюированием с различными сценариями, опросом (октябрь-декабрь 2011 г. проект «Агрополис Северо-Запад») руководителей российских научных, административных, производственных и образовательных организаций с активным диапазоном интересов, концентрирующим, как правило, «неформальное взаимоотношение к перспективам развития» [7], [8], [14], [20] и показывают отсутствие стройных системных правил организации, замкнутость деятельности на узком локальном участке, к примеру, по АПК РФ, «в радиусе 300 км» (рис. 1), отсутствие здоровой конкуренции, усиление монополизма. При такой организации, затрудняется расширение возможностей ассортимента продукта, увеличивается деформация ценовой политики (рис. 2), а как следствие издержек такой организации, инновационная составляющая деятельности

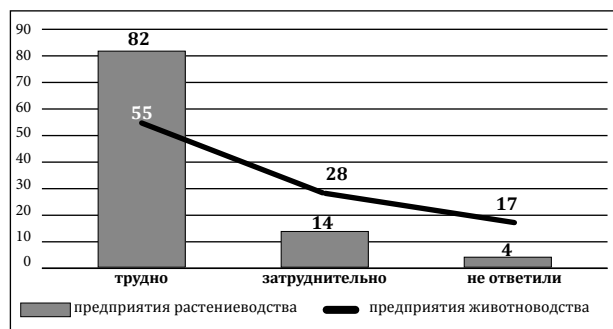
этого направления на крайне низком уровне (рис. 3).



Составлено автором исследования с учётом данных [7], [20]

Рис. 1. Территориальное размещение основных поставщиков продукции АПК РФ

Все рассматриваемые потенциально возможные виды взаимодействия в настоящее время сводятся к декларативному желанию развития сотрудничества, что видно из диаграммы (рис. 4), где источники инновационных ресурсов образуются из слабой подготовки кадров и не подтверждённой научными экспериментами практической деятельностью (экспонента А), «ограничиваются обменом информацией о рынках сбыта» продукции, в меньшей степени стремятся к совместному использованию территориальных объектов инфраструктуры (таблица, рис. 3).



Составлено автором исследования с учётом данных [7], [20]

Рис. 2. Возможности здоровой конкуренции предприятий АПК

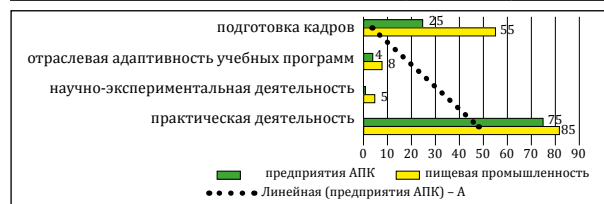
При том, что опрашиваемые лично знакомы с руководителями администраций регионов в управлении АПК – 100%, напрямую обсуждают проблемы развития бизнеса – 68%, что говорит о взаимодействии организующих структур, стремление к организованной совместной инновационной деятельности, в том числе с привлечением инвестиций и раскрытием информации, далеко не приветствуется, а формирование сетей АПК кластера, к примеру, Северо-Западного федерального округа,

возможно на условиях жёсткой взаимозависимости, а не на условиях «сознательной кооперации» [7], [20].

Таблица 1

Виды взаимодействия инновационного развития предприятий АПК РФ

Взаимодействие	Условия восприятия деятельности (%)	
	Внимание	Реализация
Обмен информацией о рынках сбыта	35	34
Интерес совершенствования программ обучения и повышения квалификации	70	68
Разработка предложений по совершенствованию государственной поддержки экономики	76	42
Информационный обмен базами данных	92	2
Обмен опытом производства	31	2
Обмен информацией о прогрессивных технологиях	8	-
Участие в совместных проектах	22	-



Составлено автором исследования с учётом данных [7], [20]

Рис. 4. Возможности инновационного развития предприятий АПК

Основными выявленными причинами противоречия объективной реальности инновационного развития отмечены отсутствие мотивированных стимулов, сопровождающихся:

- отсутствием квалифицированных кадров в реальном секторе экономики;
- неразвитостью инфраструктуры инновационной деятельности;
- ограниченностью финансирования прогрессивных технологий;
- коррупционно-бюрократическим изобилием системы организации;
- несовершенством законодательной и правовой базы инновационной и инвестиционной деятельности;
- непрозрачностью бизнеса;
- возникновением проблемы утраты доверия кредитным институтам; проценты по рублёвым депозитам потеряли привлекатель-

ность, перестали даже покрывать инфляцию, и этот фактор для некоторых клиентов является стимулом не к сбережению, а к потреблению [6];

– закрытостью (крайней недоступностью) информационной поддержки реального сектора экономики.

Есть мнение, что в настоящее время Россия в целом проиграла конкуренцию в мире по адаптации своей экономики к новой реальности [10], ориентируя экономику на продажи сырья и рассчитывая бюджет страны исходя из среднегодовой цены на нефть и налоговых сборов с населения [16].

Классифицировать факторы инновационно-инвестиционной среды можно с позиций принадлежности к видам деятельности, реализуемым относительно дифференцированных инновационной и инвестиционной составляющих. Кроме того, означенную среду можно классифицировать и с позиции прогрессивно-психологической ориентированности кадров необходимой квалификации, хозяйственной, научно-технической производственной мощности и потенциала территории или отрасли.

Эти и другие проблемы российского сообщества необходимо решать путём разработки и реализации единой стратегии национального развития, в реальном секторе пересмотром существующих представлений об управлении и контроле деятельности с обязательным использованием малых или средних организационных структур российского бизнеса.

По нашему мнению, для достижения цели в рамках отдельной организации (предприятия) малой или средней форм организации, и, при успешной апробации, трансформации их в сложные организационные системы, следует решить следующие задачи [17],[19]:

– определить и создать необходимую и достаточную структуру управления поисковой и организационной деятельностью;

– создать необходимую и достаточную систему правовой и аналитической деятельности;

– создать инфраструктурную основу предстоящей деятельности в приоритетной последовательности;

– определить приоритеты выбранного тренда деятельности;

– организовать получение необходимой и специальной информации для основной

и вспомогательной деятельности из российских и зарубежных источников;

– уточнить приоритеты выбранного основного и вспомогательных векторов деятельности;

– создать программу обеспечения деятельности кадровым потенциалом необходимой квалификации с последующей системой его совершенствования;

– обеспечить определённую деятельность управленческими и исполнительными кадрами;

– обеспечить инфраструктурную деятельность с учётом перспективы развития;

– обеспечить производственно-хозяйственную деятельность оборудованием, методическими и программными условиями для создания продукта потребления в целях получения дохода;

– организовать обеспечение выпускаемого продукта доходности маркетинговой, аутсорсинговой, аудиторской и другими составляющими получения информации от рынка для конкурентной оценки своей деятельности.

Кроме того, важным преимуществом в формирование комплекса такой структуры организации должно стать эффективное взаимодействие образующих элементов деятельности и факторов социального, политического, экономического и другого пространства их сопровождающих, на основе анализа факторов рискованных ситуаций (ФРС).

Это предусматривает, прежде всего, формирование традиционных внутрикомплексных систем взаимодействия, включающих:

– структурную интеграцию, предполагающую формирование и использование единой инфраструктуры;

– кооперационную интеграцию, основанную на гарантированных поставках сырья, материалов и комплектующих изделий;

– системную интеграцию, включающую консолидированное использование её участниками разных ресурсов.

Данные схемы взаимодействия дадут возможность сделать подход к стратегическому планированию более реальным, относительно традиционно используемого [1], [2], [3], [12.], [13].

Создание благоприятных условий посредством формирования инновационных инфраструктурных схем для осуществления инновационно-инвестиционной деятельно-

сти является стратегической задачей высоко интеллектуального, высокотехнологичного и организованного комплекса [11], [17], [19], узловыми элементами которой станут: организационные структуры инновационного развития; подбор и подготовка кадров; структуры анализа факторов текущих и перспективных направлений; финансово-кредитные институты обеспечения устойчивой деятельности. А на этапе принятия решения необходимо дифференцированное исследование компенсационных аргументов факторов рискованных ситуаций (ФРС), по меньшей мере, основных маркетинговых позиций конкурентоспособной деятельности, отраслевым характеристикам ресурсного и технологического направлений, территориальной локализации сфер влияния, социальных вероятностей.

При классификации (*анализе*) статистическую составляющую ФРС следует обозначить как характерные – с конкретными факторами и отнести их к внутренним, потому как они объединяются неким образом в факторы внутренней среды.

Если факторы инновации и инвестирования до совместной деятельности были установлены в начальной поисковой стадии исследования, то они имеют первоначальные характерные предположения.

Факторы внешней среды отметим некоторыми традиционными составляющими: географическими, природно-климатическими, политическими, нормативно-правовыми. Динамику некоторых социальных, хозяйственно-экономических и политических факторов, обозначенную как порождаемую рыночными отношениями конкурентов производителей и потребителей конечного продукта, можно классифицировать как принадлежность к реализуемым видам деятельности на инновационную и инвестиционную составляющие.

Далее исследуя внешние, внутренние факторы и влияния на них, означим организационную составляющую инновационно-инвестиционной среды, представляющую собой совокупность внутренних единиц системы и внешних факторов, генерирующих и внедряющих нужные системе рынка паттерны (коннотации концептов) механизмов инноваций, фритредерского или протекционистского толка способствующие или тормозящие процессы, учитывая, к примеру, исследования

Оливером Уильямсоном [23] интеллектуального координирования проблем рынков и организаций на основе минимизации транзакционных издержек экономических организаций с акцентом на организации, рынки и контрактацию отношений. Такой подход позволяет проанализировать широкую гамму экономических институтов, начиная с дискретного рыночного обмена и кончая централизованной иерархической организацией, включая мириады смешанных или промежуточных моделей между ними. При этом необходимо уделять больше внимания организационным (а не технологическим) аспектам экономических институтов и целям эффективности (а не целям монополии).

Причём понимание транзакционных издержек возьмём по определению Коннета Эрроу – как «затраты на управление экономической системой», а не производственные издержки, составляющие суть расходного компонента хозяйственной деятельности и являющиеся экономическим эквивалентом трения в механических системах, анализ выполненный Гербертом Саймоном [22] о комплексности, искусственности и сложности, вытекающей из неспособности поведенческой системы идеально приспособиться к окружающей среде, то есть из-за пределов её рациональности, и ставит интересные проблемы, главным образом в тех случаях, когда дело касается сложных систем, действующих в сложных внешних условиях организации, и, высказанные Фридрихом Августом фон Хайеком идеи, связанные с эволюционным подходом к социальным институтам. [24], [25], [26], [27], [28]

Что, по нашему мнению, делает возможным вводить понятие индивидуалистической концепции ФРС во времени и ожидании, с учётом заимствования выполненных Ф. Хайеком обобщений преобразования вальрасианской статической общей теории равновесия в интертемпоральную общую теорию равновесия [24], в которой организационной структуре российского бизнеса малых или средних структурных форм может быть комфортно.

При таком подходе прежде всего, можно выяснить, что можно найти единичные или группу ФРС, которые первоначально сложившиеся и экономически не деградировавшие доминантные характеристики могут изме-

18. Пуганов В. И. Модель формирования регионального инвестиционного кластера // Динамика сложных систем XXI век. – 2012. – № 3, т. 6.
19. Пуганов В. И., Дмитриев Ю. А. Инновационная привлекательность регионов как определяющий фактор благосостояния населения и качественной инфраструктуры территории // Экономическое моделирование инновационного развития инфраструктуры регионов : материалы междунар. науч.-практич. конф. – Владимир, 2013. – 290 с.
20. Результаты опроса руководителей российских научных, административных, производственных и образовательных организаций (октябрь-декабрь 2011 г. проект «Агрополис» Северо-Запад)
21. Садовничий В. А., Акаев А. А., Коротаев А. В., Малков С. Ю. Моделирование и прогнозирование мировой динамики / Научный совет по Программе фонд. исслед. Президиума Российской академии наук «Экономика и социология знания». – М. : ИСПИ РАН, 2012. – 359 с.
22. Саймон Герберт. Науки об искусственном : пер с англ. Изд. 2-е. – М. : Едиториал УРСС, 2004. – 144 с.
23. Уильямсон О. И. Экономические институты капитализма. Фирмы, рынки, отношенческая контрактация / науч. ред. канд. эконом. наук. В. С. Катькало ; пер. с англ. – СПб. : Лениздат ; SEV Press, 1996. – 702 с.
24. Хайек Ф. Индивидуализм и экономический порядок. – М. : Изограф, 2000. – 256 с.
25. Хайек Ф. Контрреволюция науки, Этюды о злоупотреблении разумом. – М. : ОГИ, 2003. – 288 с.
26. Хайек Ф. Пагубная самонадеянность. Ошибки социализма. – М. : Новости, 1992.
27. Хайек Ф. Право, законодательство и свобода: Современное понимание либеральных принципов справедливости и политики. – М. : ИРИСЭН, 2006. – 644 с.
28. Хайек Ф. Судьбы либерализма в XX веке. – М. : ИРИСЭН, Мысль; Челябинск: Социум, 2009. – 337 с.

В. И. Пуганов, З. В. Брагина
*Международная академия
бизнеса и новых технологий (г. Ярославль)*

Ю. А. Дмитриев
*ФГБОУ ВО «Владимирский государственных
университет имени А.Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)*

АНАЛИЗА ФАКТОРОВ РИСКОВЫХ СИТУАЦИЙ В ОРГАНИЗАЦИИ ПРОДУКТИВНОЙ ИННОВАЦИОННО- ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛЫХ ИЛИ СРЕДНИХ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ СТРУКТУР РОССИЙСКОГО БИЗНЕСА

Если мы хотим стать великой державой, то нам крайне необходима выверенная новаторская индустриализация на базе анализа факторов рискованных ситуаций.

Во второй половине XX в. в развитии экономики преобладало индустриальное производство, с последующей постиндустриальной доминантой сервиса, XXI век наблюдает дальнейшее уменьшение роли капитала и увеличение роли знания как факторов производства, при том, что исследования мировой экономики, как правило, сходятся на том, что в перспективе экономика будет расширяться и, согласно прогнозам Европейской Комиссии, к 2030 г. объём мирового ВВП в 2.5 раза превысит уровень 1990 г. при среднегодовом приросте около 3%, а объём ВВП на душу населения – в 2 раза при 2%-ном среднегодовом приросте. [European Commission, 2007], [3]. В тоже время ожидается дифференцированное замедление темпов роста населения.

Совмещение этих тенденций может привести к увеличению объёма ВВП на душу населения, что, в свою очередь, заметно повлечёт на общие объёмы потребления благ, уровень образования и здоровья людей и, в полной мере, может проявиться ограничение экономического роста и производительность труда, связанные с нехваткой материальных и финансовых ресурсов, социально-политическими проблемами, давлением на окружающую среду.

Обозначенные и другие факторы и риски, в новых условиях становления и сопровожде-

ния развития экономики регионов и отраслей, скорее всего станут мощным дополнительным стимулом дальнейшего усиления действия альтернативе традиционной парадигме экстенсивного использования ресурсов, природных богатств, человеческого капитала, финансовых активов, знаний, в значительной мере, обусловленной раскрытием потенциала – инновационной деятельностью человека, сопровождаемой ускоряющимся развитием технологий, структурным падением себестоимости производства и капитальных затрат.

В результате многократно возрастёт добавленная стоимость экономической деятельности, произойдёт радикальное изменение национальных институциональных систем и, как следствие, снизится капиталоемкость экономического роста, обусловленная переходом к экономике, в которой преобладают использование знания.

Сейчас, в ряде экономик, высокая доля корпоративных прибылей крупных монополий, как пропорции ВВП, эквивалентна низкой доле зарплат, что определено интернационализацией трудовых ресурсов с более низкими зарплатами в развивающихся странах, а также использованием научно-технических средств в производственном процессе, с меньшими затратами на зарплату. В этом случае, снижающаяся капиталоемкость экономического роста приводит к тому, что прибыль после вычета капитальных затрат растёт быстрее, чем свободный денежный поток, то есть прибыль. И, на сегодняшний день, целый ряд техноло-

гий прошли по экспоненциально убывающей кривой затрат [3].

В статье «Too Much of a Good Thing» журнал The Economist утверждает, что американская экономика, в основе высоко технологичная, существенно выросла, прибыли корпораций, стали чрезмерно высоки, очень высока доля свободного денежного потока как пропорция ВВП и беспрецедентно высока норма доходности на вложенный капитал, но для большего развития нужна в «гигантской дозе конкуренции» [8].

В мировом сообществе увеличиваются масштабы финансирования исследований и разработок (ИиР) из различных источников, растёт их результативность, интенсивно развиваются высокотехнологичные, конкурентоспособные виды экономической деятельности; повышается наукоёмкость традиционных и базовых отраслей промышленности, сферы услуг и, под воздействием инноваций, весь их облик радикально преобразуется, углубляется и обостряется инновационная направленность науки.

Специфичное хозяйствование и ведение экономики России последних десятилетий, ориентированное в основном на торговлю своими полезными ископаемыми, вступила в период рецессии и стагнации и, сегодня принимается как аксиома тот факт, что экономическое развитие России уже немыслимо без создания эффективной национальной инновационной системы. Предметом полемики являются лишь возможные способы перевода экономики на инновационный путь развития. Руководством страны и научной средой иницируются разные предложения по выработке особых мер, способных обеспечить данный переход применительно к сложившимся за последние десятилетия российским традициям [1].

Экономическому совету при президенте России, экспертному совету при правительстве и другим экспертам во главе с Алексеем Кудриным, председателем Центра стратегических разработок, вместе предстоит найти приемлемый для большинства способ, выхода страны из ловушки развития чтобы сократить разрыв в уровне благосостояния с развитым миром. Группа Кудрина, готовит программу реформ до 2025 г., важная часть программы – институциональные реформы.

До этого этапа законотворчества была создана «Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года

«Инновационная Россия –2020» задачи, подходы к их решению, включая предложенную модель координации взаимодействия блоков национальной инновационной системы, с точки зрения их соответствия теории и практике формирования и развития национальных инновационных систем. [1]. Общая стоимость бюджетных расходов на её реализацию в течение ближайших десяти лет оценивалась в 15,6 трлн рублей [11].

Появление «Инновационной России-2020» своевременно и актуально, так как предыдущие документы такого уровня – «Основные направления политики Российской Федерации в области развития инновационной системы на период до 2010 года» и «Стратегии развития науки и инноваций в Российской Федерации до 2015 года» – были приняты соответственно в 2001 и 2006 годах, и сделано по ним недостаточно, для достижения амбициозных задач.

Из документа можно понять, что стратегия «Инновационная Россия-2020» призвана «ответить на стоящие перед Россией вызовы и угрозы в сфере инновационного развития за счёт выстраивания чёткой системы целей, приоритетов и инструментов государственной инновационной политики».

Авторам во многих случаях удалось поставить верный диагноз текущей экономической ситуации и определить важнейшие направления возможного развития страны, но отсутствие чёткой детализации и последовательности деятельных мер, необходимых для реализации данных направлений существенно снижают ценность данного документа. Как следствие, некоторые правильно поставленные задачи оказываются лишь благими декларативными пожеланиями. [5]

«Инновационной Россией-2020» поставлен ряд ключевых задач, и в основе Стратегии лежит попытка ввести административное управление инновационными процессами, фактически осуществив интеграцию крупного бизнеса и бюрократии, только в отсутствие стройной концепции развития и системы приоритетов, выбраны лишь отдельные направления, не компенсирующие главную цель – формирования современной эффективной национальной инновационной системы [1].

Документом утверждается, что в рамках реализации таких программ, как Основы-2010

и Стратегия-2015 «заложены основы действующей национальной инновационной системы, предприняты существенные усилия по развитию сектора исследований и разработок, формированию развитой инновационной инфраструктуры, модернизации экономики на основе технологических инноваций». Однако, на практике в области инновационного развития удалось добиться не так уж многого и далеко не во всех отраслях.

Несмотря на то, что, как указывают авторы стратегии, государственное финансирование науки отдельных отраслей возросло, доля затрат на исследования и разработки (ИиР) как процент от валового внутреннего продукта значительно упала (при этом следует учитывать, что авторы проекта использовали данные по затратам на ИиР в текущих ценах, без учёта инфляции): с 1,25 в 2001 г. до 1,07 в 2006 г. и 1,04 в 2008 г. [9]. В то время как, в Китае в 2001 г. этот показатель составлял 0,95%, а в 2007 г. – 1,44% [15].

Традиционное недофинансирование фундаментальной науки стало системой российского бюджетирования ИиР. Достаточно сказать, что даже в наиболее благоприятный, с точки зрения финансирования, российской науки 2007 год, доля расходов на фундаментальную науку составляла лишь 0,19% от ВВП. В том же году даже в Чешской республике аналогичная доля расходов была равна 0,38% от ВВП, а в Японии – 0,4%, США – 0,47%, Франции – 0,5%, Южной Кореи – 0,55% (MSTI, 2010). Всё это говорит о том, что наука как источник знаний в национальной инновационной системе (НИС) не рассматривается как приоритет государственной политики [2].

Наша национальная наука приспособляется к бюджетным ограничениям, которые существенно снизили её результативность и сильно ослабили конкурентоспособность. Но если проводить оценку эффективности науки, понимая под этим отношение объёмов финансирования к количеству публикаций в высокоцитируемых изданиях (табл. 1), то Россия существенно опережает США, Японию и Китай, а уступает Канаде, объединённой Европе, Индии. На основании имеющиеся данных, можно с высокой степенью вероятности предположить, что результативность российской науки возможна при увеличении объёмов финансирования. Причём основную финансовую на-

грузку целесообразно взять на себя бизнесу. В докладе справедливо отмечено, что «Отечественный бизнес в целом предъявляет невысокий спрос на инновации», но трудно согласиться с тем, что: «большинство компаний не встроены в глобальные рынки...», потому как если компания не может быть на нём, то такой компания вообще трудно существовать, к примеру, ведущим наукоёмким госкорпорациям и структурам: ГК Росатом, ГК Ростехнологии, ОАК, Роскосмос и др. [5]

Тем не менее, всё же, Стратегия 2020 – в целом, шаг вперёд по сравнению с предыдущими документами, однако это скорее аналитическая записка, отражающая авторское понимание современной ситуации и возможных перспектив, чем стратегия в истинном значении этого слова. [4]. Но всё же пока соотношение целей и способов их достижения аналитически не продумано и не прописано.

В этом отношении данная стратегия мало чем отличается от большинства аналогичных документов, которых по оценке А. Л. Кудрина, озвученной 22 февраля 2011 г. на Красноярском экономическом форуме: «у нас, действуют 193 стратегических документа и концепции, принятых правительством или президентом. Ещё 83 находятся в разработке по поручениям и решениям, которые приняты правительством или президентом. 30 готовятся к разработке, но они уже сейчас не сбалансированы. Их цели, задачи и ресурсы не сбалансированы» (цит. по стенограмме, опубликованной <http://www.echo.msk.ru/blog/echomsk/751371-echo>.) [4].

Таблица 1

Соотношения между долей в мировых расходах на НИОКР и долей научных публикаций в высокоцитируемых изданиях стран и регионов с развитым научно-техническим потенциалом [5.]

Страна	Доля в мировых расходах на НИОКР, %	Доля научных публикаций учёных различных стран, %	Публикации/затраты
США	35,0	28,9	0,83
ЕС 27	23,9	33,1	1,38
Япония	13,0	7,8	0,6
Китай	11,1	5,9	0,53
Южная Корея	3,3	2,3	0,69
Канада	2,2	3,6	1,64
Россия	2,2	2,0	0,91
Индия	2,0	2,1	1,05
Бразилия	1,6	1,4	0,88
Рассчитано по данным института США и Канады РАН (2010 г.)			

Встречаются и противоречия между постановкой задачи и предлагаемым средством её решения. Так, например, ставится задача «наращивания человеческого потенциала в сфере науки, образования, технологий и инноваций». Это актуальное направление, но авторы, призывая к организации «притока наиболее квалифицированных специалистов, активных предпринимателей, творческой молодёжи» в сектора экономики, определяющие её инновационное развитие, забывают, что для этого «притока» нужен источник. В условиях намеченного резкого сокращения бюджетных расходов на образование это направление не будет иметь реального развития (В настоящее время утверждён федеральный бюджет, которым предусматривается сокращение на образование в 2014 г. по сравнению с 2012 г. на 20%, в том числе на высшее образование на 2,3%. (Рассчитано по данным Федерального закона от 30 ноября 2011 года № 371-ФЗ 11)).

Сложный и ключевой вопрос подготовки кадров для инновационной экономики све-

дены к интенсификации «развития профессиональных компетенций на основе радикальной модернизации образовательных программ, системы инженерных и научных квалификаций. Фокус на элитном техническом образовании». Другими словами, речь идёт о переводе на компетентностную систему подготовки специалистов [5].

Однако, этот подход будет формироваться специалисты, обладающие компетенциями, т.е. способные эффективно работать по уже известным технологиям, и такие специалисты составят кадровую основу индустриальной экономики, а для постиндустриального общества нужны творчески мыслящие люди, способные к самостоятельному поиску знаний и их реализации [9]. Продуктивности в этом можно достичь только, используя инновационную систему образования, базирующуюся на фундаментальном образовании. Сравнительный анализ компетентностной и инновационной систем образования приведён в табл. 2.

Таблица 2

Сравнительный анализ инновационной системы образования и системы подготовки квалифицированного потребителя [5]

Основные характеристики	Инновационной системы образования	Системы подготовки квалифицированного потребителя
Базовый принцип образования	Фундаментальность	Компетенции
Базовая квалификация	Специалисты, ориентированные на работу в сфере науки, высоких технологий и наукоёмких производств	Кадры, ориентированные на восприятие зарубежных технологий
Поддержание квалификации	Возможность самостоятельного образования в течение всей жизни	Необходимо создание специальной системы, обеспечивающей образование в течение всей жизни
Уровень конкурентоспособности	Конкурентоспособность на международном рынке труда в течение всего активного периода жизни	Конкурентоспособность на внутреннем рынке труда при условии периодической переподготовки.
Интеграция в международный образовательный процесс	Привлечение студентов из развитых стран	Привлечение студентов из стран второго эшелона
		Отъезд молодёжи в страны – технологические лидеры для получения фундаментального образования

Анализируя социальную функцию инноваций, интересно мнение Н. И. Ивановой авторы основной упор делают на развитии «креативного класса, создающего в экономике знаний большую часть добавленной стоимости. Именно этот класс является носителем и распространителем инновационной культуры, поэтому важнейшей задачей государства и общества должно стать создание благоприятной среды для его обитания. На сегодняшний день соответствующие группы населения сталкиваются с комплексом

проблем, которые приводят к масштабному оттоку его представителей за рубеж». Данный тезис является весьма спорным и не однозначным, прежде всего из-за неопределённости понятия «креативный класс». Если, как говорят авторы, это класс, который обеспечивает основную добавленную стоимость в экономике знаний, то надо иметь в виду, что в любом типе экономики наиболее выгодным, но и наиболее рискованным, является криминальный бизнес, в ходе которого создаётся огромная добавлен-

ная стоимость, например, нелегальное производство или нелегальный оборот. При этом, столкнувшись с определёнными проблемами в своём государстве, участники такого бизнеса зачастую ищут укрытие за рубежом [5].

Добавленная собственность, создаваемая действительными создателями – учёными, инженерами, квалифицированными специалистами и т.д., за редким исключением, не идёт ни в какое сравнение с приведённым выше примером. Некоторые учёные уезжают из России, но не только потому, что сталкиваются здесь с проблемами, а потому, что, приобретая навыки выживания в сложнейших условиях, получают за рубежом возможности для более полного раскрытия своих талантов и решения социальных вопросов. Следует также заметить, что само по себе понятие «креативный класс» есть классический пример введения нового термина, предлагающего заменить понятие «научно-техническая интеллигенция», которая собственно и создаёт добавленную стоимость в постиндустриальной экономике, на «эффективных менеджеров», имеющих к этому процессу весьма отдалённое отношение.

Другая задача повышения открытости НИС, не может решаться без указания конкретных механизмов компенсации последствий этой открытости для отечественных фирм и компаний. Также является невыполнимой в таком контексте задача «резкого, кратного повышения инновационной активности существующего бизнеса и динамики появления новых инновационных компаний». Для её реализации необходимо «создание рамочных условий, формирования инновационных ресурсов» и организация доступа к ним заинтересованных структур, а также мотивации и стимулов к инновационной деятельности, о чем очень «неохотно говорят авторы документа» [2].

В официальном президентском поручении постановка вопроса связана с темпами роста и приоритетом структурных реформ.

Но тут есть некоторая дилемма: если проводить серьёзные структурные реформы, то темпы поначалу не вырастут, а упадут, а если пытаться подкачать темпы, то это может препятствовать структурным реформам. Поэтому сначала надо дать себе ответ, чего мы хотим и для чего мы это делаем. Декларативных размышлений на обозначенную тему много, где темпы не являются главным вопросом.

Так, на основании проведённого микроанализа, можно предположить, что пока соотношение целей и способов их достижения должным образом предлагаемыми стратегиями не продумано и не прописано [5].

В этом отношении данная стратегия мало чем отличается от большинства аналогичных документов и является фактором рисков ситуации в организации инновационно-инвестиционной деятельности в социально-экономическом устройстве страны.

А вообще-то, кажется, что представленные и другие разногласия преувеличены, если придерживаться точки зрения институциональной экономики, где теорема Коуза, открывшего факт транзакционных издержек – сил трения в социальной жизни, имеющей, как нам кажется, философское значение и говорит о том, что совершенство невозможно: поскольку «транзакционные издержки всегда положительны», и ни один проект: ни либеральный, ни консервативный, или другой, не может быть реализован в идеале.

При неорганизованной чёткой системе всегда будут сбои и в рынках, потому что не бывает при положительных транзакционных издержках автоматического достижения оптимума.

Не бывает и оптимального планирования, потому что транзакционные издержки относятся и к работе госчиновников.

И, даже, если вы задумали очень справедливую систему распределения, но выясняется, что к этой справедливой системе издержки доступа совершенно неравные, потому что в зависимости от того, люди по-разному будут пользоваться благами этой системы [8].

В данном контексте существования в совершенной природе, с её разнообразием, для продуктивной организации инновационно-инвестиционной деятельности, по нашему мнению, необходим действенный анализ факторов рискованных ситуаций и обстоятельств компромисса плюсов и минусов, возникающих в процессе недостаточно выверенной организации и понимания инновационной и инвестиционной деятельности [12], [13].

Отчаянные времена потребовали смелых организационно-аналитических действий. Недавно Европейский центральный банк объявил об очередном раунде смягчения монетарной политики и регулятор понизил про-

центную ставку – традиционный инструмент регулирования денежного предложения, финансовые администрации большинства развитых стран в надежде «взбодрить» экономику на несколько лет также опустили процентные ставки до нуля и где-то и ниже нуля, а там, где этого показалось недостаточно для большей инновационной активизации, запустили программы количественного смягчения (QE) – механизма, позволяющего увеличивать денежное предложение выше уровней, обусловленных одной дешёвизной денег. Дефицитные бюджеты были призваны обеспечить контрциклическое фискальное стимулирование экономики, что делает возможным переход на более высокий уровень интеграционных процессов, способных привести к созданию эффективно функционирующей инновационной среды технологической модернизации.

В другой реальности конечный результат предпринятых, в том числе, монетарных мер, с традиционной точки зрения, оказывается гораздо ниже ожиданий, к примеру, для малых или средних организационных структур российского бизнеса: компании реального сектора не спешат брать невыгодные кредиты, при том что повышение доступности капитала должно стимулировать рост кредитования, увеличивать инвестиции в производство, что в итоге должно привести к решению текущих проблем экономики; долговая нагрузка выросла до уровней, затрудняющих будущий экономический рост, при том, что выпуск продукта и уровень занятости в экономике находятся на отметках ниже оптимальных [7].

В реалиях бурного процесса научно-технического движения, количественные и качественные характеристики экономики в большей мере определяются уровнем технологических сдвигов на основе инноваций, а эффект их определяется непосредственным внедрением и потреблением инновационных продуктов и услуг.

Инновации возникают в различных областях, даже где ранее не предполагалось – в корпоративном менеджменте, маркетинге, секторе деловых услуг, финансовой сфере, государственном управлении и др. [6].

Стратегическое направление развития инновационного роста экономики, с учётом изменения схем деятельности организаций и институтов, предполагается преимуще-

ственно за счёт схождения и сближения технологий. Появляются возможности расширения спектра технологических направлений с учётом существующих, а это значительно повышает имеющиеся базы для прорывных инноваций [16].

Так имея необходимый потенциал, сейчас Израиль стал практически мировым центром IP (IntellectualProperty) интеллектуальной собственности, а Южная Корея, имеющая минимальный объём собственной фундаментальной науки, предлагает экспорт инновационной хайтековской продукции на сотни миллиардов долларов, науки нет, а инновационный бизнес есть, причём в десятки раз больше, чем Россия [17].

Способность быстро меняться, гибко реагировать на полученные извне знания, применять их становится ключом к успеху инноваций и получению выгоды от тех знаний, которые создаются внутри.

Новаторы, руководствуясь критерием научного достижения с точки зрения его экономической эффективности, придерживаются стратегии направленной на то, чтобы превзойти конкурентов, создав новшество, которое будет признано уникальным в определённой области, к примеру, стоимость физических активов на балансе Google, одного из чемпионов новой экономики, не превышает \$40 млрд в то время как рынок оценивает стоимость бизнеса компании, т.е. её способность зарабатывать прибыль, более чем в \$500 млрд. Иными словами, менее 10% стоимости компании обусловлено вложенным в неё физическим капиталом.

В такой ситуации норма доходности на вложенный капитал высока не потому, что доход излишне высок, а потому, что вложенный капитал становится достаточно низок.

Многие нерешённые вопросы, определённые в документах социально-экономической направленности и прогрессивная организация инновационно-инвестиционной деятельности под силу в большей степени малому или среднему структурному образованию российского бизнеса.

Кроме того, эти структурные образования могут не только существовать самостоятельно и быть в тренде деятельности научно-промышленных гигантов, но и при условии пулово-кластерной организации [14], создавать условия здоровой конкуренции.

**Библиографический список**

1. Голиченко О. Г., Самоволева С. А. Риски реализации стратегии инновационного развития российской Федерации на период до 2020 г. «Инновационная Россия-2020» // Инновации. ГРНТИ : 06 – Экономика и экономические науки. Вып. № 4 (162). – 2012.
2. Голиченко О. Г., Клейнер Г. Б., Самоволева С. А. Анализ реализации основных направлений государственной инновационной политики в России (2002–2010 гг.). – М. : ЦЭМИ, 2011.
3. Гохберг Л. М., Заиченко С. А., Китова Г. А., Кузнецова И. А., Кузнецова Т. Е., Рудь В. А. Инновационное развитие – основа модернизации экономики России : национальный доклад. – М. : ИМЭМО РАН, ГУ-ВШЭ, 2008. – 168 с.
4. Иванова Н. И. Бумажный тигр. О проекте МЭР «Инновационная Россия-2020» // Инновации. – 2011. – № 2 (148).
5. Иванова Н. И., Иванов В. В. Научная и инновационная политика // Россия и МИР. 2011–2012. / под ред. Н. И. Ивановой, В. В. Иванова. – М. : Наука, 2013. – 480 с.
6. Индикаторы инновационной деятельности. 2009 : стат. сборник. – М. : ГУ-ВШЭ, 2009. – Гохберг, 2003 (а), с. 26.
7. Казаков Виталий. Стратегия: Устаревшие диагнозы // Старые объяснения новой экономики. Аналитика. Ведомости. – 2016. – 23 июня.
8. Кувшинова Ольга. В России начинается когнитивный диссонанс // Ведомости. – 2016. – 9 июня (Аузан Александр: «Начинает пахнуть застоем»).
9. Моргунова Н. В., Зайцева И. А. Новые подходы к трансформации образовательной среды ВПО // Инновация в образовании. Современная психология в обучении : сборник III Междунар. науч. Интернет-конференция. – 2014. – С. 145–154.
10. Наука России в цифрах. 2010 : Стат. сборник. – М. : ЦИСН, 2010.
11. Нетребя Пётр, Бутрин Дмитрий (2011) На модернизационный прорыв хватит и виртуальных триллионов // Коммерсантъ. – 2011. – 8 сент.
12. Пуганов В. И. и др. Инновационная суть новых форм инвестиций в инфраструктуре компаний и регионов : материалы междунар. науч.-практич. конференции. – 2013. – 23 окт.
13. Пуганов В. И. Система мониторинга инвестиционной привлекательности региона // Динамика сложных систем XXI век. – 2012. – № 3, т. 6.
14. Пуганов В. И. Модель формирования регионального инвестиционного кластера // Динамика сложных систем XXI век. – 2012. – № 3, т. 6.
15. Main Science and Technology Indicators. (2010). – Paris: OECD. – URL: <http://www.oecd.org>.
16. Филимонова Н. М., Никишина Е. С., Башарина С. М. Разработка стратегических направлений инновационного развития регионов // Экономические стратегии. – 2010. – № 7–8. – С. 146–151.
17. Дигилина О. Б., Тесленко И. Б., Никерова Т. А. Человеческий капитал и стратегия социально-экономического развития региона // Качество. Инновации. Образование. – 2010. – № 1 (56). – С. 58–61.

В. И. Пуганов, З. В. Брагина

Международная академия бизнеса и новых технологий (г. Ярославль)

Ю. А. Дмитриев

*ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени А.Г. и Н.Г. Столетовых»*

ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ТЕНДЕНЦИИ ЕЁ РАЗВИТИЯ В УСЛОВИЯХ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА С УЧЁТОМ НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

В условиях мирового роста численности населения, развитие современной цивилизации вступило в стадию, когда все чувствительнее проявляется ограниченность природных ресурсов для поддержания жизненного равновесия, а в целом, выживания человечества, которое во многом зависит от солидарного поведения людей [5].

Развитие жизненно важных направлений экономики, сопровождаемое стимулированием взаимодействия власти и бизнеса, учитывающим интересы общества, активности производителей, спроса на отечественные технологические разработки и инвестиции с меньшей долей рисков возможностей, позволит сократить многолетнее технологическое отставание от ведущих стран. Обеспечить производство конкурентоспособных продуктов, создать заделы для возможностей собственного обеспечения и присутствия на мировых рынках высоких технологий за счёт опосредованной и сбалансированной инновационно-инвестиционной деятельности, является важнейшим фактором устойчивого развития страны.

На основании использования данных российской статистики, уникальных оценок технологического уровня и инновационной активности различных секторов российской экономики, анализируются основные цели, направления и инструменты государственной политики в этой сфере, вопросы повышения её эффективности.

Особое внимание уделяется оценке перспектив развития нано- индустрии, возможностей и направлений её поддержки со стороны государства. Разделы докладов дополняются

вставками и кейсами, содержащими конкретные примеры, иллюстрирующие лучшие практики реализации инновационных стратегий и ведения инновационного бизнеса.

Результаты специальных статистических и социологических обследований, выполненных авторитетными в России организациями, в том числе, Институтом статистических исследований и экономики знаний Государственного университета – Высшей школы экономики, исследования Института мировой экономики и международных отношений Российской академии наук, а также корпоративные отчёты, материалы опросов и интервью представителей бизнеса, научных организаций, вузов, органов власти по вопросам развития инновационной деятельности, стали основой в понимании ключевых социально-экономических ориентиров, что и отражается в публикации документов, характеризующих возможный переход России к инновационной модели экономики.

Руководством нашей страны многое делается для процветания нации, инициируется создание стратегий развития, к примеру «Инновационная Россия 2020», в основе которой предлагается попытка ввести административное управление инновационными процессами, фактически осуществив интеграцию крупного бизнеса и бюрократии, организация международных политико-экономических блоков, затратных саммитов и конференций для привлечения в территории и отрасли международных и частных инвестиций.

При декларируемом российским руководством переходе на какую-либо современную модель экономического роста, сохраняется непозволительно низкий для мировой держа-

вы уровень инновационной активности. Стимулирование и инфраструктурная поддержка развития науки и инноваций, длительное время, не реализуются в необходимой мере. Законодательное и правоприменительное обеспечение инновационного развития забюрократчено и несовершенно, потому прогрессивные решения не только запаздывают или откладываются на неопределенные сроки, но тормозят и сдерживают повышение конкурентоспособности товаров и услуг на внутреннем и зарубежном рынках за счёт коммерческого использования новых технологий [1].

В этих условиях, спорить о глубине технико-экономического падения – бессмысленное занятие, на 4% или на 3% – не так принципиально. Важно другое: «мы впадаем в долгосрочный негативный тренд...» при отсутствии действенной стратегии национального развития и источников технологического роста, которые позволили бы из этого положения выйти [2].

Последние десятилетия показали, что экономический рост, зависят не только от благоприятного географического положения и наличия природных ресурсов, хотя эти условия представляются крайне важными, но в большей степени от концентрации и уровня развития интеллектуального потенциала. Источников для новой волны экономического роста культивируя только крупные или сырьевые организации пока не видно, при понимании того что, контроль финансово ёмких компонент добавленной стоимости востребованной продукции и извлечение более высокой ренты от новых рыночных возможностей, появившихся за счёт коммерциализации научно-технических разработок и инновационных решений, в том числе малых предприятий, является приоритетом для экономически развитого государства.

Назревшие серьёзные системные реформы всех отношений в экономике следует развернуть с учётом больших возможностей малого и среднего бизнеса на базе эффективной системы управления. При этом, учитывая тот фактор, что если технические навыки (hard skills) обеспечивают 15% успеха, то остальные 85% зависят от лидерских качеств, корпоративной культуры и стиля управления (soft skills) [2].

Деятельность инноваторов и инвесторов, особенно в условиях сложного существования малого, а также среднего предпринимательства – разная.

Сложные, идущие параллельно процессы по определению намерений практического использования новшества и вложений в его осуществление, обязательны как коммуникационные и мыследеятельные, зафиксированные понятной речью, непрерывно отображающей и сопровождающей деятельность, от этого предмет мышления не просто имеет форму, а структуру определённого типа, на которую накладывается форма. Предмет деятельности видится существующим в двойной форме связи замещения: между словом и вещью, вещью и словом с прямым и обратным переходом.

Инновационная и инвестиционная деятельности идут согласованные в пространстве смыслов необходимости в них, раскрывающихся за счёт процессов понимания, работой по анализу структуры материала новшества и инвестиции словами или признаками. Задачи отличаются по своей сложности, по количеству стилей, которые задействовали участники процесса, стремясь минимизировать число «надстроечных» плоскостей, и всё же число их постоянно растёт, потому что возможности решения задач задаются новыми пониманиями, включаемыми в общий хозяйственно-экономический процесс.

Отношения в многоуровневом процессе не формализуемые, всегда «по интуиции», в отличие от работы в одной плоскости всегда формализуемыми и подчинёнными определённым правилам и тут, желательно найти и иметь такой стиль, в котором его сила находит тривиальное очевидное решение.

Участвуя в инновационно-инвестиционной деятельности (ИИД), инноватор и инвестор, при построении малого или среднего бизнеса, имеют свои личные цели и задачи за счёт конкурентных преимуществ, прогрессивного опыта, значительных масштабов и для этого они будут производить ряд сложнейших оргуправленческих действий по отношению к представлению деятельности, определив свою стратегию.

ИИД в этом случае выступает как полисистема, сложно связанных друг с другом систем и элементов, инноватору и инвестору важно, в этом структурном множестве, вырезать отдельные плоскости и слои, объекты своего знания и действия за счёт предметной организации оптимизированной доминанты, определить схемы связи обусловленных отношений между собой.

Далее отнеся структурные схемы инвестиционного и инновационного капитала своего бизнеса, как бы накладывая их на имеющиеся схемы отношений, вырезают как проекцию в качестве объекта определённые границы структуры. Получив объекты, каждый мысленно начинает их оценивать имеющимися представлениями в соответствии с целями, включив процессы коммуникации и речи, обретают дополнительную информацию, которая меняет первоначальное представление об объекте и мышление работает с учётом новой информации, объём познаний растёт.

Позиции, места и положения малого бизнеса требуют своих особых представлений, заданных предметно, через схему из общего как целого с определёнными границами.

Работа идёт на соединении трёх значимых позиций: внутренней, когда каждый участник рассматривает себя как определённое место в ИИД; внешней, противопоставления себя обществу, говоря, что это мой инновационный или инвестиционный капитал, все это в целом; третья позиция – рефлексивная. Каждый задаёт вопрос: что и как он делал, выйдя в рефлексивную позицию, начинает описывать посредством языка и знаково, переходит во внешнюю позицию и задаёт схему объекта, в котором раньше находился, ставит себя против него, используя структуру ИИД как условие действия внешнего отношения для реального представления анализируемого фрагмента.

Это вариант организации мышления и мыследеятельности – специфическая черта деятельностного подхода, в отличие от натуралистического отношения, где накапливается опыт, реализуя определённые привычные типы действий, иногда удачно.

При неудаче, выход в рефлексивную позицию, позволяет оценить ситуацию, искать причины источников неудачи, очерчивая ситуацию, дальнейший переход в особую собственно мыслительную позицию, завершает этот цикл, оформляет результаты рефлексивного анализа ситуации, в том числе в виде очерчивания границ определённого понятия, на который теперь надо действовать, который теперь надо менять. Возникает системный подход к совокупности отношений в структуре инновационно-инвестиционной деятельности, в которую инноватор и инвестор включены организационной фиксацией между собой и другими людьми.

Функционируя в ней, осознают себя и выделяют как личность, что всегда даётся доказательствами за счёт реализации личностного отношения к делу с определённой значимостью, за счёт осознания себя и своей роли, за счёт выхода во внешнюю позицию и противопоставления себя в диалоге как личности.

Это отношение – отношение участника инновационно-инвестиционной деятельности представленного малым или средним бизнесом в среде инновационно-инвестиционного общества, который считает себя значимым, ему противопостоят другие, не менее значимые участники, и это отношение даёт ему возможность противопоставлять своё мнение им, познавая суть их мнений, происходит борьба с иллюзией и понимание реального.

Сейчас – время большой деятельностной организации инновационной направленности, которая используют человека как ресурс. В малом бизнесе борьба за свои права как инноватора, так и инвестора в оппозиции к крупной или госорганизации переходит в новую фазу – это одна из основных тестовых линий отдельному человеку сотворить из себя силу и мощь, чтобы противостоять давлению крупной организации и обеспечить развитие своей стратегии.

Это проблема техник, которые должны приобрести участник ИИД, чтобы иметь защиту от неоправданных рискованных мнений, чтобы сохранять разум, ответственность, чувство, что он значим, иначе говоря – «активную жизненную позицию». Отстаивание своей активной жизненной позиции – это борьба за сохранение личности, которая набралась «окаянства» и считает себя по мощности сопоставимой с любыми организациями, потому что, имеет цель, умеет мыслить и говорить, применяет стратегию соответственно своей цели, прежде всего анализируя ситуацию и сознавая границы своих возможностей, а организации мыслить не могут и только оформляют цели определённых групп людей [12].

Участнику, самоопределившемуся для строительства ИИД в условиях малого и среднего бизнеса, нужна техника работы смены целей, готовность функционировать, выполнять определённые обязанности, развивая активность в системе и системодетельностного анализа. В «Трактате о системах» Этьенн Бонно де Кондильяк [3] показал проблему системности знания в том, что знание всегда об-

разует систему, а определённые, одиночные, «вырванные из контекста» знания, приходится восстанавливать в их многочисленных связях с другими знаниями, с приданием им знаковой формы, переносясь от языка к объекту. Возникает задача: создать программу развития действий [12].

Обсуждать деятельность удобнее с понимания технических и материально-финансовых конструкций, которые известны, и переносимы схемы этих устройств на объекты познания, отсюда постоянная зависимость «естественной», «натуральной» науки от техники, инженерии и инвестиций в широком смысле. Инженер всегда имеет то преимущество, что знает, как устроен механизм, который он создавал, или здание, которое строил, а для учёного объект природы всегда выступает абстрагированным понятием.

Так образовались понятия: множественность частей понимания, наличие связей между ними и ограниченность этого множества в силу принадлежности частей к целому. Поскольку мнение каждого объекта, в том числе малого бизнеса, имеет набор аргументов, совершенно разных качеств, то свойства целого определяются свойствами составляющих его частей на основе представления их в структурном понятии [11].

Динамика деятельности определяет, что надо выйти к основным понятиям, средствам анализа и найти в них неадекватность определённых связей, наиболее общих понятий – категорией, с особым логическим содержанием и смыслом, соответствующим представлением объекта обсуждения и операций, или наших действий [4], [9].

Фиксируя в мыследеятельности связи и ответственности между осуществляемыми операциями малого бизнеса в общей хозяйственно-экономической системе, привязав их к стилю для выражения, в любом субъекте можно воспитать понимание собеседника, если работать в категориях и все явления оценивать категориально. Оценивать производимые операции на представление об объекте и понимании категориями для анализа, решения задач или общей оценки ситуации, ориентируя в ней структуру малого или среднего бизнеса, владеющего категориальным аппаратом с применением формул, включающих значки связей определённой конфигурации как стиль связей, конкретизируя

элементы понимания до минимума, получим чистую структуру представления, а это целостность связей, их конфигурация с передаточным устройством, где свойства целого понятия определяются структурой связей в этом целом, т.е. своей внутренней структурой [12].

Участник ИИД использует системотехнику, обнаружив значимость структурных моментов. В анализе факторов рискованных ситуаций ноль стал рассматриваться как значащий, способствующий прямому выходу к организации ИИД, родились анализы операций, графики и пр. В этой линии развития, атрибутивные свойства в деятельности участников дополняются мощными свойствами функции, так называемой депривации. Определилась особая сущность в общественных отношениях и сознание качества уже как следствие его функционального включения в мыследеятельности, на своём месте функционирования в структуре поисковой системы ИИД, и наполнения этого места [12].

Сложная структура ИИД малого или среднего бизнеса представлена как система, а часть собственно деятельности выделяется из окружения, обрывая её связи, либо сохранив их в форме свойств-функций, получают совокупность частей, затем связывают части воедино, превратив элементы организованных связей в единую структуру, и структурно определяют на прежнее место, очертив, таким образом, систему как целое [9], [6].

Понимание и построение стратегии ИИД с участием малого или среднего бизнеса на основе системного подхода, функционального структурирования организованного материала основано на самоопределённости и воле участника ИИД, несёт в себе объекты схематизации и технологизации собственного представления, к которым он может быть приложен в решении, задачи поставленной цели [6].

Есть и другие логические методы трансляции и развития понимания в коммуникации, когда участник ИИД получает материал для методологической рефлексии – анализа связей между практически организованной деятельностью и обслуживающими эту деятельность формами мысли, где среда для мышления присутствует только в транслятивно организованной коммуникации. В условиях означенных связей, инноватор или инвестор – исполнители, владеющие искусством организации диалога, где оно, при правильной организации и соответ-

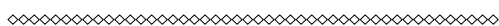
ствующих усилиях, может происходить, а новые знания и советы способны сконструировать необходимое предметное знание в каждой конкретной ситуации и стать свободным от других мнений, уменьшить действия отрицательных внешних воздействий и трансформированного рискованного потенциала. Так становятся прозрачными схемы, к примеру, финансовые, и очень трудно воровать, а когда прозрачны схемы принятия решений руководителем, то трудно неразумно манипулировать людьми.

Набор инструментов и схем для ИИД многообразен, а как пользоваться потенциалом системной декомпозиции или другим методом, решать участнику малого и среднего бизнеса [7].

Развитие инновационно-инвестиционной деятельности нашего государства в сфере малого и среднего бизнеса далеко не в полной мере отвечает ожиданиям, связанным с формированием экономики инновационного типа, обеспечением динамичного устойчивого роста частных и иностранных инвестиций, сокращением рисков, повышению конкурентоспособности продукции и качества жизни населения. Пока

нет оснований говорить о технологических прорывах в промышленности, становлении и развитии аграрно-промышленного комплекса, трансляции и развития мышления в коммуникации организационно-деятельностного освоения результатов НИР. Восприимчивость бизнеса к нововведениям, особенно высокотехнологического характера, остаётся низкой. Более того, последние данные исследований свидетельствуют об определённой стагнации в этой сфере. На практике инновации пока слабо влияют на экономику [1].

В свою очередь, рискованные ситуации и институциональная среда сдерживают инновационную и инвестиционную активность [1]. Низкий уровень инновационно-инвестиционной деятельности в России подтверждается исследованиями специалистов авторитетных организаций: ГУ-ВШЭ, ИМЭМО РАН, АФК «Система», ГК «Роснано», РНЦ «Курчатовский институт», журнала «Эксперт», для всех видов экономической деятельности промышленного производства, малого предпринимательства, сферы услуг.



Библиографический список

1. Гохберг Л. М., Заиченко С. А., Китова Г. А., Кузнецова И. А., Кузнецова Т. Е., Рудь В. А. Инновационное развитие – основа модернизации экономики России : национальный доклад. – М. : ИМЭМО РАН, ГУ-ВШЭ, 2008. – 168 с.
2. Греф. Г. О. Греф: реформы в России нужно свести к развитию качества управления // РИА Новости. Экономика. – 2015. – 28 мая.
3. Кондильяк Э. Б. Трактат о системах : сочинения : в 3-х т. / Т. 2 ; пер. с фр. ; общ. ред. и примеч. В. М. Богуславского. – М. : Мысль, 1980–1983. – Сер. «Философское наследие».
4. Кондорсе Ж. А. Эскиз исторической картины прогресса человеческого разума / пер. И. А. Шапиро. – М. : Государственное социально-экономическое издательство (СОЦЭКИЗ), 1936. – 266 с. Издание: Либрокрм : 2011. – 280 с.
5. Матвеев М. М. Теоретические основы концепции социоэкономического пространства // Вопросы инновационной экономики. – 2011. – № 5. – С. 43–50.
6. Пуганов В. И. Модель формирования регионального инвестиционного кластера // Динамика сложных систем XXI век. – 2012. – № 3, т. 6.
7. Пуганов В. И. Некоторые оценки потенциала компании для оптимального размещения инвестиций // Управление инновационными процессами развития региона : материалы Междунар. науч.-практич. конф. – Владимир : ВООО ВОИ, 2012. – 380 с.
8. Пуганов В. И., Марченко А. А. Инвестиционная привлекательность экономики как фактор национальной безопасности // Приоритеты и безопасность. – 2012. – № 35 (176).
9. Пуганов В. И. О необходимости модернизации инвестиционного законодательства. Стратегия национальной безопасности Российской Федерации: теория и практика реализации : материалы всерос. науч.-практич. конф. – Владимир, 2012.
10. Тверски Амос, Канеман Дэниел. (Amos Tversky, Daniel Kahneman). Решение в условиях неопределённости: эвристика и смещения (англ.) // Наука. – 1974. – Т. 185. – № 4157. – С. 1124–1131.
11. Хейне Пол. Экономический образ мышления // Paul Heyne. The Economic Way of Thinking. – М. : Издательство: Новости «Catallaxy». 1997 г. – 704 с.
12. Щедровицкий Г. П. Организация, руководство, управление. Методология и философия орг. управленческой деятельности: основные понятия и принципы (курс лекций) / Из архива Г. П. Щедровицкого. Т. 5. Том 9. Часть 1. 1981– М., 2003. – 288 с.

А. А. Рабцевич, Г. Ф. Галяутдинова
ИНЭФБ БашГУ (г. Уфа)

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Социальная позиция играет большую роль в современном мире, она проявляет воздействие на репутацию и имидж предприятия. Оценивая работу социальной позиции, общество рассматривает не только финансовые и производственные показатели, но и то, как предприятие справляется со своей деятельностью, какое отношение проявляют к собственным работникам, заботятся ли о них, учитываются ли интересы иных участников рынка, населения, а также общества в целом.

Ядром механизма развития социальной зрелости управленческих субъектов, лежит степень сформированности их корпоративной социальной ответственности. Собственно её формирование является показателем экономической эффективности и социального развития организации.

Корпоративная социальная ответственность – это направленность на реализацию не только экономической заинтересованности, но и учёт социальных результатов деловой инициативности на собственный персонал, потребителей и предприятия, осуществляющих ту или иную деятельность.

Имеются две различные точки зрения на то, как нужно вести себя предприятиям по отношению к общественной среде, чтобы считаться социально ответственными. Во-первых, организация считается социально ответственной, когда она максимально усиливает прибыль, при этом, не нарушая законов и норм государственного регулирования. С этой точки зрения организация должна ставить в приоритеты только экономические цели. Согласно другой позиции, предприятие помимо ответственности экономических выгод должно учитывать человеческие и социальные факторы, вносить значительный положительный вклад в сторону социальных проблем в целом.

Противоположные по своему характеру выводы из того, что следует понимать под социальной ответственностью, вызваны спорами о целях компаний. Есть люди, которые рас-

сматривают предприятие как экономическую целостность, которое обязано беспокоиться только об эффективности применения своих ресурсов. Работая, таким образом, организация осуществляет экономическую функцию производства услуг и продукции, необходимые для населения со свободной рыночной экономикой, которая обеспечивает в то же время работу для граждан и максимальные вознаграждения для акционеров.

Корпоративная социальная ответственность занимает особое место в банковской сфере. В связи с кризисом в банковских системах различных стран мира, большинство банков пришли к выводу о необходимости создания системы управления, которая способна не только поддерживать эффективность и успешность процессов функционирования банковской системы в краткосрочной перспективе, но также обеспечивать результативность в долгосрочном периоде.

Активное внедрение необходимо в практику деятельности денежно-кредитных организаций принципов корпоративной социальной ответственности и корпоративного управления. Такие принципы позволят регулировать процессы банковской деятельности, также установить порядок во взаимодействии с заинтересованными сторонами, обеспечить результативную IT-поддержку принятия управленческих решений, увеличить информационную открытость результатов денежно-кредитной деятельности, вернуть доверие к банковской системе.

Это в первую очередь повлияет на повышение эффективности финансовой и нефинансовой деятельности банковского сектора, совершенствованию связи банковской системы с другими секторами экономики, улучшению качества управленческих решений, повышению результативности функционирования не только отдельных банков, но и банковской системы в целом.

КСО в денежно-кредитной организации – это соответствующая специфике

и уровню формирования банка совокупность обязательств, разрабатываемая и внедряемая необязательно и согласованно с участием ключевых заинтересованных лиц. Принимаются начальством банка и регулярно реконструируются, с учётом особых мнений персонала и акционеров. Реализовываются практически за счёт средств банка, также имеют направленность на осуществление немало-важных внешних и внутренних социальных программ, способствующие развитию банка, совершенствованию его репутации и имиджа, формированию корпоративных брендов, а также улучшению партнёрских отношений с государством, компаниями, общественными предприятиями.

Важнейшими преимуществами введения системы корпоративной социальной ответственности для денежно-кредитных организаций являются следующие:

- 1) Возрастает выручка, увеличиваются темпы роста;
- 2) банки имеют подход к социально-ответственным вложениям, при разделении которых вкладчики получают во внимание показатели, которые характеризуют работу банка в социальной сфере;
- 3) уменьшаются операционные затраты, то есть повседневные затраты компании для ведения бизнеса, производства товаров и услуг;

4) совершенствуются брэнд и репутация, что позволяет улучшать бизнес банка;

5) возрастает корректное отношение клиентов, повышаются продажи услуг;

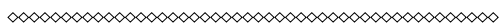
6) улучшается качество в обслуживании клиентов;

7) уменьшаются требования со стороны государства;

8) увеличивается конкурентоспособность.

Концепция КСО и объединённая с ней концепция корпоративного управления имеют существенное значение для деятельности, как отдельных банков, так и банковских секторов в целом, потому что разорение банка может привести к созданию системных рисков и иметь основательные неположительные результаты для инвесторов, стейкхолдеров и экономики в целом.

Таким образом, концепция корпоративной социальной ответственности является базовой идеологией корпоративного управления в банковской сфере, задаёт направления экономического и социального развития банков. Также позволяет согласовано и сбалансировано реализовывать управление на уровне банков, обеспечивать слаженное регулирование деятельности банковской системы и реализовывать финансовую помощь деятельности организаций, учреждений и предприятий для обеспечения стабильного развития общества в целом.



Библиографический список

1. *Алексеев О. А.* Необходимость формирования конфликтологической направленности компетенции менеджера // Сборники конференций НИЦ Социосфера. – 2014. – № 61. – С. 196–199.
2. *Алексеев О. А.* Субъектная составляющая микроинститутов трудовых и производственных отношений в решении проблем экономического развития // Инновационное развитие современной науки : сборник статей Междунар. науч.-практич. конф., 31 января 2014 г. – Уфа : БашГУ, 2014. – С. 7–9.
3. *Рабцевич А. А.* Возможности работодателей и государства в инновационном ориентировании рынка труда // Актуальные вопросы научной и научно-педагогической деятельности молодых учёных : сборник науч. трудов Всерос. заоч. науч.-практич. конф., 20 октября 2014 г. – М. : ИИУ МГОУ, 2015. – С. 96–106.
4. *Рабцевич А. А.* Инвестиционное обеспечение инновационной ориентации работодателей региона // Управление стратегическим потенциалом регионов России: методология, теория, практика : сборник науч. трудов Всерос. науч. конф., 16–18 апреля 2014 г. Ч. 2. – Волгоград : ИУНЛ ВолгГТУ, 2014. – С. 70–72.
5. *Рабцевич А. А.* Инновационная ориентация рынка труда в экономическом развитии региона // Baikal Research Journal. – 2014. – № 4. – С. 13.
6. *Янгиров А. В.* Эффективность производства как индикатор инновационной ориентации работодателей в региональной экономике / А. А. Рабцевич, А. В. Янгиров // Актуальные вопросы современной науки : сб. науч. статей. – Уфа : БашГУ, 2016. – С. 166–189.

А. А. Рабцевич, А. А. Леднёва

«Башкирский государственный университет» (г. Уфа)

ПОВЫШЕНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

В общем смысле социальная ответственность – динамичное и успешное развитие малого предприятия, а именно:

- создание дополнительных рабочих мест и обеспечение большей занятости населения;
- организация производства и реализация услуг и товаров, полезных населению;
- введение целевых социальных программ;
- своевременное заполнение бюджетов различного уровня;
- обеспечение в коллективе здоровой социальной и нравственной атмосферы.

В современном мире всё большее внимание привлекает к себе такой феномен как социальная ответственность бизнеса. На это имеется множество причин, среди них следует выделить масштабную либерализацию экономических взаимоотношений, что в свою очередь провоцирует необходимость признания перед обществом ответственности предпринимателем за принятие определённого решения, относящегося к их хозяйственной деятельности. В таком случае и появляется такая категория как социальная ответственность бизнеса. Социальная ответственность бизнеса – это комплексное многогранное понятие. Его можно определить как: социальная ответственность бизнеса – это осознанный и добровольный вклад в развитие общества в экономической, социальной и экологической сферах, напрямую или косвенно взаимодействующие с основной деятельностью компании и выходящий за определённые рамки законодательного минимума [1, с. 151].

Дляповышение социальной ответственно-
сти хотелось бы предложить следующие меры:

1. Организации обязаны в максимально возможном объёме осуществлять взятые на себя социальные обязательства, установленные законом.

2. Организации должны оказывать помощь госорганам в усовершенствовании законодательных норм, контролирующих социальную ответственность бизнеса. А так же, необходимо привлекать общественные объединения и другие предприятия для создания новых норм и принципов бизнеса.[2, с.63]

3. Компаниям следует заняться расширением сложившегося круга заинтересованных лиц (государство, собственники, персонал), добавляя акцент на мало вовлечённые стороны, такие как СМИ, местные сообщества, объединения предпринимателей, сообществ потребителей и защитников окружающей среды и т.д.

4. Предприятиям необходимо разработать эффективные решения раскрытия своей социальной активности, например, через такой как механизм социальной отчётности. При этом социальная отчётность должна быть добровольной, а основные параметры и необходимые показатели отчётности должны быть закреплены в виде законодательного акта в ходе консультаций бизнеса, общественных объединений и власти.[3, с. 49]

Таким образом, предложенные меры, повышают социальную ответственность малого бизнеса и способствуют более тесным контактам между государством и предпринимателями. А это в свою очередь способствует более эффективному развитию.

Библиографический список

1. Бандурин А. В. Деятельность корпораций. – М., 2012.
2. Блинов А.О., Федулин А.А., Мингалева В. С. Государство и бизнес: механизм реализации. – М., 2014.
3. Гайдар Е. Государство и эволюция. – М., 2015.

Н. В. Родионова
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени А.Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)

НАРОДНОЕ СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ПУТЬ ПОВЫШЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ АКТИВНОСТИ РОССИЯН

«Все добрые, которые создают и служат, совершенно особо относятся друг к другу: они узнают друг друга легко и скоро, испытывают взаимное доверие и сообща делают своё дело. Они сплетаются в одну живую ткань, которая охватывает их всех; они стараются расширить эту ткань, укрепить её» [1].

Актуальность

Данные ежегодного Глобального мониторинга предпринимательства (Global Entrepreneurship Monitor, GEM) свидетельствуют о легитимности социальной парадигмы предпринимательского мышления в мире. На совокупную долю деятельности некоммерческих социально ориентированных предпринимательских компаний стран-участниц проекта GEM приходится 24%, а гибридных – 23% в структуре социального предпринимательства. Однако российские бизнесмены и менеджеры пока не осознали роль и значение социальной активности в деловом мире и не восприняли социальную парадигму предпринимательства так, как за рубежом. Уровень социальной активности российских компаний отмечен как самый низкий: в 6,5 раза ниже, чем в США, и в 3,5 раза ниже, чем в Великобритании [2].

Наряду с тем в России отмечается низкий уровень и экономически ориентированной предпринимательской активности. В Глобальном мониторинге 2013 года, в котором участвовали 70 стран мира с совокупной долей ВВП 90%, Россия по уровню предпринимательской активности существенно уступала даже странам БРИКС. Для сравнения: в Бразилии на долю предпринимателей приходилось 17% трудоспособного населения, Китае – 14%, ЮАР – 11%, Индии – 10%, России – около 6%. Лишь 3,4% из вновь создаваемых в России малых предприятий продолжают существовать на рынке более 3 лет, что существенно меньше, чем в странах, похожих на Россию по

численности предпринимателей: в Норвегии – 6,15%, Финляндии – 6,65%, Испании – 8,39%, Греции – 12,6%. Численность предпринимателей, закрывших свой бизнес в 2013 году, увеличилась в 2 раза по сравнению с их численностью в 2012 году. Такая тенденция обусловлена недоступностью финансирования. Количество респондентов из России, которые планируют открыть собственное дело в ближайшие три года, – 4,7%. Это самый низкий показатель среди стран-участниц проекта GEM. В странах БРИКС он составил в среднем 22%, а в странах Восточной Европы – 21%. Половину из тех, кто в ближайшее время собирается заниматься предпринимательской деятельностью, составляют уже действующие предприниматели, которые хотят открыть новый бизнес [4]. Следовательно, в глобальном ракурсе проблема активизации предпринимательской активности в России представляется весьма острой, а её решение – актуальным.

Как показывает практика, мотивация предпринимательства, основанная на монетарных ценностях, не является действенным механизмом для формирования экономического поведения у большинства трудоспособного населения России, у которого преобладают ценности независимости, патриотизма, дружбы, соборности, духовности и др. Наша *рабочая гипотеза* решения обозначенной проблемы состоит в предположении об эффективности контекстной мотивации предпринимательства. Цель исследования состоит в поиске легитимной для большинства россиян философии социального предпринимательства, на основе которой можно было бы развивать его контекстную мотива-

цию. Для достижения цели намечены *научные задачи* обоснования сущности и структуры социального предпринимательства в контексте легитимных народных ценностей российских сообществ, а также эффектов его развития.

Методы

Для проведения исследования использовались методы обзора литературы [3, 5, 6, 7], наблюдения, исторической аналогии, когнитивного обдумывания.

Результаты

1. Предложено под народным социальным предпринимательством понимать опекаемую государственными протекциями коммерческую деятельность инициативных групп населения с целью создания и накопления народного фонда, предназначенного для воплощения народной идеи с эффектом общественной полезности.

2. Предложены такие основные системные компоненты народного социального предпринимательства, как: неполитическая общественная организация, координатор, коммуникативная платформа, экспертно-аудиторская группа, народный фонд, сеть народных социальных предприятий, система причастности, поставщик социальных благ.

3. Обоснован наряду с традиционными экономическими и социальными эффектами от развития народного социального предпринимательства мультипликативный эффект от образования ячеек гражданских сообществ, сплочённых вокруг важных для них народных идей и ценностей.

Обсуждения

1. В российской науке и практике управления сущность и концепции социального предпринимательства активно исследуются и развиваются. Большинство мнений совпадает в определении его сущности как социально ориентированной деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства, направленной на достижение общественно полезных целей, решение социальных проблем, в том числе оказание поддержки лицам, находящимся в трудной жизненной ситуации. В практике управления доминирует восприятие социального предпринимательства в инновационном контексте, отдающем предпочтение инновационным способам решения социальных проблем, «изобретая или комбинируя социальные и экономические ресурсы» [8].

Формируются система управления социальным предпринимательством и её инфраструктура, соответствующие данному контексту. Так, в 2012 году в России были учреждены Координационный совет по вопросам развития социального бизнеса и предпринимательства, Экспертный совет по развитию социального предпринимательства при Комитете по политике, инновационному развитию и предпринимательству Государственной думы РФ, Федеральный Центр инноваций социальной сферы (ЦИСС). В структуре ЦИСС предусмотрены: площадка агрегации лучших практик, инкубатор социальных проектов и инициатив, площадка ресурсного обеспечения, школа социальных инноваций. Составлена дорожная карта «Поддержка доступа негосударственных организаций к предоставлению услуг в социальной сфере», рассчитанная на 2013–2016 гг. Формируются региональные отделения ЦИСС как площадки для профессионального взаимодействия всех участников социальных инициатив, агрегации лидеров и проектов социальной значимости.

Основным предназначением формируемой системы является передача государством части услуг по обслуживанию населения в аутсорсинг бизнесу. Согласно законодательству [1] с 2015 года государственные услуги по социальному обслуживанию, которые ранее предоставлялись государственными и муниципальными органами, будут распределяться в качестве госзаказов на конкурсной основе среди коммерческих и некоммерческих организаций и индивидуальных предпринимателей. Государство же будет устанавливать социальные стандарты и финансировать предоставление таких услуг [9].

Мы считаем целесообразным на платформе инновационного социального предпринимательства развивать *народное социальное предпринимательство*. Предлагается расширить направления и виды его деятельности за рамки социальной сферы и нацелить их на максимизацию прибыли, так же, как и традиционное предпринимательство. Особенность состоит в том, что эта цель – не главная. Прибыль предлагается рассматривать как средство для воплощения в жизнь контекстной народной идеи, которая может быть духовной, нравственной, прагматической, например, строительство театра, сооружение памятника,

закладка парка и т.п. Согласованная народная идея является важнее цели социального предпринимательства, его прибыли. На основе народной идеи формируется контекстная среда социального предпринимательства: приоритеты ценностей сообщества, мотивы достижений, характер лидерства, школа делового поведения, культура отношений, героика и т.д.

Объясним мотивационное влияние такой контекстной среды. Большинство россиян научились зарабатывать средства на индивидуальные блага, но принцип индивидуализма разобщил народ, породил проблемы потребительства, духовно-нравственной деградации и одиночества. Как учит история, мощным синергетическим эффектом в жизнедеятельности россиян обладала соборность, которая была идейным скрепом различных процессов коллективного созидания. Включиться в систему предпринимательства не из эгоистических побуждений, а чтобы послужить другим, помочь решить чьи-то социальные проблемы – в этом может быть этическое оправдание рационального поведения. Философия народного социального предпринимательства заключается не в том, чтобы заработать как можно больше денег, а в том, чтобы с пользой для многих их расходовать. При этом важно, чтобы народная идея была легитимная, согласованная в процессе массового обсуждения.

2. Можно предложить следующие основные системные компоненты народного социального предпринимательства. Ключевой компонентой является неполитическая общественная организация, которая формирует: коммуникативную платформу для обсуждений и согласования мнений, выработки народной идеи; координатора для обеспечения взаимодействий, наблюдения и получения государственных протекций и лобби; экспертно-аудиторскую группу для разработки социального проекта по воплощению народной идеи, управлению проектом, выбору поставщика социальных благ, аудированию деятельности созданных структур, составлению нефинансовых отчётов; народный фонд для накопления заработанных и благотворительных средств под реализацию народной идеи; сеть народных социальных предприятий, зарабатывающих средства для этого фонда; систему причастности для рассмотрения инициатив по развитию предпринимательства, участию

волонтеров в реализации народной идеи, организации народных субботников, реабилитации провинившихся перед обществом и Родиной людей и др. Важно, чтобы каждый желающий мог проникнуться важностью народного замысла и непосредственно принять посильное участие в его воплощении.

Цель взаимодействий данных компонент состоит в том, чтобы с помощью предпринимательства и благотворительности к установленному сроку накопить средства, достаточные для воплощения народной идеи. В зависимости от вида социального проекта эта цель может быть конечной или промежуточной. Миссия народного социального предпринимательства состоит не в том, чтобы создавать полезные общественные блага, а в том, чтобы привить россиянам потребность и культуру доброделания, организовать их участие в творческих процессах, научить душевному общению.

2. Народному социальному предпринимательству сопутствуют те же экономические и социальные эффекты, что и экономически ориентированному предпринимательству. Кроме того, может возникнуть мультипликативный эффект от образования ячеек гражданских сообществ, сплочённых вокруг важных для них народных идей. Люди, создающие своими руками добро, вдохновляются высокими духовно-нравственными идеалами. Реализуя их, они укрепляют свою веру, чувствуют себя свободными, становятся активными, дружелюбными, жизнерадостными, патриотичными. Напротив, пассивные люди, получающие готовые социальные услуги, всегда имеют завышенную самооценку собственных заслуг, ожидают большего, чем получают, а потому часто недовольны и завистливы. Следовательно, можно ожидать ещё и такой эффект, как улучшение качества жизни. Данные эффекты имеют государственное значение, поэтому логичным будет предоставление государственных протекций на развитие народного социального предпринимательства.

Выводы

Таким образом, в качестве легитимной для большинства россиян философии социального предпринимательства предложена его концепция в контексте народных ценностей российских сообществ. Обоснована

Следовательно, рабочая гипотеза концептуально подтверждена, научные задачи исследования решены, и намеченная цель достигнута. Полученные научные результаты требуют дальнейшего углублённого теоретического, аналитического и методического исследования и апробации.

1. Ильин И. А. Ответственность // Я вступаю в жизнь. Книга раздумий. – М. : Лепта, 2006. – С. 200.
2. Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации : федер. закон Рос. Федерации от 28 дек. 2013 г. №442-ФЗ // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2013. – № 52 (часть I), ст. 7007.
3. Благов Ю.Е., Арай Ю. Н. Социальное предпринимательство: проблемы типологии // Вестн. Санкт-Петербургского университета. – Сер. 8. Менеджмент. – 2010. – Вып. 3. – С. 110–111.
4. Борнштейн Д. Как изменить мир. Социальное предпринимательство и сила новых идей / Пер. с англ. – М. : Альпина Паблишер, 2012. – 499 с.
5. Верховская О.Р., Дорохина М. В., Сергеева А. В. Глобальный мониторинг предпринимательства. Россия 2013. Национальный отчёт. – СПб. : ВШМ СПбГУ, 2014. – 64 с.
6. Герасимова С. Прибыль на втором месте. Социальные предприниматели хотят получить отдельный статус // Новый бизнес: социальное предпринимательство. – 2015. – авг. – URL: <http://www.nb-forum.ru/social/laws/pribyl-na-vtorom-meste.html#ixzz48RnTmTrl> – Дата обращения 12.05.2016.
7. Исаев А., Шамрай А., Барабанов Д., Литянская Н. Социальное предпринимательство в России. – М. : Аналитический центр ОАО «МСП Банк», 2013. – 58 с.
8. Попова К. Формы социального предпринимательства: обзор российского и зарубежного опыта работы с социально исключёнными группами населения : аналитич. записка. – М. : Фонд «Институт экономики города», 2013. – авг.
9. Предпринимательство в социальной сфере // Агентство стратегических инициатив. – URL: <http://asi.ru/social/business/> (Дата обращения: 12.05.2016).
10. Разберёмся с новым законом о социальном обслуживании : по материалам ИПП «Гарант». – Опубликовано admin в Пнд, 02/02/2015. – URL: <http://www.garant.ru/article/604320/#ixzz3QXjQdTCj>. (Дата обращения: 12.05.2016).

А. Д. РомановаФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени А.Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)

ОЦЕНКА ДИНАМИКИ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ

В основе развития социально-экономических систем заложена инновационная направленность всех отраслей экономики, которая создаёт базу для формирования как краткосрочной, так и долгосрочной стратегии развития региона. В Российской Федерации масштабы проделанной инновационной деятельности, её вид и эффективность ещё отдалены от подобных параметров не только наиболее развитых стран мира с позиции экономики, но и стран второго эшелона.

Развитие инновационной направленности имеет важное значение не только для России в целом, но и для отдельных регионов, а в частности и для Владимирской области особенно в условиях современной экономики.

Стратегией развития региона науки и инноваций В РФ на период до 2016 года предусмотрен переход России на инновационный путь развития, к построению общества, которое базируется преимущественно на генерации, распространении и использовании знаний. Уникальные способности и возможности, способность адаптировать их к регулярно изменяющимся условиям работы и высокая квалификация – основные производственные ресурсы, главные факторы материального достатка и формирования развитого человеческого капитала [1].

Национальная инновационная система (НИС) России в качестве неизбежного требования к своему развитию подразумевает формирование на территории страны инновационных зон, где сосредотачиваются мобильные высококвалифицированные кадры. К тому же основным условием становится общедоступность рынков информации и капитала, а потому – плотность контактов, коммуникационная близость центров принятия решений [3, с. 56].

В условиях переходного периода Российской экономики и развития рыночных взаимоотношений подавляющее большинство компаний, включая отраслевые и академические

научно-исследовательские институты, столкнулись с целым рядом проблем рыночной востребованности результатов их деятельности [7, с. 34].

Обнаруженные препятствия для формирования инновационного потенциала не представляют возможности в полной мере реализовать способности предприятий и являются характерными:

- слабая ориентированность научных разработок на конкретного потребителя, технологическое отставание производства;

- отсутствие у участников инновационного процесса научных знаний и опыта организации проекта;

- низкая эффективность организационных структур, предназначенных для осуществления инновационной деятельности и др.

Инновационный потенциал – описание возможностей организации по достижению целей за счёт реализации инновационных проектов [11, с. 105].

Рассмотрим инновационный потенциал с точки зрения ресурсной компоненты, предложенной О. Москвиной, которая характеризует способности каждого ресурса в отдельности для осуществления инновационной деятельности во Владимирской области, так и результативной, которая отражает конечный результат реализации использования ресурсов (Табл. 1.) [4, с. 38].

В работе проводится оценка инновационного потенциала Владимирской области на базе построения инновационного профиля улучшения инновационной инфраструктуры и повышения конкурентоспособности предприятий. Работа основана на анализе обобщающих показателей, которые характеризуют инновационный потенциал региона. Состояние инновационного потенциала определялось путём сравнения обобщающих показателей с их пограничными результатами R и Z [10, с. 108].

Таблица 1

Система обобщающих показателей, характеризующих инновационный потенциал региона

Группа показателей		Показатель	Условное обозначение показателя	Пограничная характеристика показателя	
				R	Z
Ресурсная компонента	Кадровая составляющая	Доля работников с высшим образованием в общей численности промышленно-производственного персонала, отн. ед.	K1	0,25	0,8
		Доля затрат на профессиональное обучение в общем объеме издержек на рабочую силу, отн. ед.	K2	0,15	0,5
		Численность студентов вузов на 10 тыс. чел. населения территории, чел.	K3	100	150
	Технико-Технологическая составляющая	Уровень износа ОПФ, %	T1	60	25
		Коэффициент обновления основных производственных фондов, %	T2	4,5	12,0
		Удельный вес оборудования со сроком эксплуатации до 10 лет, отн. ед.	T3	0,7	0,33
	Финансовая составляющая	Доля затрат на науку и научные исследования и разработки в ВРП, %	Ф1	2,5	5
		Удельный вес затрат на инновации в общем объеме выпускаемой продукции, в %	Ф2	2,5	5
		Отношение объемов инвестиций в промышленность к ВРП, в %	Ф3	2,4	11,8
	Научная составляющая	Удельная численность работников, выполняющих научные исследования, на 10 тыс. чел. населения	H1	13	40
		Численность кандидатов и докторов наук на 10 тыс. чел. населения территории, чел.	H2	0,4	4,0
		Удельный вес стоимости машин и оборудования в общем объеме основных средств отрасли «Наука и научное обслуживание», в %	H3	16	35
Результативная компонента		Число патентных заявок на изобретения в расчете на 10 тыс. чел. населения, в %	P1	2,5	5
		Уровень инновационной активности промышленных предприятий, в %	P2	10	40
		Доля инновационной продукции в общем объеме промышленной продукции, в %	P3	8	15

Таблица 2

Исходные и расчётные данные для оценки инновационного потенциала Владимирской области

Показатель	Исходные данные (i-го) показателя		Расчётные данные (i-го) показателя	
	2010	2015	2010	2015
K1	3,8	4,2	0,21	0,12
K2	0,4	0,55	0,8	1,1
K3	321	281	0,46	0,53
T1	42,3	44,6	-0,7	0,74
T2	5,0	5,0	0,42	0,42
T3	0,35	0,33	-0,5	-0,47
Ф1	1,6	1,22	1,56	2,05
Ф2	1,23	1,54	2,03	1,62
Ф3	8,9	11,2	0,75	0,95
H1	10,1	11,8	1,28	1,1
H2	1,98	2,67	0,49	0,67
H3	17	21	0,48	0,6
P1	1,31	1,6	-1,9	1,56
P2	9,5	10,1	-1,05	0,25
P3	6,9	10,6	-1,16	0,7

Полученные координаты потенциала могут быть графически изображены в виде ин-

новационного профиля Владимирской области (рис. 1) [6].

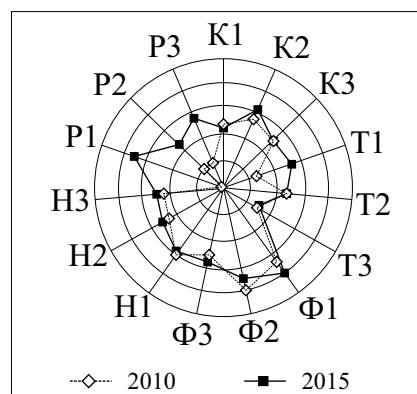


Рис. 1. Инновационный профиль Владимирской области в 2010 г. и 2015 г.

Так, значения координат кадровой составляющей находятся в зоне удовлетворительного и благоприятного состояния. В регионе имеется сформированная научная база, кото-

рая способна генерировать инновационные продукты. Значимым организатором формирования и развития инновационной деятельности является вузовская наука, которая сохраняет основную часть кадрового потенциала, занятого практическими и базовыми разработками [2].

Обобщающие показатели финансовой составляющей находятся в зоне благоприятного состояния. Затраты на науку и исследования составляют 1,22% от ВРП в 2015 г., т.е. 3486,7 млн руб. [5]. В развитых странах сегодня тратится на НИОКР 2–3% ВВП. Таким образом, первым шагом по инновационному пути развития должно стать ежегодное привлечение инвестиций в сферу НИОКР.

Значения результативной компоненты находятся в удовлетворительном и благоприятном состоянии в 2015 г, в то время как,

в 2010 г. они находились в неудовлетворительном состоянии.

В итоге можно сделать вывод о том, что Владимирская область обладает инновационным потенциалом и находится в зоне благоприятного состояния.

С целью количественной оценки инновационного потенциала автором разработана система показателей, учитывающая фактор устойчивости и результативности, что не наблюдается в методике, представленной выше (см. табл. 1), совокупность показателей по Владимирской области представлены в таблице 3.

Каждая система показателей определяется в динамике и характеризует выбранные факторы, что позволяет оценить уровень развития экономической системы и даёт возможность, в отличие от известных методик учитывать её устойчивость [8, с. 1].

Таблица 3

Система показателей оценки инновационного потенциала региона*

	Удельное число сту- дентов	Результативность	Инновации	Передовые организа- ции	Совокуп- ная дея- тельность	Инвести- ции	Бизнес	Население
2000	268	0,041	7	0,019	2	6166	0,002	0,492
2001	304	0,042	11	0,018	3	9366	0,003	0,496
2002	375	0,054	10	0,025	1	6814	0,005	0,476
2003	349	0,068	10	0,018	2	10140	0,008	0,475
2004	393	0,098	8	0,030	4	15000	0,011	0,483
2005	426	0,095	8	0,021	1	23170	0,029	0,473
2006	477	0,104	12	0,026	2	34428	0,037	0,497
2007	512	0,095	16	0,033	16	55072	0,058	0,484
2008	528	0,182	10	0,040	27	68469	0,092	0,498
2009	544	0,148	11	0,031	8	51082	0,051	0,518
2010	521	0,135	10	0,037	3	62865	0,103	0,508
2011	508	0,161	12	0,031	7	82123	0,127	0,499
2012	478	0,164	9	0,048	13	88929	0,139	0,511
2013	446	0,165	9	0,041	19	83717	0,139	0,525

* Разработана автором

На основе корреляционно-регрессионного анализа и программного продукта Statistica 10.0 построена диаграмма рассеивания, позволяющая графическим образом представить и определить устойчивость и показатели, которые существенным образом на неё влияют/не влияют. Те точки, которые выходят за пределы доверительного интервала являются не значимыми, следовательно, устойчивость равна нулю. Графическая интерпретация представлена на рисунке (см.рис.2).

Из представленного графика (рис. 2) видно, что все показатели эффективности расходования средств на создание технологий достаточно близки к прямой уравнения регрессии и большинство наблюдений попадает в границы доверительного интервала

полученной функции. Это свидетельствует о сильной обратной и статистически значимой зависимости параметра от времени, а с экономической точки зрения это означает, что во Владимирской области имеется достаточный инновационный потенциал. Наличие инновационного потенциала в регионе является условием, при котором возможно эффективное развитие хозяйственных субъектов.

Одной из форм взаимодействия науки с производством должны стать региональные инновационные программы [9, с. 128]. Программа инновационного развития региона должна представлять собой комплекс мероприятий по обеспечению выполнения региональной научно-инновационной политики.

Р. Н. Румянцева
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университета
имени А.Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)

ВНЕДРЕНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ СЛУЖБЫ КОНТРОЛЛИНГА В ГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ

Грамотно поставленная система контроллинга на предприятиях газовой отрасли способна решить классические симптомы неуправляемости, такие как:

- потеря контроля над постановкой, сопровождением и развитием программ и проектов;
- переизбыток или дефицит информации;
- невыполнение стратегических планов (многоуровневая неуправляемость) – отсутствие или неэффективность стратегического планирования;
- отсутствует возможность анализа принятых решений;
- многие подразделения отрасли имеют несовпадающие интересы, возникают центробежные тенденции, что приводит к разрушению структуры стратегических планов.

Таким образом, совершенствование процессов управления на предприятиях отрасли за счёт внедрения системы контроллинга оказывает непосредственное влияние на ускорение процессов принятия решений в стратегически ключевых сферах функционирования отрасли:

- в сырьевой базе: контроллинг структуры и качества ресурсов;
- в сфере инвестиций: контроллинг инвестиционных потоков внутри отрасли;
- в сфере ценообразования: контроллинг финансовой ситуации на долгосрочную перспективу исходя из сложившейся динамики цен, тарифов и добычи природного газа; мониторинг динамики цен и тарифов по сегментам рынка;
- в сфере развития Единой системы газоснабжения: контроллинг лимитов потребления газа по регулируемым ценам; мониторинг соблюдения правил торговли на нерегулируемом рынке газа; координация предприятий ЕСГ;
- в законодательной и нормативной сфере: контроллинг процессов развития законодательной и нормативной базы, правовых актов на всех уровнях законодательной власти;

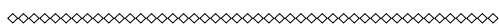
– в сфере эффективности использования природного газа: контроллинг использования природного газа, экономической целесообразности использования других топливно-энергетических ресурсов;

– в структуре газовой отрасли: интеграция и координация подразделений, предприятий отрасли.

На основании исследования современных тенденций и перспектив развития газовой отрасли наиболее востребованной на современном этапе развития отрасли является стратегия стабильности, которая ставит своей целью устойчивое развитие экономической системы на основе сохранения её структуры и качественных характеристик в условиях внешних и внутренних воздействий.

В условиях структурных и макроэкономических преобразований в газовой отрасли целесообразно говорить о стратегии стабильности, как об одной из основополагающих стратегий развития предприятий отрасли, главной задачей которой является раннее обнаружение кризисных тенденций, обнаружение так называемых «слабых сигналов», предвещающих возможность кризисных явлений, и выработка мер, которые оказывали бы противодействие этим явлениям. Для многих предприятий отрасли главной задачей в стратегическом планировании должно стоять сохранение структурно-экономических параметров функционирования, обеспечивающее минимально допустимый уровень развития предприятия.

Контроллинг является одним из инструментов системы управления для реализации намеченной стратегии на основе исследования экономической ситуации и выявления векторов воздействия на неё. В отношении реализации стратегии стабильности, основной задачей контроллинга, по нашему мнению, является разработка вариантов управленческих решений с целью минимизации отклонений в развитии организации, вызываемых внешними и внутренними воздействиями.

**Библиографический список**

1. Зубов С. А., Жевага А. А., Карминский А. М. Новые подходы к контроллингу бизнес-процессов и информационных технологий // Контроллинг. – 2014. – № 1. – С. 60–64.
2. Зубов С. А., Жевага А. А., Карминский А. М. Новые подходы к контроллингу бизнес-процессов и информационных технологий // Контроллинг. – 2014. – № 2(52). – Ч. 2. – С. 17–30.
3. Shatalova T. N. et al. Контроллинг как инновационная система управления промышленным предприятием // В мире научных открытий. – 2016. – № 11.5. – С. 1882–1894.

Р. Н. Румянцева, А. В. Коробейников
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университета
имени А.Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)

ИСТОРИЯ СТАНОВЛЕНИЯ КОНТРОЛЛИНГА

Знание исторического развития идеи, философии и форм воплощения в практику, как известно, помогает лучше понять сегодняшнее состояние концепции контроллинга, перспективы его развития, осознать, насколько важна его роль в современной практике для успешного функционирования российских предприятий.

Перечислим основные этапы становления этой отрасли знаний человека.

XV в. – введение должности «countrollour» (Великобритания) - первая попытка решать задачи государственного управления с помощью идей контроллинга.

1778 г. – законодательно учреждено ведомство «Controller, Auditor, Treasurer and six Commissioners of Accounts» (США). Его задачи – управление государственным хозяйством и контроль за использованием средств.

1880 г. – создана система «Atchison, Topeka & Santa Fe Railway System» (США). Впервые контроллинг использован на предприятии преимущественно для решения финансово-экономических задач, управления финансовыми вложениями и основным капиталом.

1892 г. – компания «General Electric Company» (США) – первая из промышленных предприятий вводит должность контроллера.

В США первоначально контроллеры занимались финансово-экономическими вопросами и проведением ревизий. Это объяснялось особенностями американского корпоративного законодательства, которое знает только два управляющих органа – Общее собрание акционеров (Common Meeting Shareholder) и Совет директоров (Board of Directors). Полномочия Совета директоров распространялись как на управление организацией, так и на контроль её деятельности. Отсутствие специфического управляющего органа наряду с другими причинами (например, сильными позициями президента, величиной предприятия) считалось важнейшим поводом для введения должности контроллера. Однако, несмотря на это,

вплоть до начала 1930-х гг. на американских предприятиях контроллеры почти не были известны.

Экономический кризис 1929 г. привёл к пониманию роли производственного учёта, а также к необходимости внедрения на предприятии наряду с планированием элементов контроллинга. В 1931 г. основан институт «Controller's Institute of America» как профессиональная организация контроллеров (в 1962 г. он переименован в «Financial Executives Institute» (FEI)). В 1934 г. создан журнал «The Controller» (сегодня – «The Financial Executive»). С 1944 г. существует исследовательский институт «Controllershship Foundation» (в настоящее время – Financial Executives Research Foundation).

В Германии в 30–40-е гг. XX в. не наблюдалось сколько-нибудь заметного развития концепции контроллинга, хотя задачи, которые можно отнести к области контроллинга, возникли ещё более 100 лет назад на таких крупных предприятиях, как «Крупп» и «Тиссен». Первые подразделения контроллинга в Германии были организованы лишь в конце 1950-х гг.

В 1950–1970 гг. экономика страны характеризовалась высокими темпами роста и солидными прибылями, поэтому у немецких предприятий отсутствовал опыт преодоления ситуаций, связанных с угрозой их существованию. Введение и развитие контроллинга в последующие десятилетия связано с изменениями в окружающем предприятия мире и принципиальной переориентацией предпринимательского мышления и действий на проблемы эффективности и устойчивости.

Во-первых, примерно с 1965 г. в Германии прокатилась волна формирования на крупных фирмах центров прибыли, обособленных в отношении ведения учёта. Для координации (и управления) их деятельности ранее использовавшиеся инструменты не годились. Во-вторых, в начале 1980-х гг. многие предприятия столкнулись с проблемой неплатёжеспособности, что привело к пониманию необходимости в совершенствовании инструментария плани-

рования и управления, а также в привлечении специалистов, способных критически оценить действия руководителей организации.

Повышение спроса на услуги в области контроллинга вызвало появление в Германии ряда научных и образовательных организаций. Первым возник Институт контроллеров по вопросам образования в области планирования предприятия и учёта (ControllertuturAus-bildunginUnternehmensplanungundRechnungswesenGmbH, Cauting), занимающийся вопросами подготовки кадров в сфере планирования предприятия и учёта. С 1971 г. частные и общественные семинары проводит Академия контроллеров (Controllertutur-Akademie). В 1975 г. основан Союз контроллеров (Controllertutur-Vereine.V.). Следующей важной вехой на пути внедрения идей и философии контроллинга стало основание журнала «Controllertutur» (1989 г.).

В большинстве развитых стран с рыночной экономикой концепции контроллинга схожи. Различия касаются в основном понимания двух крайних ситуаций: прагматизма и степени совершенствования системы в соответствии с менталитетом пользователей (рис. 1). Так, в Германии преобладает тенденция академизации контроллинга, стремление создать сначала теоретически целостную систему, а затем приниматься за разрешение конкретных задач. В США и некоторых европейских странах преобладает прагматический подход: здесь контроллинг теснее связан с менеджментом, более ориентирован на требования рынка и потребности клиентов.



Рис. 1. Американская и немецкая модели контроллинга

В качестве объединяющей формы взаимодействия теоретиков и практиков, занимаю-

щихся контроллингом, в 2000 г. было создано Объединение контроллеров. Его основными целями провозглашаются:

- содействие распространению философии и методологии контроллинга;
- обеспечение коммуникации, накопления профессиональной информации и обмена ею среди специалистов, занимающихся проблемами разработки и внедрения контроллинга;
- содействие подготовке кадров для предприятий и организаций;
- содействие повышению уровня профессиональной квалификации специалистов в области контроллинга.

Основными задачами Объединения являются:

- выработка единой терминологии в области контроллинга;
- установление контактов с союзами и ассоциациями контроллеров за рубежом;
- издание и распространение материалов Партнёрства по актуальным вопросам контроллинга;
- проведение регулярных (не реже двух раз в год) заседаний членов Партнёрства для обсуждения проблем в области теории и практики контроллинга;
- выработка рекомендаций для работников, занимающихся практической реализацией системы контроллинга на предприятиях и в организациях;
- выработка единой политики подготовки специалистов в области контроллинга для учебных заведений.

Итак, с тех пор, как специалисты в области экономики и управления производством начали активно обсуждать проблематику контроллинга, утекло много воды. За это время был пройден путь от недопонимания к преувеличению возможностей и естественный возврат к стационарному состоянию его развития и внедрения. Утвердилось понимание контроллинга не только как философии и образа мышления руководителей, но и как плодотворной практической деятельности, направленной на эффективное использование ресурсов и развитие организации с акцентом на долгосрочную перспективу.

Успешное развитие идей, методологии и практики контроллинга базируется на трёх китах:

- на потребности руководителей в качественной информационно-аналитической поддержке принимаемых управленческих решений, прежде всего с учётом устойчивого развития организации;
- на системе знаний, методов и технологий в сфере контроллинга, обеспечивающих решений поставленных задач;
- на возможности комплексной информационной поддержки методов и технологий контроллинга в составе современных

интегрированных информационных управ-
ленческих систем.

От дискуссий по поводу методических взаимоотношений менеджмента и контроллинга давно перешли к практической деятельности в производственной, научной и образовательной сферах. На многих предприятиях и организациях, в банках и страховых компаниях действуют соответствующие подразделения. И если даже они не имеют слова «контроллинг» в своём наименовании, суть от этого не меняется.

Библиографический список

1. Контроллинг : учебник / А. М. Карминский, С.Т. Фалько, А. А. Жевага, Н. Ю. Иванова; под ред. А. М. Карминского, С. Г. Фалько. – М. : Финансы и статистика, 2006. – 336 с: ил.
2. Контроллинг как инструмент управления предприятием / Е.А. Ананькина, СВ. Данилочкин, Н. Г. Данилочкина и др. ; под ред. Н. Г. Данилочкиной. – М. : ЮНИТИ, 2002. – 279 с.
3. Карминский А. М., Оленев Н. И., Примаков А. Г., Фалько С. Г. Контроллинг в бизнесе. Методологические и практические основы построения контроллинга в организациях. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 256 с.
4. Карминский А. М., Фалько С. Г., Жевага А. А., Иванова Н. Ю. Контроллинг / 3-е изд., доработанное. – М. : Издательский дом «Форум», 2013.

Е. И. Сизова
Воронежский ГАСУ (г. Воронеж)

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ СТРОИТЕЛЬНЫХ ХОЛДИНГОВ

Строительный рынок России в настоящее время характеризуется рядом проблем (недостаточное финансирование государственных программ, нехватка высококвалифицированных кадров, устаревшие нормативные акты в области строительства и т.д.) [7], вынуждающих строительные предприятия искать способы достижения большей устойчивости, адаптивности и пути выхода на новые рынки. Действенной формой централизации капитала и достижения поставленных целей бизнеса в этом случае является формирование холдинговых структур, означающее, прежде всего, становление мощных систем, способных формировать основные современные элементы рыночного хозяйства. В силу этого ведущей задачей холдинговых структур является интеграция в единый процесс всех хозяйственных стадий от научных исследований, проектирования, опытно-конструкторских работ до запуска новых видов продукции в производство и дальнейшей реализации произведённой продукции. [5]

Строительные предприятия традиционно характеризуются высокой степенью консерватизма в области внедрения новшеств. Низкая инновационная активность в строительстве зачастую объясняется длительностью производственного и эксплуатационного цикла строительных объектов, вызывающих существенный временной разрыв между осуществлением затрат на разработки и получением эффекта от инноваций, а также высокой степенью ответственности за безопасность возводимых объектов. Неблагоприятная ситуация с восприимчивостью к нововведениям в немалой степени предопределена в том числе и низкой инновационной готовностью руководителей и сотрудников и упущениями в системе управления научной деятельностью. На многих предприятиях исследования и разработки либо не осуществляется, либо носят бессистемный характер, характеризуются низкой степенью организации и управле-

ния и базируются на принципах технического развития. Инновационное развитие отличается от технического и научно-технического развития тем, что содержит элемент динамизма и характеризует способность хозяйственной единицы развиваться на собственной основе в стратегической перспективе. Соответственно этому различаются и управленческий инструментарий, и методы осуществления исследований, и показатели, измеряющие уровень инновационного, научно-технического и технического развития. Главное различие состоит в том, что в состав показателей инновационного уровня включаются элементы, которые дают возможность:

- *оценить инновационный потенциал предприятия (трудовой, материальный, технологический, интеллектуальный, финансовый и иной);*

- *оценить степень организационной готовности предприятия к внедрению инноваций, а также резервы и потенциальные возможности внутренней и внешней среды;*

- *сформулировать инновационную стратегию предприятия, включающую планирование потребности в инновациях на длительный период;*

- *сформировать оптимальный субъектный состав инновационного процесса на основе перечисленных выше факторов;*

- *определить динамическую структуру затрат на ориентацию научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ.* [1,9–10]

Эффективность инновационного развития будет напрямую зависеть от правильности построения инновационной стратегии предприятия, степени её согласованности с другими внутренними функциональными стратегиями, системы контроля за её реализацией и своевременной модификацией в зависимости от изменений во внутренней и внешней среде. В рамках текущей (оперативной) деятельности к стратегическим будут относиться мероприятия по организации и управлению

инновационной деятельностью на протяжении всего жизненного цикла, а также инновационные мероприятия, касающиеся всего процесса или основных подсистем. К тактическим управляющим воздействиям, направленным на повышение эффективности инновационной деятельности, будут относиться мероприятия, направленные на реализацию конкретных элементов инновационной стратегии и затрагивающие отдельные блоки или части подсистем инновационного процесса в течение относительно короткого промежутка времени или небольшой доли этапа жизненного цикла проекта. [3]

Наибольшие масштабы инновационного развития можно наблюдать на примере крупнейших строительных холдингов, состоящих из большого числа специализированных компаний. С изменением спроса в их структуру вносятся необходимые новые качественные элементы. В соответствии с этим возникает необходимость в развёртывании инновационной деятельности по всем цепочкам взаимосвязанных производств. Чем эффективнее структура, тем сложнее конечная продукция, тем шире масштабы и активность инновационной деятельности, тем нагляднее становятся её результаты, воплощённые в конкретные объекты. [2] В строительстве такими объектами являются инновационные материалы, изделия и конструкции или новые способы их создания, инновационные виды строительных работ или инновации в самой технологии их осуществления, инновации в области строительной техники и оборудования, инновации в сфере строительного проектирования, эксплуатации, реставрации и т.д.

Программы инновационного развития холдингов, интегрированные в общую бизнес-стратегию, содействуют развитию компаний путём значительного повышения эффективности производственных процессов, включая:

1) Снижение затрат на строительные работы без снижения их качества, а также снижение транзакционных издержек;

2) Улучшение эксплуатационных свойств строительной продукции (повышение качества и снижение эксплуатационных расходов, повышение энергоэффективности, уровня безопасности, увеличение срока эксплуатации и т.д.);

3) Повышение производительности труда, как за счёт организационных инноваций, так

и за счёт внедрения системы стимулирования инновационной деятельности персонала;

4) Повышение экологичности процессов строительства и утилизации отходов. [4,8]

Переход к инновационному развитию строительных холдингов должен осуществляться путём постепенного внедрения инновационной деятельности в практику хозяйствования и создания необходимых условий для её успешного осуществления. Для этого, в первую очередь, потребуется применение современных информационных технологий, систем связи и систем сбора, обработки и анализа информации о существующих или предполагаемых к реализации проектах, знаниях, методах и моделях, инновационных решениях мирового уровня. Именно формирование масштабной знаниевой базы, ориентированной на передовые достижения техники и технологии, и эффективной системы коммуникации внутри интегрированной структуры и с субъектами внешней среды, что позволит использовать интеллектуальный потенциал холдинга и повысить инновационную готовность. Не меньшую важность будет иметь система подготовки и переподготовки специалистов для обеспечения профессиональной деятельности как в области управления и организации инновационной деятельности, так и в области генерации и внедрения инноваций непосредственно в производство. Для обеспечения достаточного уровня защищённости потребуется активизация механизмов правовой охраны результатов на всех стадиях инновационного процесса. Это позволит пресечь возможное получение конкурентами выгод от результатов инновационной деятельности без осуществления соответствующих затрат на разработку и реализацию инноваций.

Реализация этих и ряда иных мероприятий позволит сформировать благоприятную среду для дальнейшего развития инновационной деятельности в соответствии с инновационной стратегией, сформированной с учётом целей и задач хозяйствующего субъекта и его особенностей. В результате инновационного развития строительной отрасли в целом, подразумевающего создание условий для внедрения инноваций, инновационное перевооружение, развитие кадрового потенциала строительной науки и внедрение парадигмы стратегического управления инновациями, на

О. А. Смержанюк*ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ» (г. Владимир)*

О ПРОБЛЕМАХ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ МУНИЦИПАЛЬНЫХ СЛУЖАЩИХ ВО ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ

Долгое время одной из наиболее актуальных проблем государственного управления является проблема квалификации и компетентности государственных и муниципальных служащих. Масштаб этой проблемы распространяется как на все государство, так и на отдельные регионы.

Указ Президента РФ № 601 «Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления» от 07.05.2012 предполагает достижение уровня удовлетворённости граждан Российской Федерации (далее – граждане) качеством предоставления государственных и муниципальных услуг к 2018 году – не менее 90 процентов [1].

В апреле 2015 года Ректор РАНХиГС В. Мау на заседании Правительственной комиссии по проведению административной реформы в Российской Федерации представил результаты социологического исследования уровня удовлетворённости граждан качеством предоставления государственных и муниципальных услуг, проведённого РАНХиГС в 2014 году. Согласно докладу, из 30 тысяч респондентов в 77 регионах Российской Федерации 76,2% опрошенных сталкивались с трудностями при получении государственных и муниципальных услуг [2]. Эти данные подтверждают наличие системных проблем в области менеджмента государственных и муниципальных услуг.

Среди прочих проблем особенно выделяется проблема подготовки, переподготовки и повышения квалификации служащих. По данным Росстата [3] в 2014 году 923 муниципальных служащих Владимирской области прошли через процедуры получения дополнительного образования, что составляет 30,5% от общего числа муниципальных служащих региона. Из них – 900 человек повышали квалификацию. По данным отдела дополнительного профессионального образования Владимирского филиала РАНХиГС в 2014 году

курсы повышения квалификации окончили 852 муниципальных служащих, в 2015 году – 400 служащих [4]. Таким образом, мы можем увидеть, что менее трети муниципальных служащих прошли повышение квалификации в профильном учреждении, в 2015 году это число сократилось вдвое.

Как на федеральном, так и на региональном уровне можно выделить следующие проблемы, возникающие в процессе повышения квалификации муниципальных служащих:

1. Программы дополнительного образования не отвечают современным потребностям, не учитывают изменений в законодательстве и реальной практике муниципального управления.

2. Отсутствует ориентированность на индивидуальные потребности слушателей.

3. Слабое методическое обеспечение дополнительного образования

4. Отрыв теоретических знаний от практических навыков и умений

5. Слабое применение инновационных методов обучения

6. Консервативность муниципальных служащих в отношении использования новых информационных технологий.

Согласно исследованиям [5], наблюдается неготовность сотрудников органов местного самоуправления адаптироваться к новым законодательным, социально-экономическим, административным, политическим условиям. Особую консервативность проявляют сотрудники муниципалитетов в сельских поселениях. Здесь сотрудники органов местного самоуправления демонстрируют и более низкий уровень знаний, и меньшую готовность принимать изменения.

В первую очередь, для решения выявленных проблем предлагается провести анализ и оценку образовательных технологий повышения квалификации и переподготовки муниципальных служащих. Так же нужно отметить

2. Официальный сайт Министерства экономического развития // <http://economy.gov.ru/>
3. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики (Росстат) // <http://www.gks.ru/>
4. Отдел дополнительного профессионального образования Владимирского филиала РАНХиГС // <http://www.vlad.ranepa.ru/index.php/ru/struktura-i-organy-upravleniya/otdel-dpo>
5. Чубарец О. В. Современные вызовы общества к профессионализму и качеству обучения муниципальных служащих // Кадровое обеспечение органов местного самоуправления в условиях муниципальной реформы : междунар. науч.-практич. конф., 20 февр. 2015 г. / под ред. П. А. Меркулова. – Т. 1. – Орёл : Изд-во ОФ РАНХиГС, 2015. – С. 42–47.
6. О муниципальной службе во Владимирской области : закон Владимирской области от 30 мая 2007 г. № 58-ОЗ : в ред. от 3 марта 2016 г. : принят постановлением ЗС Владимирской области от 30.05.2007 N251 : вместе с «Реестром должностей муниципальной службы во Владимирской области» // <http://base.consultant.ru/regbase/cgi/online.cgi?req=doc&base=RLAW072&n=95725&from=23838-0&rnd=208093.2148081881851438&>

В. Д. Сыров*ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени А.Г. И Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)*

МАРКЕТИНГОВАЯ ОСНОВА ОРГАНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРОЦЕССА

Не секрет, что подавляющее большинство опрошенных специалистов в области маркетинга, на вопрос: что такое маркетинг? отвечают – умение работать на рынке (!) и это люди, считающие себя «знатоками» маркетинга. В настоящее время насчитывается более сороков видов(!) маркетинговой деятельности [1], из них занимающихся сбытом единицы. Однако, однозначного определения маркетингу *производства* в настоящее время нет.

Здесь предпринята попытка показать значение маркетинговой деятельности *цель, которой обоснование организации (создания) нового производства (рабочего места, производственного участка, цеха).*

Первоначально необходимо отметить тот факт, что термин «организация производства», в подавляющем большинстве, относится к организации производства (изготовления) по выпуску нового изделия (товара). В противном случае употребляют выражения: «реконструкция, модернизация, расширение и т.п. действующего производства», возобновление производства «такого-то изделия» и т.д.

Что же понимается под *организацией*?

Организация [фр. organisation] – 1) объединение чего-либо или кого-либо в одно целое; приведение в строгую систему; 2) группа людей, объединённых общей целью, программой; общественное, государственное, партийное и т.п. учреждение.

Из приведённого выше определения слова «организация», очевидна его двойственность к *производственному процессу*: с одной стороны, оно обозначает объединение средств труда в единое целое: рабочее место, производственный участок, цех или предприятие в целом; с другой стороны, оно обозначает объединение группы людей с целью выполнения программы производства какого-либо изделия (товара) и/или оказания услуг, работ. Эта двойственность обязывает помнить и учитывать, что при ор-

ганизации производственного процесса необходимо обязательно выполнять организацию труда на каждом рабочем месте.

Необходимость организации производственного процесса по выпуску нового изделия возникает в результате анализа и обработки маркетинговой информации, которая с определённой вероятностью, отражает спрос на «новинку» соответствующего рынка, и которая собирается в результате проведения маркетингового исследования [1–4].

Кратко рассмотрим классификацию маркетинговой информации [5], но с позиции *обоснования необходимости* организации производственного процесса выпуска «новинки»:

1. *Информация о рынке* должна содержать сведения касающиеся ассортимента товара, о количественном соотношении разного рода товара, о насыщении тем или иным товаром, о потребительском спросе того или иного товара, о ценовой политике целевого рынка и т.д.

Данная информация закладывает основу будущего производства, так как определяет не просто вид выпускаемой продукции, но и завоевание рынка, получения прибыли и техническое развитие предприятия.

2. *Информация о покупателях* позволяет прогнозировать предприятию систему посредников и дистрибьюторов. Это базируется на том, что в маркетинге под покупателем понимается любое физическое или юридическое лицо приобретающий товар с целью его перепродаже для получения прибыли.

3. *Информация о потребителе*. В маркетинге принято понимать под потребителем «последнего» покупателя, который приобретает товар исключительно для собственного потребления (эксплуатации). Поэтому, данная информация должна содержать сведения: покупательской возможности, возрастном соотношении, географическом распределении, социальном положении, национальной принадлежности, приверженности к тому или иному товару и т.п.

При проведении маркетингового исследования, цель которого выявить необходимый рынок товар. Значение данной информации для обосновании организации производства «новинки» является основополагающей. Это объясняется тем, что информация о потребителе будет заложена при проектировании «новинки». И по этому «узнать» его нужду, желания, опыт использования аналогичного изделия, что ждёт потребитель от «новинки», как он оценивает технико-экономические параметры аналогичного товара, какие параметры для него важны, сколько он может (желает) заплатить, в каких условиях предполагает эксплуатировать и т.п.

4. *Информация о товарах* должна содержать сведения, главным образом, об аналогичном товаре конкурентов. Для чего необходимо приобрести этот товар и досконально изучить его, конструкторско-технологическим персоналом будущего товаропроизводителя. При изучении товаров конкурентов надо выявлять не столько положительные качества, сколько отрицательные. И при проектировании «новинки» необходимо, в первую очередь, нивелировать основные отрицательные качества аналогичного товара конкурентов и тем самым создать «новинку» с лучшими технико-эксплуатационными характеристиками.

5. *Информация об основном производстве*, по сути, представляет собой «эскизный проект» будущего производства обеспечивающего выпуск «новинки» предусмотренной производственной программы.

Этот «проект» можно выполнить с достаточной достоверностью по элементарной методике [6,7].

Эта информация должна отражать организационно-экономические характеристики и параметры основного цеха: виды и количество рабочих машин и оборудования, величину производственной площади, численность основных и вспомогательных рабочих, их квалификационный состав, степень механизации и автоматизации операций принимаемого технологического множества, оснащённость инструментом и технологической оснасткой рабочих мест, сведения об аттестации рабочих мест и т.п. Организованное производство «новинки» должно, по возможности, содержать всё прогрессивное, что присуще конкурентам. Сбор маркетинговой информации об основном производстве конкурентов представляется проблематичным, в силу коммерческой тайны. Здесь необходимо использовать любую возможность:

день открытых дверей, презентации, выставки, информационные и рекламные листки, юбилейные издания, опрос бывших и настоящих работников предприятий конкурентов и т.п.

6. Основное производство (цех) не может функционировать без поддержки вспомогательных и обслуживающих служб.

Информация о вспомогательном и обслуживающем производствах должна содержать аналогичные сведения, что и об основном производстве, с учётом специфики их работы. Особенно следует уделить должное внимание инструментальному хозяйству, так как оно определяет в большей степени качество труда и, в конечном счёте, качество выпускаемой продукции.

Если мощность вспомогательного хозяйства предприятия может обеспечить производство «новинки», то им не занимаются в период освоения основным производством «новинки».

7. *Информация о каналах сбыта* в момент принятия решения о создании производства по выпуску «новинки» необходима, прежде всего для доказательства целесообразности принятого решения.

Каналы сбыта у товаропроизводителя по структуре могут быть самые разные [8], в зависимости от того, каким функциям канала сбыта отдано предпочтение и от организационных и экономических возможностей организатора нового производства.

8. *Информация о каналах продвижения товара* должна содержать сведения о рекламе, о стимулировании сбыта, о связях с общественностью, о персональных продажах и пр., т.е. данная информация должна обеспечить реализацию, предусмотренного объёма производства «новинки».

Информация о рекламе должна отдельно отражать объявления в прессе, на радио, телевиденье, афиши, каталоги, кинофильмы и т.п.

Информация о стимулировании сбыта должна отражать все мероприятия направленные на стимулирование: премии, подарки, скидки, кредиты и т.д.

Информация о связях с общественностью показывает: связь с муниципальными органами власти, ежегодные отчёты, благотворительные пожертвования, семинары, доклады и т.п. Информация о персональных продажах отражает заключение контрактов с клиентами, коммерческие презентации, торговые встречи, программы поощрения и т.д.

9. *Информация об эксплуатации товара* должна отражать опросы настоящих, так

и потенциальных потребителей. Условия эксплуатации один из ключевых параметров проектируемого нового изделия (товара). Поэтому от достоверности этой информации (проведённого маркетингового исследования) зависит во многом качество «новинки».

Необходимо отметить, что в настоящее время «потребительское качество товара» стоит «выше» качества, определяемое техническими условиями на изделие (товар), но это распространяется только на конкретный объём товара по договору.

Организация производственного процесса «новинки» начинается задолго до её изготовления, т.е. производство «новинки» начинается с момента, когда результат проведённого маркетингового исследования показал *что* необходимо целевому рынку и сколько необходимо произвести до насыщения этого рынка, а также смогут ли самостоятельно спроектировать и запустить в производство «новинку».

Для целенаправленного использования маркетинговой информации при разработке основного производства выпуска «новинки» предлагается «*организационная структура внедрения маркетинговой информации*» (рисунок 1) [6].

Все составляющие представленной структуры, расположены в последовательности их выполнения. Первоначально, с целью определения объекта проектирования, осу-

ществляют маркетинговые исследования. Маркетинговые исследования выполняются товаропроизводителем для получения ответа на следующие вопросы:

1. что необходимо выпускать? т.е. какой товар или услуги, или работы пользуются спросом на соответствующих рынках;
2. сколько необходимо выпускать? т.е. каков объём спроса в настоящий момент и в перспективе;
3. когда выходить с «новинкой» на рынок? т.е. определяется, допустимый срок проектирования «новинки»;
4. для кого предназначается «новинка»? т.е. устанавливается, потребитель, его требования и пожелания к «новинке»;
5. какие результаты получит производитель? т.е. устанавливается экономическая целесообразность разработки и внедрение в производство «новинки».

Положительный ответ на первый вопрос означает, что «новинка» отвечает профилю и возможности данного производства как в плане проектирования «новинки», так и в плане производственных мощностей и квалификации производственного коллектива.

Результаты по второму вопросу позволят сделать экономическое обоснование проектирования и запуска в производство «новинки», т.е. устанавливается объём серии выпуска, который обеспечит получение плановой прибыли.

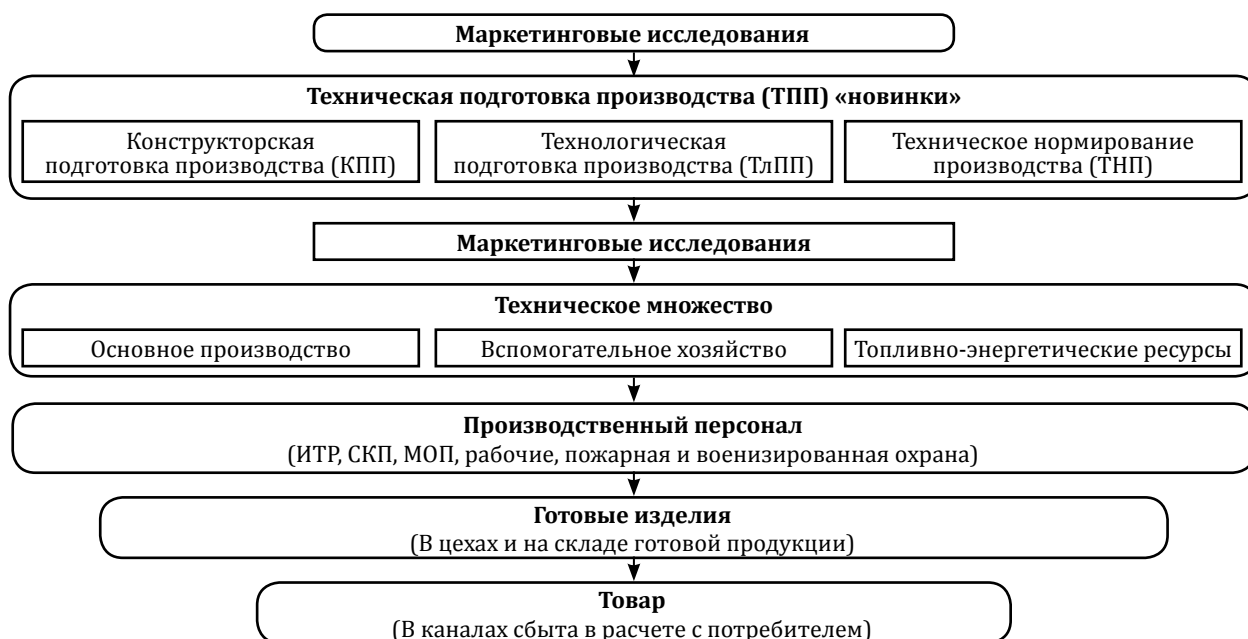


Рис. 1. Организационная структура внедрения маркетинговой информации при организации производственного процесса

Большое значение при определении сроков проектирования и запуска в производство «новинки» имеют ответы маркетингового исследования на третий вопрос. Не принятие во внимание которых, может привести к появлению на рынке аналогичного товара конкурентов.

Основополагающее значение при проектировании «новинки» имеют ответы, полученные на четвёртый вопрос: для кого? Дело в том, что конечная цель, производства любого изделия, является его эксплуатация. Только знания конкретных условий эксплуатации у потребителя, позволят создать (спроектировать) конкурентоспособное изделие.

Цель любого производства – получение прибыли, а это возможно только при условии, когда себестоимость выпускаемого изделия ниже его цены реализации. Здесь широко раскрывается значение маркетинговых исследований и, следовательно, маркетолога на производстве.

Маркетолог, ориентируясь на рынок, должен дать конструкторам и технологам допустимые «пределы» себестоимости будущего изделия.

А это возможно только при хорошем знании методов проектирования «новинки» на данном предприятии и знаний принятых технологических процессов своего основного производства.

Если, в результате проведения маркетингового исследования, получены положительные ответы на все вопросы, то высшее звено производственного менеджмента принимает решение о выполнении *технической подготовки производства* (ТПП) «новинки».

Выполнение ТПП означает получение ответа на следующие вопросы производства:

- что будем выпускать? Ответом на тот вопрос будет наличие всей конструкторской документации на «новинку»;

- как, на чём и чем будем делать? То есть, будет создано *технологическое множество* производства «новинки»;

- какие ресурсы и сколько их понадобится на производство, единицы продукции.

Для уменьшения коммерческого риска производства «новинки» первоначально организуют выпуск опытной (первичной, установочной) партии. Что бы не отвлекать основное производство на выпуск опытной

партии, её целесообразно изготавливать дискретным производством.

В этом случае под *дискретным* производством понимается такая организация изготовления ограниченного количества продукции (опытного образца, опытной или установочной партии изделий, либо выполнения заказа), при которой не осуществляется *пространственная* организация производства (производственного участка, цеха, а иногда и рабочего места). Другими словам это использование соответствующего рабочего места основного производства (ОП) в промежутке времени, когда оно не участвует в технологическом процессе, для которого было организовано.

При успешном освоении «новинкой» рынка, приступают к организации специализированного производства её, в виде производственного участка или цеха. Основное производство не может функционировать без вспомогательного хозяйства (ВХ): инструментального, метрологического, энергетического, ремонтного и обслуживающего производства: складского, транспортного, противопожарного, паросилового, котельни и т.п. Для привода рабочих машин и оборудования и создания, нормальных условий труда производству необходимы топливно-энергетические ресурсы и горюче-смазочные материалы.

Роль *производственного персонала* (ПП) в процессе организации производства «новинки» и освоения маркетинговой информации трудно переоценить. Сознание персонала того, что только «маркетинговое управление» предприятием повысит его имидж, эффективность функционирования и т.п., принесёт действенные результаты.

Что касается пожарной охраны, то только маркетинговая информация о готовом изделии, о материалах, применяемых при его производстве, о принятых технологических процессах и т.п. позволяет разрабатывать надёжные противопожарные мероприятия нового производства.

Значение военизированной охраны для эффективной деятельности создаваемого производства трудно переоценить! Только маркетинговая информация о готовом изделии: его «ценности», значимости и престижность для «обладателя», о применяемом материале при его производстве, о его размерах, об отдель-

ных его частях, можно ли его собрать в домашних условиях и т.д. и т.п. позволят правильно решить очень «больной» социальный вопрос: какой режим работы принять?

Толи простой осмотр, толи вводить активный осмотр (обыск). Есть много людей, которые нетерпимы к обыску и, которые воспринимают обыск как унижительную процедуру или которые не терпят прикосновение к себе посторонних лиц! А это уже вопрос комплектования производственного персонала (иногда для высококвалифицированных специалистов целесообразно вводить свободный режим) и повышение производительности труда (за счёт предотвращения хищения результатов труда и материальных ресурсов).

Каким бы производством (гомогенным или гетерогенным) не осуществлялось изготовление изделия, оно всё равно проходит все стадии незавершённого производства: от получения заготовок и до заявки его отделу технического контроля (ОТК). Только ОТК принимает решение: «годен» или «не годен», т.е.

изделие признаётся *готовым* исключительно по результатам аттестации ОТК. В цехах готовых изделий формируются «транспортные партии», которые перевозятся на склад готовой продукции завода (предприятия).

Со склада готовой продукции завода готовые изделия поступают в каналы сбыта, где основным эквивалентом их является какая-либо цена. Таким образом, изделие «превращается» в *товар* и только потребитель («последний покупатель») превратит товар в изделие, так как эксплуатировать он будет не товар, а изделие.

Значение маркетинга в реализации и продвижения товара широко и многогранно рассмотрено во множестве отечественной и зарубежной литературе.

В заключении можно отметить тот факт, что организация любого производства на основе маркетинговой информации значительно сокращает риск нерационального функционирования вновь созданного производства.

Библиографический список

1. Голубков Е. П. Основы маркетинга : учебник; 3-е изд. перераб. и дол. – М. : Издательство «Финпресс», 2008. – 704 с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга : пер. с англ. / Общ. ред. и вступ. ст. Е. М. Пеньковой. – М.: Прогресс, 1990, 2004. – 736 с.
3. Божук С. Г., Ковалик Л. Н. Маркетинговые исследования – СПб. : Питер, 2009. – 304 с.
4. Сыров В. Д. Маркетинг для инженеров : учеб. пособие. – М. : РИОР: ИНФРА-М, 2013. – 133 с. – (Высшее образование: Бакалавриат).
5. Сыров В. Д. Производственная классификация маркетинговой информации // Информационные формы развития региональной экономики : сб. статей преподавателей и аспирантов ВлГУ ; Под общ. ред. проф. С. А. Максимова – Владимир : Собор, 2008. С. 208–211.
6. Сыров В. Д. Организация производства : учеб. пособие. – М. : РИОР ; ИНФРА-М, 2014. – 283 с. – (Высшее образование: Бакалавриат).
7. Методические указания для выполнения курсовой работы по дисциплине «Организация производственных процессов» / Владим. гос.ун-т: сост. В. Д. Сыров. – Владимир : Изд-во Владим. гос. ун-та, 2009. – 60 с.
8. Сыров В. Д. Управление маркетингом : учеб. пособие для студентов всех форм обучения / Владим. гос. ун-т. – Владимир, 2004. 52 с.

В. Д. Сыров
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени А.Г. И Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)

МОТИВАЦИОННЫЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПЕРСОНАЛА

Основой любого производственного процесса является производственный персонал, который выполняет трудовые действия, обеспечивающие требуемый ход производства. Поэтому организаторам производственных процессов необходимо уделять большое внимание не только «самому» производственному процессу, но и организации работы всего персонала.

Персонал [лат. personalis личный] – личный состав предприятия, учреждения; служащие, принадлежащие к одной профессиональной категории.

Формирование персонала на предприятии необходимо рассматривать как важнейшую функцию кадровой политики, которая определяет: численность личного состава и профессиональную структуру сотрудников; порядок и время их использования; способы привлечения; подбор и расстановку; адаптацию и обучение; обеспечение профессиональ-

ного роста; мотивацию персонала; управление расходами на персонал; контроль над персоналом; правовое регулирование трудовых отношений и социального обеспечение сотрудников; кадровое делопроизводство.

Наиболее ответственным моментом формирования производственного персонала является научно обоснованная расстановка исполнителей тех или иных работ с учётом индивидуальной склонности каждого работника и достоверное определение (расчёт) количества, причём по каждой должности и операции технологического процесса.

Кратко рассмотрим общепринятую классификацию работающих на промышленном предприятии (Рисунок) [1]. Согласно этой классификации все работающие на предприятии (персонал) подразделяются: на производственный персонал и непроизводственный персонал.

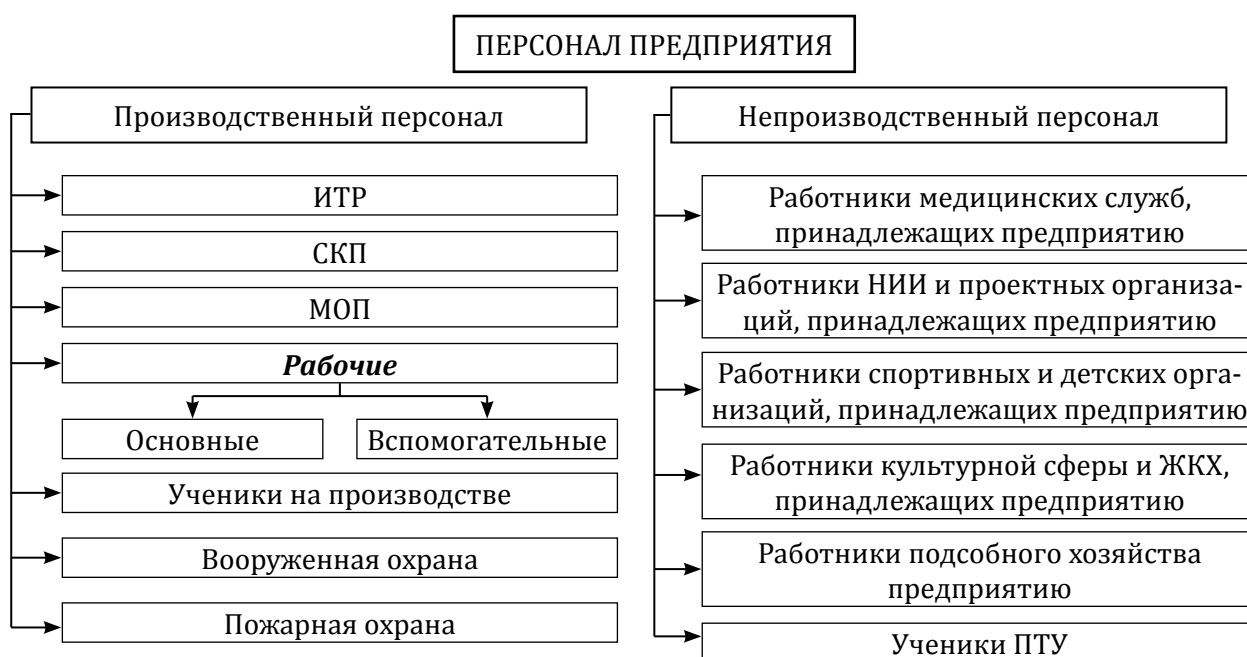


Рис. 1. Классификация персонала промышленного предприятия

Здесь, рассмотрим только функциональное назначение, каждой составляющей *производственного* персонала, поскольку он непосредственно планирует, организует и управляет ходом производственного процесса изготовления выпускаемой продукции (товара).

Инженерно-технические работники (ИТР) осуществляют организацию, планирование и управление производственно-хозяйственной деятельностью предприятия.

Счетно-конторский персонал (СКП) ведёт всесторонний учёт и контроль за производственно-хозяйственной деятельностью предприятия.

Чистоту и порядок в служебно-бытовых помещениях предприятия наводит и поддерживает младший обслуживающий персонал (МОП).

Непосредственно выполняют операции технологического множества *рабочие*, которые подразделяются на основных и вспомогательных.

К *основным* рабочим относятся такие рабочие, которые выполняют операции по воздействию инструмента (рабочих машин и механизмов) на предметы труда с целью получения продукта (товара) реализации. Другими словами, основной рабочий всегда «найдёт» в готовой продукции свой труд.

К *вспомогательным* рабочим относятся такие рабочие, которые своим трудом обеспечивают возможность выполнения труда основными рабочими: выдача, производство и ремонт инструмента и технологической оснастки, ремонт и наладка рабочих машин и оборудования, контрольные и транспортные операции, освобождённые бригадиры и т.п.

Ученики на производстве, как правило, выполняют какую-либо работу, связанную с производством товара: освоение новых профессий, обучение в процессе производства, освоение смежных операций и т.д.

Вооружённая и пожарная охрана создают своими действиями нормальную трудовую, психологическую и антистрессовую атмосферу на производстве.

Рассмотрев представленную структуру производственного персонала становится очевидным тот факт, что выполнение отмеченных функций, требует не только профессиональной подготовки исполнителей, но и личных качеств каждого, кто занимает определённую должность. Например, конструктором

не может быть человек, неспособный абстрактно представлять будущее готовое изделие и/или отдельные его комплектующие изделия (части); техничной (уборщицей) не может работать человек неряшливый, не обращающий внимание на чистоту и порядок в округ себя. И в то же самое время, стремление работать конструктором или техничкой может «диктоваться» различными мотивами. Работать конструктором престижно, интересно и т.д., а работать или «подрабатывать» техничкой: либо нет ни какой подготовки (специальности), либо нет работы по специальности, либо материальная (финансовая) заинтересованность.

Из всего многообразия мотивов поведения человека [2] при формировании производственного персонала, в первую очередь, необходимо установить основные мотивы индивидуума, который хочет занимать ту или иную должность.

Что же понимается под мотивами?

Мотивы, то, что побуждает деятельность человека, ради чего она совершается. В психологии к ним относят: потребности и инстинкты, влечения и эмоции, установки и идеалы.

Знание истинных мотивов в стремлении занять ту или иную должность поможет администрации в дальнейшем предупреждать конфликты в среде персонала и уменьшить текучесть кадров.

Проявление мотивов отображается определёнными действиями, отражающимися в виде мотивации.

Мотивации (другими словами *побуждения*) в биологии, активные состояния мозговых структур, побуждающие высших животных и человека совершать наследственно закреплённые или приобретённые опытом действия, направленные на удовлетворение индивидуальных или групповых потребностей.

Но, ещё около ста лет тому назад, основатель научной организации труда, Фредерик Уинслоу Тейлор, утверждал [3], что «стремление к своему личному благу всегда было и будет значительно более сильным стимулом во всякой работе, чем соображения общего блага. Немногочисленные тунеядцы и трутни, которые работают, спустя рукава, а участвуют в прибылях наравне с другими ... неизбежно влияют на самых лучших рабочих, понижая уровень их производительности до своего собственного».

Отсюда следует, что в процессе трудовой деятельности, индивидум сталкивается с противоречием собственных и общественных интересов, или, что в настоящее время встречается часто, интересов работодателя.

Проблема заключается в том, что одна и та же мотивация может вызывать у различных индивидумов различные мотивационные действия.

Кроме того здесь следует рассматривать мотивацию не с целью управления персоналом, а с целью эффективного (рационального) подбора отдельных исполнителей на вакантные должности (места), т.е. с целью формирования коммуникабельного персонала в целом, способного эффективно решать поставленные перед ним задачи.

В этой связи, Ф. У. Тейлор отмечал [4], «что важнейшей задачей как *администрации* предприятия, так и самих рабочих должно быть *обучение* и развитие каждого отдельного работника в предприятии для того, чтобы он мог (при наиболее быстром темпе работы и максимальной производительности её) давать труд наивысшего качества и притом тот, к которому он наиболее способен по своим *естественным склонностям*» (*Выделено нами – В. С.*)

В первую очередь, это относится к основным производственным рабочим, хотя имеет определяющее значение для всего производственного коллектива не зависимо от занимаемой должности, а главное к администрации.

Её задача, организовать разработку всевозможных тестов. Но прежде необходимо чётко установить различие между такими понятиями как: мотивы, побуждения, потребности и стимулы.

Мотивы и побуждения были рассмотрены выше.

Потребности (желания, вкусы) человека очень отличаются друг от друга и зависят: от возраста, состава семьи, образования, положения в обществе, рода занятий, склонности к перемене места жительства, уровне доходов и т.д. [5]. Так называемые, *приобретённые* (вторичные) потребности, которые в основном влияют на трудовое поведение и учитываются при «собеседовании» на занятие вакансии. Естественно, что при этом необходимо выявить приоритетные потребности, которыми руководствуется индивидум при желании получить ту или иную должность (работу).

Кроме указанных потребностей человека всегда присутствуют ещё *врождённые* (первичные) потребности в воздухе, еде, сне и т.п. и степень влияния которых, на трудовую мотивацию, зависит от доступности и наличия их.

Стимулирование нельзя отождествлять с мотивацией, так как они по разному влияют (воспринимаются) индивидумом. Мотив побуждает человека трудиться, но трудиться можно по разному. Степень интенсивности труда, ответственности за результат труда, престижность занимаемой должности и т.д. напрямую зависит от стимула – *вознаграждения*, которое отражает всё, что индивидум считает и для себя ценным. Стимул может быть как материальным, так и моральным. Это должно учитываться при формировании персонала, когда осуществляется не только набор, но и расстановка набранных исполнителей.

Общая методология формирования производственного персонала охватывает следующие этапы:

1. Первоначально, специалист по кадрам, непосредственно «знакомится» с соискателем. Здесь осуществляется первичная аттестация, результатом которой должно быть – определение *типа личности*.

Тип личности – это совокупность отличительных психологических характеристик человека, обеспечивающих последовательность и постоянство его ответных реакций на окружающую среду.

Различают следующие типы личности:

- Сангвиник – сильный, уравновешенный, подвижный, очень легко воспринимает всё новое (товар, работу, должность и т.п.)

- Флегматик – сильный, уравновешенный, малоподвижен, воспринимает новое только после взвешивая все за и против.

- Холерик – сильный, неуравновешенный, подвижный, на восприятие нового оказывает сторонние факторы (реклама, советы близких и специалистов, пример других людей)

- Меланхолик – слабый, неуравновешенный, слабо подвижный, новое воспринимает запоздало, очень долго колеблется, прежде чем принять какое-либо решение.

В чистом виде типы людей встречаются редко, обычно они смешаны, но при этом выделяются какие-либо определённые тенденции, что и позволяет отнести к тому или иному типу личности.

2. Исходя из типа личности, специалист по кадрам, определяет какую вакансию предложить, если решено соискателя допустить к следующему этапу. В любом случае, ему предлагают к следующей встрече представить *все*, имеющиеся документы об образовании и «послужной список трудовой деятельности» (трудовую книжку).

3. Специалист по кадрам изучает все документы отражающие образование соискателя и его трудовые способности.

Здесь целесообразно получить сведения с прежних мест работы (то ли официальным запросам, то ли телефонными разговорами, то ли собеседованием с бывшими сослуживцами соискателя).

Следует учесть, что получаемая информация может иметь искажённый характер. Отрицательная – может иметь обратный смысл: конкуренты (недоброжелатели) не желают, чтобы соискатель получил работу (должность) именно в данной организации; положительная – наоборот хотят, чтобы соискатель получил работу (должность) в данной организации: либо соискателя специально внедряют (технический шпионаж), либо, чтобы соискатель «развалил» всю работу в данной организации толи сознательно, толи по своей некомпетентности (малограмотности).

Вот эти нюансы и должен выяснить кадровый специалист на данном этапе формирования персонала.

4. Завершающий этап формирования производственного персонала преследуются три цели:

– какую должность (работу) предложить и если соискатель в период испытательного срока не освоит предложенное, то куда его переместить;

– необходимо ли назначить предварительное обучение предложенной работе, либо предложить иную, соответствующую представленным «документам»;

– в любом случае нельзя допустить увольнение только что принятого, так как падает имидж предприятия и увеличивается текучесть кадров.

Когда каждый член производственного персонала чувствует заботу администрации о нём, то резко сокращаются производственные конфликты и повышается заинтересованность в труде, да ещё, если она отвечает его естественным склонностям!

Желательно, чтобы каждый этап отбора осуществлялся не одним и тем же кадровым специалистом, а специалистом, специально обученным по данному виду отборочного этапа.

Библиографический список

1. Сыров В. Д. Экономика производства электронных средств : учебник – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : РИОР : ИНФРА-М, 2016. – 216 с. Гриф. (Высшее образование).
2. Абрахам Г. Маслоу. Мотивация и личность / пер. с англ. Татлыбаевой А. М. Вступительная статья Акулиной Н. Н. – СПб. : Евразия, 1999. – 478 с.
3. Тейлор Ф. У Принципы научного менеджмента : пер. с англ. А. И. Зак ; науч. ред. и предисл. Е. А. Кочерина. – М. : Контроллинг, 1991. – 104 с.
4. Тейлор Ф. У Научная организация труда. – М. : НКПС – Транспечать, 1924. – 276 с.
5. Сыров В. Д. Маркетинг для инженеров : учеб. пособие. – М. : РИОР: ИНФРА-М, 2013. – 133 с. – (Высшее образование: Бакалавриат).

2. Абрахам Г. Маслоу. Мотивация и личность / пер. с англ. Татлыбаевой А. М. Вступительная статья Акулиной Н. Н. – СПб. : Евразия, 1999. – 478 с.

3. *Тейлор Ф. У.* Принципы научного менеджмента : пер. с англ. А. И. Зак ; науч. ред. и предисл. Е. А. Кочерина. – М. : Контроллинг, 1991. – 104 с.

4. *Тейлор Ф. У.* Научная организация труда. – М. : НКПС – Транспечать, 1924. – 276 с.

5. Сыров В. Д. Маркетинг для инженеров : учеб. пособие. – М. : РИОР: ИНФРА-М, 2013. – 133 с. – (Высшее образование: Бакалавриат).

Г. В. Тарасов

ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени А.Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)

ЁМКОСТЬ РЫНКОВ

В общемировой практике выделяют 3 вида ёмкости рынка: фактическая, потенциальная и доступная. Каждый вид ёмкости рынка можно рассчитать в различных единицах измерения: в натуральном выражении (в штуках), в стоимостном выражении (в рублях), в объёме товара (в литрах, килограммах и т.п.). Дадим краткое описание каждому виду ёмкости рынка.



Потенциальная ёмкость рынка – размер рынка, основанный на максимальном уровне развития спроса на товар или услугу среди потребителей. Максимальный уровень спроса означает, что культура использования продукта достигла своего максимума: потребители максимально часто потребляют продукт и постоянно его используют. Потенциальная ёмкость рынка – это максимально возможный объём рынка, который определяется из расчёта, что все потенциальные потребители знают и пользуются товарной категорией.

Фактическая или реальная ёмкость рынка – размер рынка, основанный на текущем уровне развития спроса на товар или услугу среди населения. Фактическая ёмкость рынка определяется на основании текущего уровня знания, потребления и использования товара среди потребителей.

Доступная ёмкость рынка – размер рынка, на который может претендовать компания с имеющимся у неё товаром и его характеристиками (дистрибуция, цена, аудитория) или уровень спроса, который способна удовлетворить компания с имеющимися у неё ресурсами. Другими словами, рассчитывая доступную

ёмкость рынка, компания сужает фактический объём рынка, рассматривая в качестве потенциальных покупателей не всех потребителей рынка, а только тех, кто удовлетворяет её критериям целевой аудитории.

Какая входящая информация необходима для расчёта ёмкости рынка?

Для того, чтобы рассчитать ёмкость целевого рынка, необходимо сперва собрать необходимую информацию с помощью маркетинговых исследований рынка, а также определить принципы расчёта ёмкости. Следующие вопросы помогут вам решить эту задачу:

Факторы и показатели	Описание
Период	За какой период будет рассчитана ёмкость рынка (месяц, квартал, полугодие, год), в том числе год?
Границы рынка	По какому региону будет рассчитана доля рынка (США, Россия, Западная Европа, Азия, Дальний Восток и т.п.)?
Критерии для расчёта потенциала	Какой показатель будет взят за основу расчёта потенциальной ёмкости рынка – возможный уровень производства или возможный уровень потребления?
Аудитория	Какая аудитория будет учитываться в расчёте ёмкости рынка (всё население 18+, женщины 35–55 со средним уровнем дохода, все люди в возрасте от 55 лет, молодые семьи и т.д.)?
Товарные группы	Какие группы товаров будут учитываться при расчёте ёмкости рынка (на примере рынка автомобилей – только автомобили или автомобили+запчасти или автомобили+запчасти+услуги сервиса)?
Единица измерения	Что будет являться единицей измерения при расчёте ёмкости рынка (валюта, единица продукции или объём продукции)?
Источники	Какая информация необходима для расчёта ёмкости рынка, источники получения данной информации?

Существует 3 базовых метода определения ёмкости целевого рынка: метод расчёта ёмкости «снизу-вверх», метод расчёта ёмкости «сверху-вниз» и расчёт ёмкости рынка на основе реальных продаж. Рассмотрим каждый

из методов оценки ёмкости рынка более подробно.

В каждом методе работает универсальное правило: если рынок разбит на несколько сегментов или суб-рынков, то иногда проще рассчитать ёмкость каждого суб-рынка и затем сложить, получив ёмкость всего рынка.

Метод «снизу-вверх» является самым распространённым способом расчёта объёма рынка. Он определяет ёмкость рынка с точки зрения текущего уровня спроса. Ёмкость рынка по методу «снизу-вверх» равна сумме всех ожидаемых покупок товара целевой аудиторией за расчётный период (на практике принято рассчитывать годовую ёмкость рынка).

Если вы хотите оценить объём целевого рынка с помощью метода «снизу-вверх», то вам пригодятся следующие 3 формулы расчёта ёмкости рынка:

Тип ёмкости рынка	Формула расчёта
Размер рынка в количественном выражении (в тыс.шт)	Ёмкость рынка за период N (тыс.шт) = Численность целевой аудитории рынка (в тыс. чел.) * норма потребления товара за период N (в шт.)
Размер рынка в денежном выражении (в тыс. руб)	Ёмкость рынка за период N (тыс.руб) = Численность целевой аудитории рынка (в тыс. чел.) * норма потребления товара за период N (в шт.) * средняя стоимость 1 единицы продукции на рынке (в руб.)
Размер рынка в объёмном выражении (в тыс. л)	Ёмкость рынка за период N (единицы объёма – тыс.л) = Численность целевой аудитории рынка (в тыс. чел.) * норма потребления товара за период N (в шт.) * средний объём 1 упаковки товара (в единицах объёма – литр)

Метод «сверху-вниз» предполагает определение размера рынка на основе данных внутренних продаж всех игроков рынка за расчётный период (при невозможности охватить всех игроков – достаточно взять только крупных, составляющих 80–90% продаж рынка).

Формула расчёта ёмкости рынка при подходе «сверху-вниз» выглядит следующим образом:

Ёмкость рынка = Сумме продаж всех компаний на рынке, выраженных в ценах продажи покупателю (т.е. не в отгрузочных, а в розничных ценах).

Информация может быть получена в результате опроса крупных игроков рынка, в результате открытой отчётности, публикуемой игроками некоторых рынков.

Метод от реальных продаж используется в настоящее время многими исследовательскими компаниями, например, компанией Nielsen. Суть метода – отслеживание продаж отдельных категорий товаров по реальным чекам покупателей, которые представляют реальные покупки аудитории.

В данном методе используются только крупные сетевые магазины, с которыми заключаются соглашения на предоставления данных и данные магазины используются в качестве репрезентативной выборки. В результате полученные данные можно экстраполировать на территорию всей страны.

В таком методе определения объёма рынка невозможно вычленить отдельную аудиторию, но зато можно реально оценить: сколько штук отдельных видов товаров, по каким ценам, в каком объёме продано на рынке за расчётный период. А универсальная методика позволяет анализировать информацию в динамике.

Теперь рассмотрим вышесказанное на примере составления ёмкости для колбасных изделий и для рынка замороженных полуфабрикатов, куда входят 2 важные категории: пельмени и полностью готовые блюда.

Во-первых, мы будем рассчитывать фактическую ёмкость рынка. Теперь пройдем по всем факторам и показателям: период – 2015 год, границы рынка – Россия и разбиение по регионам России (области, республики и т.д.), критерий для расчёта – уровень потребления населения, аудитория – все жители России, товарные группы – продуктовые группы колбас и ЗПФ (варёные, сосиски, пельмени, чебуреки и т.д.), единица измерения – кг, источники – данные ЗАО АБИ Продакт, данные федеральных сетей (пятёрочка, ашан, магнит и т.д.), данные исследовательских агентств GFK, Ipsos Comcon, Nielsen, INFOline, данные Федеральной службы государственной статистики.

Начнём по порядку. У нас есть цифра ёмкости рынка, которая получена из нескольких источников. Мы экспертно (лучше опросить нескольких человек работающих давно в этой отрасли) отбираем цифру, которая более точно отражает ёмкость рынка, либо берём среднюю на основе нескольких источников. Изначально, мы хотели усреднить цифру, но затем нашли данные INFOline и наложили на их данные 2014 года прогноз на 2015 год, а затем экспертно определили, что полученная цифра наибо-

лее правильная. Теперь можно бы было просто взять эту цифру и разделить на численность населения всей России, а затем численность каждого региона России умножать на полученное среднее потребление. Но потребление в регионах России может сильно разниться, поэтому этот способ был бы некорректным. Поэтому мы обращаемся к другому источнику данных – Ipsos Comcon. Из него можно получить данные о среднем потреблении по федеральным округам. Т.к. более точных данных никакие источники нам не дадут, мы берём эти данные и накладываем данные ФО на все регионы, которые он в себя включает. Далее рассчитываем ёмкость КИ в регионе: численность региона (из данных Федеральной службы государственной статистики) / средний размер домохозяйства (т.к. IpsosComcon предоставляет данные по домохозяйствам) среднее потребление на 1 ДХ * долю потребляющих ДХ (т.к. не все ДХ едят продукт). Т.к. данные по IpsosComcon имеют ошибку (анкеты заполняются людьми и имеют очень большой объём), мы все полученные результаты приводим к общей уже взятой нами известной цифре. Так мы получили реальные ёмкости по всем регионам, которые в сумме составляли реальную цифру, взятую нами от INFOLine. Теперь эти цифры для лучшего понимания рынка мы раздробим на продуктовые колбасные группы (варёные, варено-копченые+полукопченые, сосиски, сардельки, ветчины, сырокопчёные) и на ценовые сегменты. Для разбиения на продуктовые группы мы воспользуемся средним показателем по сразу 3 источникам: GfK, IpsosComcon, продажи федеральных сетей. Доля ценовых сегментов выбирается как средняя по 3 источникам (Nielsen участвует только в пельменях, т.к. колбасные изделия они не

замеряют): GfK, продажи федеральных сетей, Nielsen. Отдельно стоит отметить, что эти 2 разделения применимы на всей России, кроме Московской и Ленинградской областей. Т.к. это 2 крупнейших города в России, данные по ним лучше отделять от среднероссийских. Расчёт с возможными делениями закончен. Осталось только присвоить продуктовые группы и ценовые диапазоны продукции ЗАО АБИ Продакт и выделить торговые марки со всеми объёмами, чтобы увидеть занимаемую долю в каждом из сегментов и затем на основе этих данных принимать важные стратегические решения. Также отметим, что, если производились такие же расчёты за другой период, можно посмотреть динамику всех рынков и сегментов.

Ёмкость рынка ЗПФ рассчитывается по такой же схеме, за исключением этапа приведения расчётов к одной известной цифре, т.к. в открытых источниках цифры и состав категории слишком разнятся.

Обычно, такие расчёты делаются каждые 1–3 года, поэтому, если есть предыдущие расчёты, то можно проследить динамику и оперативно реагировать на все изменения рынков.

И в заключении хотелось бы отметить, что очень важно обладать знанием размера и разрезов рынков в которых работает компания. Это нужно для:

- расчёта возможностей освоения рынка новым предприятием;
- внедрения на рынок нового вида продукции; определения новых сегментов;
- установления принципов развития рынка;
- прогнозирования финансовых и маркетинговых изменений на рынке;
- принятия стратегии маркетинговых действий организации.

Библиографический список

1. Три способа расчёта ёмкости рынка : подробный анализ и изучение рынка // PowerBranding. – URL: <http://powerbranding.ru/rynok/metod-rascheta-embosti/>
2. INFOLine: По итогам I полугодия 2015 году объём производства колбасных изделий в РФ снизился на 5,4% : новости компании // INFOLine. – URL: <http://infoLine.spb.ru/news/?news=116354>
3. Как рассчитать ёмкость рынка? // Rushbiz. – URL: <http://rushbiz.ru/startbiz/terms/raschet-embosti-rynka.html>
4. Данные Федеральной службы государственной статистики. – URL: <http://www.gks.ru/>
5. Данные исследовательского агентства GfK. – URL: <http://www.gfk.com/ru/>
6. Данные исследовательского агентства IpsosComcon. – URL: <http://ipsos-comcon.ru/>

И. Б. Тесленко*ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени А.Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)*

К ВОПРОСУ О МЕЖСЕКТОРНОМ ПАРТНЁРСТВЕ В ИННОВАЦИОННОЙ СФЕРЕ

Успешное развитие России по пути становления инновационной экономики возможно благодаря усилиям всех субъектов хозяйствования – государства, бизнеса, научных, некоммерческих организаций, домохозяйств. Т.е. речь идёт не о взаимодействии отдельных участников в процессе реализации каких-то проектов, а о полноценном и эффективном взаимодействии [2] всех участников в форме межсекторного партнёрства.

Межсекторное партнерство в инновационной сфере представляет собой институционально оформленное взаимодействие всех сторон партнёрства для реализации стратегий и программ создания в стране инновационной экономики. Именно такое партнёрство позволяет повысить эффективность управления, рационально распределить ответственность между участниками, оперативно решать стратегические и социально-экономические задачи.

О полноценном межсекторном партнёрстве в инновационной сфере можно говорить, если создана и действует соответствующая законодательная база; партнёрство зафиксировано в официальных документах (стратегиях, программах, договорах); отношения основаны на равноправии, цели закрепляют общегосударственный интерес, расходы, риски и результаты чётко распределены и согласованы между партнёрами; системные решения принимаются с учётом всего комплекса интересов всех участвующих в нём сторон.

Содержание партнёрства должно быть адекватно сути и целям социально-экономического развития страны и её субъектов, которые и будут определять конкретные формы и структуру взаимодействия.

Партнёрство должно быть направлено на последовательное решение не только текущих, но и стратегических задач развития национальной экономики и её регионов. Оно не может и не должно быть простой суммой

разрозненных и невзаимосвязанных действий его участников.

Бесспорно, что главную роль в развитии инициативы в сфере инноваций принадлежит государству. Главное его предназначение – создание общеэкономических условий, определяющих развитие инновационной деятельности. Государство должно устранять системные недостатки, препятствующие инновационному развитию, а также создавать стимулы для развития инновационной деятельности всех хозяйствующих субъектов [1].

Только в этом случае возможен синергический эффект, который обеспечит значительную отдачу от усилий всех заинтересованных сторон и позволит успешно решать поставленные задачи.

В настоящее время для успешного развития межсекторного партнёрства в России имеются некоторые препятствия. Отметим некоторые из них.

1. Отсутствие в России опыта в осуществлении эффективного взаимодействия между секторами в инновационной сфере является существенным препятствием, поэтому требуется внимательное изучение опыта зарубежных стран по практической реализации разных моделей партнёрства [3].

2. Имеющиеся пробелы в российском законодательстве. Только недавно был принят Федеральный закон о государственно-частном партнёрстве (ГЧП), хотя практика партнёрства появилась уже давно. А об общем законодательстве, касающемся межсекторного партнёрства, речи пока вообще не идёт.

3. Отсутствие взаимоувязки нормативных документов. Далеко не сразу законодатели реагируют на появляющиеся нормативные новинки и вносят соответствующие изменения в другие связанные с ними законодательные документы (например, в Налоговый кодекс), соответственно применение даже нужного и своевременного закона тормозится.

4. Медленное обновление содержания ряда законов. Некоторые законы отличается узкой сферой применения, например, ФЗ «О концессионных соглашениях» и др., хотя современная практика настоятельно требует их корректировки.

5. Отсутствует концепция межсекторного партнёрства и его моделей в инновационной сфере. Есть незначительный опыт этого только при использовании ГЧП. Примеров совместного участия в проектах всех вышеназванных участников, особенно домохозяйств, крайне редко.

Концепция должна содержать направления развития межсекторного партнёрства с учётом имеющихся моделей ГЧП, зарубежного опыта, перспектив создания новых моделей.

6. Не решены многие вопросы, касающиеся интеллектуальной собственности, правообладания её объектами, т.е. тех вопросов, которые касаются проблем создания, внедрения и коммерциализации инноваций.

7. Важную роль в создании инноваций играют финансовые ресурсы. Это проблема особенно обострилась в условиях кризиса

и зарубежных санкций в отношении нашей страны. Поэтому серьёзного внимания требуют вопросы развития системы венчурного финансирования. Именно венчурный капитал решает проблему финансовой недостаточности реализации инновационных проектов. Государство должно сделать всё для обеспечения широкого применения данной формы финансирования. Следует обратить самое серьёзное внимание и на такой инструмент финансирования как краудфандинг (и его разновидности – краудинвестинг и краудлендинг), получивший широкое распространение за рубежом. Этот инструмент предполагает активное участие граждан и домохозяйств в решении проблем финансирования инноваций.

Итак, в современных условиях перевод экономики на инновационный путь развития является одним из путей решения многих проблем. Для этого требуются усилия всех субъектов экономики, объединённых в форме межсекторного партнёрства. Последнее будет успешным у случае преодоления препятствий на пути его развития.

Библиографический список

1. *Богачёв Ю.С., Октябрьский А. М.* Государственно-частное партнёрство в инновационных системах. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.vipstd.ru/nauteh/index.php/-ep12-02/396>
2. *Ползунова Н. Н.* Сотрудничество – фактор успеха предприятий текстильной промышленности // Известия высших учебных заведений. технология текстильной промышленности. – 2014. – № 4. – С. 97-100.
2. *Шелгунов А И.* Государственно-частное партнёрство как форма взаимодействия государства, науки и бизнеса. – URL: http://www.innovbusiness.ru/content/document_r_68C7C2C7-D2A7-49A3-8275-5318784061D6.html

И. Б. Тесленко, А. С. Зимин
*ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени А.Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)*

ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Одним из принципов организации финансирования инновационного предпринимательства является множественность источников финансирования, многоканальность. Выделяют следующие модели финансирования:

1. Прямое инвестирование государственных средств в инновационные компании через специальные программы.

2. Финансирование государственных средств через создание фондов.

3. Софинансирование.

Что касается инвестиций в производственно-технологическую инфраструктуру инновационного предпринимательства, то анализ международного опыта свидетельствует о существовании четырёх основных моделей финансирования:

1. Модель «обеспечение самофинансирования – выход»: государство осуществляет прямое государственное финансирование в создание материальной базы объекта производственно-технологическую инновационной инфраструктуры и покрывает все текущие операционные расходы, связанные с его функционированием.

2. Модель «инвестиции через государственно-частное партнёрство»: государство покрывает капитальные и первоначальные текущие расходы (в течение 35 лет) с перспективой со временем передать частным инвесторам объект технологической инфраструктуры.

3. Модель «инвестиции в экономическое развитие науки и региона»: государство осуществляет прямое финансирование создания и поддержание деятельности объекта производственно-технологическую инновационной инфраструктуры с целью получения социального и (или) экономического эффекта.

4. Модель «инвестиции в объект недвижимости»: государство выступает инвестором в создании объекта инфраструктуры для целей получения прибыли в форме арендных платежей со стороны фирм-участников.

Основу финансирования инновационных предприятий, безусловно, составляет венчурный капитал.

В России действует специальная государственная программа субсидирования. Согласно ФЗ № 156 средства федерального бюджета на государственную поддержку субъектов малого и среднего предпринимательства предоставляются государственным фондам поддержки научной, научно-технической, инновационной деятельности, и бюджетам субъектов Российской Федерации в виде субсидий [1]. В каждом субъекте федерации размер субсидий различен: в среднем он составляет 300–500 тыс. рублей. Эти деньги выдаются на конкурсной и безвозвратной основе, но предприниматель должен отчитаться об их целевом использовании.

Поддержка инновационной деятельности осуществляется через государственные фонды «Роснано», «ВЭБ Инновации», «РВК», «Сколково», Фонд содействия инновациям, «Корпорация «МСП» и др. Поддержанным ими в 2009–2014 гг. компаниям удалось покрыть государственные вложения: объём их выручки составил 839 млрд рублей, 74,2 млрд из которых – доходы от экспорта [2].

На венчурном рынке существуют структуры, которые предоставляют субъектам малого и среднего предпринимательства прямые гарантии для получения банковских кредитов, позволяя воспользоваться кредитными ресурсами при недостаточности залогового обеспечения. Одной из таких структур является АО «Корпорация «МСП»

Помощь начинающим предпринимателям в сфере инноваций оказывают такие структуры как акселераторы и бизнес-инкубаторы, предоставляющие небольшое стартовое финансирование. В бизнес-инкубаторе часть ресурсов, в том числе финансовых, предоставляется начинающим компаниям на льготных условиях за счёт государственных программ поддержки, вузов, муниципалитетов или крупных частных компаний.

Наряду с вышеназванными финансирование инновационного предпринимательства осуществляют бизнес-ангелы. Это частные инвесторы, обычно состоявшиеся предприниматели, самостоятельно определяющие объект инвестирования и делающие в него инвестиции. Они вкладываются в бизнес, как правило, ещё на этапе становления идеи и привносят в проект свой накопленный опыт. В основном, они не вмешиваются в дела компании, их цель – получить прибыль в долгосрочной перспективе.

Наряду с бизнес-ангелами инвесторами могут быть простые граждане – частные инвесторы. Одним из таких современных способов частного финансирования стал краудфандинг (от англ. crowd – «толпа» и funding – «финансирование», т.е. иначе «народное» или «коллективное финансирование») через интернет площадки [3]. По данным консалтинговой компании J'son & Partners Consulting, в системе краудфинансов по состоянию на сентябрь 2014 года в России работало порядка 10 площадок. Оборот рынка краудфандинга в стране оценивался в пределах 160–180 млн рублей. По мнению тех же аналитиков, совокупный объём рынка краудфинансов за 2014 г. составил 640–700 млн рублей [4].

Ещё одним вариантом финансирования стартапов является франшиза.

Она используется, если инновационный предприниматель идёт по пути «копирования бизнеса» (80% начинающих так и делают).

Именно при франчайзинговой модели бизнеса проще всего получить кредит. Некоторые банки предлагают специализированные кредитные программы под франчайзинговый бизнес [5].

Наряду с собственными и привлечёнными средствами могут воспользоваться заёмными средствами для развития – банковскими кредитами. Кредитовать инновационный бизнес может позволить только банк, имеющий другие высокомаржинальные продукты, доход по которым восполнит убытки по финансированию стартапов. Таких в России немного.

В России пока ещё нет длительного опыта работы кредитных организаций с инновационными предприятиями, поэтому обычно речь идёт о двух видах кредита – потребительском и кредите для малого бизнеса. Сумма потребительского кредита может достигать нескольких миллионов рублей со сроком погашения до 10 лет [6].

Охотно дают кредиты микрофинансовые организации (МФО), однако и годовая процентная ставка у них из-за высокого риска невозврата может в десятки раз превышать банковскую ставку. Однако при этом у заёмщиков микрофинансовых организаций пока не требуют кредитную историю, залоговое обеспечение, что является обязательным условием банка [7].

Кредитованием инновационного бизнеса занимаются и другие организации, например, «ОПОРА РОССИИ» – союз предпринимателей, оказывающий поддержку малому и среднему бизнесу при содействии государства. Данная организация кредитует только перспективные и высокорентабельные проекты, при этом размер кредита достигает иногда 70% от необходимой для бизнеса суммы. Отбор претендентов на выдачу кредитов осуществляется на конкурсной основе, где все участники предоставляют подробный бизнес-план и расчёты, подтверждающие рентабельность будущего дела. Из 50 перспективных предложений кредитуются всего один – два наиболее выгодных проекта [8].

Итак, финансирование инновационного предпринимательства в России многоканально: государственное, частное, смешанное, используются разные модели финансирования. При этом используемые инвестиции могут быть собственными, привлечёнными и заёмными.

Свои особенности есть у каждого источника финансирования, однако успех зависит во многом от самого инновационного проекта: правильного расчёта успеха своей идеи, умения рационально организовать все процессы, сформировать команду, иметь стратегию, нацеленную на долгое и успешное функционирование на рынке.



Библиографический список

1. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации : федер. закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ // Рос. газ. – 2009. – 31 июля.

2. Госфонды в России за пять лет вложили 210 млрд рублей в стартапы. – URL: http://www.dp.ru/a/2015/08/11/Gosfondi_vlozhili_210_mlrld/
3. Краудсорсинг: правила народного сбора – Портал «Новый бизнес: социальное предпринимательство». – URL: <http://www.nb-forum.ru/business/advice/narodnii-sbor-crowdfunding.html#ixzz3k7vcO8Qq>
4. Рынок краудфинансов в РФ: краудфандинг, краудинвестинг, краудлендинг. – URL: http://json.tv/ict_telecom_analytics_view/rynok-kraudfinansov-v-rf-kraudfanding-kraudinvesting-kraudlending-20150121044017
5. Финансирование стартапов. – URL: <http://www.zanimaem.ru/spravochnik-zaemshika/nebankovskiy-kredit/finansirovanie-startapov.php>
6. Морозова К. Как различается финансирование стартапов в России и на Западе. – URL: <http://www.towave.ru/pub/kak-razlichaetsya-finansirovanie-startapov-v-rossii-i-na-zapade.html>
7. Финансирование стартапа. – URL: http://www.banknn.ru/urok_53_finansirovanie_startapa.html
8. Кредитование стартапов. – URL: http://www.biznesvkredit.ru/kredit_startup.php
9. Потёмкин А. И., Моргунова Н. В., Филимонова Н. М. Японский «кайдзен» и творческая активность российских работников. Методы активизации творческой активности сотрудников на крупных предприятиях // Рос. предпринимательство. – 2010. – № 8–1. – С. 41–45.

И. Б. Тесленко, А. О. Царёв
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени А.Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)

СОВРЕМЕННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ СТАРТАПОВ – КРАУДЛЕНДИНГ

История добровольных пожертвований уходит глубоко в древность. Люди жертвуют на различные культурные ценности, театры, общественные библиотеки, а государства безвозмездно помогают странам третьего мира. В наше время человек больше не ограничен территорией – своим поселением. Интернет стирает границы, и добровольные пожертвования также изменяются [1]. Теперь каждый человек может поддержать другого, а молодые предприниматели могут получить нужную помощь. Если у человека есть бизнес-план и чёткая стратегия развития, но не хватает средств, то можно воспользоваться таким мощным инструментом финансирования малых инновационных предприятий, как краудфандинг.

Краудфандинг – это механизм привлечения финансирования от широких масс с целью реализации продукта, помощи нуждающимся, проведения мероприятий, поддержки бизнеса и т.д. с помощью интернет-технологий [2]. Он гарантирует относительную финансовую стабильность в период экономических кризисов, поскольку в системе краудфандинга объёмы денежных потоков на реализацию проектов не так сильно сокращаются как в банковском секторе [3].

Это особенно важно для малых инновационных предприятий, которые только начинают свою деятельность – стартапов. Стартап – это общее название для компании, фирмы или проекта, который существует достаточно недавно на рынке. Средняя продолжительность существования стартапа составляет от нескольких недель, до нескольких месяцев. Спустя это время, проект либо получает финансовую поддержку, либо перестаёт быть конкурентоспособным [4].

Главной причиной создания и финансирования стартапов является то, что крупные корпорации очень неповоротливы и медли-

тельны, поэтому стартапы благодаря своей мобильности в плане воплощения новых идей составляют конкуренцию большим предприятиям. Главным ресурсом, который служит для создания нового стартапа, является новаторская идея. Некоторые бизнесмены готовы отдать крупную сумму за хорошую идею.

Краудфандинг в процессе развития совершенствуется, возникают его различные разновидности, одной из которых стал краудлендинг – основной инструмент финансирования стартапов.

Механизм краудлендинга выглядит следующим образом. Через специальную интернет платформу физические лица могут выдавать кредиты физическим и юридическим лицам. Возникает вопрос – чем же такой вид кредитования отличается от обычных банковских кредитов? Вот ряд особенностей, которые присущи краудлендингу: чтобы стать кредитором, достаточно зарегистрироваться в системе и подтвердить наличие средств; договор займа подписывается с сервисом, который подбирает кредиторов; процент по займу предлагается более низкий, чем в банках; сервис берёт комиссию за свои услуги [5].

Рынок краудлендинга получил значительное развитие во время финансового кризиса и этому способствовал ряд причин: отсутствие возможности для многих заёмщиков получить традиционный банковский кредит, или же слишком обременительные для них предлагаемые условия; активное развитие интернет-технологий в финансах и повышение надёжности электронных транзакций.

Бурно растущий рынок и преимущества краудлендинга по сравнению с традиционными финансовыми институтами привлекают внимание инвесторов по всему миру. На сегодня общий объём венчурных и прямых инвестиций в капитал крупнейших краудлендинговых компаний превысил 1 млрд долларов. Крупнейшей краудлендинговой площадкой

является американский LendingClub. Общий объём выданных средств через этот сервис превышает 16 миллиардов долларов. А через английский сервис Zora было выдано кредитов на сумму 2 миллиарда долларов [6].

Примером краудлендинговой платформы для кредитования малого и среднего бизнеса является американская OnDeck – платформа. Она предлагает срочные бизнес-кредиты и кредитные линии (более 700 различных видов). Право на получение кредита имеет бизнес «возрастом» свыше 1 года, с годовым доходом не менее 100000 долларов.

Для срочных кредитов процентная ставка составляет, в среднем, около 15% от общей суммы кредита. Есть скидки для новичков и тех клиентов, кто приобретает новые кредитные продукты.

Для кредитных линий процентная ставка составляет в среднем около 10% от общего объёма (существует плата за обслуживание в размере 20 долларов ежемесячно, которая взимается в течение первых 6 месяцев пользования кредитной линией, если расходы составляют 5000 долларов или более в течение одной недели с момента открытия линии) [7].

Краудлендинг считается самым значительным сегментом краудфинансового рынка в России. В 2014 г. 66% краудфинансового рынка по обороту составлял краудлендинг, 26% – краудфандинг и 8% – краудинвестинг [8].



Рис. 1. Структура рынка краудфинансов в РФ по обороту, 2014 г.

Ключевыми игроками на российском рынке краудлендинга являются площадки ВДолг, WebMoney, Fingoroo. Средний объём выдаваемых кредитов на рынке краудлендинга лежит в диапазоне 10–20 тыс. руб., а средняя процентная ставка составляет 0,5–1,5% в день [3].

Эксперты выделяют некоторые предпосылки для успешного развития краудлендинга в нашей стране: постепенное снижение банковской активности в выдаче займов и ужесточение требований к клиентам; получение низких доходов от депозитов; отсутствие выгодных программ кредитования для представителей малого и среднего бизнеса [9].

Но в тоже время, как и в любой сфере, у краудлендинга в России есть ряд проблем. Среди них можно выделить следующие: высокие ставки, сравнимые с микрофинансовыми организациями; отсутствие законодательного регулирования; низкий уровень интереса со стороны инвесторов. При самом плохом сценарии развития на рынке будет наблюдаться значительный спад, что приведёт к резкому снижению оборота выданных займов. Это может произойти только в отсутствии каких-либо изменений на рынке краудлендинга [6].

В целом же краудлендинг является достаточно перспективным направлением развития в сфере финансирования стартапов. С помощью этого инструмента молодые бизнесмены могут реализовать свои идеи. В мире этим способом финансирования очень активно пользуются предприниматели, в тройку стран лидеров по популярности краудлендинга входят: США, Великобритания и Китай. В России краудлендинг пока находится на ранней стадии развития, однако, развит куда лучше, чем краудсорсинг или краудфандинг и, соответственно, имеет хорошие возможности роста при снятии имеющихся ограничений.

Конечно, краудлендинг нельзя считать средством решения всех проблем инвестирования. Но, если такой инструмент финансирования возник и используется, наращивая обороты и вовлекая всё новых участников, значит, его надо активно развивать и поддерживать. Совершенно очевидно, что это – новая ступень развития финансовых рынков на современном этапе.

**Библиографический список**

1. Краудфандинг, краудинвестинг, краудлендинг : ликбез по крауд-терминам для ИТ-предпринимателя. – URL: <https://megamozg.ru/company/ackuna/blog/22852>.
2. Что такое Краудфандинг? – URL: <http://www.crowdconsulting.ru/crowdfunding>.
3. Тесленко И. Б., Вахромеева М. П. Современные инструменты управления ресурсами. Материалы международной научно-практической конференции «Стратегическое развитие социально-экономических систем в регионе: инновационный подход. – Владимир, Атлас, 2015. – С. 240–245.
4. Что такое стартап? – URL: <http://predp.com/startup/main/cto-takoe-startup.html>.
5. Деньги из рук в руки или краудлендинг. – URL: <http://www.onuri.ru/dengi-iz-ruk-v-ruki-ili-kraudlending/>.
6. Обзор российского и мирового рынков краудлендинга. – URL: http://json.tv/ict_telecom_analytics_view/obzor-rossiyskogo-i-mirovogo-rynkov-kraudlendinga-po-itogam-2013-goda.
7. Краудинвестинг или кто хочет стать миллионером? – URL: <http://zillion.net/ru/blog/260/kraudinvestingh-ili-kto-khochiet-stat-millionierom>.
8. Рынок краудфинансов в РФ: краудфандинг, краудинвестинг, краудлндинг. – URL: [http:// json.tv/ict_telecom_analytics_view/rynok-kraudfinansov-v-rf-kraudfanding-kraudinvesting-kraudlending-20150121044017](http://json.tv/ict_telecom_analytics_view/rynok-kraudfinansov-v-rf-kraudfanding-kraudinvesting-kraudlending-20150121044017).
9. Что такое краудлендинг и в чём его особенности? – URL: <http://kredit-2014.ru/cto-takoe-kraudlending-i-v-chem-ego-osobennosti/>.

Н. Н. Тимофеев*ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени А.Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)*

ФОРМИРОВАНИЕ И ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ НОВОГО СТРОИТЕЛЬСТВА ПРЕДПРИЯТИЙ АВТОМОБИЛЬНОГО ТРАНСПОРТА

В современных, нестабильных, постоянно меняющихся, общественно-политических и экономических условиях и не смотря на рост цен, инфляцию, санкции зарубежных государств, снижение реальных доходов большинства населения, снижение потребительской уверенности и т.п. отечественный автомобильный рынок по прежнему остаётся привлекательным и доступным для многих производителей продукции автотранспорта.

Пополнение рынка подвижным составом различных типов и марок происходит изменяющимися темпами, имеющими неравномерную тенденцию за счёт: -увеличения цен на все виды транспортных средств, горюче-смазочные и другие эксплуатационные материалы, срока владения транспортными средствами; -подорожания сервисных услуг по техническому обслуживанию (ТО) и текущему ремонту (ТР) автомобилей; -повышения процентных ставок за пользование кредитом; -и т.п. Так, в настоящее время, продажа отечественных автомобилей снижается, что обусловлено модернизацией производства и обновлением модельного ряда транспортных средств, а реализация иномарок российского производства увеличивается за счёт сокращения импорта автомобилей иностранного производства.

Увеличение парка подвижного состава автомобилей в значительной степени опережает формирование, становление и развитие производственно-технической базы (ПТБ) и не позволяет в настоящее время обеспечить потребности владельцев транспортных средств в услугах по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей. Поэтому возникает необходимость строительства новых производств (центров по техническому обслуживанию и ремонту подвижного состава), на основе использования современных технологий,

механизации производственных процессов, организации производства и труда, рационального расположения и эффективного использования факторов производства (труда, капитал, земля) и т.п.

Для решения поставленных задач необходимо разрабатывать инвестиционные проекты, создание и реализация которых потребует: выбора, формирования и предварительного обоснования инвестиционного замысла (идеи); проведения патентно-информационного поиска и проверки необходимости выполнения сертификационных требований; исследования и оценки инвестиционных возможностей; выполнения технико-экономического обоснования проекта; подготовки всей необходимой документации; осуществления строительно-монтажных и пусконаладочных работ, необходимых для дальнейшей эксплуатации инвестиционных объектов; проведения мониторинга технико-экономических показателей и многого другого.

Инвестиционное проектирование (нововведение) может быть выполнено (обосновано) на стадиях проектирования, разработки, внедрения, производства и эксплуатации. При этом, необходимо определить и выбрать способ предоставления средств для его финансирования.

Инвестиции представляют собой средства (материально-вещественные и денежные), которые отвлекаются на продолжительное время и призваны служить удовлетворению будущих потребностей. Инвестиции в материально-вещественной форме – это стоящие объекты основного капитала, которые призваны развивать и приумножать производственно-техническую базу предприятий автомобильного транспорта и других отраслей народного хозяйства Российской Федерации. Инвестиции в денежной форме представляют

собой денежный капитал, который направляется на создание материально-вещественных инвестиций (материально-технической (производственной) базы предприятий автомобильного транспорта). Инвестиции отвлекаются от их текущего использования и направляются (вкладываются) в такие проекты, которые принесут экономическую выгоду, то есть обеспечат возмещение вложенного денежного капитала, будут приносить прибыль не ниже желаемого уровня рентабельности, и окупятся в пределах срока, приемлемого в данный период для инвестора.

Для преобразования исходного экономического ресурса (инвестиции) в действующий фактор производства необходимо время, в течении которого отвлечённые денежные средства, при определённых условиях и предпосылках, будут формировать желаемые социальные блага.

Экономическая оценка эффективности инвестиционных проектов, при обосновании и выборе возможные варианты вложений денежного капитала, базируется на Методических рекомендациях по оценке эффективности инвестиционных проектов и их отбору для финансирования, которые, в свою очередь, основаны на методологии, применяемой в современной международной практике и учитывают подходы отечественных методик. При этом, могут быть использованы разнообразные методики расчёта эффективности инновационных проектов. Различают общую, коммерческую (финансовую) и бюджетную экономическую эффективность.

Общая экономическая эффективность может быть рассчитана в целом по народному хозяйству, предприятию и/или отдельному мероприятию и учитывает затраты, связанные с реализацией инвестиционного проекта. При определении Общей экономической эффективности рассчитывают: -абсолютную и/или сравнительную экономическую эффективность. Абсолютная экономическая эффективность характеризуется такими показателями как: -фондоотдача (фондоёмкость), -фондовооружённость и производительность труда, -материалоёмкость (материалоотдача), -капиталоёмкость (капиталоотдача), и т.п. Сравнительная экономическая эффективность отражает экономические преимущества одного варианта инвестиционного проекта

перед другим (другими) вариантом, полученные на основе расчёта и сопоставления текущих затрат и капитальных вложений по рассматриваемым вариантам, определения срока (периода) окупаемости капитальных вложений, а также выбора (отбора) из них оптимального варианта по критерию минимума приведённых затрат.

Коммерческая (финансовая) экономическая эффективность отражает востребованность инвестиционного проекта в рыночных условиях и финансовые последствия их реализации для участников проекта (инвесторов). Может быть рассчитана как в целом по проекту, так и для каждого его участника, с учётом внесённого им реального вклада. При определении коммерческой эффективности необходимо учитывать: -формирование денежных потоков, -предстоящих затрат и поступлений; -общую массу дохода (полезного результата) и её прирост; -многоэтапность оценки инвестиционного проекта; -влияние инфляционных процессов, неопределённостей и рисков, сопровождающих реализацию проекта; -наиболее существенные последствия проекта (информационные, социальные, экономические, экологические и т.п.); -фактор времени и горизонт (шаг) расчёта на протяжении жизненного цикла (расчётного периода) инвестиционного проекта, а также сопоставимость условий сравнения различных его вариантов, -и т.п. При оценке инвестиционного проекта рекомендуется использовать систему показателей, отражающих достоинства и недостатки проекта. В их состав могут быть включены: -чистый дисконтируемый доход (ЧДД), при этом, могут быть использованы другие названия: чистая приведённая (чистая современная) стоимость, или интегральный эффект, или NetPresentValue (NPV); -индекс доходности (ИД), другие названия: индекс прибыльности, или ProfitabilityIndex (PI); -внутренняя норма доходности (ВНД), другие названия: внутренняя норма рентабельности, или внутренняя норма возврата инвестиций, или InternalRateofReturn (IRR); -срок окупаемости инвестиций (Ток.и), другие названия: срок возмещения или возврата инвестиций, или PaybackPeriodmethod (PP); -другие показатели, отражающие специфику инвестиционного проекта или интересы его участников.

Бюджетная экономическая эффективность отражает финансовые последствия реализации инвестиционных проектов и их влияние на доходы (поступления) и расходы (отчисления) соответствующего бюджета (федерального, регионального, местного). Формирование доходной части бюджетов от реализации инвестиционного проекта осуществляется за счёт налоговых поступлений. Финансирование проектов, с учётом их привлекательности, эффективности и экономичности, производится из расходной части бюджетов различных уровней.

Сравнительная экономическая эффективность нового строительства предприятий автомобильного транспорта, на примере проекта станции технического обслуживания автомобилей (СТОА), может быть рассчитана в следующей последовательности: 1) Рассчитываем текущие затраты (сумма инвестиций), которые могут возникнуть при проектировании, разработке и внедрении инноваций (проект СТОА) и группируем их по статьям калькуляции и/или по экономическим элементам. Общая сумма текущих затрат по проекту составляет – 21488,4 тыс. руб. Текущие затраты по базовому (аналоговому) варианту равны – 22812,7 тыс. руб.

2) Определяем величину капитальных вложений (сумма инвестиций), которая необходима при проектировании, разработке и внедрении инноваций (проект СТОА) по объектам основного капитала. Общая сумма инвестиций по проекту составляет – 27455,7 тыс. руб. Капитальные вложения по базовому (аналоговому) варианту равны – 21496,3 тыс. руб.

3) Рассчитываем сравнительную экономическую эффективность инвестиций при проектировании, разработке и внедрении инноваций (проект СТОА) сопоставляя приведённые затраты проектируемого варианта с базовым (аналоговым) вариантом. Величина годового экономического эффекта составляет – 430,4 тыс. руб.

4) Определяем расчётный срок окупаемости капитальных вложений (инвестиций) и сопоставляем его с нормативным сроком окупаемости инвестиций. Расчётный срок окупаемости инвестиций равен – 4,5 года, нормативный срок окупаемости – 6,67 года.

Таким образом, выполненные расчёты показали, что проектируемая инвестиционная

разработка (проект СТОА) экономически целесообразна и оправдана, так как расчётный срок окупаемости инвестиций (капитальных вложений) больше нормативного срока окупаемости инвестиций.

Коммерческая экономическая эффективность (финансовое обоснование) нового строительства, на примере проекта станции технического обслуживания и ремонта автобусов (СТОА), может быть рассчитана в следующей последовательности: 1) Формируем поток реальных денег от инвестиционной деятельности по видам затрат (приобретение активов и увеличение оборотного капитала) и поступлений (продажа активов и уменьшение оборотного капитала), следующим образом: -определяем суммы инвестиций, которые будут необходимы при проектировании, разработке и внедрении инноваций (проект СТОА) по объектам основного капитала. Общая сумма инвестиций составляет – 38643,3 тыс. руб., -рассчитываем потребность (сумма инвестиций) в оборотном капитале, необходимом на стадиях проектирования, разработки и внедрения инноваций (проект СТОА). Общая сумма инвестиций равна – 15284,8 тыс. руб. Общая сумма вложений в основной и оборотный капитал по проекту составляет – 53928,1 тыс. руб.

2) Формируем поток реальных денег по видам доходов и затрат от операционной деятельности в следующей последовательности: – определяем расходы, которые могут возникнуть при проектировании, разработке и внедрении инноваций (проект СТОА) и группируем их по экономическим элементам. Общая сумма затрат равна – 43642,3 тыс. руб., – рассчитываем сумму амортизационных отчислений по объектам основного капитала. Общая сумма амортизации составляет – 1709,6 тыс. руб., – определяем выручку от реализации по всем видам деятельности проектируемой СТОА. Общая сумма выручки равна – 67314,5 тыс. руб., – рассчитываем налоги, взносы, сборы. Общая сумма налоговых выплат составляет – 11531,4 тыс. руб., – определяем балансовую прибыль по проекту, которая равна – 23672,1 тыс. руб., – рассчитываем налог на прибыль, составляющая – 1711,6 тыс. руб., – определяем расчётную прибыль, которая равна – 21960,6 тыс. руб., – рассчитываем налоги, взносы, сборы, выплачиваемые в бюджет из расчётной прибыли.

Общая сумма налоговых вычетов составляет – 2875,7 тыс. руб., – определяем прибыль, остающуюся в распоряжении предприятия (чистая прибыль), равная – 19084,9 тыс. руб. По результатам выполненных расчётов формируем чистый приток от операционной деятельности.

3) Формируем поток реальных денег от финансовой деятельности по видам Притока и Оттока денежных средств. Приток реальных денег включает: – собственные средства (чистая прибыль), амортизационные отчисления; – привлечённые средства (вклады инвесторов); – заёмные средства (краткосрочные кредиты банка на прирост оборотного капитала и т.п.). Общая сумма Притока реальных денег составляет – 103039,1 тыс. руб. Отток реальных денег состоит из: – материальных активов (основной капитал), – текущих затрат (без налогов и амортизации), – налоговых выплат, – и т.п. Общая сумма Оттока реальных денег равна – 82244,6 тыс. руб. Сальдо финансовой деятельности (чистый денежный поток), рассчитанное как разность между Притоком и Оттоком денежных средств, составляет – 20794,5 тыс. руб.

4) Рассчитываем показатели оценки инвестиционного проекта: -чистый дисконтируемый доход (ЧДД) при ставке (коэффициенте) дисконтирования 12% равен – 26400 тыс. руб., -внутренняя норма доходности (ВНД) составляет –120872,7 тыс. руб., -норма дохода на капитал (Нд.к) равна – 65043,3 тыс. руб. -индекс доходности (ИД) равен – 1,68, -срок окупаемости инвестиций (Ток.и) составляет –3,96 года.

Анализируя показатели оценки инвестиционного проекта, необходимо отметить, что проектируемая инновационная разработка экономически целесообразна и выгодна, так как: – чистый дисконтируемый доход больше нуля, – внутренняя норма доходности больше нормы дохода на капитал, – индекс доходности больше 1,0. Таким образом, рассмотренные в статье подходы оценки экономической эффективности инвестиционных проектов позволяют определить реализуемость проектов нового строительства предприятий автомобильного транспорта и заинтересованность в них его участников.

Библиографический список

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Части первая, вторая, третья и четвертая. – М. : Проспект, КноРус, 2012.
2. Методические рекомендации по оценке эффективности инновационных проектов и их отбору для финансирования. 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Минэкономики, Минфин, Госстрой Российской Федерации, 1999.
3. Янковский К. П. Инвестиции. – СПб. : Питер, 2006.

З. В. Туманова, М. А. Шумилина

*Владимирский филиал
автономной некоммерческой образовательной организации
высшего образования Центросоюза Российской Федерации
«Российский университет кооперации»*

ВЕКТОР РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Экономические реформы, проводимые в России в конце двадцатого столетия, во многом негативно сказались на развитии как страны, так и её регионов. Особенно сильному воздействию, сопровождающемуся распадом структурных связей и хозяйственных отношений, подверглась система потребительской кооперации страны. Большинство организаций системы оказались не приспособлены к сложившимся экономическим условиям, что в свою очередь, привело к разорению их подавляющего большинства. В 2015 году состояние усугубилось в силу обострения внешнеполитических конфликтов, ослабления рубля на фоне падения цены на нефть и продления санкций против России, снижения производства собственной продукции в стране.

Для оценки влияния вышеуказанных условий на результаты работы кооперативных организаций системы потребительской кооперации Владимирской области проведём анализ их деятельности в 2015 году и рассмотрим приоритетные направления развития на 2016 год.

В целом, несмотря на сложное положение в экономике страны, в потребительской кооперации по основным видам и отраслям деятельности достигнуты положительные результаты.

Успешному функционированию потребкооперации области способствовало принятие обоснованных решений; прогнозирование событий; компетентное управление непредвиденными ситуациями, возникающими при реализации намеченных планов; финансово-экономическая стратегия на несколько лет вперёд.

Сегодня Владимирский областной союз потребительских обществ объединяет 46 хозяйственных организаций, в системе трудится около 3 тыс. человек. Союз представляет интересы 15,5 тысяч пайщиков – жителей Вла-

димирской области. В системе работает более 500 предприятий розничной торговли, 64 предприятия общественного питания, около 60 цехов и предприятий малой переработки.

Совокупный объём хозяйственной деятельности кооперативных организаций в 2015 году составил 4,1 млрд рублей. В совокупном объёме деятельности удельный вес оборота розничной торговли составил – 78,2 процента; оптового оборота – 0,9 процента; общественного питания – 4,0 процента; производства промышленных товаров – 5,0 процентов; заготовительного оборота – 7,6 процента; другие виды деятельности занимают – 3,7 процента[1].

Отрасль торговли является ключевым направлением деятельности потребительской кооперации и занимает существенную долю в хозяйственном обороте.

В 2015 году в целом по России оборот розничной торговли, по некоторым оценкам, упал почти на 10%.

В условиях кризиса покупатель стал больше внимания придавать цене товара. Изменяются и покупательские приоритеты. По данным Росстата меняется набор продуктов в продуктовой корзине россиян. Сократилось потребление мяса и рыбы, компенсируют потери более дешёвые сорта круп и макарон. Возросли затраты на овощи и фрукты. Эти негативные факторы коснулись и кооперативной розничной торговли. Розничный товарооборот кооперативных организаций в 2015 году составил 3 миллиарда 218 миллионов рублей. Программа развития выполнена всего на 94,9 процента. Объём оборота составил по отношению к 2014 году – 99,4 процента в действующих ценах и 83,7 процента в сопоставимых ценах. Рост оборота как в действующих, так и в сопоставимых ценах наблюдается только в Уршельском потребительском обществе. Удалось сохранить положительную динамику в фактических ценах

Гусь-Хрустальному райпотребсоюзу, Петушинскому, Меленковскому, Киржачскому райпо, Всегодическому и Бутылицкому потребительским обществам.

К основным причинам сокращения темпов роста товарооборота можно отнести снижение покупательской способности населения, ужесточение договорных условий по расчётам с поставщиками.

Произошли перемены в торговом обслуживании населения: изменился облик магазинов, расширился ассортимент товаров, повысилось качество товаров. Изменения обусловлены вложением средств в ремонт и переоборудование предприятий торговли, в обновление торгово-технологического оборудования: за год направлено 18,6 млн рублей. Большое значение этой работе уделяют Меленковское, Петушинское райпо, Гусь-Хрустальный райпотребсоюз[2].

В структуре товарооборота доминируют продовольственные товары. Удельный вес продажи непродовольственных товаров составляет 17 процентов. Из-за изменения покупательских предпочтений продажа товаров промышленной группы сократилась почти на 12 процентов.

Наиболее эффективно используют торговую площадь в Вязниковском, Петушинском райпо, Гусь-Хрустальном райпотребсоюзе, Никологорском и Мелеховском потребительских обществах и в ООО «Ставровское». Достаточный резерв для повышения эффективности торговых объектов есть у Юрьев-Польского райпо, Фоминского и Бутылицкого сельпо, Покровского горпо.

Важной социальной миссией, которую выполняют организации потребительской кооперации, является обслуживание малочисленных и труднодоступных населённых пунктов, где платёжеспособность жителей намного ниже, чем в районных и городских поселениях. Для выполнения этой миссии в настоящее время в организациях потребительской кооперации работают 12 автомагазинов. Для своевременной и качественной доставки товаров в розничные магазины ежедневно в рейс уходят 155 грузовых автомашин. За 2015 год транспортный парк обновился на 12 единиц. Кооперативными организациями потрачено на эти цели 10,7 млн рублей.

В рамках решения общих задач по экономической и социальной поддержке села снизилась поддержка органами власти потребительской кооперации. Если в 2015 году

муниципальными образованиями возмещены расходы по доставке товаров в отдалённые населённые пункты, начиная с 11 километра на общую сумму 1,6 млн рублей, то в бюджете на 2016 год такие возмещения предусмотрены в незначительной сумме.

Кроме этого 30 декабря 2015 года внесены изменения в Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», согласно которым к субъектам малого и среднего предпринимательства относятся хозяйственные общества, хозяйственные партнёрства, производственные кооперативы, сельскохозяйственные потребительские кооперативы, крестьянские (фермерские) хозяйства и индивидуальные предприниматели. Таким образом, потребительские кооперативы исключены из числа субъектов малого и среднего предпринимательства, и, соответственно, не вправе больше получать финансовую, имущественную, информационную, консультационную и иную поддержку.

Достаточно сложной задачей на фоне экономической нестабильности для потребительской кооперации Владимирской области стало обязательное подключение с 1 января 2016 года оптовых и розничных предприятий торговли и общественного питания, реализующих алкогольную продукцию к Единой государственной автоматизированной информационной системе (ЕГАИС). По предварительной оценке приобретение оборудования, подключение к интернету, переобучение персонала обойдётся кооператорам в 30 млн рублей. Для внедрения ЕГАИС по договору субаренды с Центросоюзом РФ были получены в количестве 171 штуки УТМ АТОЛ ХАБ19, которые распределены между кооперативными организациями. Кроме того, дополнительно, по льготной цене, согласно заявкам кооперативных организаций, закуплено 45 штук УТМ АТОЛ ХАБ19 и 55 штук VikiminiK ЭКЛЗ в комплекте с 2D-сканером. Факт отвлечения денежных средств на подключение к системе ЕГАИС приостановил реализацию инновационного проекта «Автоматизация торговых объектов на единой IT-платформе «1С-Рарус ТПК». По состоянию на 01.02.2015 года было автоматизировано 20 объектов. С этого времени из-за ряда объективных причин произошло сокращение автоматизированных объектов почти в 2 раза. Но работа в этом направлении продолжается, и кооператоры Золотковского потребительского общества,

Петушинского и Меленковского райпо занимают в нём передовые позиции.

С целью развития оптовой торговли и логистики в системе потребительской кооперации области создано потребительское общество «Владимирская оптовая компания». Создание хозрасчётного предприятия было связано с необходимостью централизации закупок для системы. Реализация этой программы позволила бы создать отлаженную систему товароснабжения розничной торговли, ликвидировать излишних посредников в цепи поставок, экономически воздействовать на розничные цены. Восстановление кооперативного оптового звена – важная перспективная задача, но не все кооперативные организации готовы к её решению: не всегда соблюдаются договорные обязательства по выборке товаров и по его оплате, что тормозит развитие оптового звена, не позволяет наращивать объёмы и наращивать оборотные средства. В настоящее время доля кооперативной оптовой торговли составляет 0,7 процента в розничном обороте, в перспективе планируется довести до 3 процентов, а по некоторым группам товаров, таких как кондитерские изделия, чай, кофе до 10 процентов [3].

Общественное питание – это особая отрасль кооперативного хозяйства, которая производит кулинарную продукцию, реализует её и оказывает услуги питания населения. По состоянию на 01.01.2016 года кооперативная сеть общественного питания объединяет более 60 предприятий. Это столовые, закусочные, кафе и рестораны. Оборот предприятий питания в 2015 году составил 166,6 млн рублей. Объёмы снизились как в действующих, так и в сопоставимых ценах. Обеспечили выполнение программных заданий и рост оборота в фактических ценах кооператоры Гусь-Хрустального райпотребсоюза и Фоминского сельпо. Предприятиями питания выработано собственной продукции на общую сумму 128,4 млн рублей. Всего выработано 143,5 тонн кондитерских и хлебобулочных изделий, 26,4 тонн солёной рыбы, полуфабрикатов реализовано на сумму 18,6 млн рублей. Лидерами по производству полуфабрикатов остаются: Петушинское, Меленковское и Юрьев-Польское райпо [4].

Удельный вес собственной продукции в обороте общественного питания в 2015 году составил 77,1 процентов и снизился по сравнению с 2014 годом на 3,8 процентных пункта.

Выпуск собственной продукции – это ресурс для развития не только общественного питания, но и розничного товарооборота. Продукция, выработанная на предприятиях общественного питания, пользуется спросом. В целях обеспечения дальнейшего развития отрасли необходимо открывать магазины и отделы кулинарии с широким ассортиментом собственной продукции, выработанной из натурального, местного сырья. Востребованность таких предприятий можно подтвердить на примере кулинарии «Без хлопот» Петушинского райпо, закусочной «Смак» Меленковского райпо, магазина «Кулинария» Золотковского потребительского общества.

Заготовительно-перерабатывающая деятельность – традиционное для потребительской кооперации направление работы. Заготовительная отрасль позволяет обеспечить снабжение торговли, общественного питания сельскохозяйственной продукцией высокого качества. Кроме этого – это даёт возможность населению получить дополнительные доходы и способствует повышению жизненного уровня сельского населения.

В прошлом году кооперативными организациями закуплено сельскохозяйственной продукции, дикорастущих ягод и грибов на общую сумму 313,1 млн рублей, в том числе в хозяйствах населения на сумму более 6,5 млн рублей. Лидерами в заготовительной отрасли являются кооператоры Гусь-Хрустального райпотребсоюза, Петушинского и Юрьев-Польского райпо. На их долю приходится более трети заготовленного оборота области. Сегодня потребительская кооперация располагает достаточной материально-технической базой для заготовительной деятельности. Действуют более 250 магазинов-заготпунктов. На балансе числятся 11 приемо-заготовительных пунктов и 3 овощехранилища, но в настоящий момент они не работают и законсервированы. Существуют проблемы у кооператоров с заготовкой дикоросов и лекарственно-технического сырья. Пять лет назад в 2010 году в области было закуплено 11,7 тонн лекарственного сырья [5], а в 2015 всего 0,5 тонн. Основная причина – отсутствие квалифицированных специалистов. Кроме этого, морально и физически устарели электросушилки. Но есть и положительные примеры. Отремонтировано овощехранилище в Золотковском потребительском обществе. Площадь его 115 кв.м., рассчитано на хране-

ние 100 тонн овощей и фруктов. В сезон заготовок было закуплено: 10 тонн картофеля, 3,0 тонны капусты, 3,0 тонны лука, 2,5 тонны моркови, 1,2 тонны свёклы, заквашено 800 кг капусты. В Красно-Эховском потребительском обществе под овощехранилище было приспособлено подвальное помещение под административным зданием и в 2015 году сделана закладка пробной партии сельскохозяйственной продукции. Были заложены на хранение: картофель, лук, свежая капуста, квашеная капуста и морковь. Созданные условия позволили сохранить закупленные овощи и реализовать их через собственную торговую сеть и предприятия общественного питания. Потенциал для развития заготовительной деятельности у потребительской кооперации есть, и она имеет большое значение для развития инфраструктуры села и продовольственного обеспечения населения

Кооперативная промышленность – одно из ведущих отраслей экономики потребительской кооперации области. В совокупном объёме хозяйственной деятельности она занимает более 5 процентов. Объём произведённой продукции за отчётный год составил 207,2 млн рублей. Достигнуты прогнозируемые на 2015 год объёмы производства. Планировалось выпустить продукции на 186,3 млн рублей, фактически произвели на 207,2 млн рублей. Рост объёмов к уровню 2014 года составил 119,5 процента. На кооперативных промышленных предприятиях выработано 4,3 тысячи тонны хлеба и хлебобулочных изделий, 28 тонн рыбной продукции, 72 тонны сухарей, 53 тонны кондитерских изделий, на 6,5 млн рублей произведено швейных изделий [6].

Приоритетным направлением кооперативной промышленности является хлебопекарное производство. В настоящий момент в области работают 8 хлебопекарных предприятий. Из-за снижения потребления хлеба и хлебобулочных изделий уже не первый год сохраняется тенденция снижения их производства. За 2015 год хлеба выпущено на 14 тонн меньше, чем в прошлом году. Острой проблемой остаётся сбыт кооперативной продукции и эта проблема не находит своего кардинального разрешения. Но, несмотря на негативные внутренние и внешние проблемы, кооперативная промышленность продолжает развиваться. Предприятия кооперативной промышленности продолжают расширять ассортимент выпускаемой продукции, внедрять

новые нетрадиционные сорта хлебобулочных изделий. На Покровском хлебозаводе освоено производство лечебно-профилактического сорта хлеба «Багет пряный». Значительно расширен ассортимент хлебопекарной продукции в ПО «Хлебопродукт».

В условиях высококонкурентного рынка модернизация производства, обновление технологического оборудования являются залогом повышения качества выпускаемой продукции и в целом эффективности предприятия. В 2015 году в модернизацию производственных мощностей вложено более 5,5 млн рублей. Произведена замена хлебопекарной печи в Ковровском и Муромском райпо. В Ковровском райпо взамен старой печи, которая отработала уже два срока, установлена хлебопекарная печь турецкого производства марки «Фимак 200» для выработки булочных изделий. В Муромском райпо установлена хлебопекарная печь «РОТОР-АГРО 202Г» для выработки хлеба и булочных изделий. В результате произведённой замены заметно улучшилось качество вырабатываемой продукции. В Петушинском райпо открыт цех по производству мучных кулинарных изделий, оборудован цех по расфасовке пшеничной муки. Приобретено новое оборудование на сумму 880,8 тысяч рублей, проведён капитальный ремонт водоснабжения и водоотведения.

Современная стратегия развития кооперативной промышленности должна основываться на консолидации и модернизации производственных мощностей, разработке и выведении на рынок новых продуктов, а так же, новых приёмов и методов работы, включая создание каналов продвижения продукции [7].

Оказание платных услуг населению в совокупном объёме хозяйственной деятельности занимает 0,5 процента. За отчётный период объём платных услуг составил 22 млн рублей, что соответствует уровню 2014 года. Основную долю в объёме платных услуг – 80 процентов занимают услуги образовательной деятельности. Остальные виды это бытовые услуги – 1,7 млн рублей и услуги рынков – 1,3 млн рублей. Объём бытовых услуг, предоставляемых населению нашими кооперативными организациями, снизился по сравнению с прошлым годом на 6 процентов.

В отчётном периоде продолжалась работа по укреплению финансового положения кооперативных организаций. За отчётный год от всех видов деятельности получено чистой

прибыли 39 млн рублей. Рентабельную работу обеспечили все кооперативные организации системы Владкоопсоюза. В отчётном периоде собственные оборотные средства составили 152,6 млн рублей или 28,8 процентов от совокупной величины оборотных активов. Высоких финансовых результатов добились коллективы Вязниковского, Петушинского, Меленковского, Юрьев-Польского райпо, Гусь-Хрустального райпотребсоюза.

Важным фактором финансово-экономической устойчивости кооперативных организаций является рост производительности труда.

Источником доходов в торговле является торговая наценка. За 2015 год 43,5 процента кооперативных организаций снизили уровень доходности. В данном аспекте основными резервами повышения результативности являются: уменьшение количества посредников на пути продвижения товаров, улучшение структуры оборота, экономическое обоснование размера торговой наценки.

За отчётный период производительность труда работников основной отрасли-торговли, увеличилась на 3,4 процента. Впервые за последние три года рост среднемесячной нагрузки опережает рост заработной платы. Этот фактор обеспечивает расширенное воспроизводство и как результат в торговле 2015 году получена прибыль против убытка прошлого года.

В дальнейшем необходимо проводить работу по повышению заинтересованности работников в росте производительности и улучшения качества труда, более полному использованию резервов в наращивании

объёмов и повышении эффективности деятельности.

В 2015 году было уплачено в бюджет и внебюджетные фонды налогов и сборов на общую сумму более 260 млн рублей, что на 5,1 процента больше уровня 2014 года.

В большинстве кооперативных организаций продолжается работа по развитию материально-технической базы, эффективному использованию кооперативного хозяйства. Объём инвестиций за 2015 год составил 50 млн рублей[8].

На 01.01.2016 года Владимирский областной союз потребительских обществ насчитывает 15492 пайщика. По сравнению с прошлым годом количество пайщиков снизилось на 9,5 процента. Резкое снижение произошло в Селивановском райпо и в Ковровском райпо. Вновь за kooperировано 38 человек. Основная доля за kooperированных приходится на Гусь-Хрустальный райпотребсоюз. Необоснованное сокращение числа пайщиков может отразиться и на престиже потребительской кооперации, на взаимоотношениях с органами местного самоуправления. Во многих кооперативных организациях остались лишь пайщики реально заинтересованные в эффективной работе кооператива. В настоящий момент необходимо проводить работу, направленную на привлечение в число пайщиков молодёжи.

Таким образом, не смотря на кризисные времена система потребительской кооперации области нацелена на эффективное развитие потребительских обществ и предусматривает рост совокупного объёма деятельности в 2016 г.



Библиографический список

1. Основные показатели социально-хозяйственной деятельности потребительской кооперации области за 2015 год. – Владимир : Владимирский областной союз потребительских обществ, 2016.
2. Отчёт Совета о деятельности кооперативных организаций в 2015 году : доклад председателя Совета Владимирского областного союза потребительских обществ В. И. Хохлова.
3. Отчёт Совета о деятельности кооперативных организаций в 2015 году : Доклад председателя Совета Владимирского областного союза потребительских обществ В. И. Хохлова.
4. Основные показатели социально-хозяйственной деятельности потребительской кооперации области за 2015 год. – Владимир : Владимирский областной союз потребительских обществ, 2016.
5. Основные показатели социально-хозяйственной деятельности потребительской кооперации области за 2010 год. – Владимир : Владимирский областной союз потребительских обществ, 2011.
6. Основные показатели социально-хозяйственной деятельности потребительской кооперации области за 2015 год. – Владимир : Владимирский областной союз потребительских обществ, 2016.
7. Отчёт Совета о деятельности кооперативных организаций в 2015 году : Доклад председателя Совета Владимирского областного союза потребительских обществ В. И. Хохлова.
8. Основные показатели социально-хозяйственной деятельности потребительской кооперации области за 2015 год. – Владимир : Владимирский областной союз потребительских обществ, 2016.

К. В. Хартанович
Владимирский филиал
РАНХиГС

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ВНУТРЕННЕЙ И ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ В СТРАТЕГИЧЕСКОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Стратегический менеджмент является важной неотъемлемой составляющей сложного комплексного явления – социального управления. Понятие «управление» широко исследуется и используется в различных областях естественных и общественных наук. Теория управления (кибернетика) – это «наука об общих закономерностях управления в природе, обществе, живых организмах и технических системах» [1].

Нас интересуют не все системы, а социально-экономические системы, которые называются организациями. «Организация как объект представляет собой целостный комплекс взаимосвязанных элементов (свойство организационной сложности) и особое единство с внешним окружением» [2].

Функционирование организации не возможно без целенаправленного управления, то есть воздействия субъекта на объект управления в целях достижения успеха организации (достижения поставленных целей). В зависимости от типа экономической системы в государстве выделяют и соответственно два типа управления. В государственно-плановой экономике управление относилось к публичной организации, под которой понималось в советское время «общественное объединение или государственное учреждение» [3].

В условиях социалистической хозяйственной системы синонимом категории управление было понятие руководство [4]. Руководить организацией означало осуществление процесса управления её внутренней средой и взаимодействием с внешним окружением.

В условиях рыночной хозяйственной системы появляется новая грань в категории управление – менеджмент, означающий «управление организацией в рыночной экономике» [5]. Новые понятия «менеджмент», «менеджер», «стратегический менеджмент»

стремительно вошли в экономический словарный обиход. Они фактически заменили устоявшиеся ранее понятия – «управление», «руководство», «планирование», «прогнозирование» и т.п.

Причём, первоначально, менеджмент связывали с управлением предпринимательскими организациями, то в 90-е годы прошлого века его стали использовать «и в отношении непредпринимательских организаций» [6].

МЕНЕДЖМЕНТ – неперенный атрибут рыночных отношений хозяйственной жизни, который за короткое время трансформации командно-административной экономики превратился в привычный элемент управления субъектами рынка. Это «система знаний об управлении, которая возникла в конце XIX в., а в начале XX столетия сформировалась в самостоятельную науку, имеющую свой предмет, специфические проблемы и способы их решения» [7].

Современный менеджмент позиционируют как:

1. Процесс управления организацией в условиях рыночной экономики (иначе говоря, практический менеджмент).
2. Группу руководителей организации (совокупность всех менеджеров).
3. Науку об эффективном управлении внутренней и внешней средами организации.
4. Искусство управления в организации.
5. Социальную страту (положение в обществе).

Рассмотрим не широкое обобщение теории менеджмента, а его конкретное направление специального менеджмента – стратегический менеджмент предпринимательской организации. Данное важное направление науки и практики управления в условиях рыночной экономики заостряет внимание на понятии стратегия, которое означает общую концепцию того, «достигаются главные цели органи-

зации, решаются стоящие перед ней проблемы и распределяются необходимые для этого ограниченные ресурсы» [8].

Р. А. Фатхутдинов утверждает, что стратегия – это «программа, план, генеральный курс субъекта управления по достижению им стратегических целей в любой отрасли деятельности» [9]. С целевой направленностью стратегического менеджмента согласны большинство известных исследователей проблем современного менеджмента.

Так О. С. Виханский выдвигает такое видение данного понятия: «Это такое управление организацией, которое опирается на человеческий потенциал как основу организации, ориентирует производственную деятельность на запросы потребителей, осуществляет гибкое регулирование и своевременные изменения в организации, отвечающие вызову со стороны окружения и позволяющие добиваться конкурентных преимуществ, что в совокупности в результате позволяет организации выживать и достигать своей цели в долгосрочной перспективе» [10]. Такую позицию разделяет и профессор Ю.Н. Лапыгин, утверждающий, что стратегический менеджмент «представляет собой систему действий, необходимых для достижения поставленных целей, зачастую в условиях ограниченности ресурсов» [11].

Стратегический менеджмент является инструментом прогнозирования. Он позволяет разработать модель действий государственной или предпринимательской организации во внешней среде, поддержать её внутреннюю устойчивость и обеспечить благоприятные внешние перспективы.

В целом необходимо отметить ещё одну важнейшую черту стратегического менеджмента, без которой его осуществление практически невозможно – эффективность. Он не может быть без позитивного эффекта достижения поставленных перед организацией целей.

Стратегический менеджмент – «это эффективная система управления, направленная на достижение перспективных целей существования социальной системы, удовлетворение потребностей её элементов и упорядочение общественных взаимодействий» [12].

Выше мы выяснили сущность стратегического менеджмента. Теперь рассмотрим его процессные элементы.

Стратегический менеджмент представляет собой динамический процесс, в ходе которого для достижения целей организации решаются следующие пять задач:

1. Развитие стратегического видения и определение миссии организации.
2. Постановка стратегических целей и задач для их достижения.
3. Планирование стратегии.
4. Реализация стратегии.
5. Оценка результатов, внесение изменений в стратегический план или методы его реализации [13].

Стратегический менеджмент рассматривает социальные организации как открытые образования. Внешняя среда является источником развития для внутренних элементов системы.

С данных позиций процесс стратегического менеджмента как раз и сводится к упорядочению отношений организации с другими внешними системами и их элементами. Он состоит из:

- Получения из внешней среды необходимых для жизнедеятельности системы ресурсов.
- Адаптации целей и задач системы к внешним условиям.
- Упорядочении внутрисистемных коммуникаций.
- Размещения и реализации во внешней среде продуктов деятельности системы [14].

В целом, стратегический менеджмент – это инструмент прогнозирования и механизм реализации прогнозов. Он позволяет определить роль и место организации среди множества внешних систем. Как известно, человек – существо биосоциальное. Свою социальную сущность человек может познать и проявить только в организации. Вне организации (хотя бы из двух человек) человек существовать не может. Только совместной трудовой активностью в организации люди способны обеспечить условия для своей жизнедеятельности. Организации обмениваются производимыми ими экономическими продуктами (все необходимые средства труда и предметы потребления не могут быть произведены в одной замкнутой организации), так как ограниченность экономических ресурсов требует специализации (разделения труда) между большими и малыми социальными системами.

ми. Отсюда, объективно возникает обмен как основа рыночной экономики [15].

Итак, организации являются своеобразными кирпичиками, из которых складывается социально-экономический фундамент общества. Любая ОРГАНИЗАЦИЯ представляет собой прежде всего группу людей (двух или более), которых объединяет общая цель. Для её достижения должна быть налажена определённая деятельность, которая сознательно упорядочивается (управляется) субъектом управления (менеджментом организации). Совместная деятельность должна так или иначе им координироваться, в противном случае цель не будет достигнута [15].

П. Друкер (классик американского менеджмента) говорит в связи с этим о том, что менеджмент необходимо рассматривать как «особый вид человеческой деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективную целенаправленную и производительную группу» [16].

В целом же вся деятельность менеджера в организации должна иметь общую направленность на её успех, то есть на достижение поставленных целей. Успех является определяющим показателем эффективности и качества управления.

Всю историю развития менеджмента как научной и практической дисциплины можно свести к попыткам определения оптимальных способов принятия управленческого решения с учётом состояния внутренней и внешней среды организации. «Знание и осмысление прошлого способствуют лучшему пониманию современного состояния науки, а также появлению и формированию новых идей. Развитие науки управления свидетельствует, что нежизненные концепции гибли, а оставались только самые ценные, проверенные практикой и временем» [17].

Все существовавшие и существующие ныне подходы к теории и практике менеджмента можно сгруппировать и подразделить на следующие направления: традиционный подход, процессный подход, ситуационный подход. Они со своих позиций рассматривают особенности взаимодействия внутренней и внешней среды в менеджменте организации [16].

Важно подчеркнуть, что общая тенденция в развитии многочисленных направлений и школ в менеджменте эволюционирует от тех-

нократической замкнутости (рационализма) в управлении к усилению открытости (активизации ориентации преимущественно на внешнюю среду, на потребителя) и расширению социальной факторности менеджмента [14].

В целом же организацию надо рассматривать как социотехническую систему, которая состоит из пяти основных элементов: цели, задач, кадров, структуры и технологии [12].

Эти взаимосвязанные элементы системы называют внутренними переменными (они подвержены постоянным изменениям), а их совокупность – ВНУТРЕННЕЙ СРЕДОЙ ОРГАНИЗАЦИИ.

В. Р. Веснин определяет внутреннюю среду организации как «совокупность внутренних элементов организации (объектов, процессов), так называемых внутренних переменных, придающих ей специфическое лицо» [18].

В другой своей работе тот же автор даёт несколько иное видение внутренней среды организации. Он выделяет основные её элементы более в общем плане – «цели, ресурсы, разделение труда, культура, технологии, структуры, каналы обмена информацией, нормы поведения сотрудников и пр.» [8].

Для определения сущности внутренних переменных, то есть постоянно меняющихся элементов внутренней среды организации, необходимо дать им некоторую характеристику.

Наиболее важным элементом (центральным звеном) являются цели организации, от которых зависят все остальные внутренние переменные. ЦЕЛИ можно определить как предвосхищение в сознании людей (кадров организации) конечного результата совместной деятельности. Иначе говоря, цель представляет собой как бы умозрительный прообраз ожидаемого итога существования организации. Классический подход к определению целей менеджмента связывает их сущность с перспективным видением общего состояния внутренних и внешних переменных организации.

Функции целей: «выражать философию организации; оправдывать необходимость и законность её существования; служить критерием выделения проблем и принятия решений; ориентировать деятельность организации и каждого её участника; спланировать энтузиастов, побуждать их активность». Следующей переменной выступают задачи. ЗАДАЧИ представляют собой конкретную,

предписанную устными или письменными инструкциями работу по достижению поставленных целей. Задачи – это как бы определённые запланированные направления деятельности организации для претворения желаемого в действительное[19].

Задачи не могут быть абстрактно сформулированными. Чем более конкретно и детально расписаны задачи организации и её структурных подразделений, тем более чётко и в срок они будут решаться. Тем самым организация будет двигаться к достижению поставленной цели.

После постановки целей и определения задач надо подумать о реальных людях с конкретными профессиональными навыками и умениями – о КАДРАХ, которые будут их реализовывать.

В англоязычной терминологии для обозначения кадров организации используется термин ПЕРСОНАЛ организации. Под персоналом организации понимается «совокупность физических лиц, состоящих с организацией как юридическим лицом в отношениях, регулируемых договором найма» [20].

Кадры (персонал) – это совокупность людей, работающих в организации. Они представляют собой коллектив единомышленников, объединённых единой целью и разделяющихся на субъект управления (менеджмент) и на объект управленческого воздействия. Между ними существует тесное взаимодействие по линиям прямых, обратных и горизонтальных связей – коммуникаций, представляющих собой «в широком смысле – обмен информацией между индивидами посредством общей системы символов; осуществляется вербальными и невербальными средствами» [21].

Субъектом бизнеса выступают менеджеры различных уровней. Как правило иерархию менеджмента (совокупность всех менеджеров, руководителей) организации представляют в виде трехзвенной пирамиды.

Высший уровень менеджмента выполняет функцию стратегического управления. Средний уровень решает вопросы тактики. Исполнительский уровень занимается организационной работой по претворению стратегии и тактики организации для достижения успеха в её деятельности.

Важное значение в организации деятельности субъекта управления в организации

принадлежит формальному (в соответствии с предписанными нормативными актами, по должности) и неформальному (морально признанному) лидерству. «Лидера можно определить как личность, способную объединять людей ради достижения какой-либо цели. Лидерство – это всегда вопрос степени, силы влияния, зависящей от соотношения личных качеств лидера с качествами тех, на кого он пытается оказать влияние, и с ситуацией, в которой находится данная группа» [22]. Внешним объектом работы организации являются элементы внешней среды. Внутренним объектом организаций выступают её кадры (персонал)[14].

Персонал организации строит систему взаимодействий, руководствуясь целями организации. Профессора Ю. Г. Одегов и П. В. Журавлёв отмечают, что «персонал организации в качестве социальной системы формируется, видоизменяется и развивается в зависимости и в соответствии с целями владельца организации. Цели определяются интересами собственника и являются основой выработки стратегии и политики управления предприятием, которые в свою очередь предполагают эффективную реализацию поставленных целей. Ведущая роль в выполнении стратегических решений по достижению этих целей принадлежит персоналу организации» [20].

Между субъектом и объектом (а также и внутри каждого из них) должны быть упорядочены взаимоотношения с помощью должностных инструкций, должна быть определена иерархия и соподчиненность, установлены потоки коммуникации. Эти вопросы урегулируются через построение СТРУКТУРЫ организации, которая является как бы внутренней архитектурой или внутренним строением социального компонента системы. Выбор структуры зависит от целей и задач организации, от её кадрового состава.

Традиционно структуры делятся на две большие группы:

1. Плоские, или горизонтальные, структуры, характерные для небольших организаций. Как правило, в плоских структурах один менеджер имеет не более пяти подчинённых.

2. Высокие, или вертикальные, структуры представляют собой более сложную иерархию соподчиненности кадров[19].

Завершает характеристику элементов внутренней среды организации технология её ра-

боты, включающая в себя сам процесс производственной, производительной деятельности.

ТЕХНОЛОГИЯ представляет собой процесс преобразования получаемых из внешней среды ресурсов в готовый товар или услугу.

«Технология является механизмом реализации поставленных перед организацией задач для достижения её целей» [12].

Главное в работе технологии любой организации – переработать, поступающие из внешней среды ресурсы в готовый для реализации экономический продукт или услугу. «Производство объединяет трудовые действия людей, естественные и технические процессы, в результате взаимодействия которых создаётся продукт или услуга. Такое взаимодействие осуществляется с помощью технологий, то есть способов последовательного изменения состояния, свойств, формы, размеров и других характеристик предмета труда» [8].

Иначе говоря, технология «есть любое средство, помощью которого входящие в производство элементы преобразуются в выходящие; она охватывает машины, механизмы и инструменты, навыки и знания» [16].

Таковы основные переменные внутренней среды организации. Они все взаимосвязаны и взаимозависимы, ориентированы на достижение целей организации во внешней среде.

Организация получает из внешней среды ресурсы (например, материалы, оборудование, финансы, людские ресурсы), необходимые для поддержания её устойчивости на рынке, иначе говоря, для достижения её целей. Отдавая (реализуя на рынке) во внешнюю среду экономические продукты своего производства, организация получает необходимые средства для своей жизнедеятельности [14].

Под внешней средой организации «понимается действие факторов, находящихся вне организации, поскольку организация как открытая система зависит от внешнего мира. Эти факторы называются внешними переменными» [5]. Причём, все они «взаимозависимы и взаимосвязаны между собой» [16].

Что же представляет собой ВНЕШНЯЯ СРЕДА организации? Каковы её переменные (с постоянно меняющимися характеристиками) элементы?

Внешняя среда делится учёными и практиками на две группы элементов: прямого и косвенного воздействия.

Базовыми факторами среды прямого воздействия «являются поставщики материалов, трудовых ресурсов и капитала, законы и органы государственного регулирования, потребители и конкуренты».

Важнейшими переменными среды косвенного воздействия «являются технология, общее состояние экономики, политическая обстановка и социокультурные факторы».

Приведённая информация показывает сложность структуры и неопределённость внешней среды, наличие множества разнородных факторов, оказывающих воздействие на организацию, действие которых должен учитывать менеджер для обеспечения успеха деятельности организации. Профессор Э. М. Коротков особо подчёркивает принципиальную роль согласования внутренних и сложных динамических внешних факторов в процессе осуществления стратегического менеджмента организации [23].

Представленные выше элементы внешней среды говорят о том широчайшем спектре знаний, которым должен обладать современный руководитель и в сфере бизнеса. Это знания из области экономики, политики, культуры и социальной сферы. Без таких знаний осуществлять и тактический, и, тем более, стратегический менеджмент не возможно [24].

Знание состояния переменных внешней и внутренней сред для менеджера важны ещё и потому, что он руководит так называемыми связующими процессами, осуществляя взаимодействие между средами. «Это взаимодействие осуществляется с помощью налаживания коммуникаций, то есть упорядочения потоков обмена информацией и принятия управленческих решений. Коммуникации и управленческие решения являются связующими (интегративными) процессами в менеджменте» [24].

Большую часть своего времени менеджер тратит на установление коммуникаций, т.е. на сбор информации. Информация является самым важным предметом управленческого труда. Информация представляет собой всё то, что является важным для принятия управленческих решений.

Коммуникационный процесс представляет собой обмен информацией между людьми, участвующими в достижении единых целей. Основной целью коммуникаций выступает обеспечение понимания информации.

ванным в связи с «динамичными переменами во внешней среде, в условиях которых действия менеджеров не могут сводиться к простому реагированию на происходящие перемены и всё шире признаётся необходимость сознательного управления изменениями, ведущими к достижению поставленных целей» [25].

1. Толковый словарь по управлению. – М. : Издательство «Аланс», 1994. – С. 62.
2. Мильнер Б. З. Теория организации : учебник. – М. : Инфра-М, 2005. – С. 21.
3. Ожегов С. И. Словарь русского языка. – М. : Рус. Яз., 1986. – 392.
4. Александрова З. И. Словарь синонимов русского языка : практ. справ. – М. : Рус. Яз., 1989. – С. 387.
5. Федин С.В., Федина Н. В., Тесленко И. Б. Основы менеджмента: Основы управления в отраслях экономики : учеб. пособие. – Владимир, ВГПУ, 2003. – С. 4.
6. Герчикова И. Н. Менеджмент : учебник. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1994. – С. 15.
7. Веснин В. Р. Менеджмент : учебник. – М. : ТК Велби, Проспект, 2007. – С. 25.
8. Основы менеджмента/ В. Р. Веснин. – М. : ООО «Т. Д. Элит», 2002. – С. 422.
9. Фатхутдинов Р. А. Стратегический менеджмент : учеб. пособие. – М. : ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 1997. – С. 295.
10. Виханский О. С. Стратегическое управление : учебник. – М. : Гардерики, 1998. – С. 12.
11. Лапыгин Ю. Н. Стратегический менеджмент : учеб. пособие. – М. : Эксмо, 2010. – С. 39.
12. Хартанович К. В., Краев В. Н. Основы менеджмента : учеб. пособие. – М. : Академический проект, 2006. – С. 39.
13. Шифрин М. Б. Стратегический менеджмент. – СПб. : Питер, 2007. – С. 23.
14. Хартанович К. В. Теория управления социально-экономическими системами : учеб. пособие. – Владимир : Собор, 2010. – С. 40.
15. Хартанович К., Марченко А., Краев В. Маркетинг : учеб. пособие. – Владимир : Собор, 2009. – С. 44–45.
16. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента : пер. с англ. – М. : Дело, 2009. – С. 39.
17. Семёнова И. И. История менеджмента : учеб. пособие. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – С. 4.
18. Веснин В. Р. Менеджмент : учеб. – М. : ТК Велби, Проспект, 2007. – С. 193.
19. Дмитриев Ю., Мамедов С., Хартанович К. Основы теории муниципального менеджмента : монография/ под общ. ред. д-р эконом. наук, проф. К. В. Хартановича. – Владимир : Собор, 2009. – С. 57.
20. Одегов Ю. Г., Журавлёв П. В. Управление персоналом : учеб. для вузов. – М. : Финстатинформ, 1997. – С. 69.
21. Коммуникационный менеджмент : учеб. пособие/ под ред. В. М. Шепеля. – М. : Гардарики, 2004. – С. 336.
22. Саймон Г., Смитбург Д., Томпсон В. Менеджмент в организациях : сокр. пер. с англ. – М. : Экономика, 1995. – С. 94.
23. Коротков Э. М. Концепция менеджмента : учеб. пособие. – М. : Дека, 1996. – С. 186.
24. Хартанович К. В. Концепция современного маркетинга: Учебное пособие. – Вологда, 2015. – С. 59.
25. Лапыгин Ю. Н. Стратегический менеджмент : учеб. пособие. – М. : Эксмо, 2010. – С. 40.

В. И. Чечина, Т. С. Селевич
ФГАОУ ВО НИ Томский политехнический университет (г. Томск)

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ УЧАСТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТОВ В АКСЕЛЕРАЦИОННЫХ ПРОГРАММАХ

В экономической системе ключевой движущей силой является инновационная деятельность в тех отраслях и сферах, где вложения средств потенциально смогут принести максимальную отдачу, а сам прогресс и эволюция определяют новые технологии и идеи. Тем не менее, как правило, любое новшество, проходящее этапы становления, имеет высокие риски. В связи с этим финансовые вложения в новые проекты (идеи, технологии, методики, решения) имеют высокую степень риска, т.к. инвестор не знает, насколько они будут оправданы, как эти новые идеи будут восприняты на рынке. Но с другой стороны, возможно и многократное увеличение первоначальных инвестиций за краткосрочный период времени.

На данный момент распространено мнение, что динамика развития стартапов в России выгодна для инвесторов, и финансирование революционных идей и технологий является одной из самых прибыльных категорий [1]. В связи с этим с каждым днём мы всё чаще сталкиваемся с такими понятиями как инновационность, стартап, венчурная компания, проект, бизнес-ангелы, бизнес-инкубаторы, акселераторы; и все эти термины связаны со сферой предпринимательства, экономики, промышленности и т.п. Так или иначе, соответствующие процессы и явления находят отражение почти во всех областях жизни человека.

Для начала стоит разобраться главным образом с терминами стартап-проект и акселератор. В соответствии с мнением Эрика Риса (автор книги «Бережливый стартап» и идеолог итеративного подхода в предпринимательстве), стартап – организация, которая создаёт новый продукт или услугу в условиях высокой неопределённости [2]. А американский предприниматель Стивен Бланк (создателя методики развития клиентов) считает, что стартапы – временные структуры, существующие для поиска воспроизводимой и масштабируемой бизнес-модели [3].

Основными характеристиками стартап-проектов считается наличие новаторской идеи, быстрый рост, молодая команда проекта. Часто стартаперы не достигают успеха и оказываются не в состоянии коммерциализовать свою идею. Воплощению и выводу на рынок могут препятствовать множество причин, такие как: недостаточное финансирование, неверная оценка рынка, высокая степень затрат и т.п. Аналитики CB Insights назвали топ-20 самых частых причин краха стартап-проектов, среди которых: невостребованность на рынке, плохая команда, проблемы ценообразования и др. (табл. 1) [4].

Таблица 1

Причины неудач стартап-проектов

Причина	Процент (%)
Невостребованность на рынке	42
Недостаток финансовых средств	29
Плохая команда	23
Вытеснение с рынка	19
Проблемы с ценообразованием	18
Плохой продукт	17
Плохая бизнес-модель	17
Плохой маркетинг	14
Недостаточное изучение клиента	14
Несвоевременный продукт	13
Потеря фокуса	13
Испорченные отношения с инвесторами/внутри команды	13
Неудачно сделанный pivot	10
Недостаток энтузиазма	9
Неудачная локация	9
Отсутствие заинтересованности у инвесторов	8
Юридические проблемы	8
Недостаточное использование соцсетей	8
«Перегорели»	8
Отсутствие проделанного pivot	7

При этом часть из вышеуказанных причин провалов проектов есть возможность избежать при развитой стартап-экосистеме, наличии источников финансирования / инвестирования и при участии проектов в эффективных акселераторах.

Для уменьшения возможных потерь от возникающих проблем и для развития необхо-

димых компетенций у команды проекта существуют такие организации, как акселераторы. Это компании, цель которых – помочь другим компаниям (резидентам акселератора). Как правило, резидентам предлагается структурированная программа, которая будет способствовать совершенствованию бизнес-модели, поможет завести необходимые контакты и, как следствие, обеспечит развитие проекта, увеличит продажи. Длительность таких программ различна, от 3-х месяцев и выше. Часто также предлагается специальный коворкинг, где компании-резиденты находятся на время акселерации.

В большинстве случаев бизнес-модель самого акселератора подразумевает получение доли в компании (5–10%) в обмен на обеспечение инвестициями на начальном этапе, офисным помещением на несколько месяцев и самой программой.

Как известно, у стартап-проектов есть свой жизненный цикл. В процессе развития проект проходит несколько стадий. Различные источники предлагают разные варианты систематизации стадий жизненного цикла, один из которых представлен ниже.

1. Посевной этап (Pre-Seedstage) – поиск идеи, разработка технических способов её реализации. Группа анализирует рынок, пишет бизнес-план, формулирует техническое задание. Далее следуют создание и тестирование прототипа, изучение спроса и поиск источников финансирования. При отсутствии инвестора проект «затухает».

2. Запуск (Startup Stage). При наличии инвестора продукт можно выпускать на рынок, где он должен доказать своё преимущество, что не так просто. Это один из самых высокорисковых этапов. Если целевая аудитория останется равнодушной, проект также «затухнет».

3. Рост (Growth Stage) – поиск точки безубыточности и начало получения прибыли. Эта стадия наступает, если проект выжил в конкурентной борьбе, продукт пользуется спросом и захватывает нишу, на которую и ориентировались разработчики.

4. Расширение (Expansion Stage). Цели, отражённые в бизнес-плане, достигнуты. Но компания-разработчик продолжает продвигать проект на новых рынках. Риск уже не так высок: продукт узнаваем, пользуется стабильным спросом, доходы постепенно растут.

5. Выход (Exit Stage). При достижении компанией пика развития инвесторы, осуществившие финансирование, как правило, отказываются от своей доли в бизнесе и продают её более крупным игрокам. Но иногда они сохраняют свою долю и используют её в качестве источника постоянного дохода [5].

Несмотря на большое количество вариантов разделения процесса развития стартап-проектов по стадиям, условно можно выделить две ключевые: стадия идеи/прототипа и стадия выхода на самоокупаемость/роста. В большинстве случаев в зависимости от того, на какой стадии находится проект в текущий момент, ценность участия в акселераторе различна.

Так, если говорить о первой стадии (идея/прототип), для стартаперов наиболее ценны следующие ресурсы, предлагаемые акселераторами:

1. Инвестиции для тестирования команды и построения прототипа – небольшие суммы, которых достаточно для тестирования команды, но недостаточно для полноценного запуска. Часто стартапы закрываются из-за разногласий основателей, поэтому примерно за три месяца в акселераторе помогут понять, насколько команда в таком составе справляется с задачами. Средства идут на переезд, проживание, зарплаты.

2. Помощь в поиске seed-инвестиций. После того, как подтверждён первый пункт и есть прототип, приходит время для тестирования рынка. Этому способствуют seed инвестиции, предлагаемые акселератором.

3. PR для молодой команды. Сам факт участия в хорошем акселераторе – это уже инфоповод, что даст приличное число публикаций в СМИ и связей с журналистами.

4. Активный networking с менторами, командами и инвесторами. Пользу данного пункта для команды стартапа сложно переоценить. За сжатые сроки предприниматели знакомятся со многими людьми нужной индустрии, становятся частью комьюнити.

Для стартапов, находящихся на стадии выхода на самоокупаемость/роста, наиболее эффективны следующие услуги акселераторов:

1. **Инвестиции на relocate** – инвестиции акселератора идут на поддержку переезда команды. Команда уже составляет более 5

человек, инвестиций будет достаточно для покрытия затрат на переезд и проживание на время акселерации.

2. Помощь в подготовке к следующему раунду, увеличение капитализации.

3. PR для стадии роста. В этом случае полезны связи, которыми обладают акселераторы, а инфоповодов на стадии роста у стартапов большое количество.

4. Доступ к менторам, сотрудникам и инвесторам. Networking на этапе роста отличается. Стартаперы уже знают, кто им нужен, а акселератор способствует этому.

Таким образом, можно констатировать, что несмотря на то, что ценность акселераторов различна в зависимости от стадии, на которой находится стартап, тем не менее участие в акселераторе эффективно для развития и команды, и самого проекта. Акселераторы полезны и для pre-seed стадий, когда фактически почти ничего нет, и на этапе роста перед масштабированием и серьёзными раундами [6].

В общем случае наиболее полезными ресурсами для команды стартапа являются: инвестиции (а также помощь в их привлечении), консультации экспертов (анализ со стороны), нетворкинг в соответствующей, нужной им среде и само участие в акселераторе, что будет способствовать PR проекта.

Несмотря на то, что акселерационные программы схожи по перечню предлагаемых стартаперам услуг и привилегий, имеются различия в самой структуре этих услуг, в их содержании. Однако главной функцией для всех акселераторов является превращение искусства запуска успешной компании в программу, которую можно повторить в других бизнесах, то есть их деятельность направлена на то, чтоб «поставить на поток» производство новых успешных компаний, являясь неким конвейером.

Программы акселераторов имеют общие свойства: стартапы подают заявку на участие в программе длительностью в несколько месяцев, при успешном прохождении отбора у них появляется возможность работать с менторами и экспертами, доступ к офисному пространству и первоначальные инвестиции (как правило, в обмен на долю). Акселератор ставит задачей при реализации программы создать новые успешные и прорывные бизнесы и, конечно, получить прибыль. Например,

по такой схеме акселератор Y Combinator (YC) с момента основания в 2005 году «взрастил» стартапы общей стоимостью 2 млрд долл. (Airbnb и Dropbox). Данная общая схема программы сейчас часто повторяется и другими игроками – от Chile до Nike, у которых есть свои акселераторы. Но так как они существуют недавно, остаётся под вопросом, справятся ли они со множеством копий таких проектов, как Pinterest или Groupon [7].

Возможно, сейчас экосистеме стартапов нужны более качественные программы с другим внутренним содержанием, структурой. Например, TechStars, который был запущен через 2 года после YC, пока не генерирует компании стоимостью более 1 млрд долл., хотя говорят, что в его портфеле есть проекты, которые вскоре будут прорывными [7]. То есть для более поздних акселераторов ещё рано говорить об оценке успешности портфеля их проектов.

С каждым годом количество акселераторов растёт не на единицы, а на десятки как за рубежом, так и в России. За первые 6 лет, как только в Россию пришла данная система, появилось более сотни акселераторов и инкубаторов, касающихся всех возможных отраслей, а не только IT. И на сегодняшний день сейчас темпы роста количества данных структур не меньше [8]. Но пока что новые программы, модели акселерации не могут похвастаться впечатляющими списками известных наставников, которые могут сделать акселерационную программу привлекательной как для команд стартапа, так и для инвесторов, ищущих новые проекты.

Чтобы построить успешную компанию, требуется время. Также нужно время, чтобы понять: есть ли возможность повторить успех стартапа с помощью акселератора. Тем не менее, предпринимателям необходимо помнить, что участие в акселераторе не гарантирует им путь к успеху, а иногда акселератор может стать для них камнем преткновения.

Стоит также отметить, что сам выбор акселератора является достаточно сложным – нужно учитывать многие моменты: расположение, стоимость, условия, ориентированность акселератора на какие-то определённые сферы (если она есть), длительность, сама программа и т.п.

Также стоит обращать внимание на долю, которую берёт акселератор. Если эта доля слишком высока, это должно стать неким предупреждением для команды (YC берёт

около 7%, акселератор 500 Startups – 5%, но у некоторых эта цифра достигает 50%). Это может способствовать дополнительным сложностям при переговорах о следующем раунде инвестиций. С другой стороны, акселераторы, не имеющие долю в проекте, возможно, в большей степени рассчитаны на поддержку малого бизнеса, чем на возврат инвестиций, и у них, скорее всего, структура программы акселерации может отличаться.

Одной из сложностей иногда является и необходимость переезда стартапа. К примеру, когда Агу Де Марко (Agu De Marco), основатель Wideo, был принят в акселератор 500 Startups, ему было необходимо переехать в Кремниевую долину из Аргентины [7].

Для оценки эффективности функционирования акселератора недостаточно создания компаний, оцениваемых в миллионы и миллиарды долларов, это не единственно возможная оценка эффективности. Для достижения результатов, сравнимых с УС, нужно стремиться к цикличности в акселераторе. То есть успешный акселератор привлекает хорошие компании, команды, которые соответственно будут привлекать сильных инвесторов. В последствии это приведёт к выходам, которые в будущем будут способствовать набору и циклу привлечения сильных стартапов и инвесторов.

Несмотря на то, что многие новые, только вошедшие в эту экосистему акселераторы пытаются копировать уже имеющийся формат, есть сложности в достижении соответствующего уровня качества менторов, экспертов и профессиональной сети, нетворкинга, который был бы сопоставим с уровнем качества ведущих акселераторов. Поэтому, несмотря на то, что в мире функционируют более тысячи различных акселераторов, реально и успешно работают из них сотни, а значительным коммерческим успехом могут гордиться десятки.

То есть, несмотря на усилия, прикладываемые для функционирования акселераторов и развития стартапов, часть ускорителей не смогли доказать высокую эффективность. То есть часто сам акселератор имеет меньше шансов на успех, на выживание на рынке, чем стартап (в т.ч. который участвует в программе соответствующего акселератора). Например, из более 200 ускорителей в Северной Америке

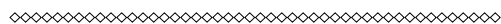
только 3–4 продемонстрировали успешные выходы, а большинство часто добиваются и более скромных результатов, когда речь идёт о привлечении ресурсов и определения реальной ценности [9].

Тем не менее, сама система акселерации обладает высоким потенциалом для развития. Но одна из проблем состоит в том, что у всех существующих акселераторов почти идентичная схема программы. Часто программа просто копируется с уже зарекомендовавших себя и успешно функционирующих акселераторов, но сами «дебютанты» не могут обеспечить реализацию её в надлежащей степени, что сказывается и на самом акселераторе и, конечно, соответственно на стартап-проектах, которые принимают в нём участие.

Основные проблемы, решение которых необходимо для успеха стартапа, относятся к тем, которые акселератор не может решать, либо не понимает их. Так, получается, что одна из главных ошибок акселераторов – полное копирование модели, без адаптации под соответствующие имеющиеся реальные условия: необходимо понимание того, что модель нуждается в видоизменении при её копировании в другом акселераторе.

Конечно, участие в акселерационной программе для проектов представляет большую ценность, чем простое финансирование за счёт различных источников. Ведь акселератор предоставляет не только финансовые ресурсы, но и коворкинг, нетворкинг, менторство, консультации экспертов в соответствующих, нужных стартапу сферах. Всё это способствует правильному построению структуры и грамотной организации работы, а в конечном итоге повышает шансы на успех.

Но, несмотря на все успехи и высокие результаты зарекомендовавших себя стартапов за последнее десятилетие, времена меняются. На данный момент имеются сотни акселераторов, и соответственно, акселерационных программ, из которых предприниматели могут выбирать. Но в то же время растут риски каждой из сторон данной системы: акселераторов, которые обеспечивают реализацию программы и финансирование, стартапов, которые выбирают, к какой программе присоединиться, и инвесторов, которые верят и вкладываются в будущие успехи выпускников акселераторов.

**Библиографический список**

1. Перспективы и особенности инвестирования в стартапы в России [Электронный ресурс] / Онлайн стартапы – идеи для бизнеса. URL: <http://onlinestartupy.ru/перспективы-и-особенности-инвестиро/> (дата обращения: 20.03.2016).
2. *Эрик Рис*. Бизнес с нуля. Метод Lean Startup для быстрого тестирования идей и выбора бизнес-модели = The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. – М.: Альпина Паблишер, 2014. – 256 с.
3. Steve Blank. What's A Startup? First Principles [Электронный ресурс] / Steve Blank. Entrepreneurship and conservation. URL: <http://steveblank.com/2010/01/25/whats-a-startup-first-principles/> (дата обращения: 23.03.2016).
4. 156 Startup Failure Post-Mortems [Электронный ресурс] / Venture capital database. URL: <https://www.cbinsights.com/blog/startup-failure-post-mortem/> (дата обращения: 13.04.2016).
5. Что такое стартап [Электронный ресурс] / Бизнес идеи, бизнес планы, школа бизнеса для начинающих предпринимателей. URL: <http://www.temabiz.com/terminy/chto-takoe-startap.html> (дата обращения: 13.04.2016).
6. Зачем стартапу акселератор? [Электронный ресурс] / Rusbase – независимое издание о технологиях и бизнесе. URL: <http://rusbase.com/howto/why/> (дата обращения: 25.04.2016).
7. The Pros and Cons of Startup Accelerators [Электронный ресурс] / Mashable. URL: <http://mashable.com/2013/06/11/startup-accelerator-growth/#0bfdSFReU8zip> (дата обращения: 11.05.2016).
8. Стартапу в помощь: инкубаторы и акселераторы России [Электронный ресурс] / Интересные публикации. URL: <https://habrahabr.ru/company/friifond/blog/197800/> (дата обращения: 11.05.2016).
9. *Климов Д.* Записки технологического предпринимателя о бизнес- акселераторах [Электронный ресурс] / Помощь бизнесу. URL: <http://bishelp.ru/svoe-delo/variant-12567/zapiski-tehnologicheskogopredprinimatelya-o-biznes-akseleratorah> (дата обращения: 15.05.2016).

Р. К. Шакирова, Н. Л. Иванова
ФГБОУ ВО «Марийский государственный университет»

УКЛОНЕНИЕ ОТ УПЛАТЫ НАЛОГОВ И МЕРЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ НАЛОГОВЫМ ПРАВОНАРУШЕНИЯМ

За последние годы в Российской Федерации значительно улучшились условия для развития малого и среднего бизнеса [1]. Целью большинства предпринимателей является не просто открыть своё дело, а найти самый, выгодный, стабильный и прибыльный бизнес. Суть любого бизнеса – это получение максимально возможной прибыли. В погоне за деньгами предприниматели готовы работать по так называемым схемам теневого бизнеса.

Для обналичивания денежных средств фирмы с целью уклонения от уплаты налогов и получения наличных денег, не отражённых в официальных бухгалтерских документах хозяйствующего субъекта, применяется несколько популярных способов. Один из них представляет собой схему, когда по фиктивным сопровождающим документам деньги переводятся на дебетовые карты физических лиц, а после снимаются без потери процентов.

Другой способ «обналички» – работа через индивидуального предпринимателя (ИП) по фиктивному договору, в котором может быть предусмотрена предоплата на несколько лет вперёд. Ни Банк России, ни налоговые органы на сегодняшний день не имеют в своём арсенале методов для контролирования таких сделок. Предприниматель снимает деньги со счёта в банке, при наступлении срока уплаты налогов он всячески уклоняется от данной обязанности.

Часто в договорах фирм, направленных на обналичивание денежных средств, фигурирует нематериальный актив, который сложно поддаётся оценке. К таким активам относятся идеи, компьютерные программы, секреты производства, те права, себестоимость которых сложно определить, а правообладателям соответствующих прав отчисляют существенные средства. Указанные отчисления могут существенно увеличить сумму затрат организации

или индивидуального предпринимателя, что впоследствии приводит к уменьшению налоговой базы и налога на прибыль или доходы.

Ещё одним из широко используемых способов уменьшения налоговой базы является автолизинг. Новый способ получения автомобиля во владение в России и за рубежом стал особенно актуальным в последнее время. При применении данной схемы приобретается автомобиль якобы для нужд организации. Оформляется договор на организацию, все лизинговые платежи также проходят через организацию. Вместе с тем фактически автомобиль используется в личных целях руководителя либо учредителя организации.

На практике также применяются предельно простые, примитивные схемы, которые заключаются в том что в расходы, учитываемые при налогообложении, включаются любые статьи затрат, которые подходят для конкретной фирмы. То есть организации приписывают к существующим затратам предприятия не существующие затраты. Например, затраты сторонних организаций, материальные затраты, авансовые платежи.

Таким образом, субъектами предпринимательства используется огромное количество способов, цель которых одна – сокрытие доходов. Государство всячески противодействует указанным явлениям [2, 3], поскольку они подрывают финансовую стабильность страны, и отрицательно сказываются на уровне налоговой безопасности. Налоговые органы, как участники налоговых отношений, представляющие интересы государства в этих отношениях, прилагают значительные усилия по выявлению нелегальных схем ведения бизнеса в стране и за рубежом.

Относительно новыми превентивными мерами противодействия налоговым правонарушениям и преступлениям относятся:

а) введение электронного формата налоговой отчётности по налогу на добавленную

* Статья подготовлена в рамках реализации проекта № 16–12–12008 а(р), поддержанного РГНФ.

© Шакирова Р. К., Иванова Н. Л., 2016

стоимость (НДС) для всех налогоплательщиков;

б) существенное изменение понятия «взаимозависимые лица» в налоговом законодательстве и включение в практику контрольной деятельности проверок контролируемых сделок [4];

в) включение в налоговое законодательство института контролируемых иностранных компаний;

г) введение ежеквартальной отчётности по налогу на доходы физических лиц для налоговых агентов;

д) изменение режима налоговой тайны и др.

Например, с недавнего времени декларация по НДС содержит сведения из книги покупок и книги продаж. Данные из этих книг проверяются в автономном режиме с применением специального программного обеспечения. Тем самым налоговыми органами автоматизирована работа по проведению камеральных налоговых проверок отчётности по НДС. Налоговые органы в режиме онлайн определяют налогоплательщиков, для которых может быть характерным уклонение от уплаты налога. Информации, предоставляемой в декларации, вполне достаточно для выявления проблемных случаев. Планируя выездные налоговые проверки, налоговые органы будут акцентировать своё внимание на такие организации.

Руководители организации и непосредственные сотрудники компании ради сокрытия доходов начали практиковать схемы, направленные на избавление от расхождений в номерах счетов-фактуры продавцов и покупателей. Для реализации этих схем фирмы договариваются со сторонними организациями о применении общего счета-фактуры. Фирмы-правонарушители указывают счет-фактуры в книге покупок, такой же счёт фиксируется в книге продаж сторонней организацией. Сторонние организации выполняют эту услугу, как правило, под определённый процент, о котором организации заранее договариваются.

Следует отметить, что для пресечения указанных схем, в российское законодательство вносятся соответствующие поправки. Так, в 2016 году вступили в действие изменения, внесённые в Кодекс об административных правонарушениях (КоАП) в части привлечения к ответственности за грубое нарушение правил бухгалтерского учёта. Штрафы уве-

личились до 10 тысяч рублей, причём при повторном нарушении сумма штрафа может составить до 20 тысяч рублей. Срок давности привлечения к ответственности за нарушение правил ведения учёта увеличился до двух лет. Кроме того, установлены новые виды нарушений в порядке ведения, которые относятся к грубым:

- регистрация не имевшего места факта хозяйственной жизни либо мнимого или фиктивного объекта бухгалтерского учёта в регистрах бухгалтерского учёта;

- ведение счетов бухгалтерского учёта вне применяемых регистров бухгалтерского учёта;

- составление бухгалтерской (финансовой) отчётности (БФО) не на основе данных, содержащихся в регистрах бухгалтерского учёта;

- отсутствие у экономического субъекта первичных учётных документов, или регистров бухгалтерского учёта, или БФО, или аудиторского заключения о БФО (в случае, если проведение аудита БФО является обязательным) в течение установленных сроков хранения таких документов.

Также к грубым нарушениям бухгалтерского учёта, состав которых не претерпел изменений, согласно ст. 15.11 КоАП относятся: занижение сумм налогов, сборов не менее чем на 10% вследствие искажения данных бухгалтерского учёта; искажение любого показателя БФО не менее чем на 10%.

Следует отметить, что налоговыми органами вводится в практику особый контроль за нарушителями закона. В реестре налогоплательщиков будут учитываться лица, совершающие налоговые правонарушения и учтённые в недостоверности предоставленной информации. Данный факт будет являться клеймом на репутации организации и затруднит ведение легального бизнеса, поскольку всё более широкое распространение получает проверка организациями своих контрагентов с целью проявления «должной осмотрительности» при заключении сделок. Последнее связано с усилением внимания налоговых органов к сделкам, направленным на получения «необоснованной налоговой выгоды».

В качестве заключения отметим, что деятельность по противодействию уклонению от уплаты налогов должна предваряться аналитической работой по выявлению причин этого явления [5], поскольку часть налогоплатель-

А. А. Юссуф, Я. А. Рудаева
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный
университет имени А.Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ МАРКЕТИНГОВО-ЛОГИСТИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ

В условиях стремительного насыщения рынков и роста конкуренции возрастает необходимость поиска наиболее эффективного способа привлечения и удержания потребителя.

Сегодня рыночный механизм – это сложная система отношений, основные элементы которого тесно связаны между собой. И в настоящее время всё большее внимание уделяется применению концепции взаимодействия маркетинга и логистики в этих системах.

Маркетинг, в расширенном понятии, охватывает все виды деятельности предприятий, направленных на выявление и удовлетворение запросов рынка, создание нового продукта и обеспечение его производства, организацию оптового распределения и розничного сбыта, обслуживание потребителей [1].

Понятие “логистика” можно определить, как планирование, организацию и контроль всех видов деятельности по размещению и складированию, которые обеспечивают товародвижение необходимой продукции в нужное место и в нужное время.

Слияние двух составляющих «маркетинг» и «логистика» позволяет:

- во-первых – изучить потребности рынка в целом – в чём и состоит задача маркетинга;
- во-вторых – определить методы и способы наиболее полного удовлетворения этих самых потребностей путём более эффективной организации логистического обслуживания.

Маркетинговая методология представляет первоначальные данные – это прогнозирование спроса и предложения, определение занимаемой доли рынка, расчёт затрат и предполагаемой прибыли, выбор поставщиков, выявление сильных и слабых сторон компании и т.д. [3].

Точные маркетинговые исследования становятся основой для логистической деятельности, так как от того, насколько точно

и быстро будет поступать информация о текущих потребностях конечных пользователей, проходя через материальные и информационные потоки, зависит степень своевременности и гибкости реакции производителей на эти потребности, а также создание и предложение новых товаров и услуг [4].

Такая интеграция позволит повысить конкурентоспособность предприятия и направить всю деятельность на потребителя.

В современных условиях «уйти вперёд» только на базе применения маркетинга уже нельзя. Выявленный маркетингом спрос должен своевременно удовлетворяться посредством быстрой и точной поставки («технология быстрого ответа»). Этот «быстрый ответ» на возникший спрос возможен лишь при налаженной системе логистики, которая дополняет и развивает маркетинг, увязывая потребителя, транспорт и поставщика в мобильную, технико-технологически и планомерно-экономически согласованную единую систему (рис. 1).

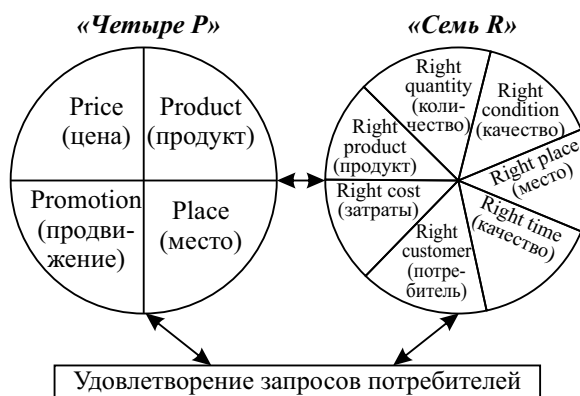


Рис. 1. Взаимодействие миксов маркетинга «4Р» и логистики «7R»

Маркетинг отслеживает и определяет возникший спрос, т.е. контролирует следующие элементы:

- цена;
- продукт (товар);
- продвижение;
- место.

Логистика обеспечивает физическое движение востребованной товарной массы к потребителю. Логистическая интеграция позволяет осуществить поставку требуемого товара в нужное место, в нужное время с минимальными затратами, т.е. обеспечивает выполнение правил «7 R» [5]:

- продукт – нужный товар;
- качество – необходимого качества;
- количество – в необходимом количестве;
- время – должен быть доставлен в нужное время;
- место – в нужное место;
- затраты – с минимальными затратами.
- потребитель – нужному (соответствующему) потребителю.

Логистика и маркетинг при верном управлении в организации и правильном распределении функций и ответственности за их реализацию должны работать в тесном сотрудничестве (Рис. 2) [5].

Для эффективного взаимодействия между отделами менеджмента и логистики в компании должен быть разработан комплекс мер, включающий определённые процедуры и выстро-

енные коммуникации регулярного характера, позволяющие образовывать смежные отделы.

В настоящее время в России маркетинго-логистическое управление – это неустойчивая концепция как в части содержания, так и в части сфер её эффективного применения [6]. Рассмотрим конкретные проблемы:

1. Низкая подготовленность экономики России к использованию инструментов и методов маркетинго-логистического подхода и других нововведений;

2. Необходимость разработки и внедрения программы логистизации потоковых процессов и логистических систем, как на отдельных участках, так и на всей логистической цепи;

3. Слабое взаимодействие маркетинговых служб с другими подразделениями с их логистическими системами;

4. Недостаточная проработка зон взаимной выгоды и перспективного компромисса для собственников или распорядителей сопряжённых логистических систем;

5. В целом, низкая востребованность рыночных структур российского бизнеса в маркетинго-логистическом управлении.



Рис. 2. Основные области взаимодействия маркетинга и логистики

В результате большинство знаний и навыков логистики, рассчитанные на более благоприятные условия, предлагают отечествен-

ным структурам такие варианты организации управления потоковыми процессами, которые либо не адаптированы под российскую дей-

ствительность, либо ухудшают результаты бизнеса вообще.

Для решения такого рода проблем необходимо разработать такую стратегию, которая будет направлена на «лечение» и приспособленность маркетинго-логистического подхода к системе управления бизнесом в России.

Данная стратегия должна включать следующие блоки решений:

- обеспечение оптимальности управления потоковыми процессами, в том числе реализация дополнительных резервов за счёт осуществления более успешных вариантов взаимодействия производственных сил;
- формализация и моделирование возникающих проблем на всех уровнях;
- разработка максимально оптимальной «технологии» управления потоковыми про-

цессами на отдельном участке и по всей логистической цепи в виде пространственно-временной последовательности исполнения управленческих задач;

- формирование и внедрение более совершенных организационных структур, форм и методов, технических средств и кадров управления, соответствующих новой «технологии» управления для более полного и точного решения логистических (информационных и оптимизационных) задач.

Для реализации стратегии необходимы специалисты, которые будут в совершенстве владеть всеми тонкостями маркетинго-логистического управления. Какими же знаниями и навыками должен обладать квалифицированный специалист?[2] (Рис. 3).

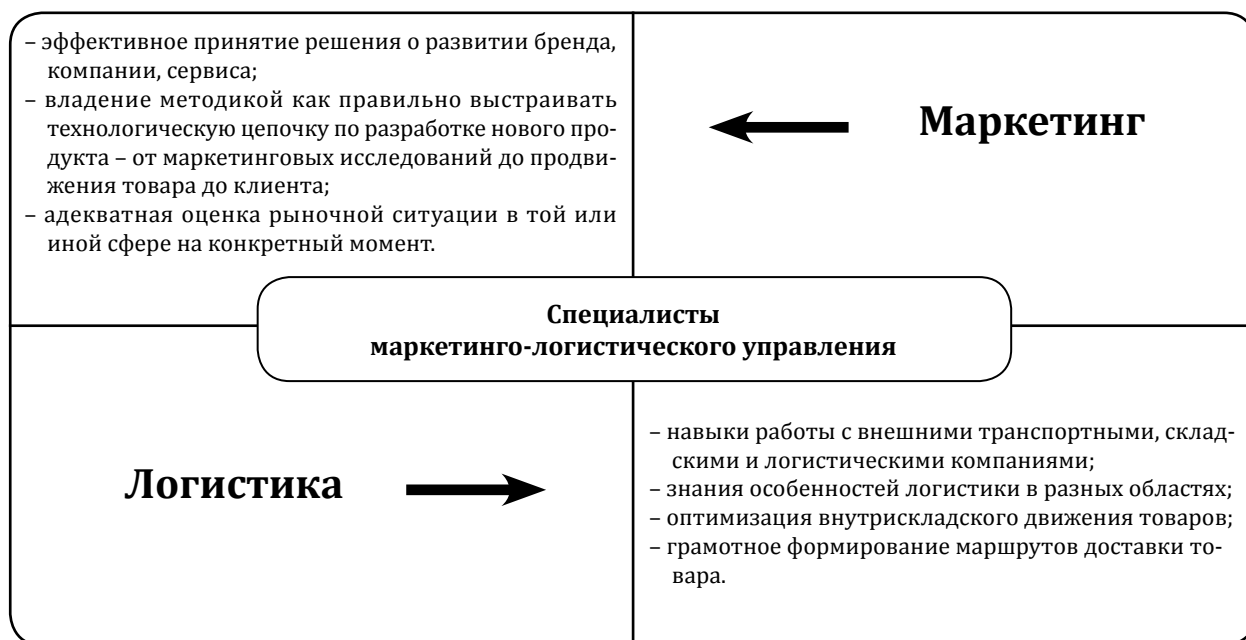


Рис. 3. Знания и навыки специалиста маркетинго-логистического управления

Есть яркие примеры компаний, которые смогли достичь успеха при помощи слияния маркетинга и логистики. Например, российскому ритейлеру «Магнит» за счёт умелого сочетания маркетинга и логистики удалось войти в пятёрку крупнейших ритейлеров мира. Ещё один удачный пример – деятельность знакомой практически каждому жителю РФ, компании «Ашан». За счёт логистики и маркетинга этой

компании удаётся оставаться лидером на рынке, обеспечивая при низких ценах более высокое качество и свежесть товаров, чем нам могут предложить другие торговые сети [2].

Таким образом, маркетинг и логистика – это две практические сферы менеджмента, взаимное и умелое сочетание которых даёт значительные конкурентные преимущества современному бизнесу.

**Библиографический список**

1. *Афанасьева Н.В., Багиев Г.Л., Лейдиг Г.* Концепция и инструментарий эффективного предпринимательства // Энциклопедия маркетинга. – URL: <http://www.marketing.spb.ru/read/m18/> (Дата обращения: 26.03.2016 г.).
2. Маркетинго-логистическое управление. Какие специалисты нужны современной экономике? // Сайт Института по переподготовке и повышению квалификации. – URL: <http://ippk.ispn.urfu.ru/marketing-logistika-reklama-pr/marketingo-logisticheskoe-upravlenie/> (Дата обращения: 31.03.2016 г.).
3. *Полянская Я. В.* Интеграция маркетинга и логистики как фактор повышения конкурентоспособности оптово-посреднических фирм // Российское предпринимательство. – URL: <http://bgscience.ru/lib/1391/> (Дата обращения: 26.03.2016 г.).
4. *Перник Д.* Логистика и маркетинг: проблемы взаимодействия // ITeam. – URL: http://iteam.ru/publications/logistics/section_72/article_2774 (Дата обращения: 26.03.2016 г.).
5. *Трифилова, А. А.* Маркетинговая логистика: учебное пособие/ А. А. Трифилова, А. Н. Воронков; Нижегород. гос. архит.-строит. ун-т. – Н. Новгород: ННГАСУ, 2011. – 83 с.
6. *Хаирова, С. М.* Развитие маркетингового и логистического подходов в управлении материальными потоками // Российское предпринимательство. – URL: <http://www.creativeconomy.ru/articles/7023/> (Дата обращения: 31.03.2016 г.).

А. А. Юссуф, Е. Д. Таланкина
ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени А.Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)

EVENT-МЕРОПРИЯТИЯ КАК КОМПОНЕНТ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В условиях современного рынка, когда всё труднее становится заинтересовать потребителя рекламными сообщениями, возникает необходимость в применении новых подходов к организации продвижения товаров и услуг. Это обусловлено тем, что компании, применяющие традиционный подход в продвижении не успевают соответствовать современным реалиям рынка с быстроменяющимися потребительскими предпочтениями.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что потребитель научился защищаться, переставая воспринимать рекламную информацию, а event-маркетинг способствует полноценному раскрытию имиджа бренда, позволяет запечатлеть его в сознании потребителя и управлять продажами в долгосрочной перспективе.

Event-мероприятия – это исключительные мероприятия, направленные на продвижение компаний, услуг, товаров и брендов с помощью красочных и запоминающихся событий, взаимодействий и восприятий.

Исключительный характер мероприятия отражают также следующие аспекты:

- оно дорого как память, запоминается как нечто исключительно позитивное;
- неповторимо, уникально;
- побуждает участников к активности, предоставляя им дополнительные выгоды и эффекты;
- грамотно спланировано, определённым образом оформлено, организовано и инсценировано;
- отличается многообразием ярких событий, взаимодействий и восприятий.

К основным целям, достигаемым при помощи инструментария событийного маркетинга, можно отнести:

- построение успешного бренда;
- создание новостного повода для PR-кампании;

- яркий запуск продукта на рынок;
- позиционирование марки, управление имиджем компании;
- продвижение марки за счёт продвижения события-бренда;
- формирование лояльных групп потребителей;
- продвижение товаров импульсного спроса;
- повышение продаж в долгосрочном периоде;
- формирование команды единомышленников среди сотрудников.

Из первоисточников известно, что первые развлекательные мероприятия появились ещё в начале 19-го века. В тот период началась продажа билетов на различные соревнования в профессиональном спорте. При этом и Олимпийские игры, например, в Древней Греции, или различные состязания в Древнем Риме также могут быть отнесены к развлечениям.[2]

Понятие «событийный маркетинг» пришло в российскую деловую лексику относительно недавно. Event-маркетинг в России имеет ряд особенностей[3]:

1. Каждый событийный проект содержит в себе мощную новостную составляющую и PR-поддержку в виде последующих публикаций в СМИ и репортажей.

2. Event-маркетинг обладает долгосрочным эффектом, т.к. начинается задолго до события в анонсах, афишах, на пресс-конференциях и продолжается в последующих выступлениях, гастролях и публикациях в СМИ.

3. По сравнению с традиционный рекламной, event-маркетинг позволяет сэкономить до 30% общего бюджета, в то время как эффективность достигается за счёт правильно спланированной и оригинальной рекламной кампании гораздо быстрее.

4. Event-маркетинг даёт возможность совершить прямые продажи за счёт привязывания их к мероприятию, хотя мероприятие не всегда подразумевает под собой продажу продукции.

Event-мероприятия, в первую очередь, подразделяются на внутренние и внешние. Внутренние организуются для сотрудников компании (относятся к области HR), внешние – для партнёров и журналистов и относятся к области маркетинга, PR.

Также все event-мероприятия можно дифференцировать по целям, которые они преследуют:

1. **Торговые события (trade events)** – деловые мероприятия, которые проводятся для партнёров, клиентов, дилеров и дистрибьюторов с целью наглядной демонстрации продукции, услуг их достоинств.

2. Корпоративные мероприятия (**corporate events, HR events**) – один из инструментов тимбилдинга, укрепляющий внутренние связи между коллегами и создавая атмосферу партнёрства между руководством компании и её сотрудниками.

3. Специальные мероприятия (**special events**)– фестивали, вручение премий, мероприятия для прессы, специальные события и т.д.

4. Игровой промоушн (play promotion) – вовлечение потребителей в игру с целью завоевания их интереса к продукту или марке. Достигается коммуникативный эффект и обеспечение обратной связи с потребителями.

5. Провокационный маркетинг, шок-промоушн – это эксплуатация человеческого любопытства и мгновенного реагирования на события скандального характера в целях стимулирования интереса к торговой марке или продукту. Целью таких действий является создание видимости неявного продвижения товара.

Для того чтобы event-мероприятие в итоге обязательно повлекло за собой серьезную положительную отдачу, необходимо внимательно, грамотно и последовательно выстроить весь процесс организации:

1. Разработка мероприятий. На этом этапе происходит постановка целей и задач.

2. Время, место и целевая аудитория – это параметры, которые необходимо определять при подготовке мероприятий в соответствии

с целями и особенностями аудитории. Очень важным моментом является правильная оценка целевой аудитории.

3. Содержание. Сценарий. Зрелище. Каждая деталь должна быть грамотно вписана в концепцию мероприятия и работать на целостную идею события. Нельзя забывать и о культурно-эстетической компоненте, которая должна соответствовать аудитории.

4. Информационная поддержка мероприятия. Аудитория должна быть оповещена о будущем event-мероприятии заранее. Как правило, период для приглашения участников составляет от двух недель до месяца.

После проведения event-мероприятия в случае его масштабности и, особенно в случае социальной значимости, должна быть «запущена» вторая волна информации о нём в СМИ и Интернете.

5. Спонсорство мероприятий. Компания, участвующая в важном мероприятии в качестве спонсора, получает возможность не только привлечь внимание целевой аудитории, но и, главное – заявить о себе как о серьёзной организации.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что к event-мероприятиям нельзя относиться легкомысленно и придавать им мало значения. Хорошо организованное, продуманное событие может принести большую материальную и нематериальную прибыль, чем обычные средства массовой рекламы и PR, особенно при продвижении продукции и услуг.

Перед организацией event-мероприятия необходимо определить фиксированный бюджетный ресурс и комиссионные для исполнителя, в случае, если компания решает воспользоваться услугами event-агентства.

Темпы развития event-бизнеса по-прежнему удивительны. Согласно прогнозам американского Бюро трудовой статистики в период с 2010 по 2020 год рост event-индустрии составит 44%, что значительно превышает показатели роста других отраслей.[1]

Библиографический список

1. Демидова Е. На пороге новой эры event-индустрии. // Event.ru URL: <http://event.ru/trips/na-poroge-novoy-event-industrii/> (Дата обращения: 25.03.16 г.)
2. Зозуля Т. Ивент-менеджмент – это управление организацией мероприятий. Event-менеджмент и его развитие в России. // FB.ru URL: <http://fb.ru/article/162710/ivent-menedjment-eto-upravlenie-organizatsiey-meropriyatiy-event-menedjment-i-ego-razvitie-v-rossii> (Дата обращения: 25.03.16 г.)
3. Манихин А. А. Особенности event-маркетинга в России. // Научная электронная библиотека «Киберленка» URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-event-marketinga-v-rossii> (Дата обращения: 26.03.16 г.)

Д. В. Кларк

к.э.н., доцент кафедры бухгалтерского учёта Колледжа бизнеса
Блумсбергского университета Пенсильвании (США)

А. А. Юссуф, К. А. Чубрина

ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени А.Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)

ЭМОЦИОНИРОВАНИЕ БРЕНДА КАК ЭФФЕКТИВНАЯ МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ

На сегодняшний день сфера маркетинга является наиболее трудной и придирчивой, поэтому необходимо уделять значительное внимание эмоциональной стороне брендинга для узнавания продуктов и услуг различных компаний. В связи с этим должны создаваться более неформальные контакты и тесные связи с целевыми аудиториями. Если грамотно применять психологическое воздействие на чувства и эмоции потребителей, в конечном итоге можно, действительно, добиться того, что они будут чувствовать себя достаточно довольными и счастливыми, а также признавать бренд, благодаря которому эти чувства у них возникли. Клиенты становятся более лояльными, а, как известно, высокий уровень лояльности потребителей приводит к росту продаж [9].

Бренды используют всевозможные маркетинговые стратегии для достижения своей цели. **В условиях динамичного рынка эмоциональное брендинг позволяет получить неповторимую возможность извлечения максимальной выгоды из понимания потребителей и получения отличий от конкурентов.**

Эмоциональное брендинг – сложное стратегическое уровня, которое отвечает за создание нужной ценностной оценки посредством коммуникации бренда [2].

Конечная задача эмоционального брендинга – создание во внесознательной сфере человека прочной ассоциативной связи «личностная ценность» – «бренд» [3].

Американский маркетинголог К. Робертс считает, что самая большая проблема для специалистов по маркетингу – создание сильной эмоциональной связи потребительского бренда

и нового импульса лояльности. Эмоциональный бренд он назвал «Lovemarks», что в дословном переводе означает «любовь знаков», – это образ бренда, нацеленный на создание эмоциональной связи с пользователем. Для определения понятия «Lovemarks» Робертс также приводит такое определение: лучшие бренды строятся на доверии, а великие – на любви [6].

Experiential Marketing/ Experience Marketing дословно переводится как «маркетинг, основанный на опыте». В русском языке наиболее соответствующим вариантом перевода является «маркетинг впечатлений». В данном контексте имеются в виду впечатления или эмоции, которые получает клиент после посещения того или иного заведения, или же потребления продукта, товара, либо же получения сервиса.

Естественно, это вовлекает потребителя, так как всё происходит перед глазами клиента. Происходит своего рода некое шоу при посещении заведения или получения сервиса.

Главной целью маркетинга впечатлений является построение прочной эмоциональной взаимосвязи между торговой маркой и потребителем.

Влияние *experience marketing* на потребителей:

1. На фоне впечатлений лучше запоминается информация о продукте (ТМ, бренде).

2. Отождествление продукта (ТМ, бренд) с приятными эмоциями, которые получают во время представления.

3. Лучше воспринимается то, что производитель предлагает ненавязчиво: у потребителя складывается ощущение собственного выбора.

4. Благодаря эмоциональной вовлеченности полученный положительный эффект сохраняется надолго.

5. Позитивные переживания обеспечивают продукту (ТМ, бренду) полную лояльность.

Результатом маркетинга впечатлений является завоевание эмоций целевой аудитории, а также её лояльности к бренду, стимулирование сбыта и повышение имиджа компании.

Создание лояльности к бренду происходит последовательно посредством особенностей его восприятия через ассоциации конкретных эмоциональных переживаний, то есть эмоционального опыта, с продуктом или услугой.

Есть много компаний, которые при работе по созданию своих брендов намеренно «спаривают» положительный эмоциональный опыт потребителей с продуктами (услугами). Те компании, которые делают это хорошо, как правило, весьма успешны.

Рассмотрим наиболее яркие примеры благополучных компаний, которые используют маркетинг впечатлений для своего развития.

Классический пример демонстрирует ощущение удивления, которое у людей ассоциируется с компанией Walt Disney, её фильмами и тематическими парками (Disney Land). В случае с Disney Land эмоции остаются на всю жизнь, даже у взрослых, так как они полностью погружаются в атмосферу детства, несмотря на то, что уже выросли. А дети в свою очередь вырастают и отправляют своих детей в ту сказку, в то театрализованное шоу, где все герои словно ожили из их любимых мультфильмов. Это ярчайший пример *experience marketing*, где клиент остаётся лоялен навеки, потому что успех компании построен исключительно на впечатлениях.

Знаменитая книготорговая сеть Barnes&Noble открыла в своих книжных магазинах замечательные кафе, она обеспечивает посетителей возможностью читать новые книги прямо в торговых залах, оборудовав их для этого столами и стульями, организует вечерние лекции и представления. Магазин состоит из нескольких этажей. Пришедшие в него покупатели могут сразу на первом этаже уточнить, есть ли в наличии нужная книга и узнать, где она находится.

Особенности Barnes&Noble:

1. Отсутствие ступенек, одни эскалаторы.

2. Фишка магазина – персонал не гоняет людей, просто читающих на полу. Barnes & Noble на Манхэттене в разы больше и посетителей там тоже в разы больше. Сидящих на

полу читателей можно встретить в каждом углу.

3. Полки организованы как в библиотеках, есть лестницы, которые могут передвигаться вдоль стеллажей.

4. В отделе детской книги и игрушек-развивашек есть столики для детей.

5. Тут же продают сопутствующие аксессуары. «Набедренные» столик для чтения, чашки, лампы для чтения в темноте и много других удивительных вещей.

6. Почти во всех магазинах сети Barnes & Noble есть Старбакс, который также может являться примером маркетинга впечатлений.

В Алмате группа ребят решила создать проект для души. Около года они уговаривали администрацию алматинского трамвайного депо о переоборудовании обычного трамвая в тематический трамвай-кафе (**TramCafe**), сами создали для него интерьер и сделали ремонт. Их девиз: «Наша миссия – дарить людям счастье!». Особенностью является и то, что посетителей называют не клиентами, а гостями. Изюминкой создания такого уютного трамвая-кафе является его эксклюзивность и неповторимость, поэтому было решено отказаться от франшиз и идеи запуска второго трамвая. И оно до сих пор пользуется большим успехом, создавая невероятные впечатления.

Каждый посетитель магазинов-мастерских «Build-A-Bear» должен приложить усилия, чтобы за свои деньги заполучить товар. Сначала ему придётся выбрать игрушку, потом самому сделать запись, которая будет имитировать голос игрушечного медведя, затем выбрать ему сердце, сшить, почистить, дать имя и получить на него паспорт и, наконец, потратить время на то, чтобы одеть его в соответствии с собственным вкусом.

Площадь магазина Globetrotter shop в Германии, специализирующегося на товарах для активного отдыха – 7 000 кв.м. Здесь создано большое количество стендов, конструкций и даже озеро и морозильная камера, на которых потребители могут протестировать товар перед покупкой. В камере поддерживается минусовая температура, а на полу лежат глыбы льда, на которые можно присесть и опробовать, действительно ли так теплы лыжные штаны, как об этом написано и говорят продавцы-консультанты. Также на стене висит

термо- датчик, который на мониторе показывает в каких местах куртка сохраняет тепло.

Таким образом, в современном мире, переполненном информацией и разнообразием продукции, маркетинг впечатлений становится актуальным и выходит на первое место. Нужно заметить, что эмоциональная привязка намного сильнее, чем простые привычки, т.к. клиентом при выборе того или иного товара, услуги, движет во многом эмоция, а не разум.

Впечатления остаются надолго, люди готовы ими делиться, тут-то и включается тот самый принцип «сарафанного радио». Для компаний, которые используют маркетинг, основанный на опыте, снижается затратность PR и рекламы.

Сегодня тема маркетинга впечатлений очень актуальна особенно для тех компаний, которые стремятся завоевать клиента и добиться устойчивого конкурентного преимущества.



Библиографический список

1. А. Гимранов, специалист компании «ПетроКазахстан» по отчётности и анализу рынка, MBA в сфере маркетинга, «МАРКЕТИНГ ВПЕЧАТЛЕНИЙ». – URL: <http://and.kz/site/article/802>.
2. Тамберг В. Эмоционирование бренда: стратегия влияния. – URL: <http://newbranding.ru/articles/emotioning-of-brand>.
3. Тамберг В., Бабьин А. Эмоционирование. Власть над подсознанием потребителя. – URL: <http://www.sostav.ru/columns/opinion/2005/stat33/>.
4. Акулич М. Эмоционирование брендов. – URL: <http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/strategy/emo.htm>.
5. Стародуб С. Книжный магазин Barnes&Noble. – URL: <http://www.abroadmag.ru/blog/USA/5848.html>.
6. Lovemarks. Бренды будущего / Кевин Робертс. – URL: <http://mustread.livejournal.com/399581.html>.
7. Сайт магазина Globetrotter shop. – URL: <https://www.globetrotter.de/filialen/dresden/>.
8. Сайт магазина «Build-A-Bear». – URL: <http://www.buildabear.com/>
9. Дмитриев Ю. А., Филимонова Н. М. Применение маркетингового инструментария в процессе привлечения внимания потребителей к бренду на рынке // Известия Международной академии аграрного образования. – 2016. – № 26. – С. 54–56.

В. А. Ястребов, К. А. Воронова, Н. Н. Казанин
*ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет
имени А.Г. и Н. Г. Столетовых» (г. Владимир)*

БИЗНЕС-ИНКУБАТОР КАК ИНСТРУМЕНТ ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА (на примере Владимирской области)

Одна из главных проблем предпринимательства, а особенно регионального – проблема финансирования. Решить эту проблему призваны организации, которые занимаются поддержкой предпринимателей и инновационных фирм. Такими компаниями являются инкубаторы бизнеса (бизнес-инкубаторы) и инкубаторы технологий.

Бизнес-инкубатор – один из наиболее эффективных инструментов развития предпринимательства и его поддержки, так как именно бизнес-инкубатор даёт возможности заложить основы новой генерации субъектов малого предпринимательства, поддержать уже действующих предпринимателей и решить многие экономические и социальные проблемы муниципального образования.

Инкубаторы бизнеса – это контролируемая среда, которая обеспечивает защиту, выращивание, заботу для новых предприятий на самой ранней стадии их развития – вплоть до обретения ими готовности к самоподдерживающему развитию.

В различных источниках инкубаторы называют по-разному: «предпринимательский центр», «инновационный центр», «технологический бизнес-центр». Но, несмотря на различные названия, отличительной особенностью такой формы организации инновационной деятельности является тот факт, что бизнес-инкубаторы заняты развитием не конкретного товара, а независимого хозяйствующего субъекта.

В России инкубаторские структуры организованы на базе ВУЗов и научных центров. Вместе с тем, учитывая недостаточное финансирование высшей школы, целесообразно привлекать крупных финансовых инвесторов, прежде всего в лице инвестиционных фондов и коммерческих банков.

Роль инкубаторов бизнеса в создании новых малых предприятий и предпринимателей на территории муниципального образования состоит не только в их непосредственной инкубации, но и в том, что за счёт профилирования бизнес-инкубатора и процедуры конкурсного отбора предприятий для размещения на его площадях органы местного самоуправления готовы оказывать поддержку тем предприятиям, деятельность которых соответствует приоритетам развития данной территории.

Так, например, целью создания бизнес-инкубаторов на территории Владимирской области является поддержка и развитие малого бизнеса согласно стратегии социально-экономического развития Владимирской области. Если говорить о поддержке уже действующих предпринимателей, то большая часть всех бизнес-инкубаторов оказывает услуги (включая маркетинговые исследования, консультации, бизнес-услуги и т.п.) не только инкубируемым предприятиям, но также и всем другим заинтересованным предпринимателям. Роль инкубатора как бизнес-центра и бизнес-консультанта очень важна для небольших муниципальных образований, где ещё не до конца сложилась разветвлённая инфраструктура услуг для деятельности предпринимателей. Основным направлением деятельности бизнес-инкубаторов во Владимирской области является содействие в становлении и дальнейшем развитии начинающих предпринимателей [1].

Участие муниципалитета в бизнес-инкубаторе в качестве партнёра или учредителя позволяет реализовывать собственную политику в экономической сфере, в частности, оказывая содействие занятости населения и, косвенным образом, – даёт возможность роста доходной части муниципального бюджета. Поддерживая начинающих предпринимателей, бизнес-инкубаторы занимаются непо-

средственным созданием новых предприятий и рабочих мест.

В настоящее время во Владимире и области зарегистрировано 7 бизнес-инкубаторов. Среди услуг, которые предоставляют эти организации можно выделить:

- консультационные услуги по ведению бухгалтерской и налоговой отчетности;
- подготовка учредительных документов и регистрация юридических лиц;
- поиск инвесторов и посредничество в контактах с потенциальными деловыми партнёрами;
- помощь при проведении маркетинговых исследований;
- консультирование по вопросам коммерческой деятельности и управления предприятием;
- поддержка при решении правовых и административных проблем;
- оказание информационно-консультационных услуг по вопросам налогообложения.

На базе Владимирского государственного университета имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых также организован бизнес-инкубатор, целью которого является вовлечение молодёжи в наукоёмкий бизнес и содействие трудоустройству выпускников ВлГУ путём интеграции университета в систему предпринимательской деятельности Владимирского региона [2]. Данный бизнес-инкубатор позволяет выпускникам ВлГУ влиться в систему предпринимательской деятельности Владимирского региона, а также без больших затрат открыть свой бизнес внутри инкубатора, набраться опыта от действующих предпринимателей и быть готовыми вести свой собственный бизнес за пределами инкубатора.

Развитие предпринимательства позволяет повысить инвестиционную привлекательность территории, а привлечение инвесторов – одна из основных задач администраций муниципальных образований [3]. Однако при решении этой задачи большинство из них сталкивается с рядом трудностей. У начинающих предпринимателей крайне мало шансов привлечь финансовые ресурсы для своих проектов на «разумных» условиях, и они вынуждены искать дополнительные источники финансирования.

В сложившейся ситуации бизнес-инкубатор может оказать начинающим предпринимателям содействие в привлечении кредитов и займов, используя при этом следующий механизм: бизнес-инкубатор, выступая в качестве гаранта возврата кредита, берёт под контроль целевое использование средств, а предприниматель с первых шагов приобретает знания о работе с традиционными источниками финансирования. Помимо этого, сотрудники бизнес-инкубатора помогают предпринимателям правильно оформить заявку на получение льгот, которые предоставляются органами местного самоуправления, и оказывают поддержку при прохождении всех необходимых согласований в муниципальном образовании. В отдельных случаях бизнес-инкубаторы могут также помочь предпринимателям с привлечением других видов ресурсов: людских, нематериальных и материальных.

Под бизнес-инкубатором на территории Владимирской области подразумевается организация, которая создана и ориентирована на поддержку предпринимателей на ранней стадии их деятельности – стадии, когда срок деятельности субъекта малого предпринимательства, с момента государственной регистрации и до момента подачи заявки на участие в конкурсе на предоставление помещений в аренду и оказания услуг бизнес-инкубатором не превышает трёх лет. Также такая организация осуществляет поддержку предпринимателей путём предоставления в аренду помещений и оказания всех необходимых для ведения предпринимательской деятельности услуг, в том числе консультационных, бухгалтерских и юридических, а также проведения образовательных тренингов и семинаров [4]. Перспективными направлениями сферы деятельности бизнес-инкубатора во Владимирском регионе являются биотехнологии, IT-технологии, робототехника, мехатроника, энергосбережение и др [5].

Таким образом, бизнес-инкубаторы способствуют:

- развитию предпринимательства в области наукоёмких технологий;
- ускорению использования научно-технических достижений;
- содействуют структурным сдвигам в экономике, росту занятости и благосостояния.

Результатом работы инкубаторов для местных органов власти и управления является оживление деловой активности на территории, формирование сектора экономики альтернативного государственному. Появляются новые отрасли промышленности, постепенно решается проблема занятости, оттока с территории наиболее способной и активной части населения, создаётся новая основа

налоговых поступлений от многочисленных
сильных фирм.

Вузы, научно-исследовательские институты и пр. получают эффективный механизм передачи технологий из науки в промышленность. Сотрудники научных организаций получают возможность дополнительного заработка за счёт оказания консультаций предпринимателям.

Библиографический список

1. Бизнес-инкубатор Владимирской области [электронный ресурс] URL – <http://vladbi.ru/> (дата обращения 17.05.2016г)
2. Владимирский государственный университет имени А. Г. и Н. Г. Столетовых. Научно-исследовательская деятельность [электронный ресурс] URL – <http://www.sci.vlsu.ru/> (дата обращения 19.05.2016г)
3. Постановление Правительства Российской Федерации от 22.04.2005 № 249 «Об условиях и порядке предоставления в 2006 году средств федерального бюджета, предусмотренных на государственную поддержку малого предпринимательства, включая крестьянские (фермерские) хозяйства».
4. Порядок оказания государственных услуг в рамках развития процессов бизнес-инкубирования государственным автономным учреждением Владимирской области «Бизнес – инкубатор»
5. Филимонова Н. М. Разработка модели государственной поддержки малого предпринимательства в регионе // Научные труды Вольного экономического общества России. 2014. Т. 187. С. 248–258.

Н. Н. Яшалова, Д. А. Пискунова
ФГБОУ ВПО «Череповецкий государственный университет»

ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЁРСТВО В РАЗВИТИИ СПОРТА ВЫСШИХ ДОСТИЖЕНИЙ В РЕГИОНЕ

Спорт высших достижений считается составной частью спорта и представляет собой систему организованной подготовки спортсменов высокой квалификации и проведения соревнований в целях достижения максимальных результатов. Цель спорта высших достижений принципиально отличается от цели массового. Это достижение максимально воз-

можных спортивных результатов или побед на крупнейших спортивных соревнованиях [2].

За последние годы в Российской Федерации наблюдается ухудшение ситуации в спорте высших достижений. В таблице 1 продемонстрирована статистика по численности занимающихся в детско-юношеских спортивных школах по биатлону и лыжным гонкам.

Таблица 1

Численность занимающихся в детско-юношеских спортивных школах Вологодской области

	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
БИАТЛОН						
Начальная подготовка	136	130	101	114	108	116
Учебно-тренировочный этап	61	85	91	89	87	81
Этап высшего спортивного мастерства	1	0	0	0	0	0
ЛЫЖНЫЕ ГОНКИ						
Начальная подготовка	1262	1082	1030	755	761	534
Учебно-тренировочный этап	857	974	930	783	739	767
Этап высшего спортивного мастерства	6	3	2	5	3	0

Источник: Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru/>

В спорте существует несколько этапов подготовки спортсменов. Основными из них считаются: этап начальной подготовки, учебно-тренировочный этап и этап высшего спортивного мастерства. Анализ данных таблицы 1 показывает, что в период 2010–2015 гг. на начальной подготовке в биатлоне численность занимающихся уменьшилась на 17%. На учебно-тренировочном этапе в 2012 г. наблюдалась наибольшая численность. На этапе высшего спортивного мастерства только в 2010 г. по биатлону был один человек, а на текущий момент времени таких спортсменов нет.

Результаты по численности занимающихся лыжными гонками в Вологодской области демонстрируют существенный спад. В период 2010–2015 гг. на начальном этапе численность спортсменов уменьшилась на 136%. На учебно-тренировочном этапе в лыжных гонках численность занимающихся спортсменов уменьшилась по сравнению с 2010 г. на 10%. На этапе высшего спортивного мастерства – в 2010 г. приходилось наибольшее число

спортсменов – 6, а в 2015 г. этот показатель имеет нулевое значение.

Следующая проблема спорта высших достижений заключается в количестве спортивных сооружений. Так, по Вологодской области, согласно данным Федеральной службы государственной статистики, в период 2009–2014 гг. спортивных залов сократилось на 6,5%, лыжных баз уменьшилось на 8%, а вот количество стадионов увеличилось на 27%.

В биатлонном спорте обязательно требуются стадионы, оборудованные стрельбищем. В Вологодской области в Верховажском районе существует единственный стадион для пневматического биатлона, в 2014 г. был построен в Грязовецком районе стадион со стрельбищем для малокалиберной винтовки.

Спортивный разряд является показателем физической, технической и тактической подготовленности спортсмена. Он характеризует уровень спортивного мастерства и присваивается на городских и областных соревнованиях. Всего в спорте выделяют 10 разрядов и званий. На региональном уровне основными считаются кандидат в мастера спорта и первый разряд

спортсмена. В Вологодской области преобладают спортсмены с первым разрядом. Согласно официальной статистике численность подготовленных спортсменов первого разряда за период 2009–2014 гг. уменьшилось на 303% (с 1379 до 342 человек), а вот кандидатов увеличилось на 19% (со 129 до 153 человек).

Проблема финансирования остаётся одной из ключевых в спорте высших достижений. На развитие спорта в субъектах Российской Федерации выделяются бюджетные ассигнования. Бюджетные ассигнования – это бюджетные средства местного, регионального и федерального уровня, выделенные на экономическое развитие, укрепление обороноспособности, осуществление мероприятий по управлению государственным долгом, а также содержание государственных органов и местного самоуправления. В Вологодской области в период 2012–2015 гг. в биатлоне наблюдается спад бюджетных ассигнований на 6%. По лыжным гонкам номинальные объёмы финансирования не изменились, однако с учётом роста цен в стране реальная величина этих средств уменьшилась почти на четверть. Резкий подъём бюджетных ассигнований (приблизительно в 2 раза) как в биатлон, так и в лыжные гонки наблюдался в 2014 г., что связано с Олимпиадой-2014.

На наш взгляд, проблема финансирования спорта высших достижений напрямую влияет на результаты спортивной деятельности. Например, значительные по сравнению с Вологодской областью объёмы финансирования спорта в Тюменской области или Ханты-Мансийском автономном округе сказываются на количестве спортсменов высших званий в этих регионах страны.

Как показывает практика, бюджетное финансирование не обеспечивает в полной мере, как потребности спорта высших достижений, так и развитие спорта в целом. Большую часть средств необходимо вкладывать на подготовку спортсменов высокой квалификации, на строительство спортивных сооружений, предназначенных для проведения соревнований высокого ранга [6]. Для инвесторов, готовых инвестировать денежные средства в физическую культуру и спорт, не созданы соответствующие условия.

В новых социально-экономических условиях произошли негативные изменения в по-

становке физкультурно-оздоровительной и спортивной работы в трудовых коллективах. Многократное повышение стоимости физкультурных и спортивных услуг сделало недоступными учреждения физической культуры и спорта, туризма и отдыха для общества [3].

Таким образом, основными проблемами в спорте высших достижений можно считать:

- 1) Состояние материально-технической базы (спортивных сооружений);
- 2) Оснащённость спортивных сооружений современным инвентарём и оборудованием (лыжи, палки, ботинки и т.п.);
- 3) Восстановление медико-биологических мероприятий для спортсменов восстановительных медико-биологических мероприятий.

Для решения данных проблем необходимо разработать и внедрить совместно с региональными и общероссийскими федерациями по видам спорта и органами исполнительной власти целевые программы по развитию олимпийских видов спорта, признанных в Вологодской области приоритетными, в частности биатлон и лыжный спорт. Такие региональные программы должны быть ориентированы на [1]:

- 1) развитие биатлона и лыжных гонок в субъекте Российской Федерации;
- 2) развитие и укрепление спортивной материальной базы;
- 3) развитие государственно-частного партнёрства;
- 4) подготовку высококвалифицированных специалистов (тренеров-преподавателей) по виду спорта;
- 5) противодействие использования допинга;
- 6) пропаганду, маркетинг, популяризацию.

Также необходимо сделать акцент на развитие внебюджетных источников финансирования спорта высших достижений, к которым могут относиться:

- 1) средства спонсоров и благотворительных организаций (добровольные взносы юридических и физических лиц, включая средства попечительских фондов);
- 2) средства от предоставления рекламных мест, прав на трансляцию и т.п.,
- 3) средства от реализации платных услуг населению;
- 4) средства от предпринимательской деятельности физкультурно-спортивных обществ;

- 5) средства от продажи и сдачи в аренду объектов недвижимости, принадлежащим субъектам развития высшего спорта в регионе;
- 6) средства от совместной с коммерческими партнёрами эксплуатации объектов спорта;
- 7) создать условия для инвесторов.

Известно, что сохранение здоровья и поддержание высокой работоспособности спортсменов возможно лишь при выполнении физических и психоэмоциональных нагрузок, соответствующих их адаптационным возможностям. Нагрузки ниже оптимального уровня не дают нужного тренировочного эффекта, а выше оптимального, наоборот, становятся чрезмерными и могут стать причиной возникновения различных предпатологических и патологических изменений в организме, как от физического, так и психоэмоционального перенапряжения [4].

Для усиления научно-медицинского сопровождения спорта высших достижений в Вологодской области необходимо создать на базе имеющихся областных физкультурно-спортивных диспансеров научно-медицинские центры. В них можно было бы отслеживать физическое состояние перспективных спортсменов, членов сборных команд региона, кандидатов в члены сборных во время и после тренировок, проводить лечебные и восстановительные мероприятия. Как показывает опыт других регионов, успешным решением в этом направлении является работа со спортсменами в комплексных научных группах. Именно эти меры позволят предотвратить сбой организма спортсмена в самый ответственный соревновательный период.

Одним из способов решения проблемы финансирования спорта высших достижений должно стать государственно-частное партнёрство (ГЧП). В зарубежных странах более 60% инвестиционных проектов в спорте реализуются на принципах государственно-частного партнёрства – происходит привлечение частного финансирования при поддержке государства в создание спортивной инфраструктуры.

В Российской Федерации механизм ГЧП, в основном, применяется при строительстве и модернизации спортивных сооружений и объектов спортивной инфраструктуры. Однако учитывая европейский опыт, необходимо расширить перечень направлений применения ГЧП за счёт проектов, связанных с подготовкой специалистов в спортивной сфере, профессиональных спортсменов и тренеров, разработкой национальных спортивных стандартов, организацией спортивных мероприятий, производством спортивного инвентаря, развитием массовой физической культуры и спорта, а также с развитием центров инклюзивного спорта.

Наиболее богатый опыт привлечения предпринимательства в спортивные проекты наблюдается в Москве и Московской области, Республике Татарстан и Нижегородской области. Успешная реализация проектов строительства спортивных объектов, обеспечивающих проведение всех запланированных крупных спортивных мероприятий с использованием механизма ГЧП, обуславливает необходимость совершенствования условий его применения [5]. В настоящее время государством и субъектами Российской Федерации принимаются достаточно серьёзные меры для улучшения инвестиционного климата и привлечения российского частного капитала в инвестиционные проекты [7]. Основные направления поддержки ГЧП связаны со снижением налоговой нагрузки, упрощением таможенных процедур, облегчением визового режима, упрощением правил иммиграции, упрощением разрешительного режима на проведение строительных работ, предоставлении бизнесу земельных участков и др.

Таким образом, одним из успешных механизмов для строительства и модернизации объектов спортивной инфраструктуры, связанных со спортом высших достижений должно стать государственно-частное партнёрство.

Библиографический список

1. Бакулина Я.С., Ведерников А. В., Гусев А. А. Социально-экономические проблемы в области спорта и физической культуры системы ВУЗа, пути решения и развития // Вестник НГИЭИ. – 2015. – № 9 (52). – С. 18-22.
2. Галкин В. В. Экономика и управление физической культурой и спортом : учеб. пособие для вузов. – Ростов н/Д : Феникс, 2006. – 448 с.
3. Обухов С.М. О проблемах развития физической культуры и спорта // Северный регион: наука, образование, культура. – 2012. – № 1-2. – С. 163-166.

4. Соколовская И.А., Полеев С. В. Медико-биологические проблемы физической культуры и спорта // Физическая культура и спорт – основы здоровой нации : сб. трудов междунар. науч.-практич. конф. – Чита, 2016. – С. 237–240.

5. Тихонова М. М. Перспективы использования механизма государственно-частного партнёрства в сфере физической культуры и спорта // Вестник Полоцкого государственного университета. Сер. D. – 2013. – № 5. – С. 30–32.

6. Юсупов Р.А., Бариев М. М. Социальные и экономические проблемы спорта и основные пути их решения // Перспективы развития современного студенческого спорта. Итоги выступлений российских спортсменов на Универсиаде-2013 : материалы Всерос. науч.-практич. конф. – 2013. – С. 47–48.

7. Моргунова Н.В., Филимонова Н. М., Ерлыгина Е. Г. Стратегическое управление системой высшего образования в регионе : монография / Н. В. Моргунова, Н. М. Филимонова, Е. Г. Ерлыгина ; Гос. образовательное учреждение высш. проф. образования «Владимирский гос. ун-т». – Владимир, 2010. – 202 с.

РАЗДЕЛ 2

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ И ОПТИМИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ ПЛАНИРОВАНИЯ

С. А. Балынина, Т. А. Мороз

*Владимирский филиал Финуниверситета
(г. Юрьев-Польский)*

ОЦЕНКА КРЕДИТОВАНИЯ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ во Владимирской области в 2012–2015 гг.

Материалы опубликованы при финансовой поддержке РГНФ, проект 16–12–33003/16 – Региональный конкурс «Центральная Россия: прошлое, настоящее, будущее» 2016 – Владимирская область – «Разработка методического обеспечения оценки эффективности реализации государственных программ (федеральный и региональный аспекты) для оптимизации бюджетного планирования и повышения результативности государственного управления».

Как известно, экономическая ситуация в стране во многом определяется состоянием банковского сектора, роль которого в развитии российской экономики постоянно увеличивается [1, с. 193]. Предоставление кредитов физическим лицам является традиционным видом предоставляемых услуг банком. И с каждым годом увеличивается объём кредитов, предоставленных физическим лицам. В настоящее время кредитование стало частью жизни людей, так как кредит может помочь физическим лицам достигнуть своей цели, а именно, приобрести автомобиль, бытовую технику, купить квартиру и т.д., но с условием возвратности и уплаты процентов. Банковское кредитование происходит при выполнении следующих принципов: возвратность и срочность кредитования; обеспеченность кредита; платность; дифференцированность.

Банки, их филиалы, кредитные организации предоставляют ссуды всем желающим при выполнении определённых требований. Клиент должен представить в банк определённый пакет документов: паспорт или другой удостоверяющий личность документ, справку о доходах заёмщика и поручителей (если необходимо). Динамика кредитов, предоставленных физическим лицам во Владимирской области в 2012–2015 годах отражена на рисунке 1.

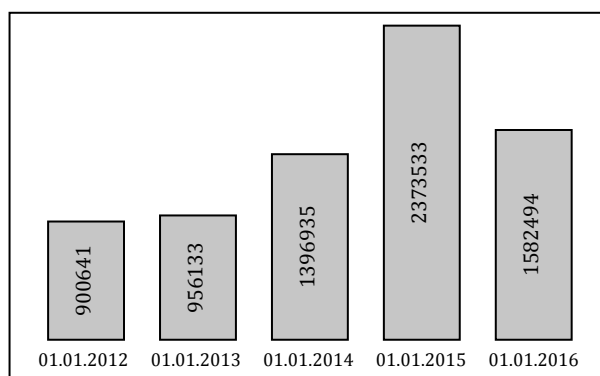


Рис. 1. Динамика кредитов и прочих средств, предоставленных физическим лицам, тыс. руб.

Рассмотрев динамику кредитов, выданных физическим лицам, можно сделать вывод, что в течение анализируемого периода ссуды выдавались неравномерно. Так, на 01.01.2015 года по сравнению с аналогичным периодом 2012 года объём выданных кредитов во Владимирской области увеличился почти на 1,5 млрд руб., а в 2016 году по сравне-

нию с 2015 годом снижение составило около 800 миллионов рублей.

Объём выданных кредитов физическим лицам с каждым годом становится больше. Вместе с тем, как показывает практика, растёт и просроченная задолженность по кредитам и на сегодняшний день вопрос о просроченной задолженности по выданным кредитам остаётся открытым.

Сведения о просроченной задолженности по кредитам, предоставленным физическим лицам, отражены на рисунке 2.

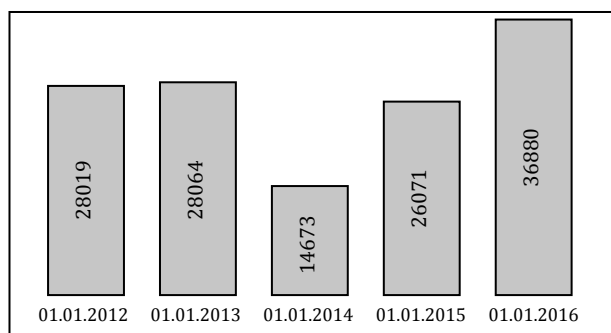


Рис. 2. Данные о просроченной задолженности по кредитам физических лиц, тыс. руб.

Данные рисунка показывают, что просроченная задолженность достаточно большая. Несмотря на её снижение на начало 2014 года, в последующие годы невозвращенный вовремя долг значительно возрос. Это связано с обострением экономической ситуации в стране в декабре 2014 года. В условиях экономической турбулентности Банк России вынужден был увеличить ключевую ставку до 17%, из-за чего возросли процентные ставки по кредитам. Многие заёмщики, особенно взявшие кредит в иностранной валюте, к такой перемене не были готовы. На 1 января 2015 года просроченная задолженность в регионе составила 26091 тысяч рублей, что превысило аналогичный показатель предыдущего года на 11398 тысяч рублей. К началу 2016 долг населения перед банками Владимирской области составлял уже около 36,9 миллионов рублей.

Каждая кредитная организация предлагает широкий диапазон кредитования физических лиц. Среди всего разнообразия наиболее востребованным видом является ипотечное кредитование.

В администрации города Владимира на учёте в качестве нуждающихся в улучшении жилищных условий на 01.07.2014 г. состояло 1757 семей, кроме этого, 884 молодые семьи признаны нуждающимися в улучшении жи-

лищных условий для участия в подпрограмме «Обеспечение жильём молодых семей».

По программе «Социальная ипотека для жителей города Владимира на 2012–2018 годы» Владимирским городским ипотечным фондом за счёт средств бюджета города работникам муниципальных учреждений города Владимира сфер образования, культуры, молодёжной политики, физкультуры и спорта, а также работникам государственных учреждений здравоохранения Владимирской области, выдано 69 социальных ипотечных кредитов на сумму 84,8 млн руб. (всего в рамках программы – 209 кредитов с бюджетной поддержкой на сумму 248,4 млн руб.).

Если рассматривать эффективность ипотечного кредитования, то можно выделить следующие показатели, которые характеризуют ипотеку: доступность жилья, улучшение жилищных условий, ставки и сроки ипотечных кредитов. На сегодняшний день во Владимирской области применяют несколько видов ипотечных кредитов:

1. «Жильё для российской семьи». Проводится в соответствии с программой Российской Федерации по обеспечению удобным и доступным жильём граждан страны. Основные условия Программы были утверждены Постановлением Правительства РФ от 5 мая 2014 года № 404 [3].

2. Ипотечный продукт «Социальная ипотека Агентство по ипотечному жилищному кредитованию АИЖК: Вторичный рынок» даёт возможность оформить ипотечный кредит по льготной ставке и приобрести квартиру в многоквартирном доме на вторичном рынке недвижимости.

3. Ипотека с государственной поддержкой. С помощью ипотечного кредита с государственной поддержкой можно приобрести квартиру во вновь построенном многоквартирном жилом доме, собственником которой является юридическое лицо.

4. Программа «Военная ипотека», участниками которой являются военнослужащие, оформившие контракт на военную службу после 2005 года. На каждого военнослужащего казённое учреждение «Росвоенжилье» открывает именной счёт, куда из Федерального бюджета перечисляются средства.

5. «Льготная ипотека для медицинских работников» – это программа предоставле-

ния мер социальной поддержки медицинским работникам медицинских организаций государственной системы здравоохранения Владимирской области при ипотечном жилищном кредитовании за счёт средств областного бюджета.

Преимущество ипотеки с Владимирским ипотечным фондом в том, что:

- Низкая процентная ставка;
- Длительный срок кредитования (до 30 лет);
- Минимальный первоначальный взнос – 10% от стоимости приобретаемой квартиры;

- Максимальная сумма кредита
3 100 000 рублей;

- Возможность при погашении ипотечного кредита использовать жилищные субсидии.

В текущем году возрос рост банковских кредитов на покупку бытовой техники. Потребительский кредит для многих граждан необходим, так как способствует удовлетворению их потребностей, которые сочетаются с интересами производителей. А это способствует обеспечению непрерывности процесса производства. Для банков рост объёма кредитов способствует увеличению прибыли.

Библиографический список

1. *Балынин И.В., Балынина С.А.* Развитие банковского сектора Российской Федерации в 2010–2014 гг. // Аудит и финансовый анализ. – 2015. – № 3. – С. 193–197.
2. *Балынин И.В.* Кредитование юридических лиц и индивидуальных предпринимателей в Российской Федерации в 2010–2014 гг. // Аудит и финансовый анализ. – 2015. – № 6. – С. 197–203.
3. О некоторых вопросах реализации программы «Жильё для российской семьи»: постановление Правительства РФ от 5 мая 2014 г. №404 : в ред. от 10 дек. 2015 г..
4. Консультант+. Справочно-правовая система. – URL: <http://www.consultant.ru/>.
5. Центральный Банк Российской Федерации. Статистика. – URL: <http://www.cbr.ru/statistics/>.

С. А. Болтунова, О. В. Ерашова
*ФГБОУ «Российская академия народного хозяйства и
государственной службы при Президенте
Российской Федерации» (г. Владимир)*

РАЗВИТИЕ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В РЕГИОНЕ

Систему среднего профессионального образования Владимирской области представляют 42 профессиональные образовательные организации (учреждения среднего профессионального образования), в том числе:

- 27 учреждений, подведомственных департаменту образования администрации Владимирской области;

- 4 учреждения, подведомственные департаменту здравоохранения администрации Владимирской области;

- 2 учреждения, подведомственные департаменту по культуре администрации Владимирской области;

- 1 учреждение, подведомственное департаменту лесного хозяйства администрации Владимирской области;

- 1 учреждение, подведомственное департаменту сельского хозяйства администрации Владимирской области;

- 2 негосударственных образовательных учреждения;

- 5 учреждений – филиалы СПО в структуре федеральных государственных образовательных учреждений высшего профессионального образования.

Контингент обучающихся по всем формам получения образования в профессиональных образовательных организациях составляет около 23,4 тыс. чел., в том числе 17,5 тыс. чел. обучается за счёт бюджетных средств. Осуществляется подготовка по 89 программам подготовки специалистов среднего звена и 50 программам подготовки квалифицированных рабочих.

Наиболее востребованы сегодня у населения оказались программы подготовки квалифицированных рабочих: «автомеханик», «парикмахер», «пожарный», «повар, кондитер», «машинист локомотива».

В учреждениях среднего профессионального образования наиболее востребованными у населения оказались программы подготовки специалистов среднего звена: «парикмахерское искусство», «техническое обслуживание и ремонт автомобильного транспорта», «технология продукции общественного питания», «прикладная информатика», «программирование в компьютерных системах».

Региональная система учреждений среднего профессионального образования претерпела значительные изменения, что связано, в первую очередь, с принятием ряда федеральных нормативных правовых документов ([3], [4], [5]) на основании которых распоряжениями Правительства Российской Федерации ([1], [2]) осуществлена передача федеральных государственных учреждений образования, находящихся в ведении Министерства образования и науки Российской Федерации, со всем имущественным комплексом в государственную собственность Владимирской области.

В результате основным событием последних лет стал процесс оптимизации сети областных учреждений среднего профессионального образования с учётом демографических и социально-экономических условий.

В ходе реструктуризации особое внимание уделялось формированию механизмов учёта требований работодателей и созданию отношений социального партнёрства между профессиональными образовательными организациями, где готовят квалифицированных рабочих, и заказчиками кадров (работодателями, товаропроизводителями, различными ассоциациями, профсоюзами, обществами различного типа и др.).

В результате созданы новые многоуровневые и многопрофильные учреждения средне-

го профессионального образования¹. Данное объединение разноуровневых учреждений позволило модернизировать профессиональное образование в регионе и более эффективно использовать финансовые средства, выделяемые на развитие учреждений среднего профессионального образования. Кроме того, укрупнение учреждений среднего профессионального образования повысило эффективность управления вышеуказанными учреждениями.

Все учреждения профессионального образования заключают долгосрочные и краткосрочные договоры на подготовку кадров для отраслей экономики области. Договоры предусматривают, что учреждения среднего профессионального образования готовят специалистов в соответствии с образовательными запросами населения и потребностями рынка труда, с учётом задач комплексного развития регионов области, а организации и предприятия оказывают содействие в трудоустройстве выпускников и финансовую помощь учреждению на развитие материально-технической базы.

Однако материально-техническая база используется не в полной мере. Так проектные мощности профессиональных образовательных учреждений используются только на 2/3, что свидетельствует о неиспользованном потенциале, реализация которого стала большой проблемой в регионе.

Данное сотрудничество позволило улучшить производственное обучение и прохождение обучающимися производственной практики, увеличить набор по профессиям, востребованным предприятиями региона, а также увеличить объёмы производственной деятельности учреждений среднего профессионального образования.

Руководителям вышеуказанных учреждений среднего профессионального образования

удалось найти взаимопонимание с работодателями по широкому кругу проблем и улучшить работу по социальному партнёрству, что нашло отражение в структурных изменениях приёма обучающихся по профессиям.

Всего действовало более 2000 договоров, заключённых между профессиональными образовательными организациями и представителями реального сектора экономики.

В целях обеспечения отраслей экономики области необходимыми квалифицированными рабочими кадрами и специалистами и оптимизации перечня подготавливаемых профессий и специальностей департамент образования руководствуется постановлением Губернатора области [6].

Меры, принятые департаментом образования совместно с учреждениями профессионального образования, позволили реализовать отраслевой заказ, установленный для профессиональных образовательных организаций.

С учётом программ дополнительного профессионального образования, а именно за счёт обучения по договорам с предприятиями, службой занятости и индивидуальным договорам, отраслевой заказ по наиболее востребованным специальностям и профессиям выполнен на 120%.

В 2014 году полностью выполнен отраслевой заказ по таким профессиям как: автомеханик, мастер общестроительных работ, мастер сельскохозяйственного производства (тракторист-машинист), сварщик, электромонтёр по ремонту и обслуживанию электрооборудования в сельскохозяйственном производстве, парикмахер, повар, кондитер.

Следует отметить невыполнение отраслевого заказа по следующим профессиям: водитель троллейбуса, машинист дорожных и строительных машин, мастер растениеводства, станочник (металлообработка), станочник деревообрабатывающих станков, машинист крана, пекарь, сборщик электрических машин и аппаратов, слесарь по КИПиА, фрезеровщик-универсал.

В сложившейся ситуации для системы профессионального образования актуальной становится задача увеличения объёма выпуска квалифицированных кадров с целью удовлетворения требований работодателей и экономики области. Эта задача может быть решена при условии модернизации профессионально-

¹ ГБОУ СПО ВО «Муромский промышленно-гуманитарный техникум», ГБОУ СПО ВО «Никологорский аграрно-промышленный техникум», ГБОУ СПО ВО «Гусь-Хрустальный технологический техникум», ГБОУ СПО ВО «Владимирский технологический колледж», ГБОУ СПО ВО «Петушинский промышленно-гуманитарный техникум», ГБОУ СПО ВО «Суздальский индустриально-гуманитарный колледж», ГБОУ СПО ВО «Ковровский промышленно-гуманитарный техникум», ГБОУ СПО ВО «Кольчугинский политехнический колледж», ГБОУ СПО ВО «Киржачский машиностроительный колледж», ГБОУ СПО ВО «Юрьев-Польский индустриально-гуманитарный колледж».

квалификационной структуры подготовки рабочих в учреждениях среднего профессионального образования.

Другим приоритетом является повышение качества подготовки кадров по программам подготовки квалифицированных рабочих, служащих. Анализ показывает, что существующие проблемы их трудоустройства связаны с нежеланием работодателей принимать на работу выпускников с уровнем квалификации 2–3-го разрядов и с отсутствием у них трудового опыта.

Для повышения качества подготовки учащихся в системе среднего профессионального образования и максимального приближения её к потребностям рынка труда и изменениям в системе производства (модернизация оборудования, внедрение инновационных технологий, новые материалы и инструменты и т.д.) на базе учреждений созданы ресурсные центры, осуществляющие повышение квалификации рабочих кадров и кадров специалистов для предприятий и организаций региона.

В ресурсных центрах проходят стажировку и повышают свою квалификацию мастера производственного обучения, проходят апробацию современные технологии подготовки кадров на новом производственном оборудовании. Всё это способствует росту квалификации кадров.

В целях повышения качества подготовки обучающихся и максимального приближения её к потребностям рынка труда и изменениям в системе производства (модернизация оборудования, внедрение инновационных технологий, новые материалы и инструменты и т.д.) в учреждениях СПО функционируют областные опытно-экспериментальные площадки:

- на базе ГБОУ СПО ВО «Вязниковский технико-экономический колледж» (2011–2015 гг.) по теме «Внедрение системы менеджмента качества как основы повышения эффективности и результативности профессиональной подготовки рабочих и специалистов»;

- на базе ГБОУ СПО ВО «Петушинский промышленно-гуманитарный техникум» (2011–2015 гг.) по теме «Управление процессом создания информационного пространства техникума»;

- на базе ГБОУ СПО ВО «Юрьев-Польский индустриально-гуманитарный колледж» (2012–2017 гг.) по теме «Воспитание интеллигентности будущего учителя в условиях

образовательного учреждения среднего профессионального образования (ОУ СПО)».

Процесс формирования системы во многом стал возможен благодаря участию Владимирской области в Федеральной целевой программе развития образования на 2011–2015 гг.

В структуре учреждения, подведомственного департаменту образования, ГБУ ВО «Центр экспертизы образовательной деятельности и обработки информации единого государственного экзамена (ЕГЭ)» создан и функционирует отдел оценки качества профессионального образования. Сотрудниками отдела осуществляется сопровождение реализации группы мероприятий, направленных на построение региональной государственно-общественной системы оценки качества профессионального образования.

В целях исполнения постановления Губернатора области [7] на базе ОАО «Завод «Автоприбор» создан Центр сертификации квалификаций. Разработан пакет документов, регламентирующих деятельность Центра.

По инициативе работодателей Центр сертификации создан на базе ГБОУ СПО ВО «Вязниковский технико-экономический колледж».

Система оценки качества постоянно совершенствуется, вводятся новые элементы, в том числе независимой оценки качества. При участии Торгово-промышленной палаты Владимирской области разрабатываются требования работодателей к выпускникам учреждений среднего профессионального образования. В целом обеспеченность педагогическими кадрами составляет 97%. Профессиональные образовательные организации испытывают дефицит в преподавателях спецдисциплин технического профиля и мастерах производственного обучения, уровень образования которых соответствует требованиям Федеральных государственных образовательных стандартов среднего профессионального образования. Создан сайт дистанционного обучения педагогических работников профессионального образования, который позволяет ввести дистанционные курсы для всех категорий педагогических работников и руководителей системы профессионального образования. Введена модульно-накопительная система повышения квалификации педагогических работников и руководителей системы профессионального образования. Результатом работы является

показатель: от 95% до 100% педагогических работников профессиональных образовательных организаций своевременно повышают свою квалификацию в соответствии с требованиями Федеральных государственных образовательных стандартов.

Департаментом образования большое внимание уделяется развитию государственно-частного партнёрства учреждений профессионального образования и бизнеса. Разработанная и внедрённая в рамках программы модель взаимодействия между реально действующим производством и профессиональной образовательной организацией (на примере ОАО «Завод «Автоприбор» и ГБОУ СПО ВО «Владимирский индустриальный техникум») позволила обеспечить максимальный перенос учебного процесса на производство. Данная модель распространена на все профессиональные образовательные организации.

Во исполнение поручения Президента Российской Федерации¹ профессиональными образовательными организациями приняты к исполнению Методические рекомендации по формированию многофункциональных центров прикладных квалификаций, разработанные Министерством образования и науки.

В 2014–2015 уч. году состоялось открытие МЦПК для строительной отрасли на базе ГБОУ СПО ВО «Владимирский строительный колледж». Деятельность Центра направлена на содействие развитию непрерывной системы профессионального образования и профессиональной подготовки кадров, удовлетворение потребности организаций (работодателей) региона в квалифицированных кадрах рабочих профессий, а также ускоренное приобретение обучающимися навыков, необходимых для выполнения определённой работы, развитие трудового потенциала работников предприятий строительной отрасли с учётом потребности регионального рынка труда. Доход от работы МЦПК за 2014–2015 учебный год составил 650 тыс. рублей.

На основании приказа департамента образования администрации Владимирской области от 29.01.2015 № 55 «О создании многофункциональных центров прикладных квалификаций на базе ГБОУ СПО ВО «ВАМК»

¹О мерах по реализации государственной политики в области образования и науки / Указ Президента РФ от 07.05.2012 № 599. – URL: <http://rg.ru/2012/05/09/nauka-dok.html> (дата обращения 01.04.2016).

и ГБОУ СПО ВО «КТК» в области будут созданы МЦПК на базе ГБОУ СПО ВО «Владимирский авиамеханический колледж» и ГБОУ СПО ВО «Ковровский транспортный колледж». Колледжами, подведомственными департаменту образования администрации области, разработаны Положения и Планы мероприятий деятельности МЦПК, проработаны и согласованы образовательные программы, проводятся работы по оснащению колледжей необходимыми средствами и оборудованием для подготовки квалифицированного рабочего или специалиста. Приказами по колледжам утверждены Планы мероприятий по созданию многофункциональных центров, разработаны Положения о его деятельности, назначены руководители: во Владимирском авиамеханическом колледже – заведующий отделением автомобильного транспорта Сударики В. Г., в Ковровском транспортном колледже – Мещеряков Е. С. – преподаватель спецдисциплин.

В МЦПК Владимирского авиамеханического колледжа за отчётный период подобраны помещения для его расположения и начат их ремонт, на который запланированы средства в размере 980 000 рублей, определены основные направления деятельности центра – профессиональное обучение и повышение квалификации через краткосрочные курсы, начата работа над рабочими программами данных курсов, проводится работа по сбору материала – информации о многофункциональном центре колледжа для его размещения на сайте учебного заведения. Информация о создании многофункционального центра прикладных квалификаций в автомобильной отрасли на базе ВАМК доведена до большинства работодателей региона, однако контакт с транспортными организациями области находится на недостаточном уровне, над данной проблемой коллектив колледжа и руководство МЦПК работает, решение данной проблемы видит в создании учебно-программной документацией краткосрочных курсов, которые необходимы для подготовки нужных специалистов предприятиям и организациям.

В 2015 году открыта подготовка в МЦПК Ковровского транспортного колледжа. Для подготовки к открытию МЦПК колледжем было потрачено около 1 300 000 рублей. Были отремонтированы и оборудованы лаборатория гидравлики, класс дистанционного обучения. Проведена большая работа

для инклюзивного образования. Полностью оснащён кабинет для получения теоретических знаний «Правил дорожного движения». В данном кабинете предусмотрены места для людей с ограниченными возможностями, сделан отдельный доступный вход, стоянка для автомобилей. По всем профессиям и специальностям учебные планы, которые согласо-

ваны с работодателями. Развивается дуальное образование основанное на взаимодействии с главными предприятиями города ОАО «Завод им. В. А. Дегтярёва», ОАО «Ковровский электромеханический завод».

За 6 месяцев работы МЦПК было обучено 251 человек. Структура обученных работников отражена на рис. 1.

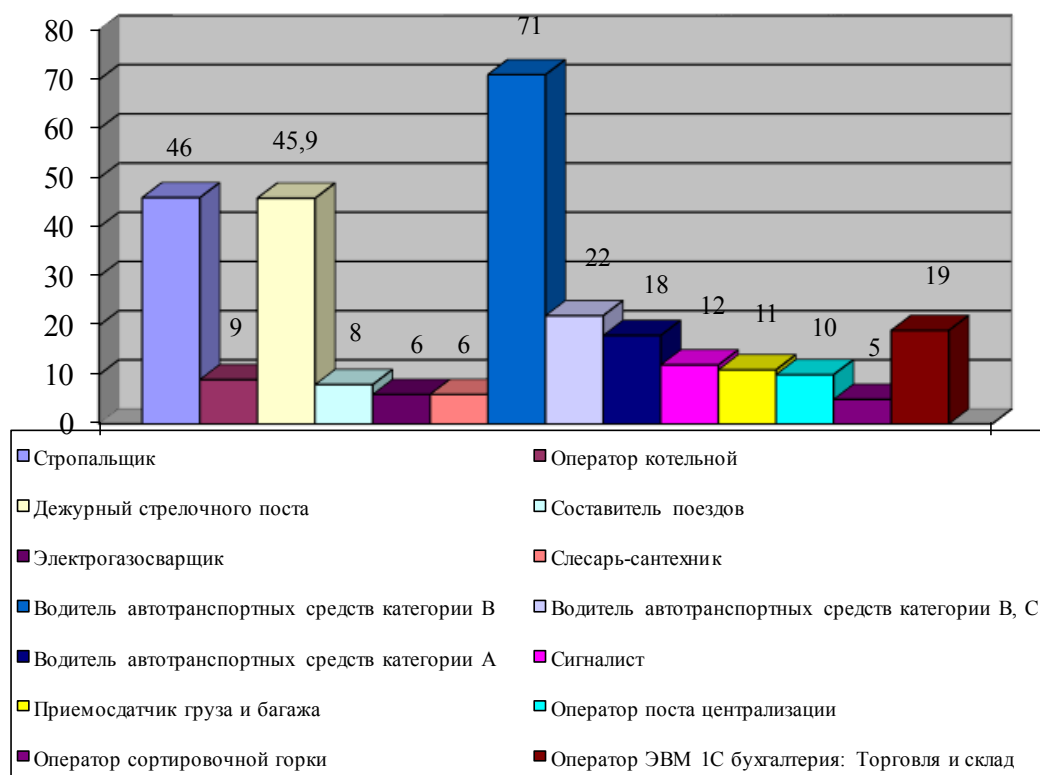


Рис. 1. Структура обученных

МЦПК принёс доход за 2015 год около 1 130 000 рублей.

Свободное место во дворе колледжа было использовано для создания современного автодрома.

Дальнейшее развитие МЦПК колледж видит в оснащении программами класса дистанционного обучения, также будут проводить ремонт и оснащение мастерских-лабораторий: «Электромонтажная» и «Монтаж, ремонт электронных устройств и электрооборудования».

«Дорожная карта» включает мероприятия по созданию в области МЦПК, осуществляющих обучение на базе среднего общего образования с учётом востребованности региональным рынком труда определённых направлений подготовки рабочих кадров, служащих и специалистов. Это позволяет сократить разрыв между потребностями экономики в квалифицированных рабочих и реальным

уровнем их подготовки в системе профессионального образования, а также повысить долю учреждений, внедряющих новые образовательные программы и модели с 50 до 55%.

Приказом департамента образования от 14 апреля 2014 г. № 522 утверждён план-график создания МЦПК на базе следующих образовательных учреждений профессионального образования:

- для сельского и лесного хозяйства на базе ГБОУ СПО ВО «Никологорский аграрно-промышленный техникум – 2016 год;
- для сферы жилищно-коммунального хозяйства на базе ГБОУ СПО ВО «Муромский промышленно-гуманитарный техникум» – 2017 год;
- для машиностроения и металлообработки на базе ГБОУ СПО ВО «Александровский промышленно-гуманитарный колледж» – 2018 год.

– не обеспечен в полной мере доступ лиц с ограниченными возможностями здоровья к образовательным ресурсам для получения профессионального образования.

1. О передаче субъектам РФ федеральных государственных образовательных учреждений среднего профессионального образования : распоряжение Правительства от 29 дек. 2011 г. № 2413-р. – URL: <http://base.garant.ru/70115420/> (дата обращения 01.04.2016).
2. О передаче федеральных государственных учреждений образования, находящихся в ведении Рособразования, в ведение субъектов Российской Федерации : распоряжение Правительства от 3 дек. 2004 г. № 1565-р и от 29 дек. 2011 г. № 2413-р в январе 2005 года и 2012 года. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/901917720> (дата обращения 01.04.2016).
3. Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти Субъектов Российской Федерации : федер. закон от 4 июля 2003 г. № 95-ФЗ. – URL: (дата обращения 01.04.2016).
4. Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации : федер. закон от 22 авг. 2004 г. № 122-ФЗ. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_49025/ (дата обращения 01.04.2016).
5. Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации : федер. закон от 6 окт. 2003 г. № 131-ФЗ. – URL: <http://base.garant.ru/186367/> (дата обращения 01.04.2016).
6. Об отраслевом заказе на подготовку кадров для отдельных сфер экономики Владимирской области на 2013–2016 годы : постановление Губернатора Владимирской области от 25 февр. 2013 г. № 200. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/424034781> (дата обращения 01.04.2016).
7. Об утверждении комплекса мер, направленных на совершенствование системы среднего профессионального образования, на 2015–2020 годы : постановление Губернатора Владимирской области от 7 июля 2015 г. № 644. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/428628025> (дата обращения 01.04.2016).

Н. Ю. Галибина, Н. А. Рыбакова
 Владимирский филиал Финуниверситета
 (г. Юрьев-Польский)

АНАЛИЗ РЫНКА ТРУДА НА ТЕРРИТОРИИ ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ

Одной из главных задач государственной политики любой страны является борьба с безработицей. Преодоление её означает рост дохода населения, а соответственно и увеличение совокупного спроса, что влечёт за собой рост национального дохода в целом по стране. Одной из основных социально – экономических проблем России является безработица, которая в первую очередь затрагивает население. Потеря работы для каждого человека означает снижение жизненного уровня и приводит к серьёзной психологической травме. Экономисты всего мира основательно изучают проблему безработицы с целью совершенствования мер государственной политики по борьбе с ней. Например, программа по профессиональной переподготовке кадров даёт возможность значительно снизить уровень безработицы. Рассчитывая возможные побочные явления от той или иной государственной программы по борьбе с безработицей экономисты, могут предложить альтернативные методы.

На современном этапе развития экономической системы человек сам выбирает форму занятости, вид деятельности и свою профессию. Государственная политика стремится к полной занятости населения, которая достигается, когда спрос на рабочую силу совпадает с предложением. С точки зрения государства необходимо обратить более пристальное внимание на так называемые группы риска: женщины, молодёжь, инвалиды, мигранты и другие.

За последние несколько лет безработица в России имела тенденцию к сокращению с 7,8% в 2011 до 5,4% в начале 2015 года. К концу 2014 года наблюдался рост уровня безработицы в связи с сокращением персонала. В декабре 2015 года численность безработных по данным Росстата сократилась до 4,426 млн человек, что составило 5,8% от численности экономически активного населения. В государственных службах занятости зарегистрировано на конец декабря 1 млн человек.

Наглядно уровень безработицы в российских городах можно представить на рис. 1.

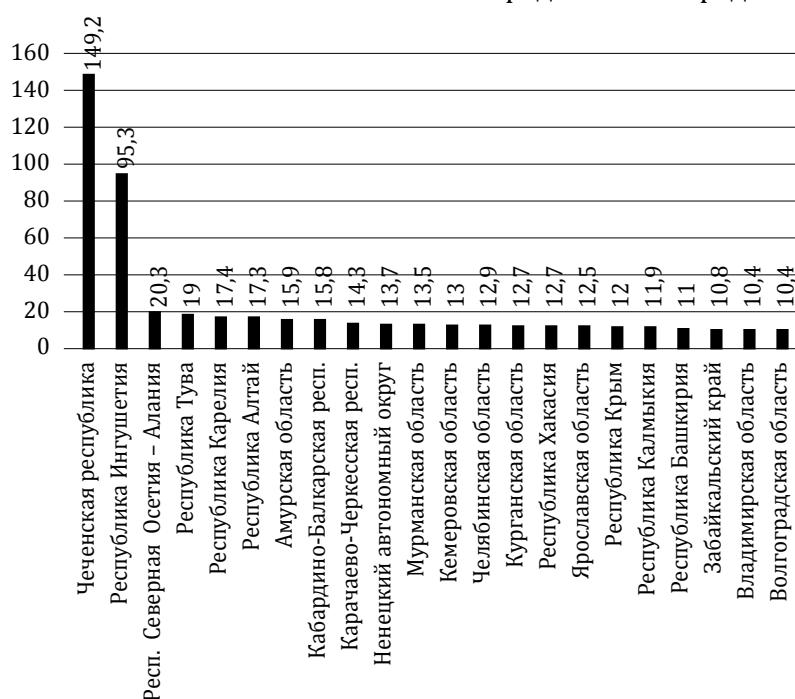


Рис. 1. Количество официально зарегистрированных безработных на 1000 человек трудоспособного возраста в среднем за 2012–2014 годы по состоянию на конец года

Согласно данным исследования РБК, Владимирская область находится в рейтинге регионов по уровню безработицы на 21 месте из 85, то есть в числе регионов, где, по мнению экспертов, дела с занятостью населения обстоят не лучшим образом.

При этом, составляющие рейтинг эксперты РБК оговариваются: «Это не все безработные. Есть ещё те, кто ищет работу, но не встал на учёт в центрах занятости. По методологии МОТ, их в России примерно в 4,5 раза больше, чем зарегистрированных безработных».

В числе самых успешных регионов, где нет проблем с работой, – обе столицы, а также «нефтегазовые» Тюменская область и Ханты-Мансийский автономный округ.

Проведём сравнительный анализ численности безработных и численности, занятых во Владимирской области за 2000–2014 года. Максимальная доля численность занятых наблюдалась в 2007 году и составляла 743,1 тыс. человек, минимальная была в 2009 году – 697,5 тыс. человек. Пик численности безработных приходился на 2000 год (95,5 тыс. чел.), а самый низкий показатель наблюдался в 2013 году (29,2 тыс. чел.) За рассматриваемый период численность занятых незначительно увеличилась на 3,3% и к концу 2014 года составила 725,7 тыс. человек. При аналогичном сравнении уровень безработных, по сравнению с 2000 годом резко сократился больше чем в 3 раза.

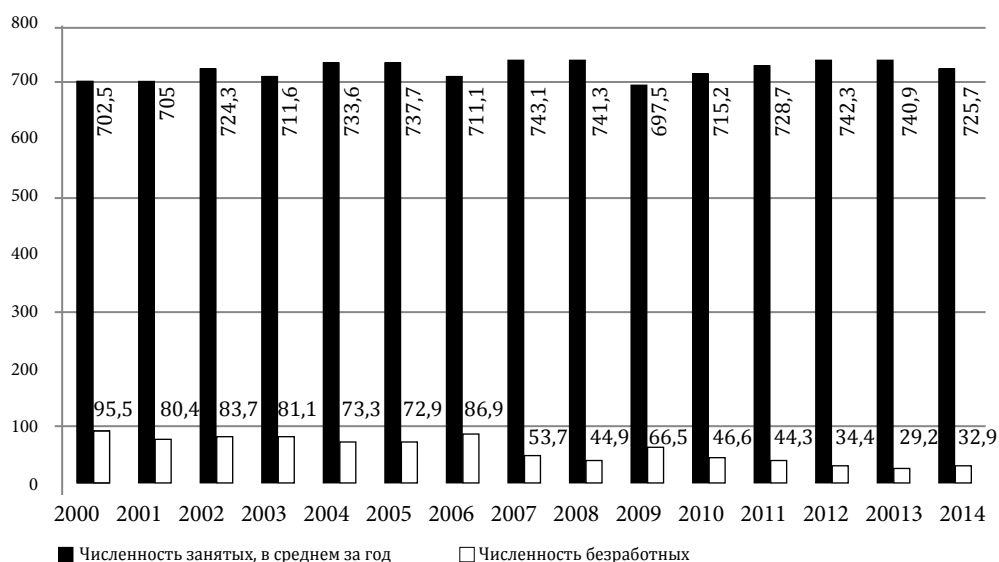


Рис. 2. Динамика численности занятых и безработных, тыс. чел.

Численность экономически активного населения в возрасте 15–72 лет (занятые и безработные) в октябре-декабре 2015 г. составила 766,6 тыс. человек, или 54,5% от общей численности населения области. В численности экономически активного населения 714,2 тыс. человек классифицировались

как занятые экономической деятельностью и 52,4 тыс. человек – как безработные с применением критериев Международной Организации Труда (МОТ), т.е. не имели работы или доходного занятия, искали работу и были готовы приступить к ней в обследуемую неделю.



Рис. 3. Динамика экономически активного населения, тыс. человек

При рассмотрении динамики экономически активного населения и безработных по кварталам за 2014–2015 года. Наблюдается тенденция увеличения количества безработных по сравнению с предыдущим периодом в каждом квартале. За январь – марта в 2015 г. снизилась численность экономически активного населения на 8,4 тыс. человек, что составляет 2,36% с одной стороны, и увеличение уровня безработных на 7,5 тыс.

человек (21,43%). За октябрь – декабрь также наблюдаются отрицательные характеристики: снижение экономически активного населения на 18 тыс. человек (2,46%); увеличение безработных на 22,4 тыс. человек (74,67%).

Уровень безработицы в октябре-декабре 2015 года составил 6,8%. График уровня безработицы за последние 2 года представлен на рис. 4.

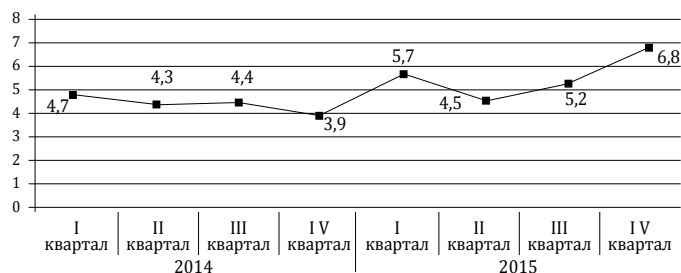


Рис 4. Уровень безработицы по методологии МОТ (без корректировки сезонных колебаний, % к экономически активному населению)

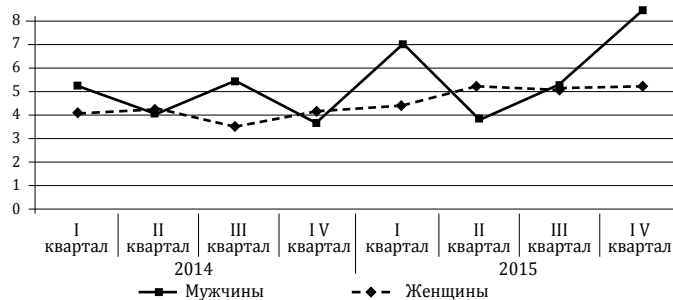


Рис. 5 Уровень безработицы по полу, % от экономически активного населения

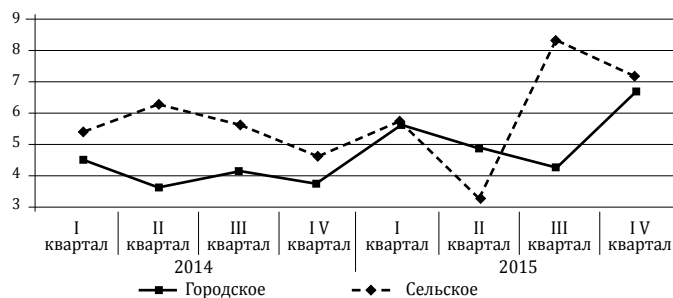


Рис. 6 Уровень безработицы по месту проживания, % от экономически активного населения

Среди безработных по методологии МОТ доля женщин в октябре-декабре 2015 г. составила 37,2%, большая часть безработных (77,3%) – городские жители.

Среди безработных 29,1% составляют лица, срок пребывания которых в состоянии поиска работы (безработицы) не превышает 3-х месяцев. Один год и более ищут работу 40,7% безработных (застойная безработица). Среднее время поиска работы за рассматриваемый период составило 8,7 месяца.

Как показывают исследования данных населения, 70,5% безработных ищут работу самостоятельно без содействия служб занятости. Наиболее предпочтительным является обращение при поиске работы к помощи друзей, родственников и знакомых – его использует 74,6% безработных.

В численности безработных 14,7% составляют лица, не имеющие опыта трудовой деятельности. Среди безработных 14,6% оставили прежнее место работы в связи с вы-

свобождением или сокращением численности работников, ликвидацией предприятия, оставили прежнее место работы в связи с увольнением по собственному желанию 38,9% безработных.

С целью проведения борьбы с безработицей государство осуществляет следующие мероприятия: проводится стажировка выпускников школ, а также ССУЗов и ВУЗов; проводится повышение квалификации рабочей силы; предлагаются общественные и временные работы; возможен переезд в другую местность с целью временного трудоустройства.

В 2016 году со стороны государства проводятся следующие меры по борьбе с безработицей:

1. Вводятся квоты на иностранную рабочую силу.

2. Осуществляется содействие предприятиям малого и среднего бизнеса по созданию дополнительных рабочих мест.

3. Формируется прогноз на ближайшие 5 лет по востребованности кадров со средним профессиональным образованием.

В 2016 году со стороны государства также планируется сокращение неэффективных рабочих мест. Это приведёт к реструктуризации

градообразующих предприятий, проведение мероприятий по повышению квалификации, а также освоения новой специальности. Также планируется программа по более позднему выходу на пенсию для наиболее квалифицированных работников.

Также намерено оказывать всестороннюю поддержку начинающим предпринимателям, в том числе в оформлении необходимых лицензий, помощь в выделении необходимого помещения, для осуществления деятельности, оформлении заявки на получение целевого кредита и т.д. Этот проект по помощи предпринимателям получил название «Займись делом» и пилотная модель будет запущена в Ленинградской области. Он позволит вывести из тени самозанятых граждан. Сроки запуска проекта ещё не определены.

Владимирская область направлена на профориентацию молодёжи и по поручению главы региона составлен календарь профориентационных мероприятий в рамках которого проводятся детские экскурсии на предприятия. На базе центров занятости проводятся «Недели профессии и специальностей», которые также помогают сориентироваться в мире профессии.

**Т. Г. Кузина, А. А. Ламкина, Д. А. Михеева,
Н. В. Горюшкин, А. А. Денисова, Т. А. Рогова**
*Владимирский филиал Финуниверситета
(г. Юрьев-Польский))*

ФОРМИРОВАНИЕ ДОХОДОВ МЕСТНЫХ БЮДЖЕТОВ **(на примере бюджетов, входящих в консолидированный** **бюджет Юрьев-Польского муниципального района** **Владимирской области)**

Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ, проект 16–12–33003/16 – Региональный конкурс «Центральная Россия: прошлое, настоящее, будущее» 2016 – Владимирская область – «Разработка методического обеспечения оценки эффективности реализации государственных программ (федеральный и региональный аспекты) для оптимизации бюджетного планирования и повышения результативности государственного управления».

Местные бюджеты (бюджеты муниципальных образований) составляют финансовую основу местного самоуправления. В соответствии с Бюджетным кодексом РФ местные бюджеты можно определить как форму образования и расходования денежных средств, предназначенных для финансового обеспечения расходных обязательств муниципальных образований.

Правовые основы местного самоуправления в Российской Федерации определены Конституцией РФ, федеральным законом от 06.10.2013 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями), в соответствии с которыми местное самоуправление составляет одну из основ конституционного строя Российской Федерации, признаётся, гарантируется и осуществляется на всей её территории. Местное самоуправление в Российской Федерации представляет собой форму осуществления народом своей власти, обеспечивающую решение населением непосредственно и (или) через органы местного самоуправления вопросов *местного значения* исходя из интересов населения с учётом исторических и иных местных традиций.

Процесс формирования, утверждения, исполнения местного бюджета и контроль за его исполнением осуществляются органами местного самоуправления самостоятельно с соблюдением требований, установленных Бюджетным кодексом РФ, а также иным федеральным и региональным законодательством, муниципальными правовыми актами. Бюджет муниципального района и свод бюджетов поселений, входящих в состав муниципального района, составляют консолидированный бюджет муниципального района. Так, в состав консолидированного бюджета Юрьев-Польского муниципального района входят бюджет МО Юрьев-Польский район и бюджеты четырёх поселений (г. Юрьев-Польский и сельские поселения – Красносельское, Симское, Небыловское).

В составе доходов местных бюджетов раздельно предусматриваются доходы, направляемые на осуществление полномочий органов местного самоуправления по решению вопросов местного значения, и субвенции, предоставленные для обеспечения осуществления органами местного самоуправления отдельных государственных полномочий, делегированных им федеральными законами и законами субъектов Российской Федерации, а также осуществляемые за счёт указанных доходов и субвенций соответствующие расходы местных бюджетов.

Прогноз налоговых и неналоговых доходов бюджета муниципального образования Юрьев-Польский район ежегодно разрабатывается в соответствии с бюджетным законодательством Российской Федерации, законодательством о налогах и сборах и законодательством об иных обязательных платежах (статья 39 Бюджетного кодекса Российской Федерации).

Объём межбюджетных трансфертов в бюджете муниципального образования Юрьев-

¹ Кузина Т. Г., Ламкина А. А., Михеева Д. А., Горюшкин Н. В., Денисова А. А., Рогова Т. А., 2016

Польский район предусматривается в соответствии с показателями областного бюджета и бюджетов муниципальных образований на территории района.

Динамика доходов бюджета муниципального образования Юрьев-Польский район на 2014–2016 годы, их состав и структура приведены в таблице 1 и 2

Таблица 1

**Динамика доходов бюджета муниципального образования
Юрьев-Польский район на 2014–2016 годы (тыс. рублей)**

Показатель	2014 год, отчёт		2015 год, оценка		2016 год план	
	сумма	% к предыдущему году	Сумма	% к предыдущему году	сумма	% к предыдущему году
Доходы, всего	566122	-6,2	652858	+15,3	559220,452	-14,3
Налоговые и неналоговые доходы	165147	-15,8	185671	+12,4	193350	+4,3
Безвозмездные поступления	400975	-1,7	467187	+16,5	365870,452	-21,7
Дотация на выравнивание бюджетной обеспеченности	70149	-10,0	130654	+86,3	118985	-8,9

Таблица 2

Состав и структура доходов бюджета муниципального образования Юрьев-Польский район

Показатели	2015 год		2016 год	
	Сумма (тыс. руб.)	%	Сумма (тыс. руб.)	%
Всего доходов	604068,960	100	559 220,452	100
Налоговые и неналоговые доходы	184 571,000	30,55	193 350,000	34,57
- налоговые доходы	147 375,000	24,40	161 799,000	28,93
- неналоговые доходы	37 196,000	6,15	31 551,000	5,64
Безвозмездные поступления	419497,96	69,45	365 870,452	65,43

В 2016 году прогнозируется уменьшение доходов бюджета муниципального образования Юрьев-Польский район на 14,3% от ожидаемой оценки 2015 года, что обусловлено, в значительной степени, существенным (21,7%) снижением безвозмездных поступлений в связи с тем, что в этом году муниципальное образование город Юрьев-Польский не будет передавать полномочия на исполнение своих расходных обязательств.

Налоговые и неналоговые доходы бюджета муниципального образования Юрьев-Польский район увеличиваются в 2016 году на 4,3% против 2015 года. В основу прогноза поступлений налоговых и неналоговых доходов бюджета муниципального образования Юрьев-Польский район положены основные показатели прогноза социально-экономического развития муниципального образования Юрьев-Польский район на этот период, одобренного постановлением администрации му-

ниципального образования Юрьев-Польский район от 03.08.2015 года № 659.

Основным источником доходов районного бюджета являются безвозмездные поступления из других бюджетов бюджетной системы РФ (69,4%, 65,4%), что означает его высокую дотационность. Однако, наметилась положительная тенденция к укреплению собственной доходной базы муниципального образования Юрьев-Польский район. Расчёты налоговых и неналоговых доходов бюджета на 2016 год произведены по прогнозным данным главных администраторов доходов. Администратором налоговых платежей является Межрайонная инспекция ФНС России № 3 по Владимирской области.

Состав и структура налоговых и неналоговых доходов бюджета муниципального образования Юрьев-Польский район на 2014–2016 годы, их динамика представлены в таблице 3 и 4.

Таблица 3

**Налоговые и неналоговые доходы бюджета муниципального образования Юрьев-Польский район
в 2014–2016 годах**

№ п/п	Показатели	2014 год, отчёт	2015 год, (по решению СНД)	% 2015 год к 2014 году	2016 год, прогноз	% 2016 год к 2015 году
1.	Налоговые и неналоговые доходы, в том числе:	165147	185671	112,4	193350	104,1
1.1	Налоговые доходы, из них:	131588	148485	112,8	161799	109
	– налог на доходы физических лиц	101482	108396	106,8	112813	104
	–доходы от уплаты акцизов на дизельное топливо, моторные масла, автомобильный бензин, прямогонный бензин	267	11411	Свыше 200	13000	114
	– налоги на совокупный доход	26661	26168	98,2	32476	124,1
	– прочие налоговые доходы	3178	2510	79	3510	139,8
1.2	Неналоговые доходы	33559	37186	110,8	31551	84,8
1.3	Из общей суммы доходов доходы дорожного фонда	267	11411	Свыше 200	13000	114

Таблица 4

**Состав и структура собственных (налоговых и неналоговых) доходов
бюджета муниципального образования Юрьев-Польский район**

Показатели	2015		2016	
	Сумма (тыс. руб.)	%	Сумма (тыс. руб.)	%
Налоговые и неналоговые доходы	184571	100	193 350	100
В т.ч. налоговые				
– налоги на прибыль, доходы (НДФЛ)	108396	58,7	112 813	58,3
– налоги на товары (услуги)	11411	6,2	13 000	6,7
– налоги на совокупный доход	25068	13,6	32 486	16,8
– госпошлина	2500	1,4	3 500	1,8
Неналоговые				
– доходы от использования имущества	27036	14,6	25 663	13,3
– платежи при пользовании природными ресурсами	1 000	0,6	204	0,1
– доходы от продажи материальных и нематериальных активов	7160	3,8	3 684	1,9
– штрафы, санкции	2000	1,1	2 000	1,1

В составе налоговых доходов районного бюджета большой удельный вес (58,7% и 58,3% от собственных доходов бюджета) занимает налог на доходы физических лиц, а также налоги на совокупный доход и 16,8%).

Неналоговые доходы на 2016 год определены на основе расчётов администраторов в сумме 31551 тыс. рублей. В составе неналоговых доходов наиболее крупные поступления планируются от использования имущества, находящегося в муниципальной собственности (14,6% от собственных доходов бюджета) В целях финансового обеспечения дорожной деятельности в составе бюджета муниципального образования Юрьев-Польский район сформирован дорожный фонд муниципального образования Юрьев-Польский район в сумме 13000 тыс. руб. за счёт уплаты акцизов на дизельное топливо, моторные масла для дизельных и (или) карбюраторных

(инжекторных) двигателей, автомобильный бензин, прямогонный бензин.

Динамика и структура безвозмездных поступлений приведены в таблицах 5 и 6.

Таблица 5

**Динамика безвозмездных поступлений в бюджет
муниципального образования Юрьев-Польский
район в 2015–2016 годах**

Наименование	2015 год (тыс. руб.)	2016 год (тыс. руб.)	Процент 2016 года к 2015 году
Безвозмездные поступления, всего	419497,96	365870,452	87,2
в том числе дотации – всего, из них:	130654	118985	91,1
- дотации на выравнивание бюджетной обеспеченности	130654	118985	91,1
Субсидии	24667,5	29283,2	118,7
Субвенции	217122,26	197411,652	90,9
Иные межбюджетные трансферты	47054,2	20190,6	42,9

Состав и структура безвозмездных поступлений бюджета муниципального образования Юрьев-Польский район

Показатели	2015		2016	
	Сумма (тыс. руб.)	%	Сумма (тыс. руб.)	%
Всего безвозмездные поступления В т.ч.	419497,96	100	365 870,452	100
– дотации на выравнивание бюджетной обеспеченности	130654,96	31,1	118 985,00	32,52
– субсидии бюджетам МО	24667,50	5,9	29 283,20	8,0
– субвенции бюджетам МО	217122,26	51,8	197 411,652	53,96
– иные межбюджетные трансферты	47054,2	11,2	20 190,60	5,52

Информация о составе и структуре доходов бюджетов ряда поселений, входящих в состав Юрьев-Польского муниципального района представлены в таблице 7

Характеристика источников доходов бюджетов поселений Юрьев-Польского муниципального района

Наименование доходов	Бюджет МО г. Юрьев-Польский		Бюджет МО Красносельское		Бюджет МО Небыловское	
	Сумма (тыс. руб.)	% к ито- гу	Сумма (тыс. руб.)	% к ито- гу	Сумма (тыс. руб.)	% к ито- гу
Всего доходов,	79 639,0	100	26211,4	100	18 141,1	100
в т.ч.						
Налоговые доходы	56 786,0	71,30	15 293,0	58,34	12 096,0	66,68
Налог на доходы физических лиц	21 732,0	27,29	1 222,0	4,66	1 433,0	7,9
Акцизы по подакцизным товарам (продукции), производим на территории РФ	1 861,0	2,34	-	-	-	-
Единый сельскохозяйственный налог	-	-	12,0	0,05	-	-
Налог на имущество физических лиц	2 577,0	3,24	552,0	2,11	214,0	1,18
Земельный налог	30 616,0	38,43	13 497,0	51,49	10 419,0	57,43
Гос. Пошлина	-	-	10,0	0,04	30,0	0,17
Неналоговые доходы	13 956,0	17,53	840,0	3,21	559,0	3,08
Доходы от использования имущества, находящегося в государственной и муниципальной собственности	2 451,0	3,08	750,0	2,86	549,0	3,03
Доходы от продажи материальных и нематериальных активов	11 474,0	14,41	80,0	0,31	-	-
Штрафы, санкции, возмещение ущерба	31,0	0,04	10,	0,04	10,0	0,05
Безвозмездные поступления	8 897,0	11,17	10 078,4	38,45	5486,0	30,24
Дотации бюджетам субъектов Российской Федерации и муниципальных образований	3 195,0	4,01	7 773,0	29,65	2 411,0	13,29
Субсидии бюджетам бюджетной системы Российской Федерации (межбюджетные субсидии)	5 702,0	7,16	1 983,2	7,57	1 002,0	5,52
Субвенции бюджетам субъектов Российской Федерации и муниципальных образований	-	-	322,2	1,23	161,1	0,89
Прочие безвозмездные поступления	-	-	-	-	1912,0	10,54

Библиографический список

1. Конституция Российской Федерации : [принята всенар. голосованием 12 дек. 1993 г.] // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2014. № 31, ст. 4398.
2. Бюджетный кодекс Российской Федерации : [федер. закон от 31 июля 1998 г. № 145-ФЗ : принят Гос. Думой 17 июля 1998 г.] // Рос. газ. – 1998. 12 авг.
3. Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации : федер. закон от 6 окт. 2013 г. № 131-ФЗ // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2003. – № 40, ст. 3822.
4. О принятии Устава муниципального образования Юрьев-Польский район : решение Совета народных депутатов Юрьев-Польского района от 28 окт. 2009 г. № 88 // Вестн. Ополя. – 2009. – 3 дек.

5. О бюджете муниципального образования Юрьев-Польский район на 2015 год : решение СНД муниципального образования Юрьев-Польский район от 12 дек. 2014 г. № 63. – Документ опубликован не был.

6. О бюджете муниципального образования Юрьев-Польский район на 2016 год : решение СНД МО Юрьев-Польский район от 9 дек. 2015 г. № 39. – Документ опубликован не был.

7. О прогнозе социально-экономического развития муниципального образования Юрьев-Польский район на 2014–2016 годы : постановление администрации муниципального образования Юрьев-Польский район от 3 авг. 2015 г. № 659. – Документ опубликован не был.

8. О среднесрочном финансовом плане муниципального образования Юрьев-Польский район на 2016–2018 годы : постановление администрации МО Юрьев-Польский Район от 12 нояб. 2015 г. № 975. – Документ опубликован не был.

9. О бюджете муниципального образования город Юрьев-Польский на 2016 год : решение СНД МО город Юрьев-Польский от 8 дек. 2015 г. № 24. – Документ опубликован не был.

10. О бюджете муниципального образования Красносельское на 2016 год : решение СНД МО Красносельское Юрьев-Польского района от 8 дек. 2015 г. № 59. – Документ опубликован не был.

11. О бюджете муниципального образования Небыловское на 2016 год : решение СНД МО Небыловское Юрьев-Польского района от 14 дек. 2015 г. № 30. – Документ опубликован не был.

Н. В. Левицкая, Н. Л. Белова
Владимирский филиал Финуниверситета
(г. Владимир)

ОРГАНИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ В ЦЕЛЯХ ФОРМИРОВАНИЯ ОТЧЁТА О СОВОКУПНОМ ДОХОДЕ КОМПАНИИ

Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ, проект 16-12-33003/16 – Региональный конкурс «Центральная Россия: прошлое, настоящее, будущее» 2016 – Владимирская область – «Разработка методического обеспечения оценки эффективности реализации государственных программ (федеральный и региональный аспекты) для оптимизации бюджетного планирования и повышения результативности государственного управления».

За последние годы содержание финансовой отчётности, порядок её подготовки и представления претерпели значительные изменения. Наиболее очевидное из этих преобразований обусловлено продолжающимся во всём мире переходом компаний на МСФО. Во многих организациях МСФО применяют уже на протяжении нескольких лет, при этом число компаний, планирующих такой переход, всё время увеличивается. Предполагается, что МСФО следует применять предприятиям, ориентированным на получение прибыли. Финансовые отчёты таких предприятий отражают информацию о результатах деятельности, финансовом положении и движении денежных средств, полезную для широкого круга пользователей в процессе принятия ими финансовых решений. В число таких пользователей входят акционеры, кредиторы, наёмные работники и общество в целом. Полный комплект финансовой отчётности включает в себя: баланс (отчёт о финансовом положении); отчёт о совокупном доходе; отчёт о движении денежных средств; описание учётной политики; примечания к финансовой отчётности.

Отчёт о совокупном доходе – это документ, в котором отражается величина прибылей, убытков и изменений прочего совокупного дохода за отчётный период. Составление и представление отчёта о совокупном доходе регулируется МСФО (IAS) 1 «Представление финансовой отчётности».

Отчёт о совокупном доходе состоит из двух разделов: отчёта о прибылях и убытках; отчёта о прочем совокупном доходе (т.е. о статьях, влияющих на нераспределенную прибыль, но не отражённых в отчёте о прибылях и убытках, например – объявленные дивиденды, изменение резерва переоценки и т.п.).

Расходы могут классифицироваться в отчёте о совокупном доходе по их характеру или по их функции.

Отчёт о совокупном доходе отражает финансовые результаты и перспективы предприятия, является основным источником, на основании которого определяется коммерческий интерес потенциального инвестора или партнёра.

Финансовая отчётность должна достоверно представлять финансовые результаты. Достоверное представление требует правдивого отображения последствий совершённых операций, других событий и условий в соответствии с определениями и критериями признания активов, обязательств, доходов и расходов.

В последнее время руководители многих компаний задают себе вопрос: «Нужен ли внутренний контроль и аудит на фирме? Не лучше ли использовать при этом аутсорсинг?». Ответом на эти вопросы может служить Закон «О бухгалтерском учёте» № 402-ФЗ, статья № 19 «Внутренний контроль», и Постановление Правительства Российской Федерации от 30 июня 2012 г. №667.

Понятие внутреннего контроля во всех источниках сводится к одному определению – это процесс управления данными субъектов компании для достижения поставленных целей с минимальными затратами, предупреждение искажений и рисков в течение деятельности организации.

Внутренний контроль на практике осуществляется внутренними аудиторами, которые работают в службах внутреннего контроля (СВК). Основной задачей СВК является наблю-

дение функционирования организации и его проверка на соответствие законам, стандартам, приказам, а так же выявление способов минимизации затрат и рисков.

В настоящее время внутренний контроль становится одним из важнейших элементов управления организацией. В российской практике выделяют три основных элемента СВК: контрольная среда, отдельные средства внутреннего контроля, система финансового учёта или учёта рисков.

Контрольная среда в соответствии с международными стандартами – это обсуждение внутри высших органов управления вопроса необходимости введения внутреннего контроля.

Отдельные средства внутреннего контроля – это подразделения, которые должны вести финансово-хозяйственные операции, подготовку достоверной информации в виде финансовой или бухгалтерской отчётности.

Система финансового учёта или учёта рисков должна выявлять вероятность появления финансовых или иных потерь, которые могут возникнуть в ходе хозяйственной деятельности организации, связанных с внутренними и внешними факторами.

Оценку эффективности и надёжности СВК выполняет внутренний аудит.

Согласно ст. 19 Федерального Закона «О бухгалтерском учёте» № 402-ФЗ руководитель экономического субъекта обязан организовывать и осуществлять внутренний контроль совершаемых фактов хозяйственной жизни. Руководители компаний, которые подлежат обязательному аудиту, обязаны осуществлять внутренний контроль за ведением бухгалтерского учёта и составлением бухгалтерской (финансовой) отчётности.

Согласно Федеральному закону «Об аудиторской деятельности», обязательный аудит проводится компаниями в случаях:

- если организация имеет организационно-правовую форму открытого акционерного общества;
- если ценные бумаги организации допущены к обращению на торгах фондовых бирж и (или) иных организаторов торговли на рынке ценных бумаг;
- если организация является кредитной организацией, бюро кредитных историй, организацией, являющейся профессиональным участником рынка ценных бумаг, страховой

организацией, клиринговой организацией, обществом взаимного страхования, товарной, валютной или фондовой биржей, негосударственным пенсионным или иным фондом, акционерным инвестиционным фондом, управляющей компанией акционерного инвестиционного фонда, паевого инвестиционного фонда или негосударственного пенсионного фонда (за исключением государственных внебюджетных фондов);

- если объём выручки организации (за исключением органов государственной власти, органов местного самоуправления, государственных и муниципальных учреждений, государственных и муниципальных унитарных предприятий, сельскохозяйственных кооперативов, союзов этих кооперативов) за предшествующий отчётному год превышает 400 миллионов рублей или сумма активов бухгалтерского баланса по состоянию на конец предшествующего отчётному года превышает 60 миллионов рублей;

- если организация (за исключением органа государственной власти, органа местного самоуправления, государственного внебюджетного фонда, а также государственного и муниципального учреждения) представляет и публикует сводную бухгалтерскую отчётность;

Это означает, что указанным компаниям необходимо создавать систему внутреннего контроля внутри организации. Кроме того, крупным компаниям необходимо нанимать в штат главного бухгалтера, который будет совмещать бухгалтерскую работу с внутренним контролем в организации. Требования к профессиональным данным такого бухгалтера очень жёсткие: образование, стаж, отсутствие судимостей за преступления в сфере экономики и т.д.

Надо отметить, что в соответствии с п. 3 ст. 7 Федерального Закона «О бухгалтерском учёте» № 402-ФЗ, только руководители малых и средних предприятий могут вести внутренний контроль самостоятельно, без организации службы внутреннего контроля в штате [1].

Согласно Постановлению Правительства РФ от 30 июня 2012 г. № 667 «Об утверждении требований к правилам Внутреннего контроля, разрабатываемым организациями, осуществляющими операции с денежными средствами или иным имуществом (за исключением кредитных организаций)», правила

внутреннего контроля подлежат приведению организациями, осуществляющими операции с денежными средствами или иным имуществом (за исключением кредитных организаций), в соответствие с требованиями, утверждёнными данным постановлением, в течение одного месяца.

Правила внутреннего контроля утверждаются руководителем организации. Предусматриваются следующие правила проверки осуществления внутреннего контроля: а) проведение на регулярной основе, но не реже одного раза в полугодие, внутренних проверок выполнения в организации правил внутреннего контроля; б) представление руководителю организации по результатам проверок письменных отчётов, правил внутреннего контроля и иных организационно-распорядительных документов организации, принятых в целях организации и осуществления внутреннего контроля; в) принятие мер, направленных на устранение выявленных по результатам проверок нарушений.

Стандартная форма отчёта внутреннего контроля законодательно не определена. Отчёт контролёра должен быть объективен, ясен, и должен соответствовать фактическим показателям. Квартальный отчёт представляется руководителю не позднее, чем по истечении 10 рабочих дней с даты окончания отчётного квартала.

Постановление Правительства РФ от 30 июня 2012 г. № 667 предусматривает хранение информации и документов таким образом, чтобы они могли быть своевременно доступны Федеральной службе по финансовому мониторингу, а также иным органам государственной власти в соответствии с их компетенцией в случаях, установленных законодательством Российской Федерации, и с учётом обеспечения возможности их использования в качестве доказательства в уголовном, гражданском и арбитражном процессе [2].

Основными преимуществами наличия СВК в самой организации можно считать то, что при внутреннем контроле возможно улучшение качества организации бухгалтерского учёта экономического субъекта; это положительно скажется на дальнейшем развитии бизнеса и поможет привлечению инвестиций или кредитов. Далее, появляются новые возможности развития бизнеса в связи с наличием налажен-

ной и контролируемой системы финансового подразделения хозяйствующего субъекта. Именно наличие СВК способствует повышению эффективности работы филиалов и структурных подразделений экономического субъекта в связи с надзором за их деятельностью собственниками компании и топ-менеджерами.

По данным консультационного и учебно-методического центра Аудиторской Палаты России (материалы сайта www.kumc.ru) собственники и топ-менеджмент высказывали исследователям конкретные пожелания к желательным направлениям развития внутреннего контроля в перспективе:

- сбор и анализ информации – 89% респондентов;
- оценка рисков предпринимательской деятельности – 76% респондентов;
- оценка соответствия применяемых информационных технологий нуждам хозяйствующего субъекта – 72% респондентов;
- управление рисками – 70% респондентов;
- выявление и расследование случаев мошенничества – 69% респондентов;
- проверки состояния информационной безопасности – 64% респондентов;
- проведение экономического анализа – 57% респондентов;
- управление проектами – 53% респондентов.

На крупных предприятиях могут быть организованы специальные подразделения внутреннего контроля – отделы внутреннего аудита. Согласно последним статистическим данным, в российской практике ведения внутреннего контроля применяются следующие формы СВК:

- система внутреннего аудита (СВА);
- структурно-функциональная;
- контрольная служба;
- аутсорсинг и ко-сорсинг.

В ходе внутреннего контроля следует применять Аналитические процедуры, которые состоят из оценки финансовой информации путём изучения взаимосвязей между финансовой и нефинансовой информацией. Аналитические процедуры представляют собой анализ имеющих важное значение коэффициентов и тенденций, включая последующее изучение их колебаний и взаимосвязей, если те не согласовываются с другой уместной информацией или отклоняются от предска-

Н. В. Левицкая, П. И. Михайлова
Владимирский филиал Финуниверситета
(г. Владимир)

АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ, ДИНАМИКИ РАСХОДОВАНИЯ СРЕДСТВ БЮДЖЕТА ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ

Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ, проект 16-12-33003/16 – Региональный конкурс «Центральная Россия: прошлое, настоящее, будущее» 2016 – Владимирская область – «Разработка методического обеспечения оценки эффективности реализации государственных программ (федеральный и региональный аспекты) для оптимизации бюджетного планирования и повышения результативности государственного управления».

Основные направления использования средств региональных бюджетов следующие:

- обеспечение функционирования органов законодательной (представительной) и исполнительной власти субъектов РФ;
- обслуживание и погашение государственного долга субъектов РФ;
- проведение выборов и референдумов субъектов РФ;
- обеспечение реализации региональных целевых программ;
- формирование государственной собственности субъектов РФ;

– осуществление международных и внешнеэкономических связей субъектов РФ;

– содержание и развитие предприятий, учреждений и организаций, находящихся в ведении органов государственной власти субъектов РФ;

– обеспечение деятельности средств массовой информации субъектов РФ;

– оказание финансовой помощи местным бюджетам;

– обеспечение осуществления отдельных государственных полномочий, передаваемых на муниципальный уровень;

– компенсация дополнительных расходов, возникших в результате решений, принятых органами государственной власти субъектов РФ, приводящих к увеличению бюджетных расходов или уменьшению бюджетных доходов местных бюджетов.

Рассмотрим структуру и динамику расходования средств регионального бюджета на примере Владимирской области.

Таблица 1

Структура расходов бюджета за 2015 год

Наименование	План на 2015 год	ИТОГО исполнено на 01.01.2016	% исполнения к плану года
ВСЕГО КАССОВЫХ РАСХОДОВ	48 178 764,1	45 088 199,5	93,6
в том числе:			
Общегосударственные вопросы	965 458,5	866 811,0	89,8
Национальная оборона	15 922,5	15 472,4	97,2
Национальная безопасность и правоохранительная деятельность	186 439,9	173 517,9	93,1
Национальная экономика	9 942 875,5	8 683 126,3	87,3
Жилищно-коммунальное хозяйство	1 180 545,9	999 113,8	84,6
Охрана окружающей среды	69 196,5	67 113,3	97,0
Образование	11 303 222,4	11 093 080,6	98,1
Культура и кинематография	926 574,6	858 582,3	92,7
Здравоохранение	8 561 950,2	8 375 227,1	97,8
Социальная политика	10 388 973,8	9 968 593,0	96,0
Физическая культура и спорт	493 848,5	453 311,4	91,8
Средства массовой информации	34 303,6	34 280,3	99,9
Обслуживание государственного и муниципального долга	91 862,6	83 468,1	90,9
Межбюджетные трансферты общего характера бюджетам субъектов РФ и МО	4 017 589,6	3 416 502,0	85,0

По данным таблицы 1 видно, что больше всего средств из бюджета расходуются на отрасль образование – 11 093 080,6 тыс. руб. или 24,6% от суммы расходов бюджета. На втором месте – расходы на социальную политику 9 968 593,0 тыс. руб. или 22,1%. Также значительная часть бюджета расходуются на экономику – 8 683 126,3 тыс. руб. или 19,2%; и здравоохранение – 8 375 227,1 тыс. руб. или 18,6%.

Меньше всего средств из бюджета Владимирской области в 2015 году израсходовали на национальную оборону – 15 472,4 тыс. руб. или 0,03%.

Более наглядно структура расходов бюджета за 2015 год по Владимирской области представлена на рисунке 4.

Далее рассмотрим динамику расходования средств бюджета Владимирской области за последние два года.

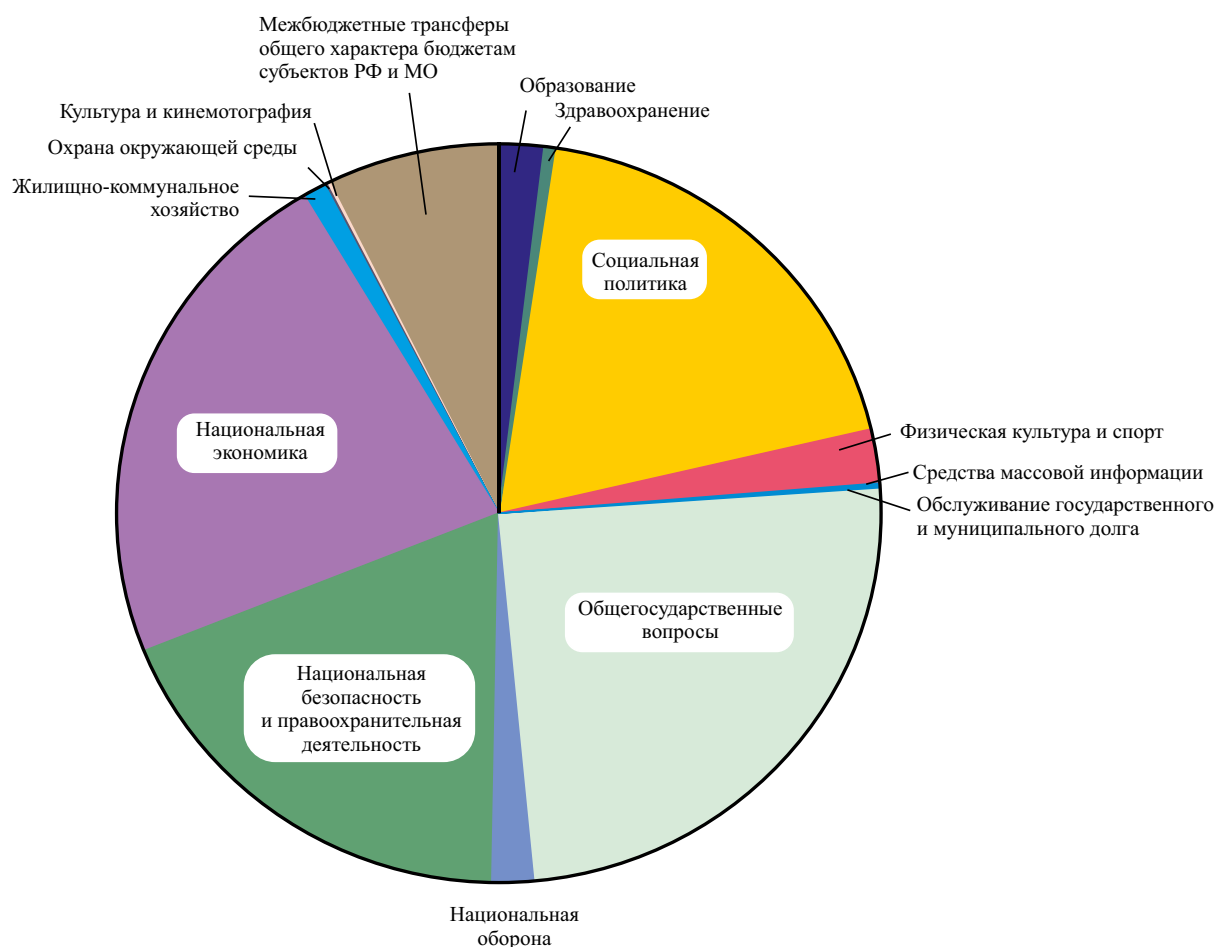


Рис. 1. Структура расходов бюджета

Таблица 2

Динамика расходов бюджета за 2014–2015 гг.

Наименование	План на 2015 год	ИТОГО исполнено на 01.01.2016	% исполнения к плану года	Исполнено на 01.01.2015	% исполн. 2015 г. к соответ. периоду 2014 г.
ВСЕГО КАССОВЫХ РАСХОДОВ	48 178 764,1	45 088 199,5	93,6	43 225 379,3	104,3
в том числе:					
Общегосударственные вопросы	965 458,5	866 811,0	89,8	811 408,0	106,8
Национальная оборона	15 922,5	15 472,4	97,2	14 589,5	106,1
Национальная безопасность и правоохранительная деятельность	186 439,9	173 517,9	93,1	249 604,5	69,5

Национальная экономика	9 942 875,5	8 683 126,3	87,3	7 703 282,7	112,7
Жилищно-коммунальное хозяйство	1 180 545,9	999 113,8	84,6	1 110 950,2	89,9
Охрана окружающей среды	69 196,5	67 113,3	97,0	64 873,5	103,5
Образование	11 303 222,4	11 093 080,6	98,1	10 913 377,2	101,6
Культура и кинематография	926 574,6	858 582,3	92,7	934 030,3	91,9
Здравоохранение	8 561 950,2	8 375 227,1	97,8	8 354 395,4	100,2
Социальная политика	10 388 973,8	9 968 593,0	96,0	9 097 791,8	109,6
Физическая культура и спорт	493 848,5	453 311,4	91,8	376 831,3	120,3
Средства массовой информации	34 303,6	34 280,3	99,9	55 671,0	61,6
Обслуживание государственного и муниципального долга	91 862,6	83 468,1	90,9	116 762,0	71,5
Межбюджетные трансферты общего характера бюджетам субъектов РФ и МО	4 017 589,6	3 416 502,0	85,0	3 421 811,9	99,8

Достижение целей в сфере бюджетной политики будет осуществляться путём решения следующих основных задач:

1. Обеспечение долгосрочной сбалансированности и устойчивости бюджетов области как базового принципа ответственной бюджетной политики.

Для реализации этой задачи необходимо:

- обеспечить расходы бюджетов области на исполнение действующих расходных обязательств в максимальной степени собственными доходными источниками;

– соблюдать установленные бюджетные ограничения при принятии новых расходных обязательств;

- обеспечить безопасный уровень и структуру государственного и муниципального долга.

2. Оптимизация структуры расходов бюджетов области путём выявления резервов, сокращения неэффективных расходов и перераспределения высвобождающихся в результате этого бюджетных ассигнований в пользу приоритетных направлений и проектов.

Библиографический список

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации : [Федер. закон от 31 июля 1998 г. № 145-ФЗ : принят Гос. Думой 17 июля 1998 г.] // Рос. газ. – 1998. 12 авг.
2. О бюджетном процессе во Владимирской области : закон Владимирской области от 24 нояб. 2000 г. № 82-03 : с изм. и доп. – URL: <http://base.garant.ru/19303061/>
3. Об областном бюджете на 2015 год и на плановый период 2016–2017 годов : закон Владимирской области от 29 дек. 2014 г. № 153-03 : с изм. на 28 дек. 2015 г. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/423981880>
4. Об исполнении областного бюджета за 2014 год : закон Владимирской области от 2 июля 2015 г. № 74-03 : с изм. и доп. – URL: http://dtf.avo.ru/images/Npa/zak_bud_74oz_02072015.doc
5. О комплексном плане мероприятий социально-экономического развития Владимирской области на 2013–2016 годы и механизме его реализации : постановление Губернатора от 15 нояб. 2013 г. № 1289. – URL: http://forum.avo.ru/upload/pdf/ef2014_kompleksnyi_plan_soc_econ_razvitiya_VO_2013-2016.pdf.

П. И. Михайлова, Н. В. Левицкая
Владимирский филиал Финуниверситета
(г. Владимир)

ОСОБЕННОСТИ БЮДЖЕТНОГО ПРОЦЕССА ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ

Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ, проект 16-12-33003/16 – Региональный конкурс «Центральная Россия: прошлое, настоящее, будущее» 2016 – Владимирская область – «Разработка методического обеспечения оценки эффективности реализации государственных программ (федеральный и региональный аспекты) для оптимизации бюджетного планирования и повышения результативности государственного управления».

Выполнение государством возложенных на него функций связано с наличием у него необходимых финансовых ресурсов, а это, в свою очередь, требует концентрации в бюджете части денежных средств, создаваемых в государстве. В ходе мобилизации в бюджет этих средств и их использования возникают финансовые отношения между государством, налогоплательщиками и получателями бюджетных ассигнований. Эти отношения строятся в соответствии с финансово-бюджетной политикой, разрабатываемой и осуществляемой органами власти. Финансово-бюджетная политика включает действия государственных и территориальных органов власти в налоговой, денежно-кредитной, ценовой и других областях финансов.

Финансово-бюджетная политика осуществляется главным образом в ходе работ, проводимых органами власти по мобилизации средств в бюджет и их использованию, т.е. в ходе бюджетного процесса.

В Бюджетном кодексе РФ дано следующее определение: «Бюджетный процесс – регламентируемая законодательством Российской Федерации деятельность органов государственной власти, органов местного самоуправления и иных участников бюджетного процесса по составлению и рассмотрению проектов бюджетов, утверждению и исполнению бюджетов, контролю за их исполнением, осуществлению

бюджетного учёта, составлению, внешней проверке, рассмотрению и утверждению бюджетной отчётности».

Рассмотрим особенности бюджетного процесса на примере Владимирской области.

Согласно закону Владимирской области от 24 ноября 2000 г. № 82-ОЗ «О бюджетном процессе во Владимирской области» бюджетные правоотношения во Владимирской области регулируются Бюджетным кодексом Российской Федерации, федеральными законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации, а также законами и иными нормативными правовыми актами Владимирской области.

Регулирование межбюджетных отношений между органами государственной власти Владимирской области и органами местного самоуправления производится в соответствии с БК РФ, нормативными правовыми актами РФ, осуществляющими правовое регулирование в области межбюджетных отношений, настоящим Законом и иными нормативными правовыми актами Владимирской области.

Участниками бюджетного процесса на областном уровне являются:

- Губернатор Владимирской области;
- Законодательное Собрание Владимирской области;
- администрация Владимирской области;
- департамент финансов, бюджетной и налоговой политики администрации Владимирской области;
- Счётная палата Владимирской области;
- контрольно-ревизионная инспекция администрации Владимирской области;
- органы управления Владимирского областного фонда обязательного медицинского страхования;
- Управление Федерального казначейства по Владимирской области;
- главные распорядители (распорядители) и получатели средств областного бюджета;

– главные администраторы (администраторы) доходов областного бюджета и бюджета Владимирского областного фонда обязательного медицинского страхования;

– главные администраторы и администраторы источников финансирования дефицита областного бюджета.

Бюджетные полномочия участников бюджетного процесса областного уровня установлены Бюджетным кодексом Российской Федерации.

Проект областного бюджета и проект бюджета Владимирского областного фонда обязательного медицинского страхования (далее – ВОФОМС) составляются в порядке, установленном администрацией Владимирской области в соответствии с положениями БК РФ и принимаемыми с соблюдением его требований законами Владимирской области. Составляются и утверждаются проекты бюджетов сроком на три года – очередной финансовый год и плановый период.

Составление проекта бюджета основывается на: Бюджетном послании Президента Российской Федерации; прогнозе социально-экономического развития Владимирской области на очередной финансовый год и плановый период; основных направлениях бюджетной и налоговой политики Владимирской области на очередной финансовый год и плановый период.

Губернатор Владимирской области вносит на рассмотрение проект закона о бюджете не позднее 1 ноября текущего года в составе и с установленными законом документами и материалами.

Проект закона Владимирской области об областном бюджете на очередной финансовый год и плановый период считается внесённым в срок, если он представлен в Законодательное Собрание не позднее 1 ноября текущего года.

Законодательное Собрание рассматривает проекты законов Владимирской области об областном бюджете и бюджете ТФОМС Владимирской области на очередной финансовый год и плановый период в двух чтениях.

Законодательное Собрание рассматривает проект закона Владимирской области об областном бюджете на очередной финансовый год и плановый период в первом чтении в течение 30 дней со дня внесения его Губернато-

ром в Законодательное Собрание. Предметом рассмотрения проекта закона Владимирской области об областном бюджете в первом чтении являются:

1) основные характеристики областного бюджета (общий объём доходов и расходов, верхний предел государственного внутреннего или внешнего долга Владимирской области, дефицит (профицит) областного бюджета).

2) объём и распределение дотаций на выравнивание бюджетной обеспеченности муниципальных образований Владимирской области.

При утверждении в первом чтении основных характеристик областного бюджета Законодательное Собрание не имеет права увеличивать доходы и дефицит областного бюджета, если на эти изменения отсутствует положительное заключение Губернатора.

В случае отклонения в первом чтении проекта закона Владимирской области об областном бюджете на очередной финансовый год и плановый период Законодательное Собрание вправе передать указанный законопроект в согласительную комиссию по уточнению основных характеристик областного бюджета, вернуть указанный законопроект в администрацию на доработку с обоснованием причин его отклонения.

Законодательное Собрание рассматривает во втором чтении проект закона Владимирской области об областном бюджете на очередной финансовый год и плановый период в течение 30 дней со дня его принятия в первом чтении.

Предметом рассмотрения проекта закона Владимирской области об областном бюджете на очередной финансовый год и плановый период во втором чтении являются текстовые статьи проекта закона Владимирской области об областном бюджете, а также приложения к нему.

В течение 10 дней со дня принятия проекта закона Владимирской области об областном бюджете на очередной финансовый год и плановый период в первом чтении субъекты права законодательной инициативы направляют в комитет по бюджетной и налоговой политике поправки по вопросам второго чтения названного законопроекта. В течение следующих 5 рабочих дней комитет по бюджетной и налоговой политике готовит сводную

С. В. Никифорова, Е. П. Демидова
Владимирский филиал Финуниверситета
(г. Владимир)

ФИНАНСОВЫЙ КОНТРОЛЬ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ, проект 16-12-33003/16 – Региональный конкурс «Центральная Россия: прошлое, настоящее, будущее» 2016 – Владимирская область – «Разработка методического обеспечения оценки эффективности реализации государственных программ (федеральный и региональный аспекты) для оптимизации бюджетного планирования и повышения результативности государственного управления».

Группировкой финансового контроля по различным признакам называется организацией финансового контроля.

Финансовый контроль группируется по следующим признакам:

- 1) В зависимости от субъектов;
- 2) В зависимости от времени проведения;
- 3) В зависимости от способов и приёмов осуществления контролирующей деятельности на методов.

Организация государственного финансового контроля основывается на следующих принципах:

- 1) Принцип законности (наличие нормативно правовой базы);
- 2) Принцип независимости (независимость государственных органов при осуществление контролирующих мероприятий);
- 3) Принцип объективности;
- 4) Принцип гласности (доступность результатов материалов контроля, но с условием коммерческой тайны);
- 5) Принцип эффективности (получение конкретных результатов, устранение выявленных нарушений, выявление дополнительных резервов).

В условиях рыночной экономики роль государственного финансового контроля сильно возрастает. Государственный финансовый контроль становится одной из важнейших управленческих функций государства, его значение заключается в содействии реализации государственной экономической и финансовой

политики, обеспечение эффективности использования бюджетных средств и средств внебюджетных фондов. Содержание государственного финансового контроля сводится к проверке деятельности всех органов власти, а также других участников бюджетного процесса на предмет соблюдения законности, прозрачности и эффективности действий в области образования, распределения и использования фондов государственных денежных средств.

Внешний государственный финансовый контроль осуществляют органы государственной законодательной власти, представительные органы местного самоуправления через специальные контрольные органы: Счётную палату Российской Федерации, контрольные комиссии органов местного самоуправления и контрольные палаты субъектов Российской Федерации. Государственный внешний контроль проводимый органами исполнительной власти осуществляется Министерством финансов Российской Федерации через Федеральное казначейство, Федеральную службу финансово-бюджетного надзора, а также финансовыми органами субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления, главными распорядителями и распорядителями бюджетных средств.

Парламентский контроль верховенствует в общей системе внешнего государственного финансового контроля, при котором законодательные органы власти создают свои собственные и независимые контрольные органы для внешнего контроля деятельности органов исполнительной власти по исполнению и формированию бюджетов и бюджетов государственных внебюджетных фондов. Согласно законодательству при внешнем контроле законодательные органы власти имеют право: на получение от органов государственной исполнительной власти необходимых сопроводительных материалов при утверждении бюджетов и бюджетов государственных

С. В. Никифорова, И. А. Кузнецова
Владимирский филиал Финуниверситета
(г. Владимир)

ПРИМЕНЕНИЕ АНАЛИТИЧЕСКИХ ПРОЦЕДУР В ЦЕЛЯХ КОНТРОЛЯ ПРОГНОЗНЫХ РАСЧЁТОВ

Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ, проект 16-12-33003/16 – Региональный конкурс «Центральная Россия: прошлое, настоящее, будущее» 2016 – Владимирская область – «Разработка методического обеспечения оценки эффективности реализации государственных программ (федеральный и региональный аспекты) для оптимизации бюджетного планирования и повышения результативности государственного управления».

Рациональное использование инвестиционного капитала, ограниченность финансовых ресурсов ставят перед инвестором вопрос отбора наиболее перспективных проектов, их ранжирования, определение конъюнктуры рынка производственного направления. От своевременности принятия инвестиционных решений и их эффективности во многом зависит конкурентоспособность и инвестиционная привлекательность организации. Все инвестиционные решения принимаются на основе изучения и интерпретации данных, содержащихся в бухгалтерской (финансовой) отчётности, которая является инструментом сохранности вкладываемых капиталов в различные инвестиционные проекты. Бухгалтерская (финансовая) отчётность организации является единственным источником получения финансовой информации об организации. В связи с этим, важнейшей задачей бухгалтерской (финансовой) отчётности является предоставление заинтересованным пользователям своевременной и достоверной информации, необходимой для принятия ими обоснованных экономических решений. В этих условиях особенно важной становится роль аудиторской деятельности, проводимой в отношении прогнозной бухгалтерской (финансовой) отчётности. Подтверждённая независимым аудитором информация о приемлемости планируемых к реализации бизнес-проектов становится убедительным доводом в переговорах с потенциальными инвесторами.

На современном этапе развития нормативной базы аудиторской деятельности в Российской Федерации проверка прогнозной финансовой информации остаётся одним из наиболее проблемных участков работы аудитора. Следует отметить, что до сих пор отсутствует федеральный стандарт аудиторской деятельности, регулирующий порядок осуществления проверки прогнозной финансовой информации, и исполнители вынуждены использовать достаточно устаревшее по сравнению с международным аналогом правило (стандарт), одобренное уже не существующей Комиссией по аудиторской деятельности при Президенте Российской Федерации ПСАД) [2] в совокупности с положениями Международного стандарта по заданиям, обеспечивающим уверенность. В международной практике проверка прогнозной отчётности относится к заданиям, обеспечивающим уверенность, то есть в результате её проведения аудитор должен выдать заключение, позволяющее заинтересованным пользователям, в том числе инвесторам, повысить свою уверенность в достоверности прогнозной информации и её соответствии установленным критериям.

МСА 810 «Проверка прогнозной финансовой информации» регулирует вопросы составления отчёта о прогнозной финансовой информации, включая процедуры проверки наилучших оценок и гипотетических допущений. МСА 810 не применяется в случаях проверки прогнозной финансовой информации, выраженной в общей или повествовательной форме (например, как суждения и анализ со стороны руководства, представленные в годовом отчёте субъекта).

При выполнении задания по проверке прогнозной финансовой информации аудитор должен получить достаточные и уместные доказательства того, что:

- наилучшие оценки руководства, на которых основывается прогнозная финансовая информация, не являются необоснованными,

а в случае гипотетических допущений они согласуются с назначением информации;

- прогнозная финансовая информация надлежащим образом подготовлена на основании допущений;

- прогнозная финансовая информация представлена надлежащим образом и все существенные допущения раскрыты в адекватной мере с чётким указанием того, являются ли допущения наилучшими оценками или гипотетическими допущениями,

- прогнозная финансовая информация подготовлена на той же основе, что и финансовая отчётность за предыдущие годы, в соответствии с надлежащими принципами бухгалтерского учёта.

Стандарт устанавливает следующие основные термины в отношении прогнозной информации.

Прогнозная финансовая информация – это финансовая информация, основанная на допущениях относительно событий, которые могут произойти в будущем, и возможных действиях субъекта. Эта информация носит субъективный характер, и её подготовка в значительной мере опирается на суждения.

Прогнозная финансовая информация представляется в форме:

- прогноза;
- перспективной оценки.
- комбинации прогноза и перспективной оценки, например прогноз на один год плюс перспективная оценка на пять лет.

Прогноз – прогнозная финансовая информация, подготовленная на основании допущений относительно будущих событий, которые согласно ожиданиям руководства произойдут, и действий, которые руководство предполагает предпринять на момент подготовки информации (наилучшие оценки) <5>.

При разработке инвестиционных проектов главная задача аудитора – установить применимость принятых аудируемым лицом допущений при подготовке финансовой информации и правильность их использования. Центральное место в процессе аудита прогнозной финансовой информации по инвестиционному проекту занимает рассмотрение методов её подготовки, а также оценки и отбора допущений. В зависимости от компетентности аудитора в вопросах оценки инвестиционных проектов он может принять решение о выражении или невыражении мнения о том, бу-

дут ли достигнуты планируемые показатели в ходе реализации проекта. Чтобы повысить ценность мнения, выражаемого в результате выполнения задания по проверке прогнозной информации, аудитору необходимо владеть приёмами и методами стратегического анализа, которые рекомендуется применять в зависимости от этапа жизненного цикла инвестиционного проекта <2>.

Российский ПСАД обращает внимание аудитора на то, что прогноз может быть одно- и многовариантным. В последнем случае возрастает сложность работы аудитора, поскольку возникает потребность не только в определении применимости проекта, но и в оценке правильности предпочтений, отданных в конечном итоге конкретному варианту проекта.

Международный стандарт аудита МСА 520, а также российские правила (стандарты) устанавливают требования в отношении применения аналитических процедур в ходе аудита, определяют цели проведения аналитических процедур, виды и методы выполнения аналитических процедур, а также действия аудиторов после выполнения этих процедур <4>.

Под аналитическими процедурами понимают действия аудитора, в ходе которых он проводит анализ соотношений и закономерностей, основанных на сведениях о деятельности аудируемого лица, а также изучает связь этих соотношений и закономерностей с другой имеющейся в распоряжении аудитора информацией, выявляя причины возможных отклонений от неё.

Оптимизация трудоёмкости проведения аудиторской проверки очень важна, в этой связи большую роль играют аналитические процедуры, являющиеся одним из способов получения аудиторских доказательств. Проведение аналитических процедур даёт аудитору значительный объём необходимой ему информации и при этом требует намного меньше затрат, нежели проведение детального тестирования.

В рамках ФПСАД № 20 «Аналитические процедуры» в качестве аналитических процедур рассматриваются конкретные процедуры:

- а) рассмотрение финансовой и другой информации об аудируемом лице в сравнении: с сопоставимой информацией за предыдущие периоды; с ожидаемыми результатами деятельности аудируемого лица, например, сметами или прогнозами, а также предположениями аудитора; с информацией об организациях, ведущих

аналогичную деятельность (например, сравнение отношения выручки от продаж аудируемого лица к сумме дебиторской задолженности со средними отраслевыми показателями или с показателями других организаций сопоставимого размера в той же отрасли экономики);

б) рассмотрение взаимосвязей: между элементами информации, которые предположительно должны соответствовать прогнозируемому образцу, исходя из опыта аудируемого лица; между финансовой информацией и другой информацией (например, между расходами на оплату труда и численностью работников).

Однако следует иметь в виду, что существует и расширенное толкование этого понятия, когда к аналитическим процедурам относятся также беглый просмотр бухгалтерской отчётности проверяемого экономического субъекта, дискуссии с его персоналом и т.п.

К основным методам аналитических процедур можно отнести:

- Числовые и процентные сравнения;
- Коэффициентный анализ;
- Анализ, основанный на статистических методах;
- Корреляционный анализ;
- Другие.

Применяя данные методы, аудитор проводит:

- Сравнение фактических показателей с плановыми (сметными). Исследование наиболее важных сфер (в которых есть резкие отклонения фактических показателей от плановых) может выявить свидетельства потенциальных ошибок (их отсутствие может говорить о том, что ошибки маловероятны). Аналитические процедуры этого типа широко практикуются, например, при аудите государственных предприятий. Здесь необходимо учитывать два момента: насколько можно доверять прогнозам клиента (для этого аудитор беседует о процедурах составления прогнозов с персоналом клиента) и какова вероятность того, что текущая финансовая информация была изменена персоналом клиента в соответствии с прогнозными расчётами (для сведения этой вероятности к минимуму аудитор оценивает риск контроля и проводит детальное тестирование фактических данных).

- Сравнение показателей отчётного периода с показателями предыдущих периодов (резкие колебания должны привлечь внимание аудитора, они могут быть связаны с изме-

нением экономических условий или с погрешностями финансовой отчётности).

- Сравнение фактических финансовых показателей с определёнными аудитором прогнозными показателями (аудитор строит предполагаемый баланс для сопоставления его с фактическим; суть этой процедуры состоит в том, что аудитор сравнивает сальдо счета с другими остатками или счётом прибылей и убытков либо строит свои предположения на основе сложившихся тенденций).

Вычисление коэффициентов финансового состояния организации и анализ их динамики (на основе анализа аудитор делает важные выводы о жизнеспособности клиента);

Сравнение показателей проверяемого экономического субъекта со среднеотраслевыми данными (значительные отклонения должны быть изучены аудитором, однако необходимо учитывать различия в учётной политике предприятий, экономических условиях и возможной специфичности продукции, выпускаемой отдельными предприятиями); в некоторых случаях целесообразно произвести сравнение с показателями предприятия-аналога;

Сравнение данных о клиенте с ожидаемыми результатами при помощи нефинансовых данных (количество реализованной продукции, отработанные часы и т.д.). Здесь важна уверенность в точности этих нефинансовых данных.

Соотношения, используемые в аналитической процедуре, должны быть правдоподобны и предсказуемы. Правдоподобность предполагает существование явной причинно-следственной связи.

Использование аналитических процедур в процессе аудита позволяет аудитору произвести оценку финансовых показателей путём изучения вероятных зависимостей между ними. Это в свою очередь даёт возможность оценить эффективность методов планирования, используемых организацией, выявить сложившиеся тенденции, области потенциального риска, вероятность банкротства и т.д.

Правильно организованный предварительный аналитический обзор может позволить аудиторам достаточно подробно ознакомиться с бизнесом клиента. Многие аудиторы начинают этот обзор с изучения сопоставимых финансовых отчётов и подсчёта долевых соотношений и изменений по счетам баланса и отчёта о доходах.

Таким образом, основной целью является предварительное диагностирование искажений бухгалтерской отчётности; для его эффективности такое диагностирование – как и в других областях человеческой деятельности – должно быть более простым и дешёвым, чем точные и надёжные методы, ориентированные на работу с бухгалтерской документацией.

Основной целью применения аналитических процедур является выявление наличия или отсутствия необычных или неверно отражённых фактов и результатов хозяйственной деятельности, определяющих области потенциального риска и требующих особого внимания аудитора.

Неожиданные значительные расхождения между не подвергшимися аудиту финансовыми данными за текущий год и другими данными, с которыми они сравниваются, известны под названием «необычные колебания». Необычные колебания – это те случаи, когда значительные расхождения данных не ожидаются, но имеют место, и когда значительные расхождения ожидаются, но не имеют места. В любом случае одна из вероятных причин необычных колебаний – это ошибка или неточность в учёте. Таким образом, если необычное колебание велико, то аудитор должен установить его причину и удостовериться, что это обоснованное экономическое событие, а не ошибка или неправильность в отчётности. Этот аспект аналитических процедур часто называют направлением внимания, поскольку они направляют исследователя на осуществление более детальных процедур в тех специфических сферах аудита, где могут быть найдены ошибки или неточности.

При ведении бухгалтерского учёта и составлении финансовой отчётности бухгалтера исходят из того, что предприятие не собирается ликвидироваться, не собирается существенно сокращать свою деятельность, будет продолжать выполнять свои обязательства.

В этом проявляется принцип непрерывности деятельности предприятия.

В отчёте аудитора по проверке прогнозной финансовой информации особое внимание необходимо уделить следующим элементам: – ссылка на цель и ограниченное распространение прогнозной финансовой информации. Аудитор должен довести до сведения заинтересованных пользователей отчёта тот факт, что данная информация подготовлена для инвестиционных целей, и использование её в других случаях может быть недопустимо; – выражение негативной уверенности в приемлемости допущений, на основе которых подготовлена прогнозная информация. Такой ограниченный вид уверенности, в отличие от позитивной, выражаемой при проведении традиционного аудита исторической финансовой информации, предоставляет аудитору возможность не заявлять о приемлемости допущений, чтобы не принимать на себя неоправданную ответственность за последующие события, связанные с реализацией инвестиционного проекта, а довести до сведения пользователей тот факт, что в результате проверки не обнаружены факты, свидетельствующие о неприемлемости применяемых при подготовке проекта допущений; – предостережение относительно возможности достижения результатов, запланированных в проекте. Дополнительно к вышесказанному аудитор обязан указать, что фактические результаты, вероятно, будут иметь отклонения от прогнозных в силу наличия неопределённости и рисков при осуществлении инвестиционной деятельности. В то же время использование аналитических методик и процедур позволит аудитору повысить информативность отчёта по результатам проверки прогнозной финансовой информации и повлияет на экономические решения потенциальных инвесторов.

Библиографический список

1. Об утверждении федеральных правил (стандартов) аудиторской деятельности ФПСАД №20. Аналитические процедуры : постановление Правительства Рос. Федерации от 23 сент. 2002 г. № 696. –URL: <http://www.consultant.ru>. [В Интернете]
2. *Панкова С.В, Кривцов А. И.* Аудиторская проверка прогнозной финансовой информации при реализации инвестиционных проектов // ВЕСТНИК ОГУ. – 2011. – № 13(132).
3. *Попель О. Ю.* Аналитические процедуры и их значение в аудите. Библиотека Интернет Индустрии I2R.ru. – URL: http://www.i2r.ru/static/491/out_19190.shtml (Дата обращения: 20.05.2016).
4. *Шеремет А.Д., Суйц В. П.* Аудит : учебник. – М. : ИНФРА-М, 2010.
5. Проверка прогнозной финансовой информации. <http://standaudit.ru> Международные стандарты аудита. – URL: <http://standaudit.ru/proverka-prognoznoj-finansovoj-informacii> (Дата обращения: 20.05.2016).
6. URL: <http://www.auditplus.ru>.

О. П. Николаева, Т. А. Сергеева, О. А. Поликанова
*Владимирский филиал Финуниверситета
(г. Юрьев-Польский)*

РАСЧЁТЫ С ПОДОТЧЁТНЫМИ ЛИЦАМИ В БЮДЖЕТНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ: УЧЁТ И КОНТРОЛЬ

Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ, проект 16-12-33003/16 – Региональный конкурс «Центральная Россия: прошлое, настоящее, будущее» 2016 – Владимирская область – «Разработка методического обеспечения оценки эффективности реализации государственных программ (федеральный и региональный аспекты) для оптимизации бюджетного планирования и повышения результативности государственного управления».

В процессе финансово-хозяйственной деятельности в бюджетных учреждениях постоянно возникает необходимость приобретения материальных ценностей, работ, услуг. Для этих целей могут использоваться как безналичные, так и наличные расчёты. Например, работнику выдаются наличные денежные средства (авансы) под отчёт для выполнения определённых действий по поручению учреждения, в частности: на хозяйственные расходы; в порядке возмещения произведённых сотрудником из личных средств расходов (включая перерасход по авансовым отчётам); на командировочные расходы. Работники, получающие такие средства, называются подотчётными лицами.

Бюджетное учреждение в приказе об организации бюджетного учёта чётко устанавливает правила проведения расчётов с сотрудниками – подотчётными лицами и наделения их правом осуществлять определённые действия за наличный расчёт от имени учреждения. Этим же документом детально регламентируется порядок и правила оформления сотрудниками отчётных документов по использованию подотчётных сумм и мера их ответственности.

Основными нормативными документами, регулирующими выдачу и учёт наличных денежных средств работникам учреждения под отчёт, являются: Указание Банка России от 11.03.2014 № 3210-У «О порядке ведения

кассовых операций юридическими лицами и упрощённом порядке ведения кассовых операций индивидуальными предпринимателями и субъектами малого предпринимательства» и Приказ Минфина России от 01.12.2010 № 157н «Об утверждении Единого плана счетов бухгалтерского учёта для органов государственной власти (государственных органов), органов местного самоуправления, органов управления государственными внебюджетными фондами, государственных академий наук, государственных (муниципальных) учреждений и Инструкции по его применению».

Указание Банка России от 11.03.2014 № 3210-У не устанавливает ограничений по поводу сумм, которые организация может выдать под отчёт на хозяйственно-операционные расходы. Размер и срок, на который они выдаются в подотчёт, устанавливаются организацией самостоятельно на основании приказа руководителя.

Однако следует помнить, что при оплате каких-либо материальных ценностей, работ, услуг (за исключением услуги проживания в гостинице) подотчётное лицо выступает от имени учреждения. Поэтому на него распространяется Указание Банка России от 07.10.2013 № 3073-У «Об осуществлении наличных расчётов». Указанием установлено, что наличные расчёты в валюте Российской Федерации и иностранной валюте между участниками наличных расчётов в рамках одного договора, заключённого между указанными лицами, могут производиться в размере, не превышающем 100 тысяч рублей либо сумму в иностранной валюте, эквивалентную 100 тысячам рублей по официальному курсу Банка России на дату проведения наличных расчётов [4].

Служебной командировкой признаётся поездка работника по распоряжению руководителя учреждения на определённый срок в другую местность для выполнения служеб-

ного поручения вне места постоянной работы. В служебные командировки направляются работники, состоящие в трудовых отношениях с работодателем. Срок командировки определяется работодателем, с учётом объёма, сложности и других особенностей служебного поручения. За командированным работником сохраняются место работы, должность и средний заработок.

Выдача наличных денег под отчёт на расходы, связанные со служебными командировками, производится в пределах сумм, причитающихся командированным лицам на эти цели в соответствии с нормами возмещения командировочных расходов, определённых следующими нормативными актами:

- Приказ Минфина России от 02.08.04 № 64н «Об установлении предельных норм возмещения расходов по найму жилого помещения в иностранной валюте при служебных командировках на территории иностранных государств работников организаций, финансируемых за счёт средств федерального бюджета»;

- Постановление Правительства РФ от 26.12.05 № 812 «О размере и порядке выплаты суточных в иностранной валюте и надбавок к суточным в иностранной валюте при служебных командировках на территории иностранных государств работников организаций, финансируемых за счёт средств федерального бюджета»;

- Постановление Правительства РФ от 02.10.02 № 729 «О размерах возмещения расходов, связанных со служебными командировками на территории Российской Федерации, работникам организаций, финансируемых за счёт средств федерального бюджета»;

- Постановление Правительства РФ от 13.10.2008 № 749 «Об особенностях направления работников в служебные командировки».

Дебиторская задолженность подотчётных лиц отражается в сумме денежных средств, выданных ему по распоряжению руководителя учреждения на основании письменного заявления подотчётного лица, содержащего назначение аванса, расчёт (обоснование) размера аванса и срок, на который он выдаётся, либо в сумме денежных документов, выданных подотчётному лицу на соответствующие цели [5].

Для выдачи наличных денег работнику под отчёт на расходы, связанные с осуществлением деятельности юридического лица, ин-

дивидуального предпринимателя, оформляется расходный кассовый ордер (ф.0310002).

Подотчётное лицо обязано в срок, не превышающий трёх рабочих дней после дня истечения срока, на который выданы наличные деньги под отчёт, или со дня выхода на работу, предъявить главному бухгалтеру или бухгалтеру (при их отсутствии – руководителю) авансовый отчёт с прилагаемыми подтверждающими документами. Проверка авансового отчёта главным бухгалтером или бухгалтером (при их отсутствии – руководителем), его утверждение руководителем и окончательный расчёт по авансовому отчёту осуществляются в срок, установленный руководителем.

При выдаче наличных денежных средств из кассы под отчёт нескольким лицам взамен индивидуальных Расходных кассовых ордеров (ф. 0310002) применяется Ведомость на выдачу денег из кассы подотчётным лицам, по форме, утверждённой Министерством финансов Российской Федерации. Ведомости на выдачу денег из кассы подотчётным лицам могут составляться отдельно на заработную плату, хозяйственные расходы и другие нужды. Каждая законченная ведомость оформляется как расходный кассовый ордер [5].

Первичные документы, оформленные с нарушением данных требований, не могут быть признаны оправдательными. Суммы, израсходованные сотрудником на свой риск без учёта установленных требований, должны быть возмещены им (внесены в кассу организации).

Если работник находился в служебной командировке, то по возвращении он обязан представить работодателю в течение 3 рабочих дней: авансовый отчёт об израсходованных в связи с командировкой суммах и произвести окончательный расчёт по выданному ему перед отъездом в командировку денежному авансу на командировочные расходы. К авансовому отчёту прилагаются документы о найме жилого помещения, фактических расходах по проезду (включая оплату услуг по оформлению проездных документов и предоставлению в поездах постельных принадлежностей) и об иных расходах, связанных с командировкой [8].

Возмещение расходов, связанных со служебными командировками на территории Российской Федерации, работникам, заключившим трудовой договор о работе в феде-

ральных государственных органах, работникам государственных внебюджетных фондов Российской Федерации, федеральных государственных учреждений осуществляется в следующих размерах:

- расходов по найму жилого помещения (кроме случая, когда направленному в служебную командировку работнику предоставляется бесплатное помещение) – в размере фактических расходов, подтверждённых соответствующими документами, но не более 550 рублей в сутки. При отсутствии документов, подтверждающих эти расходы, – 12 рублей в сутки;

- расходов на выплату суточных – в размере 100 рублей за каждый день нахождения в служебной командировке;

- расходов по проезду к месту служебной командировки и обратно к месту постоянной работы (включая оплату услуг по оформлению проездных документов, расходы за пользование в поездах постельными принадлежностями) – в размере фактических расходов, подтверждённых проездными документами, но не выше стоимости проезда [7].

Лица, получившие денежные средства под отчёт, а также лица, производившие хозяйственные расходы за счёт личных средств, составляют Авансовые отчёты (ф. 0504049) с приложением оправдательных документов и отметкой об оприходовании и (или) использовании приобретённых материальных ценностей. К Авансовому отчёту прикладываются пронумерованные подотчётным лицом документы в порядке их записи в отчёте, подтверждающие произведённые расходы. Запрещается включение в авансовый отчёт расходов по первичным документам, оформленным с нарушением установленных требований.

В бухгалтерии проверяют правильность оформления авансового отчёта и наличие документов, подтверждающих произведённые расходы. Проверенные авансовые отчёты утверждаются руководителем учреждения.

После проверки авансового отчёта и прилагаемых к нему документов оформляется расходный кассовый ордер и оплачивается перерасход по авансовому отчёту (возмещение расходов, произведённых сотрудником из личных средств). В случаях неполного использования подотчётных сумм (наличия остатка по авансовому отчёту), невнесения остатков

в кассу, а также непредставления авансового отчёта в установленные сроки подотчётные суммы в установленном порядке подлежат удержанию из заработной платы, денежного довольствия, начиная с текущего месяца.

Для учёта расчётов с подотчётными лицами по суммам денежных средств и (или) денежных документов, выдаваемых им учреждением под отчёт, предназначен счёт 020800000 «Расчёты с подотчётными лицами» [5].

Группировка расчётов с подотчётными лицами осуществляется в разрезе видов выплат, утверждённых сметой учреждения (планом финансово-хозяйственной деятельности) по аналитическим группам синтетического учёта объекта учёта:

- 10 «Расчёты с подотчётными лицами по оплате труда и начислениям на выплаты по оплате труда»;

- 20 «Расчёты с подотчётными лицами по работам, услугам»;

- 30 «Расчёты с подотчётными лицами по поступлению нефинансовых активов»;

- 60 «Расчёты с подотчётными лицами по социальному обеспечению»;

- 90 «Расчёты с подотчётными лицами по прочим расходам».

Коды классификации операций сектора государственного управления: 560 – увеличение дебиторской задолженности, 660 – уменьшение дебиторской задолженности.

Аналитический учёт расчётов с подотчётными лицами ведётся в разрезе подотчётных лиц, видов выплат и видов расчётов (расчёты по выданным денежным средствам, расчёты по полученным денежным документам) в Карточке учёта средств и расчётов либо в Журнале по расчётам с подотчётными лицами.

Перед составлением квартальной и годовой отчётности неизрасходованные суммы авансов должны быть возвращены подотчётными лицами в кассу (за исключением лиц, находящихся в командировке).

При проведении инвентаризации подотчётных сумм проверяются отчёты подотчётных лиц по выданным авансам с учётом их целевого использования, а также суммы выданных авансов по каждому подотчётному лицу (даты выдачи, целевое назначение).

В соответствии с п. 3.44 Методических указаний по инвентаризации имущества и финансовых обязательств, утверждённых приказом

Министерства финансов Российской Федерации от 13 июня 1995 г. № 49, инвентаризация расчётов с подотчётными лицами заключается в проверке обоснованности сумм, числящихся на счетах бухгалтерского учёта[6].

В заключение хотелось бы отметить, что на суммы, выданные под отчёт, взносы на обязательное пенсионное (социальное, медицинское) страхование, а также взносы на страхование от несчастных случаев и профессиональных заболеваний не начисляются.

Объясняется это тем, что полученные сотрудником деньги – это не вознаграждение за выполненные им работы или оказанные услуги, с которых нужно перечислять эти обязательные платежи [1,2]. Налог на доходы с физических лиц (НДФЛ) с подотчётных сумм также не удерживается. Деньги, выданные под отчёт, не увеличивают налогооблагаемый доход сотрудника, что объясняется тем, что выданы они на время и с условием предоставления отчёта об их использовании.

Библиографический список

1. О страховых взносах в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования : федер. закон от 24 июля 2009 г. № 212-ФЗ // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2009. – № 30, ст. 3738.
2. Об обязательном социальном страховании от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний : федер. закон от 24 июля 1998 г. № 125-ФЗ // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 1998. – № 31, ст. 3803.
3. О порядке ведения кассовых операций юридическими лицами и упрощённом порядке ведения кассовых операций индивидуальными предпринимателями и субъектами малого предпринимательства : указание Банка России от 11 марта 2014 г. № 3210-У // Вестн. Банка России. – 2014. – № 46.
4. Об осуществлении наличных расчётов : указание Банка России от 7 окт. 2013 г. № 3073-У // Вестн. Банка России. – 23014. – № 45.
5. Об утверждении Единого плана счетов бухгалтерского учёта для органов государственной власти (государственных органов), органов местного самоуправления, органов управления государственными внебюджетными фондами, государственных академий наук, государственных (муниципальных) учреждений и Инструкции по его применению : приказ Минфина России от 1 дек. 2010 г. № 157н // Рос. газ. – 2011. – № 8.
6. Об утверждении Методических указаний по инвентаризации имущества и финансовых обязательств : приказ Минфина России от 13 июня 1995 г. № 49 // Экономика и жизнь. – 1995. – № 29.
7. О размерах возмещения расходов, связанных со служебными командировками на территории Российской Федерации, работникам организаций, финансируемых за счёт средств федерального бюджета : постановление Правительства Рос. Федерации от 2 окт. 2002 г. № 729 // Рос. газ. – 2002. – 5 окт.
8. Об особенностях направления работников в служебные командировки : постановление Правительства Рос. Федерации от 13 окт. 2008 г. № 749 // Рос. газ. – 2008. – 17 окт.

И. С. Новикова*Владимирский филиал Финуниверситета
(г. Юрьев-Польский)*

ПРОБЛЕМА ЗАНЯТОСТИ ВО ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ

Важным явлением, характеризующим макроэкономическую нестабильность, выступает безработица. Как показывают данные статистики проблема безработицы актуальна не только для всей России в целом, но и для отдельных её регионов, в том числе и для Владимирской области.

По мнению экономистов, безработица – это состояние, когда трудоспособное население ищет, но не может найти работу. Различают полную и неполную занятость. Экономисты считают, что полная занятость – это неабсолютное отсутствие безработицы. Характеризуя неполную занятость, можно сказать, что это такое состояние экономики, когда часть работников не занята производством товаров и услуг. Следовательно, это влечёт за собой недопроизводство валового национального продукта, происходит снижение уровня благосостояния населения. Основным показателем, характеризующим безработицу, выступает показатель уровня безработицы. Он представляет собой отношение числа безработных к общей численности экономически активного населения, выраженное в процентах.

Можно выделить следующие основные причины безработицы:

- избыток населения (так как мировая экономика трудоизбыточна, поэтому стремительный рост народонаселения способствует этому);
- потеря работы (увольнение);
- вытеснение труда капиталом в эпоху научно-технической революции;
- наличие монополии на рынке труда (предприятия-монополисты диктуют условия оплаты труда и занижают объём занятости);
- низкий платёжеспособный спрос [6].

Рассмотрим каковы же основные последствия безработицы. В экономике известны экономические и неэкономические последствия безработицы, которые проявляются как на индивидуальном уровне, так и на общественном уровне.

Итак, неэкономические последствия безработицы на индивидуальном уровне состоят в том, что если человек в течение длительного времени не нашёл работу, то это приводит его к психологическим стрессам, отчаянию, нервным заболеваниям, а также потеря стабильного источника дохода является причиной совершения преступления.

На уровне общества это, в первую очередь, означает рост социальной напряжённости, вплоть до политических переворотов.

Экономические последствия безработицы на индивидуальном уровне проявляются в потере дохода или части дохода, а также в потере квалификации.

Владимирская область входит в десятку субъектов Федерации с уровнем безработицы выше среднего по Центральному Федеральному округу. По данным Росстата, уровень безработицы в регионе в августе-октябре 2015 года составил 5,7%, что значительно превышает средний показатель по ЦФО – 3,4%, следовательно, это составляет порядка 4,4 миллиона человек.

Если проанализировать численность экономически активного населения (занятые и безработные) в возрасте 15–72 лет во Владимирской области, можно сделать вывод, что она составляет 767,7 тыс. человек, из них 724,2 тыс. человек – занятые, 43,5 тыс. человек – безработные (5,7%). При том, что уровень экономической активности населения в регионе выше среднего показателя по ЦФО (71,5% против 71,1%), уровень занятости заметно отстаёт от средней по округу (67,5% против 68,6%). Поэтому примерно на 8,8 тысячи официально зарегистрированных безработных в регионе приходится около 22 тысячи вакансий. Уровень зарегистрированной безработицы в регионе составляет 1,1 процента к экономически активному населению, а уровень общей безработицы – 4,4 процента (в целом по России – 5,5 процента). Таким образом, данная ситуация является прямым доказательством дисбаланса на рынке труда.

В настоящее время главным источником в поиске работы является Интернет. Во Владимирской области наиболее посещаемыми сайтами признаны «Авито» и «Работа33». Изучив предложения сайтов, получаем следующие данные: в целом по Владимирской области предлагается около 820-ти вакансий (в том числе 460 из них в городе Владимире), а так же 7100 резюме (в том числе 3500 из них в городе Владимире). Средняя заработная плата работника составляет 17,5 тыс. рублей. Наиболее востребованной отраслью является производство, сырьё, сельское хозяйство, логистика. В настоящее время наиболее востребованные вакансии – это инженеры, врачи, представители рабочих специальностей, а наименее востребованные – высший менеджмент, управление персоналом, юриспруденция, страхование, бухгалтерия, финансы (лишь 2 вакансии на город Владимир).

Одним из путей решения проблемы безработицы является развитие самозанятости населения, в которую вступают люди по поводу участия в общественно полезном труде. Обращение к этой форме занятости связано, прежде всего, со становлением рыночных отношений и необходимостью в этих условиях рационализации занятости. Следовательно, самозанятость населения – это экономическая деятельность, сущность которой заключается в том, что гражданин сам находит для себя источник доходов, обеспечивающий его достойное существование.

К самозанятым можно отнести: предпринимателей, лиц, работающих не по найму (личное подсобное хозяйство), членов производственных кооперативов.

Выделим основные причины появления самозанятости в условиях рыночной экономики:

- недостаток средств к жизни;
- задержки с выплатой зарплаты;
- поиск более высокого источника дохода;
- интерес к предпринимательству.

Мотивом появления самозанятости может служить продолжительность безработицы в конкретном регионе. Развитие самозанятости предполагает наличие определённой базы, которая включает в себя определённую помощь людям в организации и развитии своей предпринимательской деятельности. И именно такую помощь может оказать служба занятости, которая предоставляет безработным денежную компенсацию для

организации своей деятельности, организует обучение граждан и т.д.

Наиболее распространённой формой самозанятости сегодня можно считать торговлю. В настоящее время начинают разрабатываться программы общественных работ для привлечения к трудовой деятельности безработной молодёжи, что очень актуально для решения проблемы безработицы. Как правило, успех таких проектов общественных работ определяется тем, насколько хорошо они проработаны и организованы [1].

Таким образом, появляется необходимость в подготовке работников широкого профиля, формирования высококвалифицированного работника. Для решения таких проблем широкое применение нашли модульные системы профессионального обучения.

С 2014 по 2016 года во Владимирской области действует программа «Содействия занятости населения владимирской области в 2014–2016 годах». Губернатор Светлана Орлова утвердила государственную программу. Эта программа разработана с целью повышения экономической активности граждан, обеспечения государственной социальной поддержки безработных граждан, стимулирования эффективной занятости населения. Объём финансирования программы составляет 2,192 млрд рублей.

Государственная программа «Содействие занятости населения Владимирской области на 2014–2016 годы» предусматривает:

- профессиональное обучение и дополнительное профессиональное образование безработных граждан, включая обучение в другой местности, а также женщин в период отпуска по уходу за ребёнком до достижения им возраста трёх лет;
- содействие безработным гражданам и их семьям в переезде и переселении для трудоустройства в другую местность;
- организацию и проведение общественных работ;
- организацию временного трудоустройства несовершеннолетних граждан в возрасте от 14 до 18 лет в свободное от учёбы время, а также безработных граждан от 18 до 20 лет со средним профессиональным образованием, ищущих работу впервые;
- содействие трудоустройству инвалидов на специально оборудованные рабочие места.

в России до сих пор не отменили санкции, что бьёт по экономике и развитию многих отраслей, поэтому безработица для таких случаев становится весьма характерной. Многие иностранные компании спешно прекращают сотрудничество с отечественным рынком, закрывают свои филиалы. В то же время некоторые промышленные мощности не могут продолжать работу без импортного сырья.

Но здесь наблюдается и положительный момент. Уже в 2016 году экономика страны направлена на создание новых рабочих мест путём открытия отечественных заводов, производств. В России очень большая сырьевая база, а вот в вопросе переработки и выпуска новой продукции наблюдается дефицит. Здесь мы видим, что динамика довольно хорошая, ведь потенциал такого пути развития позволяет вывести РФ на новый уровень.

1. Вишневская Н. Н. Рынок труда – в поисках эффективной стратегии. – 2014. – № 5.
2. Макроэкономика. Теория и российская практика : учебник / под ред. проф. Грязновой, проф. Думной – 6-е изд., 2011.
3. Тарануха Ю. В. Макроэкономика : учебник ; 3-е изд. – М. : Дело и сервис, 2011.
4. Тодаро М. П. Экономическое развитие. – М. : ЮНИТИ, 2011.
5. Экономическая теория : учебник / под ред. В. И. Видяпина. – М. : ИНФРА-М, 2014.
6. Экономика : учебник / под ред. Булатова. – М. : ИНФРА-М, 2015.
8. Яковлева А. В. Современная практика применения добровольной системы страхования по безработице за рубежом // Рос. предпринимательство. – 2014. – № 14.
9. Об утверждении Государственной программы Владимирской области «Содействие занятости населения Владимирской области на 2014–2016 годы» : утв. Постановлением губернатора Влад. обл. от 28 окт. 2013 г. № 1206. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/424086191>.

И. И. Савельев, П. И. Михайлова
Владимирский филиал Финуниверситета
(г. Владимир)

АНАЛИЗ ИСТОЧНИКОВ, СТРУКТУРЫ, динамики доходов бюджета Владимирской области

Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ, проект 16-12-33003/16 – Региональный конкурс «Центральная Россия: прошлое, настоящее, будущее» 2016 – Владимирская область – «Разработка методического обеспечения оценки эффективности реализации государственных программ (федеральный и региональный аспекты) для оптимизации бюджетного планирования и повышения результативности государственного управления».

Доходы регионального бюджета образуются за счёт налоговых и неналоговых видов доходов, а также за счёт безвозмездных перечислений.

К региональным налогам и сборам относятся: налог на имущество организаций, налог на недвижимость, дорожный налог, транспортный налог, налог с продаж, налог на игорный бизнес, региональные лицензионные сборы.

К неналоговым доходам регионального бюджета относятся: средства, получаемые от продажи регионального имущества; средства, получаемые в виде арендной либо иной платы за сдачу во временное владение и пользование или во временное пользование имущества, находящегося в собственности региона; средства, получаемые в виде процентов по остаткам бюджетных средств на счетах в кредитных организациях; средства, получаемые от передачи имущества, находящегося в региональной собственности, под залог, в доверительное управление; плата за пользование бюджетными средствами, предоставленными другим бюджетам, иностранным государ-

ствам или юридическим лицам на возвратной и платной основах; доходы в виде прибыли, приходящейся на доли в уставных капиталах хозяйственных товариществ и обществ, или дивидендов по акциям, принадлежащим субъектам Федерации; часть прибыли региональных унитарных предприятий, остающаяся после уплаты налогов и иных обязательных платежей; другие предусмотренные законодательством Российской Федерации доходы от использования имущества, находящегося в региональной собственности; доходы от платных услуг, оказываемых бюджетными учреждениями, находящимися в ведении органов государственной власти субъектов Федерации.

В доходы региональных бюджетов могут зачисляться безвозмездные перечисления от физических и юридических лиц, международных организаций и правительств иностранных государств, безвозмездные перечисления по взаимным расчётам.

Финансовая помощь от федерального бюджета в форме дотаций, субвенций и субсидий либо иной безвозвратной и безвозмездной передачи средств подлежит учёту в доходах регионального бюджета, который является получателем этих средств. При этом такая финансовая помощь не является собственным доходом регионального бюджета.

Рассмотрим источники, структуру и динамику доходов регионального бюджета на примере Владимирской области.

Источники образования доходов за 2015 год по Владимирской области представлены в таблице 1.

Таблица 1

Источники образования доходов бюджета за 2015 году

наименование	план на 2015 год	итого исполнено на 01.01.2016	% исполнения к плану года
Налоговые и неналоговые доходы	31 193 767,4	32 736 083,3	104,9
Налоговые доходы	30 451 392,0	32 058 491,3	105,3
Налоги на прибыль, доходы	20 447 045,0	21 856 440,6	106,9

Таблица 1. Окончание

Налоги на товары (работы, услуги), реализуемые на территории российской федерации	3 407 058,0	3 109 075,8	91,3
Налоги на совокупный доход	2 260 443,0	2 294 424,5	101,5
Налоги на имущество	4 085 660,0	4 631 212,4	113,4
Налоги, сборы и регулярные платежи за пользование природными ресурсами	85 665,0	78 314,3	91,4
Государственная пошлина	164 755,0	87 686,0	53,2
Задолженность и перерасчеты по отменённым налогам, сборам и иным обязательным платежам	766,0	1 337,7	174,6
Неналоговые доходы	742 375,4	677 592,0	91,3
Доходы от использования имущества, находящегося в государственной и муниципальной собственности	99 779,0	70 453,1	70,6
Платежи при пользовании природными ресурсами	64 765,0	62 209,9	96,1
Доходы от оказания платных услуг и компенсации затрат государства	25 471,0	36 819,2	144,6
Доходы от продажи материальных и нематериальных активов	123 724,0	37 479,8	30,3
Административные платежи и сборы	1 695,0	2 562,0	151,2
Штрафы, санкции, возмещение ущерба	426 941,4	467 940,0	109,6
Прочие неналоговые доходы	0,0	128,0	
Безвозмездные поступления	13 908 891,2	13 129 068,3	94,4
Дотации бюджетам субъектов российской федерации и муниципальных образований	4 405 990,0	4 504 137,0	102,2
Субсидии бюджетам субъектов российской федерации и муниципальных образований (межбюджетные субсидии)	4 137 841,9	3 656 138,2	88,4
Субвенции бюджетам субъектов российской федерации и муниципальных образований	3 400 326,5	2 956 911,8	87,0
Иные межбюджетные трансферты	1 534 497,2	1 539 525,6	100,3
Безвозмездные поступления от государственных организаций	313 342,1	227 183,9	72,5
Безвозмездные поступления от негосударственных организаций	116 893,50	130 671,4	111,8
Прочие безвозмездные поступления	0,0	675,4	
Доходы бюджетов от возвратов остатков субсидий, субвенций и иных межбюджетных трансфертов прошлых лет		220 204,0	
Возврат остатков субсидий, субвенций и иных межбюджетных трансфертов прошлых лет		-106 379,0	
Всего доходов	45 102 658,6	45 865 151,6	101,7

По данным Таблицы 1 видно, что основным источником поступления доходов в бюджет Владимирской области являются налоговые и неналоговые доходы, которые составили 32 736 083,3 тыс. руб. или 71,4% от суммы доходов бюджета.

Сумма безвозмездных поступлений в 2015 году составила 13 129 068,3 тыс. руб. или 28,6% от суммы доходов бюджета.

Также следует отметить что, фактическая сумма неналоговых и безвозмездных поступлений в 2015 оказалась меньше плановой (не-

налоговых на 8,7%; безвозмездных на 5,6%). А фактическая величина налоговых поступлений наоборот оказалась больше плановой величины на 5,3%.

В целом по поступлению доходов в бюджет за 2015 год Владимирская область перевыполнила план на 1,7%.

Далее более подробно рассмотрим налоговые и неналоговые доходы, как основной источник формирования доходов бюджета.

Структура налоговых доходов представлена на рис. 1.

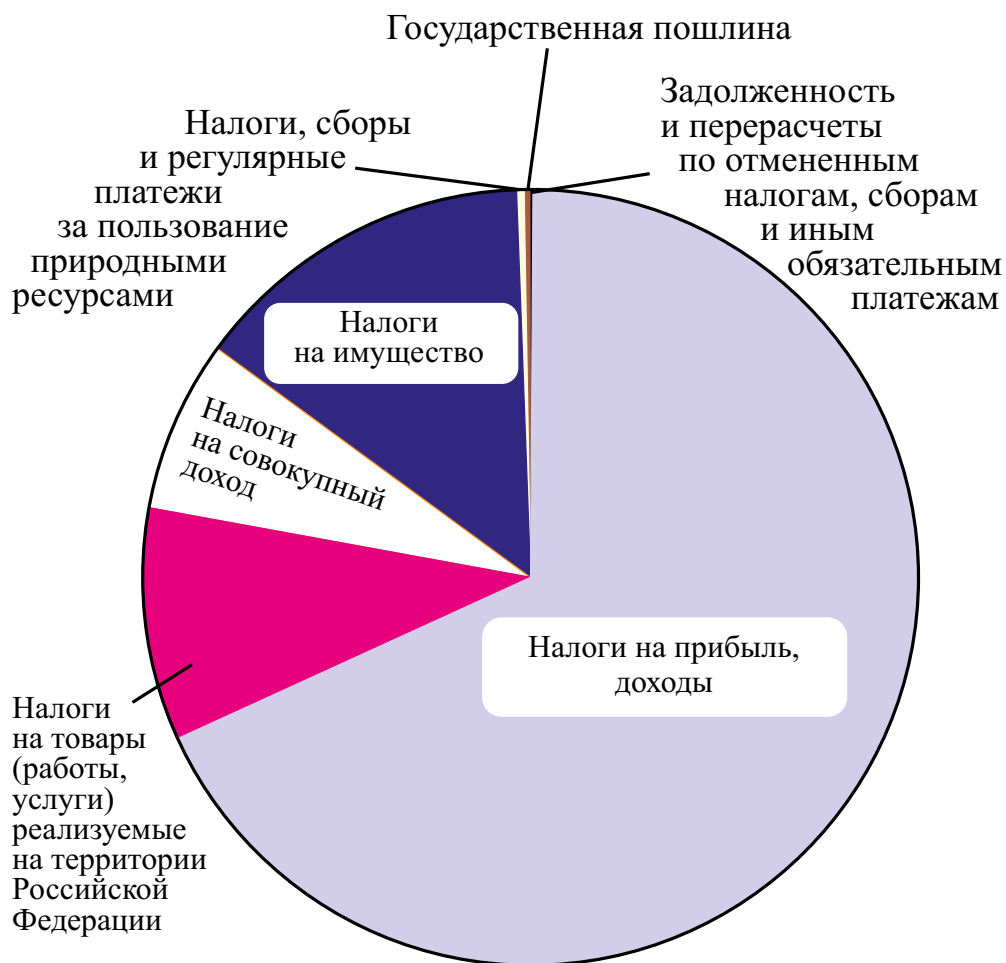


Рис. 1. Структура налоговых доходов

По данным рисунка 1 видно, что наибольший удельный вес в структуре налоговых доходов занимает налог на прибыль, а наименьший – задолженность и перерасчеты по отменённым налогам, сборам и иным обязательным платежам.

Налог на прибыль включает в себя налог на прибыль организаций и налог на доходы физических лиц. Налог на прибыль организаций в 2015 году во Владимирской области составил 9 834 995,9 тыс. руб. или 45%.

Налог на доходы физических лиц составил 12 021 444,7 тыс. руб. или 55%.

Налог на имущество включает в себя:

- налог на имущество организаций (3 360 234,9–72,56%);
- транспортный налог (1 268 574,4–27,39%);
- налог на игорный бизнес (2 403,0–0,05%).

Структура неналоговых доходов представлена на рисунке 2.



Рис. 2. Структура неналоговых доходов

По данным рисунка 2 видно, что наибольший удельный вес в структуре неналоговых доходов занимают штрафы, санкции и возмещение ущерба, а наименьший удельный вес – прочие неналоговые доходы.

Далее рассмотрим структуру безвозмездных поступлений за 2015 год.



Рис. 3. Структура безвозмездных поступлений

По данным Рисунка 3 видно, что наибольший удельный вес в структуре безвозмездных поступлений занимают дотации бюджетам субъектов РФ и муниципальных образований,

а наименьший удельный вес – прочие безвозмездные поступления.

Далее рассмотрим динамику доходов бюджета Владимирской области за последние два года.

Таблица 2

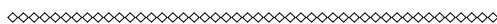
Динамика доходов бюджета за 2014–2015 гг.

Наименование	План на 2015 год	ИТОГО исполнено на 01.01.2016	% исполнения к плану года	Исполнено на 01.01.2015	% исполн. 2015 г. к соответ. периоду 2014 г.
Налоговые и неналоговые доходы	31 193 767,4	32 736 083,3	104,9	29 910 510,7	109,4
Налоговые доходы	30 451 392,0	32 058 491,3	105,3	29 250 389,7	109,6
Налоги на прибыль, доходы	20 447 045,0	21 856 440,6	106,9	20 487 681,4	106,7
Налоги на товары (работы, услуги), реализуемые на территории российской федерации	3 407 058,0	3 109 075,8	91,3	2 468 983,3	125,9
Налоги на совокупный доход	2 260 443,0	2 294 424,5	101,5	2 063 999,0	111,2
Налоги на имущество	4 085 660,0	4 631 212,4	113,4	4 065 394,6	113,9
Налоги, сборы и регулярные платежи за пользование природными ресурсами	85 665,0	78 314,3	91,4	95 585,8	81,9
Государственная пошлина	164 755,0	87 686,0	53,2	66 571,5	131,7
Задолженность и перерасчеты по отменённым налогам, сборам и иным обязательным платежам	766,0	1 337,7	174,6	2 174,1	61,5
Неналоговые доходы	742 375,4	677 592,0	91,3	660 121,0	102,6
Доходы от использования имущества, находящегося в государственной и муниципальной собственности	99 779,0	70 453,1	70,6	94 531,3	74,5
Платежи при пользовании природными ресурсами	64 765,0	62 209,9	96,1	83 770,6	74,3
Доходы от оказания платных услуг и компенсации затрат государства	25 471,0	36 819,2	144,6	29 964,5	122,9
Доходы от продажи материальных и нематериальных активов	123 724,0	37 479,8	30,3	43 222,0	86,7
Административные платежи и сборы	1 695,0	2 562,0	151,2	2 862,2	89,5
Штрафы, санкции, возмещение ущерба	426 941,4	467 940,0	109,6	405 609,9	115,4
Прочие неналоговые доходы	0,0	128,0		160,5	79,8
Безвозмездные поступления	13 908 891,2	13 129 068,3	94,4	12 405 315,9	105,8
Дотации бюджетам субъектов российской федерации и муниципальных образований	4 405 990,0	4 504 137,0	102,2	4 892 482,6	92,1
Субсидии бюджетам субъектов российской федерации и муниципальных образований (межбюджетные субсидии)	4 137 841,9	3 656 138,2	88,4	4 114 820,0	88,9
Субвенции бюджетам субъектов российской федерации и муниципальных образований	3 400 326,5	2 956 911,8	87,0	2 894 686,7	102,1
Иные межбюджетные трансферты	1 534 497,2	1 539 525,6	100,3	619 305,8	248,6
Безвозмездные поступления от государственных организаций	313 342,1	227 183,9	72,5	295 031,2	77,0
Безвозмездные поступления от негосударственных организаций	116 893,50	130 671,4	111,8	9 583,7	1363,5
Прочие безвозмездные поступления	0,0	675,4		5 188,6	13,0
Доходы бюджетов от возвратов остатков субсидий, субвенций и иных межбюджетных трансфертов прошлых лет		220 204,0		179 096,6	123,0
Возврат остатков субсидий, субвенций и иных межбюджетных трансфертов прошлых лет		-106 379,0		-604 879,3	17,6
всего доходов	45 102 658,6	45 865 151,6	101,7	42 315 826,6	108,4

По данным Таблицы 2 видно, что доходы бюджета во Владимирской области в 2015 году по сравнению с 2014 годом возросли на 3 549 325 тыс. руб. или на 8,4%. Налоговые и неналоговые доходы в 2015 году возросли на 9,4%, а безвозмездные поступления на 5,8%.

В 2014 году налоговые и неналоговые доходы также являлись основным источником поступления доходов в бюджет Владимирской области, они составили 29 910 510,7 тыс. руб. или 70,7% от суммы доходов бюджета.

Сумма безвозмездных поступлений в 2014 году составила 12 405 315,9 тыс. руб. или 29,3% от суммы доходов бюджета.

**Библиографический список**

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации : [Федер. закон от 31 июля 1998 г. № 145-ФЗ : принят Гос. Думой 17 июля 1998 г.] // Рос. газ. – 1998. 12 авг.
2. О бюджетном процессе во Владимирской области : закон Владимирской области от 24 нояб. 2000 г. № 82-ОЗ : с изм. и доп. – URL: <http://base.garant.ru/19303061/>
3. Об областном бюджете на 2015 год и на плановый период 2016–2017 годов : закон Владимирской области от 29 дек. 2014 г. № 153-ОЗ : с изм. на 28 дек. 2015 г. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/423981880>
4. Об исполнении областного бюджета за 2014 год : закон Владимирской области от 2 июля 2015 г. № 74-ОЗ : с изм. и доп. – URL: http://dtf.avo.ru/images/Npa/zak_bud_74oz_02072015.doc
5. О комплексном плане мероприятий социально-экономического развития Владимирской области на 2013–2013 годы и механизме его реализации : постановление Губернатора от 15 нояб. 2013 г. № 1289. – URL: http://forum.avo.ru/upload/pdf/ef2014_kompleksnyi_plan_soc_econ_razvitiya_VO_2013-2016.pdf.

И. И. Савельев, А. Н. Новожилов
Владимирский филиал Финуниверситета
(г. Владимир)

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ БЮДЖЕТОМ ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ

Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ, проект 16-12-33003/16 – Региональный конкурс «Центральная Россия: прошлое, настоящее, будущее» 2016 – Владимирская область – «Разработка методического обеспечения оценки эффективности реализации государственных программ (федеральный и региональный аспекты) для оптимизации бюджетного планирования и повышения результативности государственного управления».

Бюджет – это форма образования и расходования денежных средств, предназначенных для финансового обеспечения задач и функций государства и местного самоуправления.

Участниками бюджетного процесса, обладающими бюджетными полномочиями на уровне Владимирской области, являются:

- Губернатор Владимирской области
- Законодательное Собрание Владимирской области;
- администрация Владимирской области;
- департамент финансов, бюджетной и налоговой политики администрации Владимирской области;
- Счётная палата Владимирской области;
- контрольно-ревизионная инспекция администрации Владимирской области;
- органы управления территориального фонда обязательного медицинского страхования Владимирской области;
- Управление Федерального казначейства по Владимирской области;
- главные распорядители (распорядители) и получатели средств областного бюджета;
- главные администраторы (администраторы) доходов областного бюджета и бюджета территориального фонда обязательного медицинского страхования Владимирской области;
- главные администраторы и администраторы источников финансирования дефицита областного бюджета.

Из постановления об основных направлениях бюджетной и налоговой политики, подпи-

санного губернатором Владимирской области Орловой С. Ю. следует: «Целью бюджетной политики на 2015–2017 годы является обеспечение сбалансированности и устойчивости бюджета. Увеличивать доходный потенциал области собираются за счёт вывода из «тени» зарплаты работников и объектов собственности; привлечения инвесторов и создания новых рабочих мест. Кроме того, кто-то из бизнесменов лишится имеющихся сейчас льгот – Белый дом планирует отменить те льготы, которые не направлены на привлечение инвестиций в регион.»

Проблемы, связанные с формированием бюджета достаточно актуальны. Бюджет Владимирской области, только в 2015 году перестал быть дефицитным, но нельзя забывать о проблемах, связанных с формированием бюджета и предложить улучшать имеющиеся, а так же разрабатывать новые пути их решения. Владимирская область – это один из наиболее экономически развитых и динамично развивающихся регионов Центральной России. По многим видам продукции область имеет значительный удельный вес в общероссийском производстве.

Промышленность – ведущая отрасль экономики Владимирской области. Производит более 33% валового регионального продукта. В промышленности Владимирской области сосредоточено более 25% основных фондов, на её долю приходится большая часть прибыли, около половины инвестиций в основной капитал и налоговых поступлений в бюджет области. В промышленности заняты более 180 тыс. жителей области. Во Владимирской области созданы комфортные условия для развития бизнеса в сфере промышленного производства.

Многие организации региона являются в России ведущими в своей отрасли. По отдельным видам продукции – благодаря высокому уровню конкурентоспособности регион имеет значительный удельный вес в общероссийском производстве. Например, доля региона в производстве сортовой посуды составляет 54%, бре-

зента – 83,0%, стрелочных переводов – 48,2%, шоколада – 25,7%, шёлковых тканей – 27,6%, стеклотрубок – 19,1%, электродвигателей – 23,6%, мотоциклов, мотороллеров и мопедов – 59,3%. Поэтому я считаю Владимирскую область весьма перспективной в сфере экономики страны, но на данный момент она ещё требует улучшений модернизации.

Проблема нормализации системы расчётов и платежей в экономике страны остаётся нерешённой, что приводит к значительному сокращению финансовой базы, как Федерального бюджета, так и бюджетов субъектов РФ. Недостаточно осуществляется контроль, особенно последующий, за расходованием бюджетных средств.

Для обеспечения экономического роста необходимо привлечение инвестиций и развитие внутреннего рынка, т.е.:

- рост ВВП и продукции промышленного производства;
- прекращение спада сельскохозяйственного производства;
- создание условий для переориентации финансовых потоков в реальный сектор экономики;
- снижение налоговой нагрузки на товаропроизводителей и повышение уровня собираемости налогов;
- рост реальных располагаемых денежных доходов населения;
- поддержание уровня занятости населения РФ и снижение числа безработных. Приоритетные задачи финансовой политики:
- введение в действие новых принципов межбюджетных отношений, усиление координации деятельности всех фискальных органов, завершение перехода на казначейскую систему исполнения бюджета;
- увеличение доходной базы бюджетов за счёт собираемости налогов;
- совершенствование структуры расходов бюджета на основе сокращения прямых бюджетополучателей и численности работников бюджетных издержек, в первую очередь –

А. С. Суслов, И. И. Савельев
Владимирский филиал Финуниверситета
(г. Владимир)

БЮДЖЕТ ОКРУГА МУРОМ: ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ И ПРИОРИТЕТЫ

Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ, проект 16-12-33003/16 – Региональный конкурс «Центральная Россия: прошлое, настоящее, будущее» 2016 – Владимирская область – «Разработка методического обеспечения оценки эффективности реализации государственных программ (федеральный и региональный аспекты) для оптимизации бюджетного планирования и повышения результативности государственного управления».

Бюджет субъекта Российской Федерации – это имущество (в денежной форме), принадлежащее субъекту Российской Федерации на праве государственной собственности и входящее в состав его казны.

Одним из важнейших направлений современной финансовой политики Российской Федерации является обеспечение надлежащего объёма финансирования наиболее приоритетных задач государства, достижение которого должно осуществляться на всех уровнях бюджетной системы.

В связи с этим для принятия действенных и эффективных решений, как на федеральном уровне, так и на уровне субъектов федерации, изучение бюджетной системы, бюджетного процесса, анализ возникающих в ходе формирования и исполнения бюджета проблем, обрели в настоящее время особую актуальность.

Существуют определённые требования к местным бюджетам, такие как дефицит местного бюджета не должен превышать 10 процентов утверждённого общего годового объёма доходов местного бюджета без учёта утверждённого объёма безвозмездных поступлений и (или) поступлений налоговых доходов по дополнительным нормативам отчислений (ст. 92.1 Бюджетного кодекса Российской Федерации); предельный объём муниципальных заимствований не должен превышать сумму, направляемую в текущем финансовом году на финансирование дефицита бюджета и (или) погашение долговых обязательств муниципального образования

(ст. 106 Бюджетного кодекса Российской Федерации); предельный объём муниципального долга не должен превышать утверждённый общий годовой объём доходов местного бюджета без учёта утверждённого объёма безвозмездных поступлений и (или) поступлений налоговых доходов по дополнительным нормативам отчислений (ст. 107 Бюджетного кодекса Российской Федерации); объём расходов на обслуживание муниципального долга не должен превышать 15 процентов объёма расходов бюджета, за исключением объёма расходов, которые осуществляются за счёт субвенций (ст. 111 Бюджетного кодекса Российской Федерации).

Основными целями и задачами при формировании бюджета округа Муром на 2015 год являлись:

- сохранение достигнутого уровня жизни населения округа Муром и его дальнейшее повышение;
- долгосрочная сбалансированность и устойчивость бюджетной системы области;
- повышение эффективности бюджетных расходов;
- выравнивание бюджетной обеспеченности муниципальных образований округа Муром;
- повышение доступности и качества государственных и муниципальных услуг.

Основные приоритеты расходов бюджета округа Муром в 2015 году определены с учётом необходимости решения неотложных проблем экономического и социального развития, достижения целевых показателей, обозначенных в указах Президента Российской Федерации:

- повышение оплаты труда работникам бюджетной сферы;
- повышение эффективности и качества услуг в сфере образования, науки, культуры, здравоохранения;
- индексация расходов бюджетных учреждений на оплату коммунальных услуг и материальные затраты, увеличение расходов

на проведение капитального ремонта учреждений;

– увеличение расходов на строительство и реконструкцию социально-значимых объектов государственной и муниципальной собственности, в том числе на расширение сети дошкольных образовательных учреждений.

Доходы бюджета округа Муром в 2015 году составили 1 782 787,7 тыс. рублей, в 2016 году прогнозируемый доход бюджета составит 1 647 347,3 тыс. рублей.

Расходы бюджета составляют: в 2015 году – 1 858 257,3 тыс. рублей, в 2016 году – 1 619 096,0 тыс. рублей.

Таблица 1

Доходы и расходы бюджета округа Муром, тыс. руб.

Показатели	2013 год (отчётный)	2014 год (отчётный)	2015 года (отчётный)	2016 год (плановый)
Доходы	1 656 652,5	1 844 959,7	1 782 787,7	1 647 347,3
Расходы	1 674 708,2	1 893 277,3	1 858 257,3	1 619 096,0
	– 18 055,7 Дефицит 2,2%	– 48 317,6 Дефицит 6,3%	– 75 469,6 Дефицит 10%	28 251,3 Профицит

Как уже было сказано выше согласно ст. 92 Бюджетного кодекса РФ размер дефицита бюджета субъекта Российской Федерации, утверждённый законом субъекта Российской Федерации о бюджете на соответствующий год, не может превышать 15 процентов объёма доходов бюджета субъекта Российской Федерации без учёта финансовой помощи из федерального бюджета.

Как видно, даже в результате уменьшения расходов бюджета округа Муром на 2015 год размер дефицита не превышает установленный Бюджетным кодексом Российской Федерации предельный размер дефицита бюджета субъекта Российской Федерации и составляет 10%.

Согласно этой же статьи Бюджетного кодекса РФ в случае принятия бюджета на очередной финансовый год с дефицитом соответствующим законом (решением) о бюджете утверждаются источники финансирования дефицита бюджета.

Источником покрытия средств будет остаток средств на счёте областного бюджета, к увеличению заимствований данные изменения привести не должны.

В ближайшие годы бюджет Муром будет дефицитным, большое количество средств уйдёт на улучшение системы здравоохране-

ния и объектов ЖКХ, развитие образования и социально-культурной сферы.

Основные приоритеты расходов бюджета в 2016–2017 годах определены с учётом необходимости решения неотложных проблем экономического и социального развития, достижения целевых показателей, обозначенных в указах Президента Российской Федерации:

– Повышение оплаты труда работникам бюджетной сферы;

– Повышение эффективности и качества услуг в сфере образования, науки, культуры, здравоохранения;

– Индексация расходов бюджетных учреждений на оплату коммунальных услуг и материальные затраты, увеличение расходов на проведение капитального ремонта учреждений;

– Увеличение расходов на строительство и реконструкцию социально-значимых объектов государственной и муниципальной собственности, в том числе на расширение сети дошкольных образовательных учреждений.

Главный финансовый документ характеризуется социальной направленностью: 70% расходов областного бюджета направляется на социальные нужды.

Увеличение доходов бюджета видится во вложении денежных средств в эффективные проекты, в строительство новых предприятий, ферм, кроме того нужны стратегические планы развития лёгкой и пищевой промышленности. Это быстро окупаемые отрасли, дающие во всех странах более половины доходов бюджета.

Покрытие дефицита бюджета необходимо осуществлять и за счёт повышения эффективности бюджетных расходов.

Основой развития любого региона является создание высокопроизводительных рабочих мест, что позволит привлечь высококлассных специалистов, поднять их производительность труда и, в конечном счёте, увеличить поступления в бюджет от налога на доходы физических лиц.

Развитие малого предпринимательства имеет мощный потенциал, способный решать многогранные задачи регионального и межрегионального сотрудничества. С ростом числа малых предприятий решается проблема создания новых рабочих мест, областной рынок товаров и услуг становится более насыщен-

ным и качественным, увеличиваются налоговые поступления в бюджеты всех уровней.

Основным направлением на пути увеличения доходов бюджета является привлечение дополнительных инвестиций. В регион необходимо привлекать новых инвесторов.

Основные направления бюджетной и налоговой политики округа Муром на 2015–2016 годы являются базой для формирования бюд-

жета области и среднесрочного финансового плана до 2017 года, определяют стратегию действий в части формирования доходов и расходов бюджета и будут направлены на обеспечение сбалансированности и устойчивости бюджетной системы, повышения качества бюджетного процесса, обеспечения рационального и эффективного использования бюджетных средств.

Библиографический список

1. Решение совета народных депутатов от 24 декабря 2013 года № 486 «О бюджете округа Муром на 2014 год и на плановый период 2015 и 2016 годов»
2. Решение совета народных депутатов от 23 декабря 2014 года № 648 «О бюджете округа Муром на 2015 год и на плановый период 2016 и 2017 годов».
3. Отчёт о работе счётной палаты Владимирской области в 2015 году.
4. Официальный портал Администрации округа Муром <http://www.murom.info>

РАЗДЕЛ 3

СОВРЕМЕННЫЙ ТУРИЗМ

Е. Ю. Архипова

*Московский государственный
университет им. М. В. Ломоносова (г. Москва)*

СТРАХОВАНИЕ КАК МЕТОД УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Несмотря на все сложности современной жизни туристическая отрасль в мире не теряет своей привлекательности, потоки путешествующих постоянно увеличиваются, при этом регулярно происходит их переориентация по направлениям движения, которая проявляется в том числе и в изменениях соотношения внутреннего и международного (как въездного, так и выездного) туризма.

Для решения задачи повышения конкурентоспособности и усиления инновационного характера российской экономики в разделе «Экологическая безопасность экономики и экология человека» Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года предлагается рассматривать туризм как существенную составляющую инновационного развития нашей страны в первую очередь в связи с развитием экологического туризма [1, 11].

Туристическая отрасль является одной из самых перспективных в отечественной экономике, а потенциал её ещё в полной мере не использован. Неблагоприятная макроэкономическая ситуация в нашей стране, которая привела к спаду туристического потока за границу на треть к концу лета текущего года, не только не является препятствием, но и создаёт благоприятные возможности для подъёма российской туристической отрасли. Важно понимать, что страхование в сфере туризма является компонентом не только всей отрасли страхования, но ещё и туристической отрасли. Страхование путешествующих зависит от ситуации в обеих этих областях, но

всё же в большей степени коррелирует с показателями отрасли туризма. Данная отрасль представляет собой сложный механизм взаимодействия большого числа разноплановых участников, и на практике, как и при любом взаимодействии, возможно добиться суммарного синергетического эффекта развития этих отраслей. Рынок страхования путешествующих вместе с туристической отраслью в данный момент могут совершить качественный скачок в своём развитии.

Есть и ещё одна общая для туристического и страхового рынков тенденция – переориентация туристов с зарубежных на российские направления. И несмотря на то, что путешествующим по России страховать свои медицинские расходы необязательно, в страховых компаниях отмечают большие темпы роста страхования путешествующих в сегменте именно внутреннего туризма, и при этом речь идёт не только об организованных группах, но и об индивидуальных туристах.

В Российской Федерации тема ответственности за безопасность туристов рассматривается на нескольких уровнях, прежде всего на уровне федеральном, а именно в Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в РФ», и кроме того, в различных международных документах и договорах о сотрудничестве в области международного туризма. Обеспечение безопасности туристов, которому посвящена глава VII, называется в Законе в качестве главной заботы турфирмы. При этом в статье 14 указывается, что «под безопасностью туризма понимается личная безопасность тури-

стов (экскурсантов), сохранность их имущества, а также нанесение ущерба при совершении путешествий окружающей среде, материальным и духовным ценностям общества, безопасности государства» [2]. Фактически в Законе даётся перечень основных типов рисков, возникающих в туристической сфере, наличие которых убедительно доказано и статистически.

На развитие туризма могут неблагоприятно влиять самые разные процессы, такие как стихийные бедствия, политические и экономические кризисы, народные волнения, действия террористов. Многие из этих рисков в туризме являются страхуемыми, и страхование становится наилучшей защитой в системе риск-менеджмента. Рост объёмов туристического рынка ведёт и к возрастанию рисков, которые можно рассматривать с точки зрения анализа общих рисков, характерных для туристской организации как предпринимательской структуры, и специфические для туристской деятельности риски, к которым в первую очередь относятся риски, связанные с клиентами туристских организаций (туристами) и их перемещениями.

Существует множество способов классификации рисков, мы рассмотрим их по трём основным группам, связанным с характером ущерба: риски личные, риски имущественные и риски ответственности, при этом необходимо уточнить, что по российской классификации в страховой деятельности риски ответственности включаются в общую группу рисков имущественных. В туристической отрасли личные риски связаны с причинением вреда конкретному физическому лицу (это могут быть травмы, болезни, смерть), ущербом имуществу (имущественные интересы по владению, пользованию, распоряжению имуществом), ответственностью (ответственность перед третьими лицами за причинение им ущерба). Именно с анализа рисков начинается процесс управления ими. Среди базовых методов управления рисками важную роль играет страхование, которое в рамках финансирования риска рассматривается для рисков опасности как «наиболее распространённый метод передачи риска» [3, с. 18].

Однако следует признать, что уровень проникновения страховых услуг в России остаётся низким даже в корпоративном секторе. 70% респондентов заявили, что не пользуются ни-

какими страховыми продуктами, отвечая на вопрос Национального агентства финансовых исследований (НАФИ) «Пользуется ли Ваше предприятие услугами страхования?» [4]. Это одновременно свидетельство наличия большого потенциала развития рынка и указание на необходимость страховщикам более активно выстраивать современные маркетинговые коммуникации. По утверждению президента Всероссийского союза страховщиков И. Ю. Юргенса, «ситуация с защитой прав потребителей остаётся непростой. 79% всех обращений потребителей в Службу по защите прав потребителей и миноритарных акционеров Банка России приходится на страховые компании» [4].

Учитывая социальную и экономическую значимость страхования, государство проводит довольно жёсткую политику регулирования этой деятельности во всех отраслях, которая затрагивает в том числе и туризм. Поскольку обособленных данных по рынку выезжающих за рубеж (ВЗР) нет, т.к. этот вид в отчётности компаний учитывается в рамках добровольного медицинского страхования, можно рассматривать общее направление государственного регулирования данной отрасли в настоящее время, и оно демонстрирует дальнейшее ужесточение регулирования со стороны мегарегулятора, которым является Банк России. Как отмечает И. Ю. Юргенс, «84 страховщика или 20% от их общей численности на 01.01.2015 г. покинули рынок в течение года. Осталось 327 страховых компаний, но на 1 июня их количество уменьшилось ещё на 37, осталось 290 компаний» [4].

Наиболее типичным примером такого развития, широко обсуждавшимся экспертами, является приостановка 1 июня 2016 г. Центробанком лицензии АО «Страховая компания «Внешэкономстрах», занимавшегося помимо прочего и страхованием туроператоров [5], являвшегося финансовым гарантом 70 туроператоров, которым в случае отзыва лицензии придётся искать нового страховщика для продолжения своей деятельности. Чтобы снизить вероятность подобных инцидентов, Центробанк обращает особое внимание на контроль и надзор за размещением активов страховщиков, для чего была введена система обязательного актуарного оценивания страховых компаний, направленная в конечном итоге на повышение устойчивости страховщиков.

Другой стороной деятельности государства как регулятора в туристической отрасли является разработка и применение норм упоминавшегося выше Федерального закона «Об основах туристской деятельности в РФ», которым, в частности, установлено обязательное требование к наличию финансового обеспечения туристской деятельности [2].

Кроме того, в рамках обеспечения взаимодействия страховых и туристических компаний и в целях совершенствования законодательства, регулирующего туристскую деятельность, Федеральное агентство по туризму (Ростуризм) в мае 2016 г. подготовило проект, согласно которому страховые компании обяжут предоставлять Ростуризму сведения о произведённых выплатах. Текст этого документа опубликован на Федеральном портале проектов нормативных документов (<http://regulation.gov.ru/p/48594>) и пока находится на стадии общественных обсуждений, предполагается, что приказ вступит в силу 1 января 2017 года.

Ещё одним важным предложением по совершенствованию риск-менеджмента в туризме, внесённым в апреле 2016 г. в Совете Федерации, стало требование ввести обязательное страхование для экстремальных путешественников, выбирающих сложные нестандартные маршруты, занимающихся сплавом по горным рекам или восхождением в горы, а также для любых детских туристических групп, которые путешествуют по России.

По словам сенатора от республики Алтай В. Полетаева, «спасение и транспортировка туриста в чрезвычайной ситуации требует немалых затрат. Только на Алтае за 2014–2015 годы на эвакуацию пострадавших туристов, в том с помощью авиации, было потрачено 7 миллионов рублей из средств федерального бюджета» [6], т.е. фактически все граждане вынуждены были косвенным образом оплачивать экстремальные забавы легкомысленных соотечественников.

Таким образом, можно выделить следующие актуальные виды мер государственного регулирования, касающиеся использования страхования в качестве метода управления рисками в сфере туризма:

✓ Применение стратегии сокращения числа страховщиков на рынке и ужесточение регулирования для очищения страхового рынка.

✓ Расширение норм, требований и сфер применения обязательного страхования для обеспечения управления различными рисками.

✓ Введение обязательного страхования экстремального туризма.

✓ Обсуждение проекта закона об обязанности страховых компаний предоставлять Ростуризму сведения о произведённых выплатах (планируется с 01.01.2017).

Теме выездного туризма и управления его рисками посвящено много исследований, в том числе и в связи с использованием страховой защиты, в литературе давно сложилось устойчивое выражение «страхование ВЗР» (выезжающих за рубеж), т.к. с момента начала становления современного страхового рынка в России в сфере туризма традиционно страховой защитой пользовались в основном выезжающие за рубеж туристы. Однако, как уже отмечалось, в последнее время в связи с экономическим кризисом началась переориентация отечественных туристов на Россию. И на что же надеется наш соотечественник при совершении внутренней туристической поездки, кроме обычного российского «авось»? Прежде всего на полис ОМС, который должен действовать на всей территории РФ в соответствии с Федеральным законом от 29.11.2010 N326-ФЗ «Об обязательном медицинском страховании в Российской Федерации», согласно которому граждане Российской Федерации при наличии полиса обязательного медицинского страхования в качестве застрахованных лиц имеют право на бесплатное оказание им медицинской помощи медицинскими организациями при наступлении страхового случая. Но данный полис подтверждает право застрахованного лица на бесплатное оказание медицинской помощи в минимальном объёме, лишь в рамках базовой программы, т.е. ряд очевидных рисков, с которыми сталкиваются туристы, остаются вне сферы его действия, например, он не покрывает затраты на лекарства, на многие виды диагностики, на имплантаты и штифты, которые могут быть жизненно необходимы при серьёзных хирургических вмешательствах в травматологии, расходы на медицинскую транспортировку или на билеты, пропавшие из-за того, что турист попал в больницу, расходы на репатриацию.

Российские страховые компании продолжают активно развивать направление страхо-

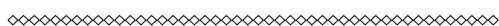
вания путешествующих по Российской Федерации, постоянно предлагая гражданам новые продуктовые линейки, как, например, услуга «Страхование путешествующих по России» и сервис по оформлению электронного страхового полиса в РГС, которая обеспечивает медицинскую и иную помощь в любых поездках по России, а при желании может предоставить расширенное страховое покрытие от несчастных случаев, страхование утраты багажа, страхование гражданской ответственности перед третьими лицами.

Если говорить об основных туристических направлениях, по сообщению информационного портала «Страхование сегодня», «у туристов, путешествующих по России, в первой половине 2016 г. популярным городом стала Москва: 38,6% путешественников в столицу приобрели страховую защиту. Большой популярностью пользуются Симферополь (8,5% туристов приобрели полисы перед поездкой в этот город), Санкт-Петербург (8%), Адлер (6,5%). Отметим, что почти такая же последовательность была и в 2015 году: по количеству проданных страховок на первом месте была Москва (41,3%), далее Санкт-Петербург (6,3%), Симферополь (5,5%) и Адлер (4,6%). При этом, как отмечают страховщики, при путешествии по России многие туристы всё же предпочитают экономить на страховании...» [7].

Само понятие «страхование путешественников» (Travel Insurance) является более широ-

ким, чем традиционное страхование с базовым принципом возмещения ущерба. Расширенное понимание страхования, точнее, его специфического вида – ассистанса (assistance insurance) – предполагает не только компенсационные выплаты, но и оказание немедленной технической или какой-либо ещё помощи в чрезвычайных обстоятельствах, например, услуги по ремонту и эвакуации автомобиля, срочный вызов врача и многое другое.

Подводя итоги, можно выделить следующие основные тенденции и актуальные направления развития страхования как метода управления рисками в сфере туризма. Это, во-первых, ужесточение регулятивных мер со стороны государства в лице Банка России как мегарегулятора страховой отрасли (сокращение числа страховщиков, введение дополнительных мер контроля, надзора и учёта, ужесточение требований по обязательному страхованию). Во-вторых, совершенствование традиционных и создание новых страховых продуктов и направлений, таких, как ассистанс, комплексное страхование путешествующих и ряда других, особенно с расширением сферы внутреннего туризма в России. И в-третьих, развитие маркетинговых коммуникаций страховыми компаниями в условиях переориентации туристического потока на внутренние направления, несмотря на то, что культура страхования для туристических поездок по России пока ещё не сложилась.



Библиографический список

1. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_82134/28c7f9e359e8af09d7244d8033c66928fa27e527 (Дата обращения: 03.08.2016).
2. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации : федер. закон от 24 нояб. 1996 г. № 132-ФЗ // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 1996. – № 49, ст. 5491.
3. Майкл У. Эллиотт. Основы финансирования риска / перевод и науч. ред. И. Б. Котловского. М. : ИНФРА-М, 2007.
4. Юргенс И. Ю. Страховой рынок: итоги 2015, прогнозы, основные тенденции. Информационный портал «Страхование сегодня». – URL: <http://www.insur-info.ru/analysis/1083/> (Дата обращения: 10.08.2016).
5. Пресс-служба Банка России. 1 июня 2016 г. Эл.ресурс: – URL: http://cbr.ru/press/pr.aspx?file=01062016_104513vbr2016-06-01T10_44_23.htm (Дата обращения: 10.08.2016).
6. Туризм. «Обязательное страхование могут ввести для туристов в России, в том числе и в Бурятии». – URL: <http://www.ulanmedia.ru/news/society/05.05.2016/504493/obyazatelnoe-strahovanie-mogut-vvesti-dlya-turistov-v-rossii-v-tom-chisle-i-v-bur.html> (Дата обращения: 12.08.2016)
7. Информационный портал «Страхование сегодня». – URL: <http://www.insur-info.ru/press/117845/> (Дата обращения: 10.08.2016)

Е. Р. Батюк*Московский государственный
университет им. М. В. Ломоносова (г. Москва)*

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В РОССИИ

В мире, по данным Всемирного совета по туризму и путешествиям, туризм занимает около 10% объёма экономики, и объём оказанных туристических услуг продолжает из года в год расти. В наиболее развитых странах эта доля варьируется примерно от 6,5% до 11%. В России же удельный вес сектора туризма и смежных с ним отраслей в валовом внутреннем продукте страны составляет 5,7%, при этом наша страна обладает несравнимым потенциалом для развития этой отрасли, и туризм может стать немаловажной составляющей роста экономики.

Развитие внутреннего туризма на сегодняшний день является одним из самых перспективных направлений возобновления экономического роста экономики страны. Выездной туризм для россиян становится относительно дорогим из-за волатильности курса рубля. По данным RATA News, уже в первом полугодии 2015 года турпоток из России упал на 33,8% по сравнению с аналогичным показателем в первом полугодии 2014 года. При этом спрос на услуги туризма среди россиян по-прежнему существенен. Так в 2014 году существенно вырос турпоток внутреннего туризма по сравнению с 2013 годом и составил около 42 млн человек. Внутренний туризм может конкурировать с выездным, и сейчас для этого сложились благоприятные условия. Однако ВЦИОМ по итогам летнего сезона 2015 года опубликовал иные результаты: внутренний туризм в России идёт на спад. Основные причины: неразвитость (сложность и стоимость) внутренних перевозок, несопоставимость по уровню сервиса, низкое качество инфраструктуры, слабая работа по туристическим кластерам. В связи с этим населению необходимо предоставить доступ к качественным услугам, и, что немало важно, к услугам, которые сможет себе позволить как можно большее число россиян, так как отдых и восстановление физических

и моральных сил является залогом здоровья нации.

Стоит отметить, что туристская услуга обладает рядом специфических черт. Наряду с чертами, присущими любой услуге, туристская услуга обладает такой спецификой как комплексность. Можно говорить о том, что туристская услуга состоит из набора различных услуг и находится на пересечении материальной и сервисной деятельности, потому что, с одной стороны, туризм – это синтез культурно-познавательных, рекреационно-оздоровительных, экологических услуг, услуг потребительского характера и так далее, а, с другой стороны, в туризме высока доля материального начала (транспортные средства, гостиничное хозяйство) [1]. Схожим образом комплексность туристской услуги определяет Кричмарь М. Ю. [2]. По его мнению, туристская услуга как бы включает в себя два вида услуг: 1) услуги, направленные на те потребности человека, удовлетворение которых является целью его путешествия; 2) утилитарные услуги, без которых не удалось бы в полной мере или вовсе осуществить услуги первой группы (транспортные услуги, гостиничные и ресторанные услуги, услуги инструкторов и проводников) [2].

Комплексность туризма обуславливает тот факт, что развитие туризма не только прямо воздействует на экономику страны посредством генерации доходов в бюджеты различных уровней через налоги, формирования валового внутреннего продукта [3], увеличения рабочих мест в данной сфере [4], но и косвенно. Так развитие туризма через расходы туристов способствует развитию таких отраслей, как транспорт, связь, торговля, бытовое обслуживание, общественное питание, сельское хозяйство, строительство, банки, страхование и другое. По мнению многих исследователей этого вопроса [3], [4], косвенное воздействие туризма превосходит по своему эффекту пря-

мое воздействие. Пример тому исследования, проводимые Всемирным советом по путешествиям и туризму.

Согласно этим исследованиям, прямой вклад сектора туризма и путешествий в 2015 году составил 3% в мировой экономике. В ВВП России доля этого сектора составила 1,5% ВВП (Рисунок 1). Совокупный же вклад сектора туризма и путешествий в экономику мира в 2015 году

составил 9,8%, для экономики России этот показатель составляет 5,7%. В течение последующих 10 лет прогнозируется стабильный рост этого показателя, как в относительном, так и в абсолютном выражении. В абсолютном выражении (в реальных ценах) этот рост составит в среднем 3,3% в год. Доля прямого вклада туризма и путешествий в ВВП России в 2026 году предсказывается на уровне 6,8%.

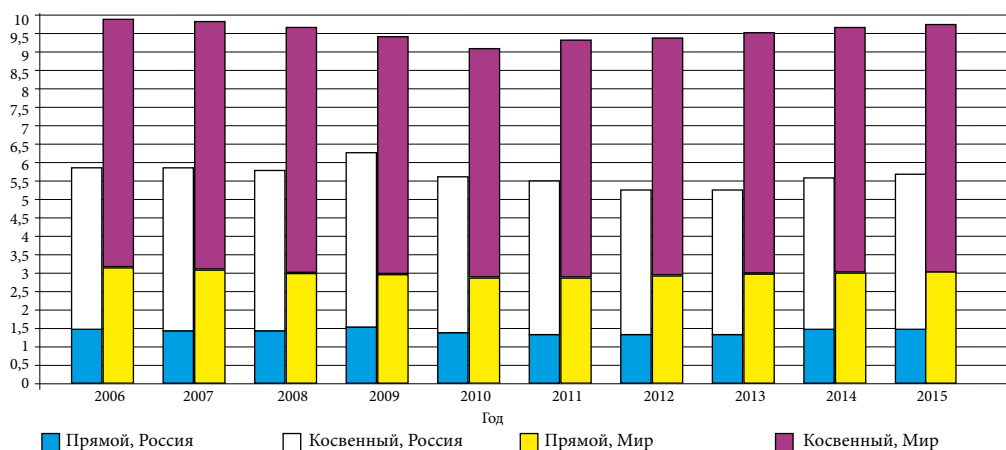


Рис. 1. Вклад сектора туризма и путешествий в ВВП, % от ВВП (2006–2015 гг.)

Источник: построено автором на основе данных WTTC2016

Рассматривая конкретно внутренний туризм, стоит отметить, что обзор динамики различных показателей материальной базы туристской отрасли в России за последние 6 лет свидетельствует о развитии внутреннего туризма. Проанализируем развитие этой отрасли по субъектам РФ.

На рисунке 2 представлена динамика численности граждан РФ, размещённых в коллективных средствах размещения по десяти самым популярным субъектам РФ среди россиян. За шесть лет субъекты с наибольшим числом людей, размещённых в коллективных средствах размещения, практически не менялись. Москва на протяжении практически всего рассматриваемого периода занимала первое место среди всех субъектов РФ с показателем равным 3,8 млн человек. Примечательно то, что в 2014 году показатель в Краснодарском крае вырос по сравнению с 2013 годом почти на 1,2 млн чел. и составил 3,6 млн чел., практически догнав г. Москву. Однако этот факт легко объясним, так как г. Сочи был городом, в котором проводились зимние Олимпийские игры, что естественным образом вызвало существенный приток как

российских, так и иностранных туристов. Также существенна доля показателя числа россиян, размещённых в коллективных средствах размещения, таких субъектов как Московская область и г. Санкт-Петербург. Стоит заметить, что в целом по каждому субъекту наблюдался восходящий тренд по этому показателю за период 2010–2014 гг., следовательно есть повод говорить о росте внутреннего туризма.

Теперь рассмотрим показатель, отражающий инвестиции в основной капитал, направленные на развитие коллективных средств размещения. Сразу хотелось бы обратить внимание на то, что в 2014 году ввиду проведения Олимпиады в Сочи и вызванной в связи с этим популярностью среди туристов, Краснодарский край стал лидером по инвестициям такого рода, когда они оказались более чем в 50 раз больше, чем в 2013 году.

В целом в числе первых 10 субъектов РФ примерно те же субъекты, которые мы видели в списках лидеров по предыдущему показателю. Это говорит о сильной зависимости привлекательности региона от инвестиций в основной капитал на развитие коллективных средств размещения.

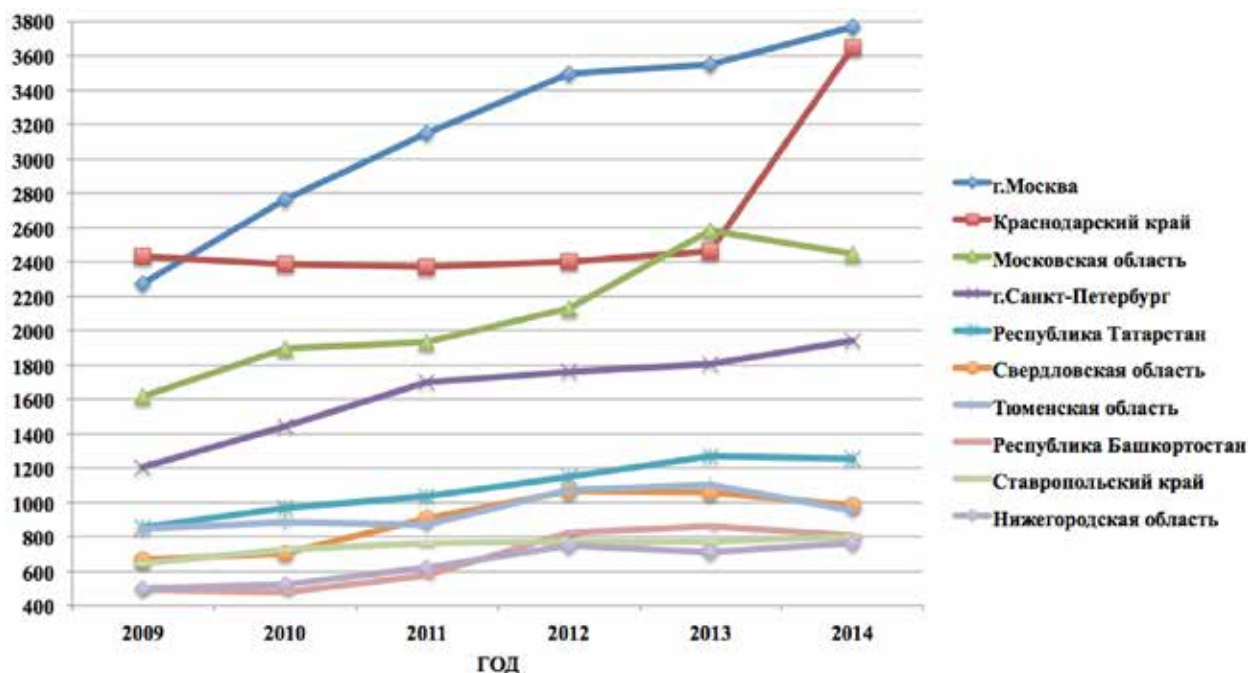


Рис. 2. Динамика численности граждан РФ, размещённых в КСР, по ТОП 10 субъектам РФ за 2009–2014 гг., тыс. чел.

Источник: построено автором на основе данных Федеральной службы государственной статистики

Таблица 1

Относительный рост внутреннего туризма

	2010	2011	2012	2013	2014
Число поездок граждан РФ за границу в страны дальнего зарубежья, тыс. поездок	25487	29271	33142	38521	37752
Численность граждан РФ в КСР, тыс. чел.	27167	29310	31798	32522	33799
Относительный рост внутреннего туризма	1,07	1,00	0,96	0,84	0,90

Источник: составлено автором на основе статистических данных Федерального агентства по туризму.

Казалось бы, внутренний туризм растёт, что нас может не устраивать в этом случае? Действительно, в 2010–2014 гг. наблюдался рост численности граждан РФ, размещённых в коллективных средствах размещения (Таблица 1). Однако, оказывается, что в рассматриваемый период также росло число поездок граждан РФ за границу в страны дальнего зарубежья, причём росло оно быстрее, чем обозначенный нами ранее показатель, характеризующий внутренний туризм. Об этом свидетельствует показатель относительного роста внутреннего туризма, определённый Стржалковским в своей работе [5]. Мы приходим к выводу, что российские туристы предпочитали зарубежные курорты в последние годы, и основным критерием,

по всей видимости, было соотношение цена/качество, которое оказывалось выгодней в случае выездного туризма.

Чтобы определить непосредственно социально-экономические факторы, влияющие на развитие внутреннего туризма в России, и оценить это влияние, нами был проведён эконометрический анализ. Для этого по всем субъектам РФ была собрана статистика за 2010–2014 гг. Данные были взяты с официального сайта Федеральной службы государственной статистики и с официального сайта Федерального агентства по туризму. Нами был выбран такой инструмент, как построение эконометрической модели по панельным данным (400 наблюдений (80 объектов за 5 лет)) с фиксированными эффектами.

В качестве зависимой переменной для оценки услуг туризма мы использовали разные показатели. Во-первых, была построена модель для объёма услуг гостиниц и аналогичных средств размещения. Вторая модель была построена для суммы объёма услуг гостиниц и аналогичных средств размещения и объёма платных туристских услуг (учитывают деятельность туристических агентств). Третья модель была построена для натурального показателя (в отличие от упомянутых ранее стоимостных) – числа россиян, размещённых в коллективных средствах размеще-

ния. Модели, построенные для различных трёх переменных, позволяют дать более объективную и верную оценку тому, какие же факторы в действительности влияют на сферу туризма в регионах России.

Следующим важным вопросом явился выбор независимых переменных. Выбор был осуществлён, чтобы проверить следующие гипотезы (идеи гипотез взяты из работы Кучумова А. В. [6]):

1. Чем более развита транспортная инфраструктура в регионе, тем регион более привлекателен для туристов;

2. Туристов в регионе тем больше, чем благоприятней финансово-инвестиционная инфраструктура;

3. Чем меньше уровень преступности в регионе, тем регион более привлекателен для туризма;

4. Чем более развита сервисная инфраструктура в регионе, тем более развита сфера туризма в регионе;

5. Чем в регионе более развита информационная инфраструктура, тем в регионе больше развит туризм;

6. Чем более развито строительство в регионе, тем более развит сектор туризма в регионе.

Хотелось бы отметить, что нам не удалось количественно оценить эффект качества подготовки кадров в модели.

Итак, для проверки гипотез нами была собрана статистика по большому количеству показателей (в общей сложности для анализа у нас было около 20 переменных). Стоит сразу отметить, что гипотезы (4) и (5) не подтвердились.

Ниже представлен набор тех переменных, которые помогли нам сделать окончательные выводы:

crime – число зарегистрированных преступлений на 100 тыс. человек населения; применяется для оценки институциональной инфраструктуры;

avto – плотность автомобильных дорог общего пользования с твёрдым покрытием (км путей на 1000 км² территории); применяется для оценки транспортной инфраструктуры;

railway – плотность железнодорожных путей общего пользования (км путей на 10 000 км² территории); применяется для оценки транспортной инфраструктуры;

investhot – инвестиции в основной капитал по видам экономической деятельности

в 2014 г.: в гостиницы и рестораны (млн руб.); для оценки финансово-инвестиционной инфраструктуры;

firmconstruct – распределение числа предприятий и организаций по видам экономической деятельности: строительство; для оценки производственной инфраструктуры.

Основываясь на критерии значимости переменных и показателе R^2_{within} , для каждой из упомянутых нами зависимых переменных мы выбрали наилучшую модель. Объём платных услуг гостиниц и аналогичных средств размещения (млн руб.) мы обозначили как servofhot, сумму объёма платных услуг гостиниц и аналогичных средств размещения и объёма платных туристских услуг (млн.руб.) – servhottour, число россиян (тыс.чел.), размещённых в коллективных средствах размещения, – Rusinhot. Результаты представлены в Таблице 2.

Таблица 2
Результаты построения эконометрических моделей

Переменная	(1)	(2)	(3)
const	1297,98 (922,13) (-)	5006,11 (734,546) (***)	28,532 (72,103) (-)
crime	- 0,322 (0,135) (**)	- 1,641 (0,397) (***)	-0,063 (0,027) (**)
avto	1,589 (0,740) (**)	2,761 (1,008) (***)	
investhot	0,306 (0,007) (***)	0,368 (0,016) (***)	0,013 (0,0004) (***)
firmconstruct	0,327 (0,109) (***)		0,0798 (0,0068) (***)
railway	- 8,458 (3,247) (***)		
LSDV-R2	0,997	0,993	0,990
R ² _{within}	0,914	0,734	0,575
Стандартная ошибка регрессии	284,383	648,592	64,684
Число наблюдений	358	382	386

Исходя из результатов, можно говорить о том, что одними из важнейших условий развития туризма в регионах РФ являются развитая инфраструктура, наличие инвестиций и источников финансирования и благоприятная институциональная среда.

С. М. Берёзка

Московский государственный
университет им. М. В. Ломоносова
(г. Москва)

СИТИ-БРЕНДИНГ: ПОДХОДЫ К ПОНИМАНИЮ И АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ

Брендинг территорий стал распространённой темой для обсуждения в маркетинге как среди практиков, так и в научном сообществе. Это объясняется тем, что создание бренда рассматривается как возможность для развития инвестиционной и туристической привлекательности территории, в т.ч. городов, природных объектов, значимых мест в историческом и культурном отношении. «Основная цель бренда города – сделать его предпочтительным, сформировать лояльность к нему среди различных сегментов» [1, с. 18].

Ввиду ряда особенностей городов как объекта маркетинговой деятельности, распространённые в практике подходы к созданию брендов и их продвижению, разработанные изначально для товаров и услуг, требуют значительной адаптации.

Среди особенностей городов, важных при планировании брендинга, следует обратить внимание на то, кто является потребителем бренда. Так, исследователями предложены несколько подходов в категоризации потребителей бренда города:

Поход	Категории потребителей	Авторы
Пользователи города	(1) Жители, (2) компании, (3) посетители	Ashworth, Voogd, 1990 [3]; Berg, Braun, 1999 [4]
Целевые рынки	(1) Жители (в т.ч. «коренные» и приехавшие на работу/учёбу), (2) компании, (3) посетители, (4) внешний рынок	Kotler 1999 [8]; Kotler, Haider, Rein, 1993 [9]
Потребители территории	(1) Потенциальные жители, (2) производители товаров и услуг, головные и региональные офисы компаний, (2) туризм, (4) внешние инвесторы и рынки	Hankinson, 2012 [6]; Rainisto, 2003 [10]
Потребительские группы	(1) Жители (в т.ч. потенциальные), (2) компании (в т.ч. не представленные, но рассматривающие возможность размещения офисов или производств), (3) туристы (в т.ч. потенциальные), (4) инвесторы (в т.ч. потенциальные)	Braun, 2008 [5]; Zenker, Martin, 2011 [11]

В практике широкое распространение приобрели кампании по созданию бренда города, ориентированные на одну из категорий – так можно выделить туристский бренд, инвестиционный бренд, бренд города как места для жизни. При этом результаты любой маркетинговой деятельности, вне зависимости от того, на какую категорию потребителей они направлены, будут в значительной мере сказываться на жизни местных жителей.

В этом контексте важность приобретает вопрос о том, кому принадлежит бренд города, поскольку в отношении города или природных объектов нельзя говорить о том, что они принадлежат администрации или руководству страны. Понимание того, что город принадлежит государству, представляет собой то, что органы власти осуществляют пред-

ставление интересов и позиции населения соответствующих территорий или страны в целом. Таким образом, можно заметить, что жители одновременно являются как потребителем, так и владельцем бренда [2]. Особенно если говорить об общем бренде территории, для успеха которого важно, чтобы жители стали носителями его идентичности. Поэтому удовлетворённость улучшение качества жизни населения, должны быть включены в оценку результатов брендинга.

Кроме того, существенным ограничением брендинга городов является то, что хотя, потребителей бренда возможно разделить на более однородные группы, бренд города должен учитывать интересы всех сегментов [5], что может быть затруднительно ввиду неоднородности и сложности аудитории, поскольку требуется, с одной стороны дифференцирован-

Н. А. Восколович
*Московский государственный
университет им. М. В. Ломоносова
(г. Москва)*

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

Развитие сельского туризма (агротуризма) можно в России отнести к 2010 г., когда впервые в Федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ (2011–2016 г.)» сельский туризм выделен в качестве приоритетного направления [1;2]. Это обусловлено целым рядом факторов. Во-первых, традиционно городские жители, в особенности семьи с детьми, предпочитают проводить летний отдых в близлежащей сельской местности, арендуя жилые помещения. Во-вторых, в России доля сельского населения составляет 26% от общей численности населения. При этом 67% сельских жителей проживающего в основном в малых населённых пунктах (численность жителей в которых не превышает 100 чел.) с ограниченными возможностями трудоустройства и для них обслуживание туристов мотивированно дополнительным доходом. В-третьих, территория России весьма богата разнообразными природными ресурсами, что создаёт для потенциальных туристов привлекательность посещения национальных парков, историко-религиозных памятников, сбора дикорастущих ягод, грибов, орехов в лесных массивах, охоты, рыбалки, знакомства с местными традициями и обычаями и т.п.

Вместе с тем, сельский туризм способствует возрождению традиционных ремёсел как элемента организации досуга туристов таких как, гончарное дело и художественная обработка керамики, вышивка, кружевное плетение, резьба по дереву, кости, изготовление бережных сувениров, плетение из ивовой лозы, верёвок, камыша и др. В ряде случаев создаются учебно-производственные комплексы, позволяющие сохранять и распространять ремесленную культуру, организуя мастер-классы, выставки-продажи, реализацию заказов на отделку интерьеров гостевых домов, сельских усадеб уникальными предметами быта.

Обобщение и критическое осмысление определений сельского туризма даёт основание сформулировать его определение.

Представляется, что сельский туризм – это комплекс видов деятельности, программ, продуктов и услуг по организации отдыха и досуга, реализации экологических форм взаимодействия с природой и окружающей средой, содействие развитию сельского хозяйства, сельских территорий, сохранению культурно-исторического наследия, установлению позитивных контактов туристов с местными жителями.

В качестве важнейших признаков сельского туризма следует отметить:

- экологичность;
- привязку к местным природным и культурно-историческим ресурсам;
- взаимодействие сельского туризма и агропромышленного комплекса (прирост занятости населения, рост объёмов деятельности, пополнение местных бюджетов).

В России в настоящее время действуют три ассоциации сельского туризма.

В 2006 г. была создана АгроТуризмАссоциация (АТА), как организация содействия развитию агротуризма в стране. АТА имеет 7 представительств в российских регионах, а с 2012 г. она является членом Европейской Федерации сельского туризма (в республиках Мордовии, Удмуртии, в Калужской, Пензенской, Ивановской, Московской и Кировской областях).

Для поддержки и координации развития в 2010 г. создана Национальная ассоциация организаций сельского туризма [8], Ассоциация осуществляет создание нового туристского продукта и его популяризацию, привлечение инвестиций, информационное обеспечение и т.п. Члены Ассоциации используют её бренд для продвижения на рынок своих турпродуктов и услуг, а также пользуются поддержкой в разработке и реализации инновационных проектов, в т.ч. кластерной модели сельского туризма.

Ассоциация самых красивых деревень России – это объединение сельских населённых пунктов в целях сохранения культурно-исторического и природного наследия, содействия развитию сельского туризма, вовлечения сельских жителей в процессы саморазвития, повышения привлекательности сельских территорий.

Присоединиться к Ассоциации могут сельские населённые пункты различных типов с численностью жителей не более 2 тыс. чел., сохраняющих сельский уклад жизни и соответствующие ряду критериев, в т.ч. эстетические, архитектурные, историко-культурные, природные, экологические и др.

Ассоциация создана в 2014 г. и работает на безвозмездной основе. Ассоциация – это ассоциированный член Международной Федерации самых красивых деревень Земли, созданной в 2003 г., в ней представлены 20 национальных ассоциаций Франции (1982 г.), Италии, Японии, Испании, Бельгии, Канады, Румынии, Саксонии, Китая и др.

Ассоциацией сформулированы критерии применительно к сельскому туризму: доступность деревни для туриста, наличие достопримечательностей, информации в разнообразных формах, мест размещения туристов и их питания, парковок, возможностей покупки сувениров, экскурсионного и другого обслуживания. Решение о вступлении в Ассоциацию принимает сход жителей села.

Для обмена опытом при Ассоциации действует университет как платформа для повышения квалификации и обмена опытом между членами и партнёрами. Переподготовка кадров финансируется в рамках 4-й программы Темпус. В программе участвуют аграрные университеты и академии (Тамбовский, Орловский, Новосибирский и др.).

В 2015 г. создан Федеральный Координационный Совет профессиональных и общественных туристских объединений России, который направляет всю деятельность в сфере туризма.

В России уже имеется определённый опыт организации сельского туризма в Алтайском и Краснодарском краях, Республиках Бурятия, Якутия, Карелия, Волгоградской, Калининградской, Самарской, Калужской, Московской областях и других регионах.

Модели построения агротуризма могут быть следующие:

1. по европейским образцам – 5%;
2. на базе действующих крестьянско-фермерских хозяйств – 55%;

3. создание новых сельских гостевых домов или гостевых комплексов – 40% (от их общего количества).

При всей сложности интеграции зарубежного опыта, использование зарубежных образцов способствует применению прогрессивных технологий, обеспечивающих высокое качество услуг. Пример: Солнечная ферма в Тверской области.

Использование действующих крестьянско-фермерских хозяйств позволяет развивать туризм при наличии определённой инфраструктуры, сельскохозяйственного производства и имеющейся продукции, услуг. Сдерживающий фактор – недостаток финансирования. Так функционирует в Московской области крестьянско-фермерское хозяйство «Машенька», в Псковской области – «Ольгин хутор».

Наиболее продвинутым, но сложным, считается создание агротуристских комплексов по заранее отработанному проекту с финансовым обеспечением. Соединение нескольких структур в единое хозяйство ослабляет эффект «хозяина», распыляет ресурсы. В Ивановской области создана экондеревня «Рождство» с вполне завершённой инфраструктурой.

Совмещение собственно сельскохозяйственного производства и организации обслуживания туристов требует кооперации участников этой деятельности. Объединение усилий и координация действий владельцев сельских усадеб, гостевых домов необходимы для формирования, продвижения и реализации туристских услуг в условиях усиливающейся рыночной конкуренции. Сотрудничество в обслуживании туристов требует поиска новых подходов в координации взаимодействия с местными и региональными органами власти, туристскими посредниками.

В России реализуется три основных подхода к развитию туризма в целом: кластерный, программно-целевой и особые экономические зоны. Каждый из этих подходов, а также их совмещение, применимы к сельскому туризму.

Кластерный подход рассматривается как объективная необходимость усиления программно-целевого регулирования региональной экономики, создающей условия для оптимального сочетания местной инициативы с государственной координацией и поддержкой.

Классическое определение кластера объединяет территориально взаимосвязанные специализированные компании поставщиком товаров, услуг, взаимодополняющих друг дру-

га и тем самым усиливающих конкурентные преимущества для достижения определённого хозяйственного эффекта. В сфере туризма кластер предполагает социально-экономическую деятельность сельской общины, активное участие членов которой создаёт основу агротуристского комплекса. Именно согласованное взаимодействие членов сельской общины, разделение труда и функций в формировании производства и реализации туристского продукта способно усилить импульсы роста.

Другое важное условие формирования кластера – поддержка государственными и муниципальными органами власти.

Примером удачной разработки кластера может служить «Воскресенское Поветлужье» в Нижегородской области, где на основе природного парка и старейшего села Воскресенское, которому более 400 лет, реализуется проект развития сельского туризма, предусматривающий ежегодный прирост турпотока в размере 8%.

Если для североамериканского подхода характерна политика «малого вмешательства» в развитие кластеров, для западноевропейского подхода свойственна активная роль государственного вмешательства, то для азиатского региона предпочтительнее государственно-частное партнёрство. Для России более приемлемы два последних варианта: разработка кластерной стратегии в рамках государственных федеральных и региональных программ развития туризма либо реализация автономных проектов туристских кластеров на основе государственно-частного партнёрства.

В регионах России созданы Центры кластерного развития, функции которых направлены на разработку и реализацию инвестиционных программ, проектов создания кластеров, координацию сотрудничества участников и партнёров, их информационную и консультационную поддержку, оказание содействия в получении государственной поддержки, оказание помощи в разработке и выводу на рынок новых туристских продуктов и услуг и т.п.

Целесообразность применения кластерного подхода к развитию сельского туризма видится в том, что необходимо не только использовать природные ресурсы, но и дать новые импульсы в формировании агропромышленных комплексов, создании и сохранении рабочих мест, смягчении сезонности сельскохозяйственной деятельности, сокращения оттока молодёжи из сельских поселений.

Для формирования кластеров сельского туризма представляется необходимым решение ряда проблем. Поскольку развитие туризма невозможно без организации размещения путешественников, то в проектах создания кластера нужно выделять средства не только на ремонт и модернизацию имеющихся гостевых домов, но и на строительство новых. При этом важно учитывать приоритетное направление развития сельского туризма для данного региона (активный отдых молодёжи, семейный отдых с детьми, отдых людей «серебряного» возраста, отдых людей с ограниченными физическими возможностями и т.п.), поскольку требования к комфортности жилых помещений могут существенно различаться.

Развитие сельского туризма в соответствии с целевой программой на период до 2017 г. вполне успешно осуществляется в Белгородской области при поддержке областного и местных бюджетов, а также внебюджетных источников. Программно-целевой подход позволяет консолидировать ресурсы и усилия, что обеспечивает достаточно эффективное создание инфраструктуры сельского туризма, продвижение турпродуктов на рынке.

Один из интересных примеров организации сельского туризма – это «Русский дом», в с. Язово Тальменского района Алтайского края, предлагающий услуги активного, семейного отдыха круглый год [9]. Летом – катание на катерах, водные лыжи, пляж и купание в реке, рыбалка, конная программа (верховая езда и катание на повозках), русские бани, спортивные игры, пешие прогулки, дискотеки. Зимой – катание на снегоходах, лыжах, санях, катание на коньках, конная программа, бани, дискотеки и др. Номерной фонд различного уровня комфортности может принять до 175 чел., в т.ч. в деревянных благоустроенных домах «Русской деревни», в каютах корабля, в коттеджах, гостевом доме, в доме-тереме, индейских вигвамах и др. Отдыхающим семьям предоставляются скидки на маленьких туристов, для которых действуют специальные программы развлечений.

Актуально для сельского туризма внедрение экологического менеджмента, направленного не только на создание экологически чистого туристского продукта, но и реализацию экологически ориентированных программ и стратегий по минимизации использования в быту воды, электроэнергии, других ресурсов, утилизацию отходов [4]. Весьма значимой оста-

ётся задача контроля за соблюдением пропускного потенциала туристско-рекреационных ресурсов, не превышения уровня посещаемости туристских объектов, соблюдения социальных норм общения туристов и местного населения.

При подготовке средств размещения, транспортной и иной инфраструктуры необходимо создавать условия для инклюзивного туризма, более широкого включения людей с ограниченными физическими возможностями в сферу туризма.

Особого внимания требует создание доступной информационной системы сельского туризма, предоставляющей широкий потребительский выбор регионов, маршрутов, объектов туризма, средств размещения, досуга и др. Для этого было бы целесообразно оформить всероссийский информационный сайт, дающий представление о сельском туризме в масштабе России в целом.

Пока ещё не до конца решена проблема стандартизации услуг, входящих в сельский туристский продукт, не созданы общероссийские, адекватные мировым, критерии и подходы к оценке качества обслуживания в сельском туризме. Во многом это зависит от уровня квалификации занятых в сельском туризме кадров, их подготовки и переподготовки.

Развитие сельского туризма, в т.ч. на основе кластеров, невозможно без государственной поддержки, особенно на начальном этапе становления. В российских регионах сложились различные формы господдержки сельского туризма и этот опыт нуждается в изучении и обобщении.

Так например, в Томской области формируется кластер возобновляемых природных

ресурсов, как разновидность агропромышленного кластера, реализующий четыре направления: рыбоводство, дикорастущие ягоды, грибы, орехи, охотничье и лесное хозяйство [6]. Этот кластер получает региональную поддержку в виде компенсации затрат на сертификацию и брендинг продукции и услуг, покупку оборудования, проведение исследовательских работ. Посредством прямых бюджетных субсидий возмещается 50–80% инвестиционных затрат. Кроме того, привлекаются частные инвестиции, составляющие 15 руб. на 1 руб. государственной поддержки.

Туристский кластер в Бурятии финансируется на 70% за счёт внебюджетных источников, остальное – средства федерального и регионального бюджета [7]. Кроме того, при получении кредитов предоставляются государственные гарантии Республики Бурятия, налоговые каникулы (снижение налога на прибыль, освобождение от земельного налога, налога на имущество), устанавливается низкая арендная плата за земельные участки, осуществляется субсидирование процентной ставки по кредиту, предоставление инвестиционной площадки с современной инфраструктурой.

Отдельные пилотные проекты на конкурсной основе получают государственную поддержку в виде субсидий в рамках Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 г.)».

Таким образом, развитие сельского туризма в России опирается на мировой и отечественный опыт, применяя инновационные подходы в организации, менеджменте, используя различные формы и средства государственной поддержки.

Библиографический список

1. Развитие культуры и туризма на 2013–2020 г. : государственная программа Рос. Федерации.
2. Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 г.) : федер. целевая программа.
3. Туризм в меняющемся мире / под ред. Восколович Н. А. – М. : МГУ, 2010.
4. *Восколович Н. А.* Проблемы развития индустрии туризма в России в условиях экономической нестабильности // Новая экономика и региональная наука. – 2015. – № 2. – С. 34–35.
5. *Восколович Н.А., Николаев-Пасухин С. И.* Инновационные направления формирования современной индустрии туризма в России // Вопросы управления. – 2014. – № 2. – С. 199–203.
6. Томская область формирует первый в России кластер возобновляемых ресурсов. – URL: <http://www.cluster.hse.ru/news/1991/>
7. Мировой и российский опыт создания и развития кластеров в отрасли туризма– URL: <http://www.myshared.ru/slide/002909>
8. Национальная ассоциация организаций сельского туризма– URL: <http://www.naturs.ru/present/>
9. Отдых на Алтае. Русский дом. – URL: <http://www.rus-dom.ru/?-openstat>.

А. Ш. Гизятова
ФГБОУ ВО «Российский государственный
социальный университет» (г. Москва)

ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ТУРОПЕРАТОРА: ПРОБЛЕМЫ УСТОЙЧИВОСТИ

Создание и продвижение туристских продуктов реализуется частным туроператорским бизнесом. Управление им может иметь различные цели: рост совокупного благосостояния владельцев/акционеров компании, получение максимальной прибыли, рост масштабов деятельности, служение обществу, выполнение правительственных заказов и др. На разных этапах жизненного цикла турфирмы менеджеры могут иметь комбинированные цели. С позиции стратегии ключевая цель турфирмы, без достижения которой невозможно добиться и других целей – устойчивость, выживаемость в обозримом будущем.

Оценка устойчивости важна для прогнозирования кризисных ситуаций финансово-хозяйственной деятельности турфирмы. Одним из факторов устойчивости является финансовая устойчивость, которая, в свою очередь, зависит от рентабельности бизнеса, прибыли.

Жизненный цикл турфирмы эволюционно ограничен. Деятельность турфирмы во времени условно можно разбить на этапы. При этом, как правило, проводят аналогию с жизнью человека, и говорят об этапах жизненного цикла

или цикла жизни: создание (рождение), становление (рост), зрелость (пик), спад, ликвидация (либо реорганизация) туроператора. Длительность жизненного цикла туроператора зависит от ряда причин: рисков бизнеса; модели управления финансами организации; решений владельцев бизнеса и т.д.

Понимание жизненного цикла туроператора необходимо для схематичного представления развития его финансово-хозяйственной деятельности от момента создания до момента ликвидации организации. Официальной статистики длительности жизни туроператоров не существует. На основе проведенного анализа установлено, что длительность жизненного цикла туроператоров, внезапно прекративших свою деятельность в 2014 году, и позднее признанных банкротами, составила в среднем 13 лет (Табл. 1) [1, с. 60]. Для сравнения приведём информацию, например, средняя продолжительность жизни всех фирм, независимо от размера, в Японии и большей части Европы составляет 12,5 лет [2, с. 13]. По данным пилотного проекта Росстата в Астраханской области средний возраст «умерших предприятий» в 2013 году составил 9 лет [3].

Таблица 1

**Туроператоры, приостановившие осуществление деятельности
в 2014 году, и, вызвавшие наибольший резонанс в обществе (выборка)**

Название туроператора (ТБ)	Выручка-нетто от продаж за 2013 год, руб.	Прибыль за 2013 год, руб.	Дата создания юридического лица	Дата конца жизненного цикла юридического лица
ЗАО «Фирма «НЕВА», г. Санкт-Петербург	3.784.527.000	1.433.333	31.01.2003 г.	Признан банкротом 13.01.2015 г.
ООО «Компания «Лабиринт», г. Москва	57.612.000	6.659.000	14.02.2011 г.	Признан банкротом 20.06.2015 г.
ЗАО «Лабиринт-Т», г. Москва	40.668.000	3.275.000	13.09.2002 г.	Признан банкротом 25.04.2015 г.
ООО «ИнтАэр», г. Москва	32.120.000	2.171.000	20.04.2004 г.	Признан банкротом
ООО «СОЛВЕКС-ТУРНЕ», г. Санкт-Петербург	4.550.927.000	245.000	10.02.2003 г.	Введено наблюдение 10.02.2015 г.
ООО «Южный Крест Трэвел», г. Москва	1.899.388.000	2.455.000	29.12.2007 г.	Введено наблюдение 11.06.2015 г.
ООО «ВЕРСА», г. Санкт-Петербург	5.493.016.000	11.909.000	05.11.2002 г.	Признан банкротом 20.05.2015 г.

Источник:¹ составлено автором по данным СПАРК-Интерфакс

На основе жизненного цикла туроператора удобно анализировать факторы, влияющие на его устойчивость и устойчивое развитие. В зависимости от этапа жизненного цикла организации, можно говорить, например:

- об условиях, предъявляемых на этапе создания бизнеса, обеспечивающих устойчивость туроператора;
- о требованиях, предъявляемых к устойчивости туроператора в процессе ведения финансово-хозяйственной деятельности;
- о факторах, обеспечивающих устойчивое развитие турбизнеса;
- о причинах, приведших к потере устойчивости туроператора, либо его банкротству.

Устойчивость туроператора – это характеристика туристского бизнеса, объясняющая его потенциал изменчивости и приспособления к рискам, жизнестойкость в условиях внешней среды, которая обеспечивается наличием и использованием ресурсов в условиях маркетинговой конъюнктуры туризма. В рыночном хозяйстве устойчивость туроператора находится в большей степени в зоне собственной ответственности менеджмента организации, в рамках стратегии, основанной на самостоятельно выбранной бизнес-политике и бизнес-модели. Стержневым моментом в вопросе профилактики кризисов в финансово-хозяйственной дея-

тельности туроператоров как самостоятельных хозяйствующих субъектов и как представителей конкретной сферы предпринимательства является оценка их устойчивости, её контроль и управление [5].

Очередная волна банкротств более двадцати российских туроператоров, внезапно приостановивших свою деятельность в 2014 году, была вызвана их неплатёжеспособностью и потерей финансовой устойчивости. Выборочно проанализировав семь бухгалтерских балансов туроператоров накануне их банкротства, были получены следующие результаты (Табл. 2). Логический анализ бухгалтерской отчётности туроператоров-банкротов, сравнительный анализ и расчёт ключевых финансовых показателей обнаружил признаки вуалирования отчётности, что значительно осложняет получение реальных выводов по результатам финансового анализа [6]. На основе анализа официальной информации бухгалтерских балансов туроператоров за один год до их банкротства выявлены все признаки несостоятельности организации: неплатёжеспособность, неэффективное привлечение заёмного капитала, нерациональное управление дебиторской и кредиторской задолженностью. Проанализируем информацию табл. 2, где К и L – финансовые коэффициенты, а ТБ – конкретные туроператоры Табл. 1.

Таблица 2

Исходные расчётные ключевые показатели финансово-хозяйственной деятельности туроператоров, приостановивших деятельность в 2014 году, по данным их бухгалтерской отчётности 2013 года (накануне банкротства)

	К1	К2	К3	К4	К5	Л6	Л7	Л8	Л9
Туроператор-банкрот	Оборачиваемость дебиторской задолженности, (ОДЗ)	Оборачиваемость кредиторской задолженности, (ОКЗ)	Рентабельность турпродуктов, Прибыль Себестоимость продаж	Рентабельность продаж, Прибыль Выручка от продаж	Коэффициент текущей ликвидности (КТЛ), ОА/КО	Удельный вес дебиторской задолженности в общем объёме оборотных активов (ДЗ/ОА)	Показатель погашаемости займований (КПЗ), Заёмный капитал С совокупные активы	Лимит кредитования (ЗК\В) Заёмный капитал Выручка	Лимит кредитования (ЗК\ЧП\ДС)
ТБ 1	16,09	8,13	4,14	3,79	0,38	0,76	0,92	0,25	- 207,5
ТБ 2	4,14		0,13	0,12	0,92	0,59	1,08	0,44	-
ТБ 3	0,12	0,09	0,11	0,08	1	0,99	0,996	17,19	-
ТБ 4	0,22	58,08	0,12	0,07	1,12	0,998	0,895	4,21	-
ТБ 5	16,33	17,61	5,59	5,383	1	0,93	0,996	0,078	46,72
ТБ 6	3,39	13,62	0,002	0,0013	1,52	0,99	0,959	0,299	- 1565,5
ТБ 7	10,56	12,15	0,002	0,0022	1,07	0,88	0,899	0,084	- 29,187

Источник данных: рассчитано автором по данным туроператоров-банкротов (Табл. 1), на основе информации СПАРК-Интерфакс

Рентабельность продаж (К3, К4) туроператоров – организаций, работающих в одной сфере предпринимательства – отличается в сотни раз. Ряд туроператоров, имеющих миллиардные обороты, работал практически с нулевой рентабельностью (ТБ 2, ТБ 3, ТБ 4, ТБ 6, ТБ 7). Туроператоры ТБ 1 и ТБ 5 показали рентабельность продаж в диапазоне 379–538%, что даёт основание предположить, что реальный доход турбизнеса составляет около 5 руб. на каждый вложенный 1 руб. Альтруистические результаты деятельности туроператоров, которые значительно ниже данной нормы рентабельности в отрасли, скорее свидетельствуют о занижении значений показателей выручки от продаж и прибыли в своей бухгалтерской отчётности.

Привлекает внимание структура имущества туроператоров. Около 90% оборотных средств туроператоров составляла дебиторская задолженность – долги покупателей (L6), что говорит о плохом управлении дебиторской задолженностью. Дефицит денежных средств, как следствие низкой оборачиваемости дебиторской задолженности, восполнялся за счёт заёмного капитала, благодаря которому происходили расчёты с кредиторами. При высоком уровне дебиторской задолженности в составе оборотных средств туроператоров (ТБ 4, ТБ 5, ТБ 6, ТБ 7) оборачиваемость кредиторской задолженности (К2) превышала оборачиваемость дебиторской задолженности (К1). Исходя из понимания сложившейся хозяйственной практики туроператоров, когда покупатели, как правило, оплачивают купленные туры по предоплатной системе и нередко наличными денежными средствами, вызывает сомнение наращение суммы дебиторской задолженности в бухгалтерском учёте.

Анализируя структуру капитала туроператора (L8), можно констатировать, что их бизнес строился практически на заёмном капитале. Более 90% капитала туроператора занимал заёмный капитал, а в некоторых случаях (ТБ 2) заёмный капитал занимал и 108% от совокупного капитала, т.е. покрывал убытки

организации. Дополняет данную финансовую картину показатель L9. По данным бухгалтерской отчётности ряда туроператоров (ТБ 1, ТБ 6, ТБ 7) в процессе движения их денежных средств отток превышал приток. У одного из туроператоров (ТБ 6) на каждый 1 руб. долга кредитной организации приходилось больше 1500 руб. дефицита денежных средств.

Логично задать вопрос банкам, осуществлявшим кредитование данных туроператоров, о том, на основании какой информации они принимали решение о кредитоспособности данных туроператоров как потенциальных заёмщиков, и, по сути, размещали деньги своих вкладчиков в финансовую пирамиду турбизнеса. Подобный вопрос можно задать и страховщикам, осуществлявшим страхование ответственности туроператоров [4]. Признаки неплатёжеспособности анализируемых туроператоров отмечались в их бухгалтерской отчётности ретроспективно из года в год.

Парадокс выше сказанного заключается в том, что некоторые туроператоры, избежавшие системный кризис туриндустрии 2014 года, продолжающие работать на российском рынке, и отправляющие туристов на отдых, имеют состав и структуру бухгалтерского баланса сходную с тенденциями, отмеченными в табл. 2.

Одним из основных факторов обеспечения финансовой устойчивости организации является достаточность собственного капитала. Приведём сравнительную информацию (Табл. 3) законодательно закреплённых требований к минимальной сумме уставного капитала в РФ и соседних странах.

Проблема отсутствия устойчивости российских туроператоров, их неплатёжеспособности может быть решена на уровне финансовых условий и организационных требований, предъявляемых к турбизнесу на этапе его создания. Государственный надзор в сфере туристской деятельности РФ носит декларативный характер, не подкреплён реальными механизмами надзора и финансового контроля [7, 9].

(г. Петушки, Владимирская область)

М. Ю. Шерешева, С. М. Берёзка
*Московский государственный
университет им. М. В. Ломоносова
(г. Москва)*

ИНТЕРЕС РОССИЙСКИХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ 50+ К ТУРИСТИЧЕСКИМ УСЛУГАМ: РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

На основе результатов эмпирического исследования, проведённого в 2016 г. в городах Москва и Владимир в рамках проекта «Социальная и экономическая активность людей зрелого возраста (категория 50+): потребности, удовлетворённость, модели потребительского поведения, взаимодействие с бизнесом и органами власти». Проект выполнен сотрудниками экономического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова для Автономной некоммерческой организации «Центр социальной поддержки людей зрелого возраста «ПЯТЬДЕСЯТ ПЛЮС». При реализации проекта используются средства государственной поддержки, выделенные в качестве гранта в соответствии с распоряжением Президента Российской Федерации от 01.04.2015 № 79-рп и на основании конкурса, проведённого Фондом ИСЭПИ.

В развитых странах люди пожилого возраста ещё в прошлом веке были признаны одной из наиболее ценных целевых аудиторий для компаний, предоставляющих услуги гостеприимства и туризма [4; 5]. Кроме того, создание туристской инфраструктуры для этой категории граждан считается важной задачей государства, поскольку возможность путешествий повышает качество жизни пожилых людей [6, 10, 11].

При этом результаты значительного числа зарубежных исследований показывают, что туризм «старшего возраста» имеет свою специфику. По сравнению с более молодыми возрастными группами, пожилые люди путешествуют меньше, поездки с возрастом становятся короче, цели путешествия также отличаются.

Прежде всего, огромное влияние оказывает уход на пенсию, когда люди перестают совершать деловые поездки, и доля «нерабочих» путешествий становится существенно выше. В возрасте 60+ число поездок, связанных с от-

дыхом, также имеет тенденцию к снижению, однако люди, привыкшие путешествовать, по-прежнему достаточно подвижны, то есть снижение количества поездок не означает отказ от путешествий [8]. Соответственно, существует значительный слой пожилых людей, которые являются перспективными клиентами на рынке туризма.

Туристические фирмы Испании, США, Китая и многих других стран разрабатывают специальные маршруты для «серебряных потребителей», которые далеко не всегда ориентированы на проживание в тихих местах – иногда это активные туры со «спортивным уклоном», интенсивной культурной программой, хотя и учитывающие определённые физиологические особенности старших возрастов [4; 5; 7; 9].

В современной России также стали появляться предложения турфирм, специально предназначенные для людей старшего возраста. Однако пока в большинстве своём в российском туризме предлагаются своего рода «туры для пенсионеров» – людей со слабым здоровьем и сложным материальным положением, нуждающихся в тишине и покое. Другими словами, пока туризм для пожилых воспринимается в России почти исключительно как социальный туризм, то есть как участие в туризме малообеспеченных слоёв населения за счёт применения государством мер социальной поддержки [2].

Безусловно, среди россиян старшего поколения есть социально незащищённые категории, для которых турпродукты в рамках социального туризма жизненно необходимы, и это направление должно быть постоянным предметом внимания государства. Однако развитие туризма 50+ требует гораздо более дифференцированного подхода, основанного на изучении потребностей и интересов разных групп старшей возрастной категории, доля которой в населении России год от года растёт.

Даже небольшие пилотные исследования показывают существование значительной разницы в запросах россиян старшего возраста [1].

В 2016 г. в гг. Москва и Владимир в рамках проекта «Социальная и экономическая активность людей зрелого возраста (категория 50+): потребности, удовлетворённость, модели потребительского поведения, взаимодействие с бизнесом и органами власти» было проведено эмпирическое исследование, нацеленное на выявление запросов, интересов и активности старшего поколения россиян в различных сферах деятельности. В ходе проведения фокус-групп и анкетного опроса более 1000 жителей Москвы и Владимира изучались, в том числе, их мнения относительно объёма и качества туристических услуг, а также степень их интереса к путешествиям.

В ходе обсуждения темы путешествий на фокус-группах в Москве и Владимире было выявлено положительное отношение к путешествиям большинства респондентов (таблица 1). При этом даже среди небольшого числа участников фокус групп оказались люди возраста 50+, имеющие очень разные финансовые возможности. В среднем у москвичей финансовое положение лучше, эксперты отметили наличие довольно большой категории тех, кто может ездить часто, как по России, так и за рубеж, и позволить себе сравнительно дорогой отдых, специально ориентированный на людей в возрасте 50+ (путешествия с сопровождающим, который решает все проблемы, организует не только экскурсионную деятельность, но и чаепития, встречи с интересными людьми и т.п.).

Таблица 1

Основные результаты обсуждения темы путешествий на фокус-группах в Москве и Владимире

	Москва	Владимир
Возраст 50+	Интересны путешествия как по России, так и за границу. Особенно важен вопрос соотношения цены и качества. Есть высокая мотивация «всё посмотреть», готовность самостоятельно организовать своё путешествие.	Интересны путешествия как по России, так и за границу. На возможность путешествовать столько, сколько хочется, влияют в первую очередь финансовые ограничения.
Люди, чьи родители находятся в возрасте 50+	У родителей заинтересованное отношение к путешествиям, многие путешествуют регулярно. Для них важно, с кем они едут – нужна «хорошая компания». Некоторые насторожённо относятся к путешествиям за рубеж (не знают язык), некоторые – к путешествиям по России (сомневаются в качестве услуг).	Путешествия не являются для родителей приоритетом, они предпочитают выезды на дачу. Готовы путешествовать «за компанию» с детьми и/или внуками. Даже если знают о существовании льгот на путёвки в санатории и пансионаты, не очень интересуются такими поездками.
Эксперты	У старшего поколения есть желание ездить как по России, так и за границу, у многих даже увлечённость путешествиями. Есть обеспеченные люди 50+, у которых хорошие финансовые возможности для поездок. Популярны экскурсионные туры, поездки с культурно-досуговой составляющей. Есть и те, кто предпочитает активный отдых, походы.	Во Владимирской области развит социальный туризм, есть возможность организации экскурсионных поездок для льготной категории граждан, в том числе организация бесплатных поездок по области для категории 50+ (посещение музеев, заповедников и т.п.). Многие очень хорошо относятся к возможности отдохнуть на море. Есть интерес к экскурсиям в Москву.

Как москвичи, так и владимирцы 50+ предпочитают путешествовать не в одиночку, часто выбирают отдых с семьёй. Такой отдых им могут предлагать дети или внуки, но некоторые занимаются организацией путешествий самостоятельно и предпочитают «свою компанию». Что касается зарубежных поездок, то жителей Владимира в большей степени, чем москвичей, волнует изменение культурного контекста, столкновение с языковым барьером. Кроме того, у них в среднем меньше фи-

нансовых возможностей для путешествий, они вынуждены обращать больше внимания на стоимость туров.

В Москве больше распространён стереотип относительно отдыха в России как не самого интересного, с недостаточно хорошим сервисом. Владимирцы, будучи жителями одного из наиболее привлекательных регионов России (значительная часть «Золотого кольца» проходит через Владимирскую область), лучше представляют себе, насколько красивым

и впечатляющим может быть путешествие по России, и относятся к таким путешествиям с гораздо большим интересом, хотя при наличии финансовых возможностей с удовольствием готовы посещать и другие страны.

По итогам количественного исследования можно утверждать, что в России, как и за рубежом, общее число поездок имеет тенденцию к снижению по мере увеличения возраста, но

те, кто был активными путешественниками в более молодом возрасте, сохраняют стремление к путешествиям. В ходе опроса по структурированной анкете была выделена группа респондентов (около 10% от всей выборки), которые не только активно путешествуют, но и хотели бы путешествовать ещё больше. Более того, около 5% респондентов заявили, что путешествия – это их увлечение (таблица 2).

Таблица 2

Отношение к путешествиям респондентов 50+. Результаты опроса по структурированной анкете в Москве и Владимире, март 2016 г., %

	Активно путешествуют	Хотят больше путешествовать	Путешествие – их увлечение
% респондентов	10	5	5
мужчины	19	13	16
женщины	81	87	87
высшее образование	66	50,7	72,6
работают	67	64,5	87,1
оценка здоровья	6,06	5,72	5,74
хронические заболевания	62,7	61	72,6
мобильны	82,5	66,5	80,6
оставили бы работу ради путешествий	22	18	43,5
не хватает туристических услуг	51,2	51,9	62,9
	74% хотят больше путешествовать	26,2% активно путешествуют	75,8 – активно путешествуют; 87,1% хотят больше путешествовать

Наличие хронических заболеваний и проблемы со здоровьем для этой категории потребителей не ведут к отказу от путешествий, а лишь являются основанием для более серьёзного отношения к выбору и осуществлению поездки. При этом все респонденты отметили, что в России не хватает туристских услуг, ориентированных на возраст 50+, и при наличии более широкого предложения они могли бы путешествовать больше.

Таким образом, развитие туризма старшего возраста открывает новые возможности как для отдельных игроков рынка, так и для российских регионов. Потенциал этого сегмента рынка только начинает раскрываться. Однако необходимы достаточно серьёзные изменения в подходах. Это касается и развития инфраструктуры, и подготовки профессиональных кадров, и маркетинговой деятельности. При этом одной из самых серьёзных проблем является отсутствие понимания ценности и специфики туризма 50+ не только у российских туроператоров, но и у всех

участников цепочек создания ценности в туризме и гостеприимстве, в то время как успех в современном туризме тесно связан с налаживанием устойчивых взаимодействий всех участников рынка, включая потребителя [3].

В заключение ещё раз подчеркнём, что старение населения серьёзно сказывается на отрасли туризма и гостеприимства, и российским компаниям следует серьёзно рассматривать этот новый для них сегмент рынка, который в ближайшем будущем может оказаться одним из ключевых с точки зрения конкурентоспособности. Тенденция увеличения среднего возраста населения и рост активности пожилых людей в связи с вступлением в этот возраст людей с новыми потребительскими характеристиками требует изменений в стратегии развития туризма на федеральном уровне и на уровне отдельных регионов и бизнесов. Необходимо исследовать поведение нового среднестатистического потребителя 50+, чтобы успешно использовать открывающиеся рыночные возможности

же время, надо учитывать готовность значительного числа потребителей 50+ к активным путешествиям и увеличивать вовлеченность таких клиентов в составление тура, например, предоставлять ряд параметров, которые можно выбрать самостоятельно (выбор средств размещения, возрастного состава группы, и т.п.) с учётом своих предпочтений. Наконец, необходимо выявить возможные источники влияния и донесения необходимой информации до самих клиентов старшего возраста, их детей и внуков, чтобы успешно справиться с привлечением россиян 50+ к путешествиям и вдохновить их на активный образ жизни.

1. Никитина О. А. Ценностные ориентиры свободного времени пожилых россиян: социологические аспекты // Социально-экономические науки и гуманитарные исследования. – 2015. – № 7. – С. 174–177.
2. Трофимов Е. Н. Социальный туризм в России и в Европе // Вестник РМАТ. – 2014. – № 3. – С. 3–10.
3. Шерешева М. Ю. Формы сетевого взаимодействия в туризме и маркетинг партнёрских отношений // Новая экономика и региональная наука. – 2015. – № 2. – С. 25–26.
4. Alén E., Losada N., Domínguez T. New Opportunities for the Tourism Market: Senior Tourism and Accessible Tourism. – INTECH Open Access Publisher, 2012.
5. Chen S.C., Shoemaker S. Age and Cohort Effects: The American Senior Tourism Market // Annals of Tourism Research. – 2014. – Vol. 48. – P. 58–75.
6. Kim H., Woo E., Uysal M. Tourism Experience and Quality of Life among Elderly Tourists // Tourism Management. – 2015. – Vol. 46. – P. 465–476.
7. Le Serre D., Chevalier C. Marketing Travel Services to Senior Consumers // Journal of Consumer Marketing. – 2012. – Vol. 29. – № 4. – P. 262–270.
8. Metz D. The Myth of Travel Time Saving // Transport Reviews. – 2008. – Vol. 28. – № 3. – P. 321–336.
9. Sheresheva M., Buzulukova E. Senior Sport Tourism in Russia // Social Networks and the Economics of Sports. Pardalos P. M. and Zamaraev V. (eds.). – Heidelberg-New York-London: Springer International Publishing, 2014. P. 59–73.
10. Sheresheva M., Shipilina P. Senior Tourism in Russia: How to Excite Elderly People to Travel? // Marketing Theory Challenges in Emerging Societies. 4th EMAC CEE Regional Conference Proceedings. – St. Petersburg University Graduate School of Management St. Petersburg, 2013. – P. 327–324. URL: http://www.gsom.spbu.ru/files//4th_emac_cee_conference_2013_proceedings.pdf
11. Uysal M., Sirgy M.J., Woo E., Kim H. L. Quality of Life (QOL) and Well-Being Research in Tourism // Tourism Management. – 2016. – Vol. 53. – P. 244–261.

РАЗДЕЛ 4

ЭКОНОМИКА: МЕЙНСТРИМ И РЕАЛЬНОСТЬ

С. А. Балынина, М. А. Карачева

*Владимирский филиал Финуниверситета
(г. Юрьев-Польский)*

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ КРЕДИТ

Развитие государства и качество жизни населения обусловлено качеством образовательных услуг [2], которое определяется множеством факторов, в т.ч. доступностью. Сравнительно недавно в Российских банках начал распространяться новый вид кредита – образовательный. Этот вид кредитования ещё недостаточно развит и известен в нашей стране и до сих пор воспринимается как новизна. При этом, от уровня развития кредитования во многом зависит развитие банковского сектора Российской Федерации, которое определяет социально-экономическое развитие российского государства [1].

Многие будущие студенты, желающие получить хорошую специальность, сталкиваются с такой проблемой, как платное образование. Разумеется, каждый студент стремится получать образование на бюджетной основе, но, как правило, таких желающих намного больше, чем бюджетных мест. В связи с этим выбор падает на платное обучение, что в силах потянуть не каждый студент. Перед родителями и студентами сразу же встаёт вопрос: Где занять деньги? И для этого, в роли помощи будущему студенту, банки выпустили новую услугу – образовательный кредит. Многие родители студентов считают, что намного удобней будет взять потребительский кредит, но они ошибаются, так как целевой кредит имеет множество своих преимуществ.

Образовательный кредит – это ссуда, имеющая целевую направленность и выдаваемая студентам для дальнейшей оплаты образовательных услуг. В России только некоторая часть банков распространяет такую

услугу и процент пользования таким кредитом небольшой.

Далеко не все банки предоставляют такую услугу как кредит с целевой направленностью. Но студенту есть смысл брать образовательный кредит, если существует уверенность, что после окончания обучения его профессиональная деятельность будет приносить стабильный высокий доход, за счёт которого можно будет погасить имеющийся долг. Сами же деньги, которые предназначены для оплаты образования студента, самому студенту на руки не выдаются, а перечисляются на счёт организации, которая осуществляет образовательную деятельность.

Некоторые банки предлагают льготный образовательный кредит, при котором заёмщик будет иметь государственную поддержку. То есть роль государства в таком кредитовании заключается в погашении части долга от имени заёмщика перед банком, что можно назвать финансовой поддержкой. Он предоставляется совершеннолетним студентам, которые проходят обучение на платной основе и имеют положительную успеваемость. Такой вид образовательного кредита предлагается только тем студентам, чьё обучение протекает в образовательных учреждениях, которые входят в состав специального списка Минобрнауки РФ. Также на портале Минобрнауки опубликован Проект Постановления, в котором содержится основной документ, диктующий размер, порядок и условия предоставления образовательного кредита с государственным субсидированием. Кредит можно получить как на начальном этапе обучения, так и на несколько семестров.

Основной причиной того, что не все банки предлагают в качестве услуги образовательный кредит, является высокая рискованность, которая возникает в связи с тем, что основными покупателями такого кредита являются люди, не имеющие постоянного места работы, и не все его находят после окончания учёбы. И именно из-за этого банки до недавнего времени устанавливали высокие процентные ставки по данному виду кредита.

Банковский работник перед выдачей кредита тому или иному студенту должен для начала убедиться, что у образовательного учреждения имеется Российская аккредитация и составить договор о сотрудничестве, если такового не имеется.

Образовательный кредит направлен на одну единственную цель – на помощь студенту в получении образования, и поэтому

банки зачастую требуют периодического предоставления документов, доказывающих своё участие в образовательном процессе. При оформлении образовательного кредита банк требует созаёмщика, в качестве которого могут выступить родственники. Это связано с тем, что срок обучения составляет не менее трёх-четырёх лет и поэтому нет уверенности в том, что заёмщик доучится до конца, что мотивирует банк предоставлять кредит не на весь срок обучения, но с возможностью дальнейшей пролонгации.

Так как вид этого кредитования является рискованным и приносит маленькую прибыль, не все банки распространяют образовательные кредиты. Каждый из них устанавливает свои требования для получения и возврата такого кредита. Некоторые из них представлены в таблице 1.

Таблица 1

Список банков, осуществляющих образовательное кредитование

Название банка	Условия кредитования
ПАО «Сбербанк России»	Кредит оформляется для обучения на очном, заочном или вечернем отделении, в образовательных учреждениях, которые имеют российскую аккредитацию. Срок предоставления – срок обучения плюс 10 лет, возможна отсрочка погашения основного долга. Платёжеспособность не определяется. Залог, поручительство не требуется. Процентная ставка – 7,72% годовых. Сумма кредита может быть до 100% стоимости обучения.
АО «Россельхозбанк»	Кредит оформляется не более чем на 10 лет. Возможна отсрочка выплаты по основному долгу. Ставка кредитования составляет 16% годовых и выше, а максимальная сумма займа – 350 тыс. рублей. Кредит предоставляется в безналичной форме, частично или вся сумма зачисляется на счёт образовательного учреждения одновременно.
АО «Союз»	Кредит предоставляется на срок до 16 лет, под 10% годовых. Валюта кредитования – в долларах США, максимальная сумма – 45 000 \$ США. Гарантия и поручительство не требуются. Через год возможно досрочное погашение, возраст студента – начиная с 14 лет.
ПАО «Почта Банк» (до 2016 года «Лето Банк»)	Сумма ссуды – от 50 000 до 1 000 000 рублей. Заёмщик должен быть не моложе 18 лет, стаж работы – не менее 3 месяцев. Максимальный срок выплаты долга – 150 месяцев. Процентная ставка увеличивается на 10%, если клиент не выплачивает вовремя деньги.
ПАО «АК Барс»	Срок кредитования – до трёх лет. Процентная ставка – от 16,9% годовых, комиссия за выдачу кредита не взимается. Сумма кредита рассчитывается индивидуально.
ПАО «Балтийский банк»	Возраст – от 18 лет, наличие постоянного места работы. Срок займа – до 7 лет, максимальная сумма кредита включает полную стоимость обучения при ставке 19% годовых. За несвоевременную уплату ссуды списывается неустойка в размере 5 рублей за каждый просроченный день.

Примечание. На базе «Лето Банка» с 2016 года основан «Почта Банк». Банк увеличивает перечень услуг и количество офисов, используя при этом прежнюю банковскую лицензию.

Проанализировав данную таблицу, можно сделать вывод, что кредит на образование в Публичном Акционерном Обществе «Сбербанк России» выгодно отличается от такого же

вида кредита в остальных банках. Весь срок обучения заёмщик имеет право не платить по своим обязательствам перед банком, а только после окончания полного срока обучения

у него есть целых десять лет на выплату кредита и процентов по нему. Также для использования образовательного кредита банк не требует от будущего потенциального заёмщика ни поручителя, ни залога, что так же явно возвышает его на фоне других банков. Воспользоваться такой ссудой может студент, начиная уже с 14 лет, а начать выплату, соответственно, уже, будучи совершеннолетним

и имеющим работу со стабильным заработком.

Для получения образовательного кредита большинство банков не требует подтверждения платёжеспособности и кредитоспособности и возможно своевременное погашение долга, что является положительным отличием образовательного кредита от других видов кредитования.



Библиографический список

1. Балынин И.В., Балынина С. А. Развитие банковского сектора Российской Федерации в 2010–2014 гг. // Аудит и финансовый анализ. – 2015. – № 3. – С. 193–197.
2. Балынин И. В. Финансовое обеспечение образования в Российской Федерации в 2008–2020 гг. // Аудит и финансовый анализ. – 2014. – № 6. – С. 271–276.
3. Актуальные вопросы развития экономики России: коллективная монография/ под общ. ред. Н. А. Адамова. – М. : Институт исследования товародвижения и конъюнктуры оптового рынка, 2013, 344 с.
4. Консультант+. Справочно-правовая система. – URL: <http://www.consultant.ru/>.
5. Центральный Банк Российской Федерации. Статистика. – URL: <http://www.cbr.ru/statistics/>.
6. Сбербанк России. – URL: <http://www.sberbank.ru/ru/person>.

И. В. Большакова, С. В. Никифорова
Владимирский филиал Финуниверситета
(г. Владимир)

ФИНАНСОВЫЕ РЕСУРСЫ ПРЕДПРИЯТИЙ: ПУТИ УВЕЛИЧЕНИЯ

Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ, проект 16-12-33003/16 – Региональный конкурс «Центральная Россия: прошлое, настоящее, будущее» 2016 – Владимирская область – «Разработка методического обеспечения оценки эффективности реализации государственных программ (федеральный и региональный аспекты) для оптимизации бюджетного планирования и повышения результативности государственного управления».

Основная задача формирования экономической системы Российской Федерации на ближайшую перспективу – увеличение общественного финансирования. В настоящее время общероссийский финансовый сектор в основном удовлетворяет только экономические потребности крупнейших компаний. Без соответствующего финансирования малого и среднего бизнеса экономический рост, безусловно, возможен, но сделать его стабильным невозможно. В краткосрочном и среднесрочном плане массовое финансирование допустимо на базе банковского кредита. Надлежащая финансовая трансформация силами экономического рынка в нынешних российских обстоятельствах проблемна.

Развитие доступного банковского кредитования также ограничивается воздействием целого ряда условий, для элиминирования которых (в условиях ограниченных способностей ускоренной капитализации банковского сектора) нужно в первую очередь корректировка сформировавшегося режима денежного предложения и формирование элементов рефинансирования коммерческих кредитов, а кроме того государственная поддержка элементов инфраструктуры рынка, облегчающих структуризацию долга реальной экономики.

«Акцент на формирование банковского кредита не отрицает интереса к вопросам финансового рынка. Во-первых, крупнейшие

отечественные компании и частично новые высокотехнологичные производства могут и обязаны получать финансирование с рынка, помимо этого, для них немаловажна его индикативная функция. Во-вторых, есть значительная категория финансовых агентов, первоначально направленных на рынок, это, прежде всего, финансовые институты с иностранным капиталом и нарождающийся слой отечественных институциональных инвесторов. И в конечном итоге, в-третьих, в рамках долговременной стратегии рынок, действительно, – основа экономического перераспределения» [3].

«Формирование основных направлений федерального бюджета на 2016 год и на плановый период 2017 и 2018 годы разработанный в соответствии со статьёй 165 Бюджетного кодекса Российской Федерации с учётом итогов реализации бюджетной политики в период до 2015 года. Основывалось на изложенных в Бюджетном послании Президента Российской Федерации Федеральному Собранию Российской Федерации «О бюджетной политике в 2016 год и на плановый период 2017 и 2018 годов» положениях бюджетной стратегии на среднесрочную перспективу, ориентированной на содействие социальному и экономическому развитию Российской Федерации при безусловном учёте критериев эффективности и результативности бюджетных расходов» [4].

Целью Основных направлений бюджетной политики является определение условий, принимаемых для составления проекта федерального бюджета на 2016 год и на плановый период 2017 и 2018 годов, подходов к его формированию, основных характеристик и прогнозируемых параметров федерального бюджета и других бюджетов бюджетной системы Российской Федерации.

В 2015 году экономическая ситуация ухудшилась по сравнению с предыдущим

годом. В январе-мае 2015 года (по отношению к январю-маю 2014 года) ВВП снизился на 3,2%, инвестиции в основной капитал – на 4,8%, промышленное производство – на 2,3%, реальные располагаемые денежные доходы – на 3,0%.

Макроэкономические показатели, используемые при составлении проекта федерального бюджета на 2016–2018 годы, значитель-

но отличаются от показателей, положенных в основу формирования федерального бюджета на 2015 год и плановый период 2016 и 2017 годов (таблица 1), поскольку они не учитывали изменения, произошедшие во втором полугодии 2014 года (в том числе произошедшие в IV квартале 2014 года снижение цен на нефть, ослабление рубля, ускорение роста уровня потребительских цен) [1], [2].

Таблица 1

Проект федерального бюджета на 2016–2018

	2015		2016		2017		2018
	Закон 384-ФЗ	Закон 93-ФЗ	Закон 384-ФЗ	Прогноз	Закон 384-ФЗ	Прогноз	Прогноз
Цены на нефть «Юралс», долл./барр.	100	50	100	60	100	65	70
Цены на газ (среднеконтрактные включая страны СНГ), долл./тыс. куб. м	289	208	282	179	278	208	225
ВВП, млрд рублей	77 498	73 119	82 208	82 689	90 063	91 050	99 572
Рост ВВП, %	1,2	-3,0	2,3	2,3	3,0	2,3	2,4
Инвестиции, млрд рублей	14 442	12 650	15 356	14 714	16 526	16 037	17 574
Объём импорта (по кругу товаров, учитываемых ФТС России), млрд долларов США	299,2	182,3	305,5	221,8	316,6	235,5	248,6
Объём экспорта (по кругу товаров, учитываемых ФТС России), млрд долларов США	494,2	333,8	498,2	376,5	507,3	402,2	431,0
Прибыль прибыльных организаций, млрд рублей	13 955	14 345	14 725	20 245	15 990	22 375	24 675
Инфляция (ИПЦ), % к декабрю предыдущего года	5,5	12,2	4,5	7,0	4,0	6,3	5,1
Курс доллара, рублей за доллар США	37,7	61,5	38,7	56,8	39,5	54,5	53,2
Фонд заработной платы, млрд рублей	19 022	18 559	20 420	20 129	22 259	22 288	24 462

Базовый сценарий макроэкономического прогноза предполагает небольшое ускорение роста мировой экономики (с 3,4% в 2015 году до 3,6% в 2018 году). Экономика США будет характеризоваться улучшением ситуации на рынке труда и увеличением потребительского спроса, однако ограничивающими факторами будут выступать рост базовых ставок Федеральной резервной системы США и динамика демографических процессов. Так, прирост экономики США снизится с 3,1% в 2015 году до 2,7% в 2018 году.

Экономика еврозоны будет расти в пределах 1,3–1,4% ежегодно. Основным ограничивающим фактором будет выступать высокий уровень безработицы. При этом стимулирующее воздействие будет оказывать монетарная политика Европейского центрального банка.

Китайская экономика продолжит замедляться: с 6,8% в 2015 году до 6,0% в 2018 году.

Базовый сценарий предполагает продолжение действия санкций со стороны США и Европейского союза в отношении России и контрсанкций со стороны России на протяжении всего прогнозного периода. Следо-

вательно, российская экономика будет развиваться в условиях ограниченного доступа к мировому рынку капитала, сохранения оттока капитала.

Среднегодовая цена на нефть марки «Юралс», положенная в основу формирования федерального бюджета, в 2015 году составит 50 долларов США за баррель (против 100 долларов США за баррель в прогнозе от 1 декабря 2014 года) и к 2018 году вырастет до 70 долларов США за баррель. Несмотря на геополитическую напряжённость и сравнительно низкий уровень цен на нефть, уже с 2016 года прогнозируется возобновление экономического роста (на уровне 2,3–2,4% в год). Также возобновится рост промышленности и реальных располагаемых доходов населения, что будет способствовать повышению инвестиционной активности и потребительского спроса. Норма накопления увеличится с 16,8% ВВП в 2015 году до 20,7% ВВП в 2018 году, а внутренний спрос за 2016–2018 годы вырастет на 11,1% против снижения на 9,5% в 2015 году.

Промышленное производство в 2016–2018 годах будет расти темпами 1,5–1,9% после

падения в 2015 году. Обрабатывающие производства, как и в предыдущие годы, будут расти быстрее производства топливно-энергетического комплекса. Наибольшими темпами будут расти отрасли потребительского комплекса, из машиностроительных отраслей – производство транспортных средств и оборудования, из отраслей промежуточного спроса – химическое производство. Уровень потребительских цен под влиянием ослабления рубля и продовольственных контрсанкций ускорился на протяжении I квартала 2015 года и составил 16,9% в годовом исчислении на конец марта. Однако, уже начиная со II квартала 2015 года началось замедление роста цен, которое будет наблюдаться до конца года. По текущей оценке Минэкономразвития России по итогам 2015 года прирост потребительских цен составит 11,9%, а к 2018 году снизится до 5,1%.

В среднесрочном прогнозе наблюдается замедление доли оборота розничной торговли в ВВП, то есть, предполагается ослабление влияния на общеэкономическую динамику внутреннего потребительского спроса, который является одним из основных факторов поддержания экономического роста. При этом на снижение доли оборота розничной торговли к ВВП повлияет падение как реально располагаемых доходов населения в 2015 году (–7,8%), с последующим умеренным приростом в 2018 году в размере +2,8%, так и реальной заработной платы в 2015 году (–9,8%), с последующим приростом в 2018 году (+4,2%). Уровень жизни населения будет характеризоваться также ростом общего уровня безработицы в условиях снижения деловой активности в экономике. При этом рост безработицы будет несущественным (6,0% в 2015 году против 5,4% в 2014 году) и снизится к 2018 году (5,7%).

Вместе с тем, рассматриваемый период несёт в себе значительную неопределённость, которая может скорректировать прогнозируемые проектировки. Реализация какого-либо из рисков может привести к недополучению федеральным бюджетом доходов, источников финансирования дефицита либо необходимости повышения отдельных направлений расходов. Для минимизации угроз несбалансированности бюджетов бюджетной системы Российской Федерации необходимо продолжать использовать «консервативный» вариант прогноза социально-экономического развития Российской Федерации при определении основных ха-

рактеристик бюджетов. Этот подход не только позволяет повысить точность бюджетного планирования, но и предотвратить часть рисков, связанных с принятием дополнительных, не обеспеченных финансовыми ресурсами, расходных обязательств.

В значительной мере и состав, и значимость макроэкономических и бюджетных рисков претерпели качественные изменения по сравнению с прошлогодним бюджетным циклом. Так, реализовались опасения, связанные со снижением цен на основные товары российского экспорта, опережающим плановые значения ростом инфляции, девальвацией рубля, замедлением общих темпов социально-экономического развития, сохранением неблагоприятной внешней среды, вызванной санкциями, введёнными рядом государств.

Соответственно, сценарные условия социально-экономического развития Российской Федерации на 2016 год и на плановый период 2017 и 2018 годов уже основываются на соответствующих текущей ситуации, сравнительно консервативных оценках и гипотезах, что в значительной мере минимизирует условия для возникновения дополнительных бюджетных и макроэкономических рисков.

Значительный риск для российской экономики по-прежнему несёт усиление геополитической напряжённости в мире, что может дополнительно затруднить доступ российских компаний к мировому рынку капитала, привести к ослаблению рубля и новому витку роста потребительских цен, снижению деловой и потребительской активности.

Кроме того, сохраняется риск нарушения экспортных поставок газа через Украину, а также реализации ограничений, направленных на снижение энергетической зависимости стран Европы от поставок из России. Данные факторы могут снизить ожидаемую динамику ВВП.

Большая неопределённость существует вокруг цены на нефть. Достаточно трудно оценить в среднесрочной перспективе соотношение спроса и предложения на рынке нефти. С одной стороны, развиваются новые технологии добычи, ряд стран увеличивает добычу нефти (растёт предложение нефти). С другой стороны, под влиянием снижения цен на нефть сокращаются инвестиционные планы компаний нефтяного сектора, что негативно влияет на предложение нефти в среднесрочной перспективе.

Н. В. Левицкая, Е. А. Удальцова
Владимирский филиал Финуниверситета
(г. Владимир)

КОНВЕРГЕНЦИЯ НА ПРИМЕРЕ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ МСФО И GAAP

Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ, проект 16-12-33003/16 – Региональный конкурс «Центральная Россия: прошлое, настоящее, будущее» 2016 – Владимирская область – «Разработка методического обеспечения оценки эффективности реализации государственных программ (федеральный и региональный аспекты) для оптимизации бюджетного планирования и повышения результативности государственного управления».

Долгое время не существовало единства мнений относительно того, нужны ли вообще глобальные стандарты учёта и отчётности и так ли велика отдача от наличия единых правил составления бухгалтерских отчётов предприятий в различных странах. И если да, то какие стандарты будут выполнять эту роль: директивы Европейского союза, МСФО или US GAAP.

Общепринятые принципы бухгалтерского учёта (Generally Accepted Accounting Principles, GAAP) – это стандарты бухгалтерского учёта, применяемые в США и некоторых других странах. Национальные стандарты США имеют аббревиатуру US GAAP.

Начиная с 2001 г. МСФО проводит работу в направлении сближения (конвергенции) различных моделей учёта. В октябре 2002 г. Совет по стандартам финансового учёта США – ССФУ (Financial Accounting Standards Board, FASB) и Совет по МСФО подписали соглашение о создании проекта устранения различий МСФО и US GAAP. В результате разработки проекта было подписано Норволкское соглашение (Norwalk Agreement), с которого началась работа по сближению основных моделей учёта. Раньше движение к единым международным стандартам поддерживалось в основном крупными межнациональными конгломератами, выходящими на новые рынки сбыта и дешёвой рабочей силы, то в последнее время значительным фактором ро-

ста потребности в единой системе отчётных «координат» стали компании развивающихся стран, которые ищут новые, более дешёвые источники финансирования.

Осознавая слабое «проникновение» в международную экономическую реальность в период с начала 70-х до середины 90-х годов, Комитет по МСФО решился на полную смену концепции и подходов. Идея гармонизации, которая удовлетворила бы все стороны, в конце 90-х была заменена на идею конвергенции. Конвергенция, в отличие от «всеядной» гармонизации, означает отсечение у двух или нескольких подмножеств уникальных только для одного из них характеристик с постепенным (по ходу развития навстречу друг другу) слиянием в одной точке.

US GAAP является желанной точкой конвергенции для Комитета по МСФО, из-за его доминирования на международных рынках капитала. Если даже отбросить американские деньги, направляемые в виде инвестиций в зарубежные страны, то и цифры чисто американских фондовых бирж впечатляют. Нью-Йоркская биржа (NYSE), основанная ещё в 1792 году, имела в 2014 году ежедневный средний объём торгов в объёме более 5 млрд акций. Общая рыночная капитализация компаний, чьи акции торгуются только на NYSE, на 31.12.14 составляла \$27,1 трлн. Для сравнения, совокупная рыночная капитализация всех торгуемых российских компаний на середину августа 2014 года (по данным аналитических интернет-агентств) составляла около \$800 млрд что после вычета государственного гиганта «Газпрома» (около \$300 млрд оставляет менее половины триллиона долларов на весь российский рынок.

Так же важна проработанность, степень глубины самих стандартов. Они считаются наиболее детальным руководством практически для всех отраслей и циклов учёта и отчётности. Взять, например, две сферы учёта: финансовые инструменты и выручку. Количество и степень

проработки различных ситуаций в US GAAP многократно превосходят те же показатели МСФО. В помощь бухгалтеру для правильного отражения финансовых инструментов US GAAP имеет около 30 стандартов, тогда как МСФО – только четыре; по вопросам признания выручки американский разработчик предоставляет руководство в виде более 50 стандартов и интерпретаций, тогда как МСФО – только пять.

US GAAP даёт гораздо более детальное руководство для отраслевых бухгалтеров. В США выпущены целые тома стандартов и разъяснений к ним по отраслевому учёту и отчётности, например, в следующих отраслях: девелоперы недвижимости, нефтегазовая отрасль, страхование, авиаперевозчики, брокеры и дилеры финансовых инструментов, банки и кредитные союзы, здравоохранение, инвестиционные фонды, страховые компании, киностудии.

Проведём сравнение структуры стандартов US GAAP и МСФО на примере основных средств. Международные стандарты финансовой отчётности являются более гибкими по сравнению с US GAAP. Американские стандарты – более чёткие и требуют однозначной трактовки.

Согласно GAAP, для того, чтобы актив был отнесён к основным средствам, необходимо выполнение следующих трёх условий: он должен иметь материальное воплощение, срок полезного использования объекта должен быть больше 1 года, объект предназначен для использования на самом предприятии, а не для перепродажи.

Основные средства отражают в балансе по следующим трём статьям:

- здания, оборудование и инвентарь, земля, природные ресурсы (месторождения полезных ископаемых).

Согласно GAAP в первоначальную стоимость объектов основных средств включаются: покупная цена за вычетом скидок (например, за досрочную оплату), таможенные платежи по импортируемому оборудованию, невозмещаемые налоги (например, налог на приобретение автотранспортных средств, НДС по объектам капитального строительства), монтажные и пусконаладочные расходы, оплата нотариальных услуг, иные прямые затраты, связанные с доведением объекта основных средств до состояния готовности к эксплуатации.

При покупке основных средств за деньги первоначальную их стоимость определить

нетрудно. Сложнее обстоит дело при приобретении основных средств в обмен на другие, не денежные активы.

Согласно GAAP, существует три метода исчисления первоначальной стоимости таких активов: оценка по рыночной стоимости, экспертная оценка, оценка по остаточной или учётной стоимости.

Согласно первому методу, полученные основные средства приходятся по рыночной стоимости передаваемых активов или по рыночной стоимости полученных активов в зависимости от того, какая из этих двух оценок более точная.

Убыток от такой сделки отражается в учёте в момент совершения сделки.

Прибыль от бартерной сделки отражается в учёте следующими тремя способами.

Второй метод исчисления первоначальной стоимости активов, полученных в результате обмена, – экспертная оценка. При невозможности определения рыночной стоимости активов следует прибегнуть к услугам независимых оценщиков.

Третий метод – оценка по остаточной или по учётной стоимости передаваемого актива – применяется в случаях, когда невозможно воспользоваться рыночной или экспертной оценкой. Совет по стандартам считает применение учётной стоимости наименее удачным вариантом оценки. Предприятиям, использующим учётную стоимость при определении результатов обмена, необходимо раскрывать эту особенность в приложениях к отчётности.

Эти же методы оценки активов применяются при безвозмездном получении активов и в случаях, когда активы поступают на предприятие в оплату акций (или взносов в уставный капитал).

Оплата акций имуществом получила широкое распространение в России. При определении первоначальной стоимости подобных активов (в том числе основных средств) в соответствии с GAAP следует пользоваться не договорными оценками (как это принято в российском учёте), а рыночными стоимостями полученных активов. При отсутствии данных о рыночных оценках следует воспользоваться услугами оценщиков. Несоблюдение этих принципов оценки может привести к искажению размера оплаченного капитала предприятия.

Н. В. Левицкая, А. С. Атабекова
Владимирский филиал Финуниверситета
(г. Владимир)

ФИНАНСОВЫЙ МЕХАНИЗМ И ЕГО ЭЛЕМЕНТЫ

Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ, проект 16-12-33003/16 – Региональный конкурс «Центральная Россия: прошлое, настоящее, будущее» 2016 – Владимирская область – «Разработка методического обеспечения оценки эффективности реализации государственных программ (федеральный и региональный аспекты) для оптимизации бюджетного планирования и повышения результативности государственного управления».

Практическое применение финансовая политика отражает в финансовых мероприятиях государства, которые производится через финансовый механизм. Он является совокупностью методов формирования финансовых отношений использованных обществом в целях гарантии благоприятных условий для экономического развития. Финансовый механизм содержит формы, виды и способы реализации финансовых отношений, методы их количественного выявления.

Методы разложения общественного продукта, национального дохода, формы денежных накоплений, предусматривает виды платежей, выявляет принципы и пути применения государственных финансовых ресурсов, определяет государство, в лице его исполнительных и законодательных органов власти.

Огромную роль, для действенного применения финансов играет проведение финансового планирования и прогнозирования. Установленное оформление использованных методов организации финансовых отношений (налогов, расходов и пр.), проверка правильности различных видов, форм и способов финансовых отношений. Бабиц А. М. и Павлова Л. Н. считают, что: «Основными компонентами (элементами) финансового механизма является:

- финансовое планирование и прогнозирование;
- финансовые показатели, нормативы и лимиты;
- управление финансами;

- финансовые рычаги и стимулы;
- финансовый контроль.

Финансовый механизм, в зависимости от особенностей конкретных разделов общественного хозяйства и опираясь на выявленные области и компоненты финансовых отношений, имеет подразделения:

- финансовый механизм организаций и хозяйственных предприятий;
- механизм функционирования государственных финансов;
- страховой механизм и т.п.» [7].

Каждая область и определённый элемент финансового механизма представляет собой составную часть единого целого. Они между собой тесно связаны и зависимы. Требуется регулярное согласование составляющих финансового механизма, поскольку области и элементы функционируют относительно самостоятельно.

Опираясь на ранее сказанное можно сделать вывод. Финансовый механизм – это сумма способов и форм, предметов и механизмов образования и потребления фондов финансовых ресурсов с целью гарантии неоднобразных нужд государства, хозяйствующих субъектов и населения.

Основываясь на учебник по финансам под редакцией А. Г. Грязновой и Е. В. Маркиной, можно сказать, что: «Планирование и прогнозирование являются важным элементом управления экономически – социальными процессами. Они обычно применяются для определения рациональных пропорций в развитии экономики, трансформация за определённый период темпов роста конкретных отраслей. К главным компонентам финансового механизма относится финансовое планирование и прогнозирование. В процессе финансового планирования и прогнозирования добивается объяснение финансовых коэффициентов, запланированных финансовых операций и наличие итога многих хозяйственных решений. На практике и в экономической литературе, эти два родственные понятия, не редко приравниваются» [8].

Вообще финансовое прогнозирование должно опережать планирование и оценивать множество вариантов (естественно выявлять возможности управления движением финансовых ресурсов на макро – и микро – уровнях). Уточняются запланированные прогнозы, выявляются определённые пути, показатели, связанные между собой задачи, последовательность их сбыта, а также способы, помогающие достижению поставленной цели, с помощью финансового планирования

О. П. Уманец считает, что: «Финансовое прогнозирование – это видение возможного финансового положения государства или субъекта хозяйствования, обоснование показателей финансовых планов. Прогнозы бывают среднесрочные (5–10 лет) и долгосрочные (более 10 лет).

Финансовое планирование – это научный процесс объяснения на конкретный период движения финансовых ресурсов и соответствующих финансовых отношений» [9].

Цель финансового прогнозирования представляет собой определение действительно возможного размера финансовых ресурсов, источников создания и их потребления в прогнозируемом периоде.

Объектом финансового планирования обычно является финансовая деятельность государства или любого хозяйствующего субъекта, а конечным итогом – составление финансовых планов, начиная от сметы конкретного предприятия до сводного финансового баланса государства. Несмотря на это находятся не только движение ресурсов для создания и применения различных фондов денежных средств, но и опосредствующие их финансовые отношения, и появляющиеся стоимостные пропорции. На изучение независимых закономерностей развития общества, тенденций движения финансовых ресурсов, познание первоначальной базы результативности проходящих раньше мероприятий и финансовых операций должно основываться финансовое планирование.

Финансовые планы – это планы образования, распределения и применения финансовых ресурсов. Финансовые планы собирают все компоненты финансовой системы, при этом специфику соответствующего элемента финансовой системы показывает форма финансового плана, содержание его показателей. Таким образом,

учреждения, проводящие некоммерческую деятельность, составляют сметы, организации и предприятия, функционирующие на коммерческих началах, сводят балансы доходов и расходов, органы государственной власти – бюджеты разных уровней, страховые компании, кооперативные организации и общественные объединения – финансовые планы.

«Финансовое планирование базируется на следующих принципах:

- принцип научного объяснения планов, этот принцип подразумевает не только действительность финансовых планов, но и выбор перспективных решений с учётом долгосрочной выгоды;

- предметно-целевой принцип, предлагает определить конкретное назначение финансирования.

Основными методами финансового планирования являются:

- метод математического моделирования;
- нормативный метод;
- балансовый метод;
- метод коэффициентов;
- метод экстраполяции и др.» [10].

Существуют два типа финансового механизма – регулирующий и директивный. Первый тип финансового механизма выявляет главный алгоритм поведения в области финансов, в которой государственные потребности непосредственно не рассматриваются, к примеру, при осуществлении внутрихозяйственных финансовых отношений в частных организациях. В данной ситуации для финансовых ресурсов, остающихся после уплаты налогов и других обязательных платежей, намечается только общий алгоритм применения. Виды, формы, денежных фондов, пути их применения организация придумывает самостоятельно. Второй тип создаётся для финансовых отношений, в которых непосредственно участвует государство: налогообложения, государственного кредита, расходов бюджета, бюджетного финансирования, организации бюджетного устройства и бюджетного процесса, финансового планирования. Директивный тип финансового механизма подразумевает обязательность для всех, без исключения, участников финансовых отношений конкретных видов, форм и способов действий. По ряду причин, этот тип может иметь отношение к финансам, к которым государство непосредственно не относится. В ряде случаев

данный финансовый механизм может относиться и к финансовым отношениям, в которых государство непосредственно не участвует. Такие отношения или играют важную роль для сбыта всей финансовой политики (рынок корпоративных ценных бумаг), или одна из сторон этих отношений – агент государства (финансы государственных предприятий).

Финансовое регулирование и финансовое обеспечение, это два способа (метода) финансового влияния на развитие общества, охарактеризованные функционированием финансового механизма на основе движения финансовых ресурсов. Пути финансовой политики государства помогают выявить установление их приоритетности. При этом существует прямая связь между уровнем развития общества и его народного хозяйства, и финансовым регулированием.

Самофинансирование, кредитование и безвозвратное финансирование являются формами установленной системы, с помощью которой осуществляется финансовое обеспечение. На значимом месте в рыночных условиях стоит нахождение финансовых ресурсов с помощью акций и других ценных бумаг. Многочисленные формы финансового обеспечения, традиционно употребляются в одно и то же время, посредством определения рационального для данного этапа развития общества соотношения между ними. Главной задачей финансовых работников всех рангов является нахождение и объяснение таких пропорций.

У финансового механизма имеется наиболее активная часть, которой являются количественные параметры и различные методы их определения. Имея в виду трансформации, происходившие в условиях производства и за-

дач, стоящих на данном этапе перед Россией, их многократно изменяют. Как известно, в последние годы неоднократно изменялись ставки налога на добавленную стоимость, акцизы и другие налоговые платежи.

Финансовое регулирование как способ финансового влияния тесно связано с регламентированием направляемых отношений в обществе в целом, в отраслях народного хозяйства, в организациях разных форм собственности. Сущность финансовых способов, направления ряда сторон развития общества сводится к тому, что они, по содержанию, представляют собой конкретные формы, способы распределения, базирующиеся на сальдовом и налоговом методах, поскольку финансы выражают распределительные отношения.

Сальдовый метод подразумевает реализацию распределения доходов по элементам с выделением итогового (сальдового) остатка. Промежуточные элементы в данном методе находятся на базе специальных исчислений.

Налоговый метод предполагает направление суммы дохода по нормативам (ставкам, срокам), устанавливаемым законом для конкретных элементов. Каждый из них, получает конкретное целевое назначение в виде закреплённых за ними функций (налог на прибыль, налог на добавленную стоимость, акцизы, амортизационные отчисления и т.п.), в системе распределительных отношений.

Несмотря на то, что финансовое регулирование и финансовое обеспечение, функционируют относительно самостоятельно, и естественно нуждаются в согласовании и увязке всех составляющих финансового механизма, они всё же связаны и зависимы между собой.

Библиографический список

1. Новости кредитно-финансового сектора // Банковское кредитование. – 2015. – № 1 (январь–февраль).
2. Финансы : учеб. для вузов / под ред. Л. А. Дробозиной. – М. : Финансы, 2013. – 110 стр.
3. *Осипов В. Р.* Расширение функций финансов в товарно-денежных условиях // Финансы. – 2014. – № 10. – 22 с.
4. *Бирман А. М.* Финансы в системе стоимостных категорий // Вопросы экономики. – 2014. – № 10.
5. Финансы : учебник / под ред. В. М. Родионовой. – М. : Финансы и статистика, 2015.

С. М. Максимова, С. В. Никифорова
Владимирский филиал Финуниверситета
(г. Владимир)

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ФИНАНСИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ И СОЦИАЛЬНЫХ РАСХОДОВ ГОСУДАРСТВА

Определение приоритетных направлений расходования бюджетных средств является важной и ответственной задачей государства. К сожалению, в нашей стране всё ещё присутствует целый ряд негативных моментов в области расходования бюджетных средств. Среди них можно отметить низкую эффективность использования бюджетных средств; нецелевое расходование средств бюджета; недостаток бюджетных средств, предназначенных на решение социальных вопросов.

В целях совершенствования системы бюджетного финансирования социальных расходов можно порекомендовать предпринять следующие меры:

1) реформировать законодательную базу социальной защиты граждан. В ходе реформирования следует:

- чётко определить понятие и структуру социальных гарантий населению;
- разграничить и определить полномочия между федеральными, региональными и местными органами власти в сфере социальной политики;
- разработать критерии определения бедного населения;
- чётко описать технологию финансирования социальных расходов.

2) сократить долю социально неблагополучного населения, и прежде всего численности бедных за счёт повышения доходов населения до величины прожиточного минимума в большей степени за счёт роста минимального размера оплаты труда. Среди способов сокращения доли социально неблагополучного

населения следует назвать популяризацию общественных работ; увеличение пособий по безработице; назначение дополнительных льгот безработным родителям; регулярные индексации пособий и заработной платы.

3) обеспечивать приоритетное финансирование социальных расходов;

4) обеспечивать обязательства в сфере образования, здравоохранения и социального обслуживания населения с повышением адресности предоставления социальной помощи;

5) сократить расходы по отдельным целевым статьям расходов и целевым программам;

6) сконцентрировать расходы бюджета на наиболее эффективных затратах;

7) сократить расходы на содержание государственного аппарата и обслуживание государственного долга;

8) усилить контроль за использованием бюджетных средств.

Очевидно, что российская экономика на сегодняшний момент находится в состоянии кризиса, а финансирование расходов осуществляется недостаточно. Выход из кризиса невозможен без эффективной, научно-обоснованной инвестиционной политики, которая является главным элементом всей системы мер, направленных на преодоление кризисного состояния экономики. Инвестиционная деятельность выступает важнейшим инструментом экономической политики государства, а её главной задачей является формирование благоприятного инвестиционного климата.

Главная трудность экономических преобразований заключается в ограниченных возможностях внутренних государственных накоплений и неспособности частных инвесторов в полной мере компенсировать недостаточность капиталовложений для преодоления экономического спада.

© Максимова С. М., Никифорова С. В., 2016

Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ, проект 16-12-33003/16 – Региональный конкурс «Центральная Россия: прошлое, настоящее, будущее» 2016 – Владимирская область – «Разработка методического обеспечения оценки эффективности реализации государственных программ (федеральный и региональный аспекты) для оптимизации бюджетного планирования и повышения результативности государственного управления».

Инвестиционная активность прямо влияет на темпы и качество экономического роста, свидетельствует о повышении благосостояния общества в целом. Инвестиционная активность в регионах существенно различается, что связано с такими причинами, как отраслевая структура хозяйства, демографические процессы, геополитическое положение региона, исторические факторы. Особенно трудная ситуация складывается в регионах, ориентированных преимущественно на развитие агропромышленного комплекса, так как падение инвестиций в АПК стало более глубоким и затяжным, чем в других отраслях.

Важнейшим аспектом инвестиционной политики является решение вопросов её финансирования. Основными источниками финансирования инвестиций являются средства федерального бюджета и бюджетов субъектов РФ, собственные средства предприятий, внебюджетные средства инвестиционных фондов. Кризисные явления в инвестиционной сфере проявились и в изменении источников финансирования капитальных вложений. В них стремительно падает доля бюджетных ассигнований. Снижение доли бюджетных средств в финансировании капитальных вложений должно было компенсироваться инвестициями непосредственных производителей за счёт роста их финансовых накоплений. Однако этого не произошло. Субъекты хозяйствования либо не в состоянии направлять необходимые средства на расширение производства, либо стремятся направлять средства в сферу потребления. Поэтому серьёзной общегосударственной проблемой, от которой зависит состояние российской экономики, является разработка комплекса мер экономической политики по стимулированию инвестиционной активности.

Первостепенное значение имеет целенаправленная государственная инвестиционная политика, осуществляемая в форме как прямого бюджетного финансирования важнейших, приоритетных сфер и отраслей экономики, так и стимулирования инвестиций посредством налоговых, кредитных и иных методов. Соотношение этих двух взаимосвязанных сторон централизованной инвестиционной политики определяется рядом факторов, такими как фаза развития экономики, масштабность необходимых структурных преобразований,

степень межрегиональной дифференциации и другими. Целью государственной инвестиционной политики является выравнивание уровней социально-экономического развития регионов, а внутри регионов – отдельных территорий и районов.

Средства федерального бюджета являются единственным инструментом центра для осуществления структурных сдвигов в экономике, ликвидации имеющихся диспропорций в развитии отдельных отраслей и регионов, сохранения единого экономического пространства. В большинстве субъектов Федерации происходит снижение доли средств федерального бюджета в общем объёме инвестиций. Это говорит о неизменности курса центра на сворачивание своего участия в инвестировании на региональном уровне и постепенной утрате рычагов проведения необходимых структурных преобразований в масштабах всей страны. Сокращение федерального инвестирования усугубляет диспропорции в регионально-отраслевом развитии.

В настоящее время государственная поддержка производственной сферы осуществляется на возвратной основе преимущественно на финансирование быстроокупаемых коммерческих проектов, размещаемых на конкурсной основе. Это позволяет привлечь в инвестиционную сферу дополнительные средства частных инвесторов и существенно расширить практику государственно-коммерческого финансирования.

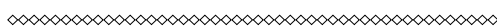
На безвозвратной основе бюджетные средства предоставляются в соответствии с утверждённым перечнем строек и объектов при отсутствии других источников финансирования. Это в основном программы поддержки безопасности АЭС, развития энергетики ряда регионов РФ, развития медицинской промышленности, связи и т.д.

Основная проблема государственной инвестиционной политики в настоящее время заключается в незащищённости расходов бюджета на инвестиционные цели. Финансирование этих расходов в ряде случаев проводится по остаточному принципу.

Определение приоритетных направлений расходования бюджетных средств является важной и ответственной задачей государства. Сравнительный анализ бюджетных расходов в экономической и социальных сферах обще-

ства показал ориентированность государства на экономическое развитие страны, что обусловлено повышением бюджетных ассигнований на экономические функции государства. В то время как бюджетные расходы на социальную сферу с каждым годом снижаются и социальные потребности населения в полной мере не удовлетворены. В рамках обозначенной проблемы следует обозначить основные задачи в области совершенствования процесса расходования бюджетных средств

РФ: обеспечение приоритетного финансирования социальных расходов; обеспечение обязательств в сфере образования, здравоохранения и социального обслуживания населения с повышением адресности предоставления социальной помощи; концентрация расходов бюджета на наиболее эффективных затратах; сокращение расходов на содержание государственного аппарата и обслуживание государственного долга; усиление контроля за использованием бюджетных средств.



Библиографический список

1. Финансы : учеб. для бакалавров / П. Н. Шуляк, Н. П. Белотелова, Ж. С. Белотелова ; под ред. проф. П. Н. Шуляка. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К⁰», 2013. – 384 с.
2. Финансы : учебник / под ред. А. З. Дадашева. – М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2016. – 178 с.
3. <http://base.garant.ru>
4. <http://www.gks.ru>

С. В. Никифорова, Н. С. Зайцева
Владимирский филиал Финуниверситета
(г. Владимир)

ОТРАЖЕНИЕ В УЧЁТЕ И ОТЧЁТНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОМОЩИ В СООТВЕТСТВИИ С МСФО И РСБУ

Одним из основных инструментов государственного регулирования экономики является государственная помощь.

Все пользователи финансовой отчётности, а также государство, заинтересованы в правдивости, достоверности и объективной картине финансового положения организации для анализа и принятия правильных экономических решений. Таким образом государственная помощь – сложнейший инструмент государственного регулирования экономики. Задержка в предоставлении государственной помощи может привести к гибели целых отраслей, а переизбыток или не адекватное применение этого инструмента государственного регулирования способно затормозить темпы экономического роста.

Государственная поддержка может значительно повлиять на финансовое положение, результаты деятельности предприятия, а также в значительной степени повлиять на конкурентную среду на соответствующем рынке. В связи с этим важное значение имеют

стандарты раскрытия информации о государственной помощи. В работе мы рассмотрим раскрытие такой информации в соответствии с МСФО и РСБУ.

В настоящее время в Российской Федерации формирование учёта и раскрытие информации о государственной помощи в финансовой отчётности основывается на ПБУ 13/2000 «Учёт государственной помощи», утверждённом приказом Министерства финансов РФ от 16 октября 2000 г. № 92н (в редакции приказа Министерства финансов РФ от 18 сентября 2006 г. № 115н). Реформирование Российской системы бухгалтерского учёта в соответствии с международными стандартами финансовой отчётности предполагает изучение учёта государственной помощи по МСФО (IAS) 20 «Учёт государственных субсидий и раскрытие информации о государственной помощи», действующий с 1 января 1984 г. (IAS20).

В таблице 1 приведён сравнительный анализ сферы применения и используемых определений в соответствии с МСФО и РСБУ.

Таблица 1

Сфера применения и основные и определения

Наименование	РСБУ	МСФО	Комментарий
Определение государственной помощи	Государственная помощь – увеличение экономических выгод конкретной организации в результате поступления активов (денежных средств, иного имущества). Не рассматривается в качестве экономической выгоды создание инфраструктуры в развивающихся регионах, установление ограничений на деятельность конкурентов, осуществляющих монополистическую деятельность и иные действия, которые могут оказывать влияние на общие хозяйственные условия, в которых ведёт деятельность организация.	Государственная помощь – это действия государства, направленные на обеспечение специфических экономических выгод для организаций, отвечающих определённым критериям. Государственная помощь не включает косвенные выгоды, предоставляемые посредством влияния на общие условия функционирования, например, создание инфраструктуры в развивающихся районах или установление торговых ограничений для конкурентов.	В целом понятия соответствуют.

© Никифорова С. В., Зайцева Н. С., 2016

Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ, проект 16–12–33003/16 – Региональный конкурс «Центральная Россия: прошлое, настоящее, будущее» 2016 – Владимирская область – «Разработка методического обеспечения оценки эффективности реализации государственных программ (федеральный и региональный аспекты) для оптимизации бюджетного планирования и повышения результативности государственного управления».

Таблица 1. Окончание

Наименование	РСБУ	МСФО	Комментарий
Формы государственных субсидий	Для целей бухгалтерского учёта субсидии и субвенции подразделяются на: – средства на финансирование капитальных расходов, связанных с покупкой, строительством или приобретением иным путём внеоборотных активов (основных средств и др.); – средства на финансирование текущих расходов. К ним относятся бюджетные средства, отличные от предназначенных на финансирование капитальных расходов.	С точки зрения учёта получаемые организацией субсидии подразделяются на: – субсидии, относящиеся к активам, основное условие предоставления которых состоит в том, что получающая их организация должна купить, построить или приобрести долгосрочные активы; – субсидии, относящиеся к доходу, в состав которых включаются государственные субсидии, не относящиеся к активам.	В целом понятия соответствуют

Государственная помощь в соответствии с РСБУ – это увеличение экономических выгод конкретной организации в результате поступления активов (денежных средств, иного имущества). Не рассматривается в качестве экономической выгоды создание инфраструктуры в развивающихся регионах, установление ограничений на деятельность конкурентов, осуществляющих монополистическую деятельность и иные действия, которые могут оказывать влияние на общие хозяйственные условия, в которых ведёт деятельность организация. Если обратиться к определению, используемому в Международных стандартах, то государственная

помощь – это действия государства, направленные на обеспечение специфических экономических выгод для организаций, отвечающих определённым критериям. И также как в отечественной практике государственная помощь не включает косвенные выгоды, предоставляемые посредством влияния на общие условия функционирования, например, создание инфраструктуры в развивающихся районах или установление торговых ограничений для конкурентов. Как мы видим, в целом понятия соответствуют.

Далее рассмотрим условия и порядок признания государственных субсидий в соответствии с МСФО и РСБУ (Таблица 2).

Таблица 2

Условия и порядок признания государственных субсидий

Наименование	РСБУ	МСФО	Комментарий
Условия признания (признания)	Организация принимает субсидии и субвенции, включая ресурсы, отличные от денежных средств, к бухгалтерскому учёту при наличии следующих условий: – имеется уверенность, что условия предоставления этих средств организацией будут выполнены; – имеется уверенность, что указанные средства будут получены. Если при предоставлении бюджетных кредитов на возвратной основе предусматривается, что при выполнении определённых условий организация освобождается от возврата полученных ресурсов, и существует достаточная уверенность в том, что организация выполнит эти условия, указанные средства учитываются в порядке, предусмотренном для субсидий и субвенций. Если организация фактически получила субсидии, но достаточная уверенность в том, что она выполнит условия предоставления этих средств, отсутствует, то в бухгалтерском учёте отражаются возникновение целевого финансирования и поступление денежных средств, капитальных вложений и т.п. Эти суммы учитываются как целевое финансирование до получения достаточных подтверждений того, что организация выполнит соответствующие условия.	Государственные субсидии, в том числе не-денежные субсидии по справедливой стоимости, не должны признаваться до тех пор, пока не будет существовать обоснованная уверенность, что: – организация будет соответствовать условиям, связанным с ними; – субсидии будут получены. Условно-безвозвратный заём от государства учитывается как государственная субсидия, когда имеется обоснованная уверенность в том, что организация удовлетворит условия, достаточные для невозвращения займа.	В целом порядок аналогичен.

Таблица 2. Окончание

Наименование	РСБУ	МСФО	Комментарий
Порядок отражения субсидии в составе доходов	Субсидии, предоставленные для финансирования капитальных расходов, учитываются в качестве доходов будущих периодов при вводе объектов внеоборотных активов в эксплуатацию с последующим отнесением в состав прочих доходов в течение срока полезного использования объектов внеоборотных активов в размере начисленной амортизации. Если внеоборотные активы не подлежат амортизации согласно действующим правилам, признание в качестве прочих доходов осуществляется в течение периода признания расходов, связанных с выполнением условий предоставления субсидий на приобретение внеоборотных активов. Суммы, предоставленные для финансирования текущих активов, предварительно учитываются в составе доходов будущих периодов в момент принятия к бухгалтерскому учёту материально-производственных запасов, начисления оплаты труда и осуществления других расходов аналогичного характера с последующим отнесением на доходы отчётного периода при отпуске материально-производственных запасов в производство продукции, на выполнение работ (оказание услуг), начисления оплаты труда и осуществления других расходов аналогичного характера. Субсидии, предоставленные в установленном порядке на финансирование расходов, понесённых организацией в предыдущие отчётные периоды, учитываются в составе прочих доходов.	Государственные субсидии должны признаваться в качестве дохода тех периодов, что и соответствующие расходы, которые они должны компенсировать, на систематической основе. Субсидия, которая предоставляется в качестве компенсации за уже понесённые расходы или убытки, или в целях оказания немедленной финансовой поддержки организации без каких-либо будущих соответствующих затрат, признаётся как доход периода, в котором она была назначена к получению.	ПБУ 13/2000 содержит более детальные положения в отношении порядка признания субсидий в зависимости от вида расходов, для финансирования которых они были предоставлены. ПБУ 13/2000 также регулирует порядок списания сумм субсидий и субвенций со счёта учёта целевого финансирования на счёт учёта доходов будущих периодов.

В содержательном отношении полностью совпадает классификация государственных субсидий. В соответствии с РСБУ субсидии и субвенции делятся на:

- средства на финансирование капитальных расходов, связанных с покупкой, строительством или приобретением иным путём внеоборотных активов (основных средств и др.);

- средства на финансирование текущих расходов. К ним относятся бюджетные средства, отличные от предназначенных на финансирование капитальных расходов.

В МСФО 20 субсидии делятся на:

- субсидии, относящиеся к активам, основное условие предоставления которых состоит в том, что получающая их организация должна купить, построить или приобрести долгосрочные активы;

- субсидии, относящиеся к доходу, в состав которых включаются государственные субсидии, не относящиеся к активам.

Принципиально в теории можно говорить о двух подходах к отражению государственных субсидий в отчётности: подход с позиции капитала, в соответствии с которым субсидия прямо кредитруется на капитал, и подход

с позиции дохода, в соответствии с которым субсидия относится на доходы одного или более отчётных периодов (п. 13 МСФО 20). Отражение в учёте и отчётности государственной поддержки.

Предоставленные для финансирования капитальных расходов субсидии подлежат учёту как доходы будущих периодов при вводе в эксплуатацию объектов внеоборотных активов с последующим отнесением в состав прочих доходов в течение срока их полезного использования в размере начисленной амортизации.

Если внеоборотные активы не подлежат амортизации согласно действующим правилам, признание в качестве прочих доходов осуществляется в течение периода признания расходов, связанных с выполнением условий предоставления субсидий на приобретение внеоборотных активов. Финансирование текущих активов предварительно учитывается в составе доходов будущих периодов в момент принятия к бухгалтерскому учёту материально-производственных запасов, начисления оплаты труда и осуществления других расходов аналогичного характера с последующим отнесением на доходы отчётного периода при

отпуске материально-производственных запасов в производство продукции, на выполнение работ (оказание услуг), начисления оплаты труда и осуществления других расходов.

Субсидии, предоставленные на финансирование расходов, понесённых организацией в предыдущие отчётные периоды, учитываются в составе прочих доходов.

В соответствии с МСФО 20 государственные субсидии должны признаваться в качестве дохода тех периодов, что и соответствующие расходы, которые они должны компенсировать, на систематической основе.

Субсидия, которая предоставляется в качестве компенсации за уже понесённые расходы или убытки, или в целях оказания немедленной финансовой поддержки организации без каких-либо будущих соответствующих затрат, признаётся как доход периода, в котором она была назначена к получению.

Предшествующий вышеуказанному, пункт 12 МСФО 20 гласит, что «правительственные субсидии должны признаваться в качестве дохода тех периодов, что и соответствующие расходы, которые они должны компенсировать на систематической основе. Они не должны кредитоваться прямо на счёт капитала». Одновременное приведение этих двух позиций в стандарте говорит о некоторой противоре-

чивости и неопределённости в подходах к отражению государственной помощи даже у их работодчиков. Первый подход (подход с позиции капитала) исходит из оценки государственной помощи как подарка для предприятия и предполагает следующий порядок учёта.

В момент получения субсидии или возникновения обязательств по предоставлению субсидии дебетуется счёт соответствующего актива или счёт из раздела «Расчёты (в РСБУ – счёт 76 – «Расчёты с разными дебиторами и кредиторами») и кредитруется один из счетов капитала (в в РСБУ – счёт 86 – «целевое финансирование»).

МСФО 20, предусматривает отражение государственных субсидий как дохода, а не как увеличение капитала. При этом должен использоваться принцип начисления: субсидии, связанные с доходом, признаются в отчётности в том же периоде, что и соответствующие им расходы. Субсидии, относящиеся к активам, отражаются в те отчётные периоды и в тех пропорциях, что и амортизация, начисляемая на эти активы.

В таблице 3 и 4 рассмотрены аспекты учёта бюджетных кредитов и прочих форм государственной помощи и аспекты представления и раскрытия информации в соответствии с МСФО и РСБУ.

Таблица 3

Учёт бюджетных кредитов и прочих форм государственной помощи

Наименование	РСБУ	МСФО	Комментарий
Порядок отражения бюджетных кредитов	Бюджетные кредиты, предоставленные организации, отражаются в бухгалтерском учёте в общем порядке, принятом для учёта заёмных средств. Если при предоставлении бюджетных кредитов на возвратной основе предусматривается, что при выполнении определённых условий организация освобождается от возврата полученных ресурсов, и существует достаточная уверенность в том, что организация выполнит эти условия, то такие средства учитываются в порядке, установленном для субсидий.	Условно-безвозвратный заём от государства учитывается как государственная субсидия, когда имеется обоснованная уверенность в том, что организация удовлетворит условия, достаточные для невозвращения ссуды.	В целом порядок аналогичен
Порядок раскрытия информации о прочих формах государственной помощи	Прочие формы государственной помощи в случае их существенности для характеристики финансового положения и финансовых результатов деятельности организации подлежат раскрытию в бухгалтерской отчётности в пояснительной записке.	В случае значимости выгод, получаемых в виде прочих форм государственной помощи, организация раскрывает информацию о характере, степени и продолжительности оказываемой помощи.	В целом порядок аналогичен

Таблица 4

Представление и раскрытие информации			
Наименование	РСБУ	МСФО	Комментарий
Раскрытие информации в бухгалтерской отчётности	Организация должна раскрывать: – характер и величину субсидий, признанных в бухгалтерском учёте в отчётном году; – назначение и величину бюджетных кредитов; – характер прочих форм государственной помощи, от которых организация прямо получает экономические выгоды; – не выполненные по состоянию на отчётную дату условия предоставления субсидий и связанные с ними условные обязательства и условные активы. Прочие формы государственной помощи в случае их существенности для характеристики финансового положения и финансовых результатов деятельности организации подлежат раскрытию в бухгалтерской отчётности в пояснительной записке	Организация должна раскрывать: – учётную политику, принятую для государственных субсидий, в том числе методы представления, принятые в финансовой отчётности; – характер и размер государственных субсидий, признаваемых в финансовой отчётности, а также указание других форм государственной помощи, от которых компания получила прямую выгоду; – невыполненные условия и прочие условные события, связанные с государственной помощью, которая была признана.	МСФО 20 требует раскрытия информации об учётной политике организации в отношении государственных субсидий, в связи с тем, что стандарт допускает альтернативный порядок представления информации о государственных субсидиях в бухгалтерской отчётности. ПБУ 13/2000 требует раскрытия информации о сумме бюджетных кредитов и их назначении.

Необходимо отметить, что МСФО 20 в отличие от ПБУ 13/2000 допускает учёт целевых бюджетных средств в качестве капитала, но весьма своеобразно: уменьшить на величину государственной помощи расходы или активы, оплачиваемые за её счёт. В обоих случаях сохраняется одинаковый финансовый результат, однако применение каждого из вариантов, также как и разница между ними существенно искажает важнейшие финансовые показатели и коэффициенты, рассчитываемые для оценки финансового состояния организации, например: показатели ликвидности, оборачиваемости, рентабельности и т.д.

ПБУ 13/2000 предлагает более удачную по форме вариант учёта государственных субсидий – они кредитуются на счёт 86 (целевое финансирование), который относится к разделу Капитал. Однако в содержательном отношении данный счёт, в отличие от других счетов, которые аккумулируют накопленный капитал, фактически является транзитным счётом, который по дебету может списываться в соответствии с действующим планом счетов на счета 20 – «Основное производство» или 26 – «общехозяйственные расходы» (используются при направлении средств целевого финансирования на содержание некоммерческих организаций) и 83 – «добавочный капитал» (при использовании средств целевого финансирования, полученного в виде инвестиционных средств), 98 – «доходы будущих

периодов» (при направлении коммерческой организацией бюджетных средств на финансирование и т.п.).

Отражение использования финансирования коммерческими организациями в отчётности зависит от того в каких целях оно предоставлено, но в целом является однотипным: средства целевого финансирования со счета 86 перемещаются на счёт 98 и растворяются в доходах будущих периодов. Проиллюстрируем высказанное предположение анализом практики бухгалтерского учёта. Субсидии, заключающиеся в финансировании капитальных вложений, при вводе объектов внеоборотных активов в эксплуатацию целевое финансирование учитывается в качестве доходов будущих периодов. Такая помощь списывается в дебет счета 86 «Целевое финансирование» с кредита счета 98 «Доходы будущих периодов». В дальнейшем в течение полезного срока использования объекта основных средств организацией ежемесячно признаётся внереализационный доход в размере начисленной по этому объекту амортизации, что отражается на счёте 91. Если финансируется приобретение текущих расходов (заработная плата, материально-производственные запасы и другие расходы аналогичного характера), то при их принятии к учёту использованное финансирование списывается на счёт 98 «Доходы будущих периодов» и по мере расходования полученных таким образом средств, доходы

С. В. Никифорова, А.Р. Хачатрян, А. Л. Агабекян
Владимирский филиал Финуниверситета
(г. Владимир)

ДЕМПИНГ КАК ПРОБЛЕМА РАЗВИТИЯ АУДИТА В РФ

Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ, проект 16-12-33003/16 – Региональный конкурс «Центральная Россия: прошлое, настоящее, будущее» 2016 – Владимирская область – «Разработка методического обеспечения оценки эффективности реализации государственных программ (федеральный и региональный аспекты) для оптимизации бюджетного планирования и повышения результативности государственного управления».

Любые процессы, социально-экономические изменения характеризуются объективными причинами. Формирование рыночной экономики в России, сопровождающееся возникновением различных форм хозяйствования и интеграцией страны в мировое сообщество, требует кардинальных изменений в управлении, перестройки системы организации, методологии и функционирования контроля. Контроль становится одним из важнейших элементов рыночной экономики. Становление рыночной инфраструктуры способствовало возникновению в России новой сферы предпринимательской деятельности – аудита.

Признание Российской Федерации страной с развитой рыночной экономикой сдерживается сейчас рядом факторов, среди которых важное место занимает неполное соответствие нашего аудита требованиям такой экономики. Но полноценное развитие отечественного аудита требует системного решения разнообразных его проблем.

Во-первых, речь идёт о принятом повышении критериев обязательного аудита, которое привело к определённой снижению клиентской базы. Государство повысило порог выручки компаний, которым необходимо обязательно заверять отчётность у аудитора. Норма была принята в целях снижения нагрузки на бизнес, но оказала влияние и на рынок аудита. Причём, если крупные компании пострадали не так сильно, то небольшие аудиторские фирмы потеряли существенную часть своих клиентов [1].

© Никифорова С. В., Хачатрян А.Р., Агабекян А. Л., 2016

Во-вторых – произошёл переход на единый аттестат аудитора. До января 2013 года представителям отрасли требовалось пересдать экзамен на аттестат аудитора, чтобы иметь право проверять те или иные сектора экономики. И выяснилось, что данная система многим оказалась не по зубам [3].

И наконец, серьёзнейшей и так до конца нерешённой проблемой для развития отрасли по-прежнему остаётся демпинг. В частности, на рынке продолжает действовать множество компаний, предоставляющих услуги низкого качества по необоснованно заниженным ценам. При этом стоит подчеркнуть, что, оказывая некачественные аудиторские услуги, они не только препятствуют развитию отрасли в целом, но и ставят под сомнение авторитет профессии [2].

В классическом понимании демпинг подразумевает реализацию товаров(услуг) с планируемым убытком или нормой прибыли ниже средней. Многолетняя практика показывает, что существующий на рынке аудита демпинг не компенсируется расширением рыночной доли или ростом положительного сальдо денежного потока аудиторов. В значительной степени это обусловлено спецификой услуги институциональным состоянием общества и историей становления отрасли. Заказчики во многих случаях ограничивают объём аудиторских процедур. Происходит это по следующим причинам: отсутствует потребность в квалифицированном аудите, имеется необходимость сокрытия недостатков отчётности от её пользователей, отсутствует видимый эффект от аудита.

Кроме того, квалификация аудиторов часто не соответствует потребностям клиентов, отсутствует эффективная система внешнего контроля качества, имеет место недобросовестная конкуренция и нарушение этических норм. До настоящего времени отсутствует обоснованный рейтинг аудиторских организаций и отвечающая объективным критериям система закупок аудиторских услуг.

Демпинг в аудите не приносит выгоды и заказчику. В силу того, что экономические

результаты аудита не всегда очевидны в краткосрочном периоде, потери заказчиков могут значительно превышать сумму, которую необходимо заплатить за качественную услугу. Например, повышается вероятность принятия неверных решений пользователями отчетности из-за неадекватной оценки стоимости активов, потери доверия партнёров, негативных последствиях проверок контролирующих органов, недооценки уровня мошенничества, неточной оценки возможности продолжения бизнеса [4].

Бороться с компаниями, которые соглашаются оказывать такого рода услуги, по сути должны сами участники рынка. Мы видим здесь два пути.

Первый – через самих клиентов, которые должны понимать, что дешёвого аудита не бывает. Можно сказать, что в последнее время ситуация в этом направлении меняется. Клиенты начинают серьёзней подходить к выбору аудитора, да и профессиональный уровень заказчиков постепенно растёт, что также влияет на уровень компетентности сотрудников аудиторских фирм. Подобные случаи не так распространены и решить таким образом проблему недобросовестной конкуренции на рынке вряд ли удастся.

Второй напрашивающийся вариант решения проблем отрасли – через саморегулируемые организации. Именно они по сути должны развивать контроль качества аудиторской деятельности, вводить единые подходы к формированию цены, отстаивать интересы аудиторов через законодательные инициативы и т.д.

Аудиторская Палата России опубликовала [обращение](#) Дальневосточного филиала, представители которого предлагают действенные методы борьбы с демпингом в российском аудите: «Сегодня все мы столкнулись с жесточайшим кризисом нашей профессии. Непродуманные решения, принимаемые нашими властными структурами, привели к резкому сокращению российского аудиторского сообщества, к свёртыванию рынка наших услуг, к потере престижа нашей профессии. Мы предлагаем Центральному Совету СРО НП АПР выступить от имени нашего сообщества с предложением ко всем СРО аудиторов России о создании комиссии (можно при Рабочем органе Совета по аудиторской деятельности), в которую должны войти руководители специализированных ор-

ганов по контролю качества и директора департаментов и отделов, отвечающих за контроль качества каждого объединения аудиторов. Данной комиссии нужно поручить отслеживать сверхнизкие цены на аудиторские услуги. Любой конкурс по выбору аудитора, в ходе которого стоимость услуги опускается в 2 раза и ниже, должен в обязательном порядке незамедлительно вызывать внеочередной внешний контроль качества организации, предложившей такую цену. Внеочередному контролю качества также должны подвергаться аудиторские организации, у которых средняя стоимость годового аудита, приходящаяся на 1 клиента, составляет сумму менее 50000 рублей. Для этого мы предлагаем СРО НП АПР выступить с предложением – «Ввести в отчетность аудиторских организаций «по форме № 2-аудит» – графу «Средняя стоимость аудита по одному клиенту» [5]

При проведении конкурсов организаторы конкурса зачастую назначают неадекватную начальную (максимальную) цену контракта (далее – НМЦК), которая не учитывает реальные трудозатраты. Иногда НМЦК сознательно занижается заказчиками, чтобы случайно не выиграл посторонний аудитор. А если уж выиграет – чтобы у него не было ресурсов качественно провести проверку и выявить серьезные нарушения. Бывает и противоположная ситуация, когда НМЦК необоснованно завышается. Известны случаи, когда одинаковые по масштабу и виду деятельности предприятия устанавливают НМЦК, отличающиеся друг от друга более чем в 10 раз. Анализ конкурсной документации за 2012–2013 г. показал, что почти в половине открытых конкурсов на аудиторские услуги НМЦК предлагалась заказчиками в размере менее 100 тыс. руб., при этом 20% конкурсов проводилось с НМЦК от 15 до 50 тыс. руб., а в 1% конкурсов НМЦК составляла величину, сопоставимую с размером затрат на подготовку конкурсной документации, т.е. аудит в этих случаях фактически проводился бесплатно. За такую сумму провести аудит с соблюдением всех стандартов невозможно, следовательно, страдает качество аудита. Кроме того, следует понимать, что участие в открытых конкурсах с явно заниженной НМЦК наносит ущерб репутации аудиторов. Клиенты начинают относиться к аудиту как к навязанной государством формальной, легкодоступной и малозначительной процедуре.

На рисунке 1 наглядно представлена информация о величине НМЦК в открытых конкурсах за 2012–2013 г. (по данным сайта audit-it.ru)

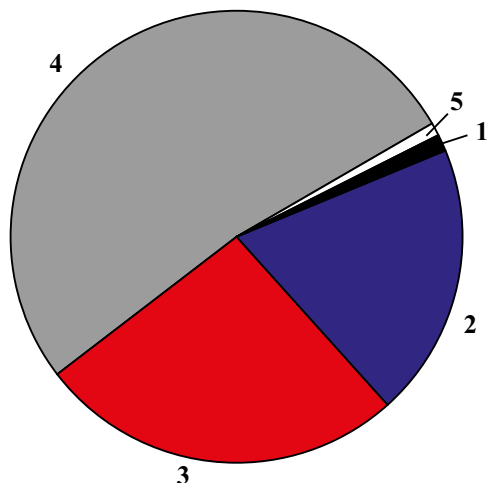


Рис. 1 – Начальная (максимальная) цена контракта:

1. Менее 15 тыс. руб. – 1%; 2. От 15 тыс. руб. до 50 тыс. руб. – 20%; 3. От 50 тыс. руб. до 100 тыс. руб. – 26%; 4. От 100 тыс. руб. до 5 млн руб. – 52%; 5. Свыше 5 млн руб. – 1%

Рассмотрим поподробнее, каким образом происходит отбор аудиторской организации для оказания услуг по осуществлению обязательного ежегодного аудита (По данным сайта www.Audit-it.ru). В таблице 1 представлены результаты открытых конкурсов по выбору аудитора по РФ за 2014–2015 г., из которых видно, что победители зачастую предлагают цены на 60–70% ниже первоначальной. В отдельных случаях цена выигрыша на открытых конкурсах по выбору аудитора снижается на 80% от НМЦК. Такой уровень снижения начальной цены подрывает доверие к профессии аудитора.

Таблица 1

Результаты открытых конкурсов по выбору аудитора за 2014–2015 гг.

Наименование организации (заказчик)	Начальная цена, руб.	Итоговая цена, руб.	% – от начальной цены
МУП «Спецтрест»	111 000	30 000	27
ФГУП «Семикаракорское» Россельхозакадемии	140 000	25 000	17,9
ФГУП РПЗ «Красноармейский» ВНИИ риса Россельхозакадемии	110 000	7 000	6,4
ФГУП «СП-Центр»	100 000	28 000	28
ФГУП «Черноземье» ФСИН России	160 000	48 000	30

В таблице 2 сравним начальную (максимальную) цену контракта с выручкой аудируемого лица (по данным сайта audit-it.ru и из персональных сайтов [8])

Таблица 2

Сравнительный анализ НМЦК и выручки

Наименование организации	Начальная (максимальная) цена контракта (млн руб.)	Объем выручки за год (млн руб.)
ОАО «НПК Уралвагонзавод»	1,2	55 091,4
МГУП «Водоканал»	5,9	40 353,7
ГКНПЦ им. М.В. Хруничева	14,64	5 102,7

По методике разработанной АПР:

- Минимальная стоимость аудита (без НДС) будет составлять: 96 чел./час. * 1 275 = 122 400 руб.

- Средняя стоимость одного часа работы (без НДС) составляет: 204 000 / 160 = 1 275 руб.

Проведение обязательного аудита регламентируется Федеральным законом от 30 декабря 2008 года №307-ФЗ «Об аудиторской деятельности». Данный закон вступил в силу с 1 января 2009 года. В статье 5 закона, посвященной обязательному аудиту, пунктом 4 определено, что договор на проведение обязательного аудита бухгалтерской (финансовой) отчетности организации, в уставном (складочном) капитале которой доля государственной собственности составляет не менее 25%, а также на проведение аудита бухгалтерской (финансовой) отчетности государственной корпорации, государственной компании, государственного унитарного предприятия или муниципального унитарного предприятия заключается по итогам размещения заказа путём проведения торгов [6].

По нашему мнению, именно эта норма в ФЗ-307 и привела к демпингу и недобросовестной конкуренции на рынке аудита. Это обусловлено несколькими причинами.

Во-первых, организатор зачастую назначает неадекватную начальную цену контракта, не учитывающую реальные трудозатраты, так как порядок определения начальной цены государственного и муниципального контракта в законе не определён.

Во-вторых, при оценке качества услуг, предлагаемых участником конкурса, организатор вправе самостоятельно установить критерии оценки качества, не ориентируясь на аудиторские стандарты.

И. Е. Попова, И. И. Савельев
Владимирский филиал Финуниверситета
(г. Владимир)

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ФИНАНСОВЫЙ КОНТРОЛЬ: ПРИНЦИПЫ, УСЛОВИЯ И ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ

Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ, проект 16-12-33003/16 – Региональный конкурс «Центральная Россия: прошлое, настоящее, будущее» 2016 – Владимирская область – «Разработка методического обеспечения оценки эффективности реализации государственных программ (федеральный и региональный аспекты) для оптимизации бюджетного планирования и повышения результативности государственного управления».

Государственные финансы играют определяющую роль в становлении и развитии государства, а также в формировании бюджетов, как федерального, так и уровня субъектов федерации. А также в формировании внебюджетных фондов, финансы государственных унитарных предприятий и государственных учреждений. Дальнейшее направление развития финансового контроля определяет финансовая политика государства.

Государственный финансовый контроль (ГФК) – это установленная законодательством деятельность органов государственной власти и управления всех уровней по выявлению, предупреждению и пресечению: 1) ошибок и злоупотреблений в управлении государственными денежными и материальными ресурсами (капиталами), используемыми в хозяйственной деятельности и отчуждаемыми нематериальными объектами государственной собственности, а также государственными имущественными правами, влекущих прямой или косвенный финансовый и/или материальный ущерб государству;

2) несоблюдения финансово-хозяйственного, в том числе бюджетного, законодательства;

3) недостатков в организации систем управления (в том числе внутреннего контроля) финансово-хозяйственной деятельностью государственных организаций (в том числе бюджетных учреждений) и их объединений, организаций с государственным участием или особо связанных с деятельностью государства;

4) угроз финансовой безопасности государства.

От эффективности ГФК в конечном итоге зависит экономическое благополучие и социально-политическая стабильность государства. Указом Президента РФ от 25.07.1996 N1095 «О мерах по обеспечению государственного финансового контроля в Российской Федерации» (в ред. от 18.07.2001) государственный финансовый контроль возложен на Счётную палату РФ, Центральный банк РФ, Главное управление федерального казначейства и Контрольно-ревизионное управление Минфина России, МНС России, Государственный таможенный комитет РФ, Федеральную службу России по валютному и экспортному контролю, контрольно-ревизионные органы федеральных органов исполнительной власти, а также иные органы, осуществляющие контроль за поступлением и расходованием средств федерального бюджета и федеральных внебюджетных фондов. В России ГФК осуществляется в установленном порядке всеми органами государственной власти и управления в соответствии с их компетенцией. Но основная роль при этом всё же отведена регламентированной законодательством деятельности специальных государственных контрольных органов [3].

Ключевым условием достижения целей и задач ГФК является соблюдение принципов, т.е. основных правил, охватывающих контрольную деятельность в целом. Необходимо также отметить и основные требования к организации системы ГФК. Данные требования по своей сути хотя и не являются принципами, но также обуславливают эффективность отдельных элементов ГФК, а также эффективное функционирование системы ГФК в целом.

Следующие принципы являются базовыми правилами, краеугольным камнем государственного финансового контроля [2].

1. Принцип законности. Законность финансового контроля для общества реализует-

ся в том, что создаваемые документы – акты по результатам проверок, проводимых органами финансового контроля, имеют юридическое значение для всех юридических и физических лиц, органов власти.

2. Принцип независимости. Принцип независимости ГФК – органы финансового контроля должны обладать организационной, функциональной, материальной и иного характера независимостью от юридических и физических лиц, чью деятельность они проверяют. Фактором независимости являются, кроме того, и источники финансирования органов ГФК: финансирование системы должно быть бюджетным и выделяться отдельной строкой.

3. Принцип гласности (публичности или открытости). Принцип гласности предусматривает открытость деятельности органа ГФК, доступность каждого гражданина к информации о результатах контрольной деятельности. При этом должны быть выработаны и в законодательном порядке закреплены процедуры обнародования результатов контроля (включая условия, процедуры санкционирования и т.д.). Необходимо также отметить, что обнародование результатов контроля будет способствовать формированию устойчивого мнения в обществе о его пользе и необходимости.

4. Принцип объективности. Выводы по результатам проверок также должны быть беспристрастны (особенно в плане представления материалов), обоснованы и подтверждены соответствующими данными, материалами, содержащими качественную информацию. При этом о качестве информации можно судить по следующим критериям: необходимость, достаточность, истинность, своевременность, аналитичность, организованность.

5. Принцип ответственности. Данный принцип может быть рассмотрен как минимум в трёх аспектах:

- а) ответственность контролёров,
- б) ответственность контролируемых,
- в) ответственность третьих лиц (включая принимающих решения, т.е. обладающих исполнительными полномочиями, государственных органов).

6. Принцип сбалансированности. Этот принцип неразрывно связан с предыдущим. Сбалансированность означает, что субъекту нельзя предписывать контрольные функции, не обеспеченные средствами для их выпол-

нения. Точно так же не должно быть средств, не связанных той или иной функцией. Иными словами, при определении обязанностей субъекта контроля должен быть определён соответствующий объём прав и возможностей, и наоборот.

7. Принцип системности. Предполагает наличие именно системы органов ГФК. Но системообразующий элемент может быть и не один, т.е. система как таковая вовсе не означает некую единую иерархическую конструкцию подчинённости как цементирующего её начала. Допускается относительная самостоятельность органов контроля, образуемых по линии ветвей власти.

Основная система показателей эффективности ГФК:

1) результативность – соотношение суммы установленных нарушений ко всему объёму проверяемых бюджетных средств.

2) экономичность – расходование наименьших средств и усилий для достижения наилучшего результата.

3) действенность – соотношение количества исполненных представлений и предписаний к общему количеству выданных представлений и предписаний.

4) интенсивность – характеризует загруженность органа финансового контроля, систематичность и методичность контроля.

5) динамичность работы – показывает насколько быстро осуществляется контрольное мероприятие.

Систему критериев эффективности ГФК, считаем целесообразно *дополнить косвенными показателями*:

а) уровень качества исполнения функций органами ГФК,

б) соблюдение профессиональных стандартов и кодекса этики, а также важными качественными показателями, характеризующими, насколько деятельность органов ГФК способствовала:

– достижению финансово-экономических целей государства (в том числе, в социальном аспекте);

– оптимизации функционирования конкретных организаций – объектов ГФК;

– переменам в сторону улучшения в динамике социально-экономического развития регионов и отраслей, в стиле работы органов исполнительной власти, в государственных управленческих механизмах;

– достижению понимания руководством страны всей важности ГФК (особенно на современном этапе) и принятию соответствующих мер по повышению статуса его органов.

Последний аспект, кроме всего прочего, требует ещё и определённо активной гражданской позиции как от работников ГФК, так и от учёных – специалистов контроля в проведении в жизнь своих соответствующих наработок[1].

Следует отметить, что эффективность ГФК обеспечивается соблюдением принципов ГФК и требований к его организации. Так, эффективность системы органов ГФК в целом достижима, если верно определены их функции, чётко разграничены полномочия, функционирует система координации их деятельности, установлены процедуры взаимодействия, а также основания и виды ответственности.

Построение государственного финансового контроля, отвечающего требованиям демократического общества, и способствующего более эффективному развитию финансовой системы России, связано с преодолением многих препятствий и проблем, требующих скорейшего их решения.

1. Прежде всего – это проблема разработки единой концепции государственного финансового контроля, как системы общепринятых взглядов на цели, способы, формы и задачи государственного финансового контроля. Именно поэтому первым и важнейшим этапом в создании общегосударственной системы государственного финансового контроля является выработка и принятия её концепции.

2. Отсутствие федерального закона, определяющего возможности государственного финансового контроля в отношении не только бюджетных учреждений, а всех юридических лиц, также порождает реальные препятствия для решения задач финансовой политики страны. Принципиальное значение имеет строгое установление задач и целей государственного финансового контроля. Ещё одна концептуальная проблема закона – нужно ли в федеральном законе устанавливать положения по формированию и функционированию органов государственного финансового контроля субъекта Федерации? Думается, что это крайне необходимо, чтобы вся система единого государственного финансового контроля в стране строилась на единых принципах.

3. Одна из основных проблем эффективного функционирования государственного финансового контроля – отсутствие адекватных мер к нарушителям бюджетного законодательства. Ответственность за нарушения в области бюджетного законодательства устанавливается Бюджетным кодексом РФ, который предусматривает 23 состава нарушений бюджетного законодательства, и Кодексом об административных правонарушениях РФ, предусматривающим 3 состава нарушений бюджетного законодательства.

4. Существует объективная необходимость в корректном и гибком планировании контрольными органами своих планов проверок, своевременном осуществлении проверок и ревизий в процессе исполнения бюджета (текущий контроль), поскольку постановление по делу об административном правонарушении не может быть вынесено по истечении одного года со дня его совершения. Практика показывает, что контрольные органы, выявив факты нецелевого использования бюджетных средств в ревизуемых периодах, в большинстве случаев не могут рассчитывать на преследование виновных лиц в административном порядке в виду истечения сроков давности.

5. Серьёзное препятствие для успешного осуществления экономических реформ в числе прочих – достаточно громоздкая структура органов государственного финансового контроля. Задачи органов государственного финансового контроля недостаточно конкретны, границы их ответственности размыты, а деятельность координируется слабо. Они должны более тесно взаимодействовать между собой при сохранении ответственности каждого органа за свой участок контроля. Многие авторы выдвигают мнение о необходимости создания специального высшего органа государственного финансового контроля. Однако практическое осуществление этого предложения может привести к дальнейшему «разбуханию» уже существующего массива контролирующих органов. Данную задачу возможно решить путём дальнейшего укрепления правового статуса уже существующей Счётной палаты РФ, статус которой как контрольного органа закреплён Конституцией РФ. Имеет смысл наделить Счётную палату РФ дополнительными полномочиями по координации деятельности всех субъектов государственного финансового

И. И. Савельев, В. Р. Александрова
Владимирский филиал Финуниверситета
(г. Владимир)

ПРОБЛЕМА СТАБИЛИЗАЦИИ ФИНАНСОВ В РФ И ВОЗМОЖНЫЕ ПУТИ ЕЁ РЕШЕНИЯ

Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ, проект 16-12-33003/16 – Региональный конкурс «Центральная Россия: прошлое, настоящее, будущее» 2016 – Владимирская область – «Разработка методического обеспечения оценки эффективности реализации государственных программ (федеральный и региональный аспекты) для оптимизации бюджетного планирования и повышения результативности государственного управления».

Народное хозяйство можно представить в виде схемы, которая расширяется путём совершенствования в условия экономики, но и бывает, что схема даёт сбой, на вершине схемы расположена экономика как важнейшая часть финансов по всему миру, в том числе и в России.

Для развития среды «теневой экономики» влияют множественные экономические просчёты в экономической политике, нерациональная народнохозяйственная структура.

Переход к рынку требует решения большинства экономических вопросов, большинство которых заняты числом вопросов, связанных с финансами, так как финансы являются главным источником экономики страны в целом, и всей огромной цепочки, при которой любое изменение влечёт за собой как положительные так и отрицательные моменты для развития финансов, можно сделать вывод, что роль экономических вопросов очень велика в современной экономике РФ.

Встаёт немаловажная необходимость осуществления реформы финансового механизма. В противоречии с необходимостями становления материального производства и укрепления финансов присутствуют и кредитные отношения. Всё это помогает открывать вспомогательные каналы для повышения денежного оборота страны, увеличение инфляции, обесценения денежной единицы, ужесточая кризис финансовой системы.

Современный финансовый механизм очень необходим в данный момент. Изначально он необходим для создания финансовой базы, для обеспечения экономической самостоятельности страны, во вторых для обеспечения экономического регулирования в условиях функционирования общегосударственного рынка.[9]

Программа финансовой стабилизации страны предугадывает практически все всевозможные направления становления финансов в современное время, но нужно понимать что любой неоправданный шаг может привести к плачевным последствиям для экономики. К этим направлениям относится применение действенных финансовых рычагов. К финансовым рычагам относятся налоги, финансовый рынок, самостоятельность районных бюджетов и отдельных хозяйствующих субъектов.

Первый путь решения стабилизации финансов в РФ возможно отнести решение многих трудностей через налоговую систему. Принимаются налоговые законы, которые составляют базу второй части НК РФ. Вводится единая ставка подоходного налога. Отменяются разные льготы, и другие меры позволяющие сделать налоговую систему наименее лояльной и несложной для налогоплательщиков.

Процесс урегулирования налоговой задолженности организаций обязан быть существенно ускорен при ликвидации безналичных форм расчётов.

Не маленькую роль играет инвентаризация и оценка эффективности всех бюджетных расходов и обязанностей в их включаются федеральные целевые программы. Такая инвентаризация обязана проводиться каждый год. Нужно будет принимать во внимание результаты инвентаризации при формировании федерального бюджета на следующие года.

Можно уточнить и сокращать обязательства государства. Приближать обязательства государства в соответствие с имеющимися его возможностями.

К примеру, если сказать о детских пособиях и иных социальных льготах, то их необходимо трансформировать в целенаправленную социальную помощь преимущественно в денежной форме с регулярной проверкой степени нуждаемости их получателей, ведь зачастую если посмотреть правде в глаза мы увидим о нецелесообразном использовании бюджетных денег.

Аналогично необходимо концентрировать ресурсы федерального бюджета на решение ключевых задач и одновременном уменьшении малоэффективных затрат, так как такие затраты не приводят экономику к положительному результату, заводят экономику в тупик, это связано с непроработанными вопросами касающихся именно этих реформ. С помощью уменьшения затрат целевые экономные фонды и ликвидация малоэффективных инвестиционных программ станет увеличена ассигнования на образование и судебную систему, что приведёт к улучшению и более специализированному использованию бюджетных денег. Случится последующее повышение реальной заработной платы государственных служащих и сотрудников бюджетной сферы.

Необходимо осуществить конкретное разделение расходных и налоговых полномочий между бюджетами трёх уровней, завершение формирования новой системы экономической поддержки регионов. Фонд экономической поддержки регионов обязан распределяться на базе критериев, наиболее беспристрастно характеризующих налоговый потенциал и экономные потребности регионов. Налоговый потенциал нужно целиком использовать во благо регионов, так как большие компании платят налог на прибыль в своих регионах, а не в тех местах где расположены торговые точки, нужно исправить данную ситуацию так как к примеру: Краснодарский край имеет огромные пополнения бюджета за счёт компаний 70%, а Владимирская область имеет 30%, но из федерального бюджета на улучшения жилья, дорог, социальных программ выделяется почти одинаковая сумма денежных средств, тем самым в нашей стране неравномерно распределяется федеральный бюджет, что плохой для развития экономики и финансов в стране.

Проводить урегулирование кредиторской задолженности федерального бюджета. Необходимо остановить накапливать и как можно быстрее погасить кредиторскую задол-

женность федерального бюджета минувших лет. Часть имеющейся задолженности, быть может, реструктурирована методом выпуска ценных бумаг.

Правительство Российской Федерации обязано завершить урегулирование своих финансовых взаимоотношений с Банком России с тем, чтобы сделать наиболее благоприятные условия для воплощения эффективной денежно-кредитной политики.

Окончание формирования казначейской системы на федеральном уровне, ускорение данного процесса на иных уровнях бюджетной системы.

Нужно будет стимулировать создание казначейских систем на региональном и районном уровне, оказывать им всемерную техническую и методологическую поддержку.

Нужно завершить переговоры с внешними кредиторами Российской Федерации. Это необходимо для того, чтобы получить возможность для восстановления заимствований в целях рефинансирования основной части государственного долга в рамках обеспечения без дефицитности федерального бюджета.

Провести обеспечение прозрачности бюджетов и бюджетных операций. Нужно непременно публиковать бюджетную отчётность по всем несекретным разделам бюджетной классификации на всех уровнях бюджетной системы. Процедуры государственных закупок обязаны быть наиболее открытыми. Необходимо минимизировать практику закупок у «единственного производителя». Следует добиться значительного увеличения эффективности надлежащих расходов, в первую очередь нужно увеличить расходы на образование и на малый и средний бизнес так как большие компании просто глушат своей мощью новые перспективные организации [5].

Переход к управлению государственными активами на новых принципах. Необходимо провести инвентаризацию государственного имущества, его оценку, завершить разделение прав принадлежности на государственное имущество по уровням власти. Это даст возможность перейти к составлению и ведению на неизменной основе имущественного равновесия государства.

Одним из направлений финансовой стабилизации экономики считается регулирование государственного долга. Нужно проводить ре-

генерацию доверия участников внутреннего и мирового финансового рынка к проводимой государством бюджетной политике и политике государственных заимствований, улучшать мировую политику с ведущими странами как Китай и США. Необходимо создавать абсолютное исполнение обязательств по уплате платежей по государственному долгу.

Мировая практика регулирования бюджетного дефицита и, как следствие, управление государственным долгом характеризует ключевые направленности решения этой трудности. В первую очередь, повышение прибыльной либо падение расходной частей бюджета. Во-2-х, заимствование средств на финансовых рынках.

Библиографический список

1. Финансы организаций (предприятий) : учеб. пособие / Бурмистрова Л. М., 2-е изд. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 240 с
2. Финансы, денежное обращение, кредит : учебник / В. П. Климович. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : ИД ФОРУМ : НИЦ Инфра-М, 2013. – 352 с.
3. Налоги и налогообложение : учеб. для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / под ред. Г. Б. Поляка, А. Н. Романова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 400 с.
4. Финансы : учеб. для бакалавров / под ред. А. П. Балакиной, И. И. Бабленковой. – М. : Дашков и К, 2013. – 384 с
5. URL: <http://www.consultant.ru>.
6. URL: <http://www.garant.ru/>.

И. И. Савельев, О. О. Воронина
Владимирский филиал Финуниверситета
(г. Владимир)

ФИНАНСОВЫЙ КРИЗИС В РФ И ПУТИ ЕГО ПРЕОДОЛЕНИЯ

Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ, проект 16-12-33003/16 – Региональный конкурс «Центральная Россия: прошлое, настоящее, будущее» 2016 – Владимирская область – «Разработка методического обеспечения оценки эффективности реализации государственных программ (федеральный и региональный аспекты) для оптимизации бюджетного планирования и повышения результативности государственного управления».

За последние несколько лет, анализ экономики России позволяет подтвердить эффективность главных компонентов удачной финансовой политики, даже в российских условиях, основанных на международном опыте. Основанная на действительной стадии государственных обязанностей политика строгих «рамочных» государственных расходов, гарантирующая низкий уровень бюджетного дефицита, помогающая поддерживать на кредитном рынке низких процентных ставок, повышению финансирования частного сектора. При проведении такой политики можно достичь устойчивых темпов экономического роста, ликвидации безработицы, а, следовательно, и увеличению уровня народного благосостояния.

Исходя из того, что за последние месяцы значительно повысилась неопределённость на мировых рынках сырья, продовольствия и капитала можно выявить цели и задачи финансовой политики. Внешние факторы значительно влияют на российскую экономику. Это объясняется тем, что, даже при высоких темпах экономического роста в последние десять лет, сегодняшняя структура российской экономики ещё не соответствует современным требованиям динамично развивающейся страны. Она значительно отличается от структуры экономики развитых стран, в которых удельный вес образования, науки, здравоохранения очень высок.

«При таких условиях необходимо повышение устойчивости национальной экономики

на основе совершенствования её структуры, внедрения инноваций, осуществления модернизации в сфере оказания социальных услуг, улучшения транспортной, энергетической и финансовой инфраструктуры, формирования благоприятной среды для предпринимательской деятельности» [3].

В этих целях бюджетная политика должна образовываться с должной степенью осмотрительности, учитывать все возможные сценарии развития мировой экономики, включая негативные, и одновременно быть активной, в максимальной степени применять все имеющиеся ресурсы

«Наиболее острой проблемой в настоящее время является рост цен. Необходимость замедления роста цен – одновременно макроэкономическая и социальная проблема. Инфляция уменьшает реальные доходы граждан, их покупательную способность, склонность к сбережению, подрывает основы многолетнего бюджетного планирования. Кроме того, с точки зрения создания, основы долгосрочного роста экономики и устойчивости бюджета важно преодоление отрицательных демографических тенденций. Согласно прогнозам, численность занятого населения будет постепенно сокращаться при одновременном росте количества пенсионеров» [4].

Гарантия сбалансированности пенсионной системы является одной из наиболее весомых проблем экономической политики.

В. Б. Христенко считает, что: «Для повышения эффективности и результативности бюджетной политики Правительству Российской Федерации надлежит сосредоточиться на решении следующих основных задач:

1. Бюджетная политика должна сохранить своё значение как важнейший инструмент макроэкономического регулирования. Она должна быть направлена на обеспечение сбалансированного развития экономики, играя важную роль в снижении инфляции. Правительство Российской Федерации совместно с Банком Рос-

сии должно принять исчерпывающие меры по обеспечению снижения инфляции.

2. Необходимо усилить роль бюджета в стимулировании роста экономики и повышении уровня жизни населения на долгосрочную перспективу. Долгосрочное бюджетное планирование должно стать реальным шагом на пути к повышению эффективности расходов бюджета, выступая в то же время сдерживающим фактором для их необоснованного роста. При расширении горизонта бюджетного прогнозирования возрастает значение информации о финансовых результатах деятельности государственного сектора. Эта информация должна учитываться при принятии решений, касающихся управления государственными ресурсами. На федеральном уровне должна быть сформирована система мониторинга эффективности бюджетных расходов, а также оценки эффективности использования финансовых ресурсов, передаваемых государственным корпорациям. В целях обеспечения в полной мере реализации принципа достоверности экономического прогнозирования как одной из основополагающих предпосылок для улучшения качества бюджетного планирования необходимо существенно повысить надёжность и расширить горизонт прогноза социально-экономического развития. Следует уже в ближайшее время сформировать современную правовую и методическую базу средне – и долгосрочного государственного прогнозирования социально-экономического развития страны.

3. Требуется создать стабильную работу пенсионной гарантии на долгосрочный период, обеспечив людей которые уже на пенсии и тех, кому это предстоит, достойной пенсией. Для этого требуется огромный спектр решений, таких как улучшение негосударственного пенсионного страхования, последовательность источников финансирования пенсий, более рациональное управление пенсионными накоплениями

4. Эффективное расходование бюджетных средств за счёт перехода к финансовому обеспечению государственных услуг на основе государственного задания и принципов нормативно – подушевого финансирования. При этом должны предусматриваться стимулы для обеспечения соответствия качества и объёма предоставляемых услуг установленным в задании требованиям. Необходимо ускорить

процесс реорганизации бюджетных учреждений в автономные учреждения.

5. Практический переход на современные принципы осуществления государственных инвестиций и реализации долгосрочных программ за счёт бюджетных средств. С 2016 года соответствующие нормы Бюджетного кодекса Российской Федерации должны быть реализованы полностью. Эти нормы в максимально возможной степени следует применять и в переходный период.

6. Дальнейшее развитие практики бюджетирования, ориентировано на результаты. В рамках бюджетного планирования следует обеспечить корреляцию докладов о результатах и основных направлениях деятельности субъектов бюджетного планирования, долгосрочных программ и ведомственных целевых программ, обоснований бюджетных ассигнований. Каждая программа должна предусматривать конкретные цели её реализации и показатели оценки их достижения на всех этапах осуществления программы. Если программа не позволяет достичь предусмотренных целей, то надо отказываться от её дальнейшей реализации со своевременным внесением соответствующих изменений в нормативные правовые акты. Следует пересмотреть механизм формирования и реализации ведомственных целевых программ, которые должны в основном использоваться для реструктуризации и повышения эффективности исполнения обязательств.

7. Увеличение эффективности управления средствами Резервного фонда, Фонда национального благосостояния, временно свободными бюджетными средствами. Гарантия надёжности размещения средств этих фондов остаётся безоговорочным приоритетом. Одновременно по мере накопления опыта управления средствами Фонда национального благосостояния, в том числе в целях роста его доходности, следует рассмотреть вопрос о расширении состава активов, в которые могут размещаться средства Фонда. В число таких активов могут войти акции и долговые обязательства надёжных эмитентов.

8. Повышение качества управления государственной собственностью и эффективности работы государственного сектора.

9. Улучшение практики учёта, результативной работы органов государственной власти,

РАЗДЕЛ 5

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

И. С. Добрикова

*Орловский филиал Финуниверситета
(г. Орёл)*

О МЕРАХ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В современном мире роль малого предпринимательства в экономике страны огромна, а в регионах продукты экономической деятельности малого предпринимательства имеют существенную долю в валовом региональном продукте. В различных регионах РФ доля малого бизнеса в ВРП составляет от 21 до 37%. Однако на сегодняшний день малый бизнес так и не смог стать драйвером российской экономики. В развитых странах на долю малого бизнеса приходится 75–90% ВВП, в России же этот показатель не превышает в совокупности 25% [1]. Сектор малого бизнеса первым и наиболее остро реагирует на изменения в предпринимательском климате страны. Санкции, крайняя ограниченность кредитных ресурсов, резкий рост курса валют, внешнеэкономическая напряжённость, ужесточение налогового бремени поставили существование малого бизнеса под вопрос. И если с 2010 по 2014 годы многие предприниматели начали чувствовать себя увереннее, то события 2015 года разрушили хрупкую конструкцию.

Тем не менее, в экономике названный субъект рыночных отношений является самым мобильным в условиях финансового и экономического кризиса. Причин этому несколько:

– высокая мобильность факторов производства, то есть их высокая скорость функцио-

нального перераспределения по сравнению с крупным бизнесом;

– низкие издержки при реорганизации производства;

– короткий временной лаг при подготовке и создании нового продукта;

– низкий уровень перепроизводства в связи с изменившимся потребительским спросом.

Критерии отнесения экономических субъектов к субъектам малого и среднего предпринимательства определены ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 № 209-ФЗ: средняя численность работников, независимо от вида деятельности, и предельные значения выручки от реализации товаров (работ, услуг) или балансовой стоимости активов.

Нами был проведён сравнительный анализ моделей поддержки и стимулирования инновационной деятельности МСП.

Сложившуюся на данный момент в РФ модель поддержки и стимулирования инновационной деятельности МСП невозможно в чистом виде отнести ни к одной из рассмотренных моделей. Попытка контроля и регулирования государством инновационной деятельности МСП соответствует европейской (континентальной) модели. Частично присутствуют элементы остальных моделей. Из азиатской модели перенимается тенденция заимствования технологий, но в отличие от Японии, Южной Кореи

и Китая, Российская Федерация пока не может гордиться их значительным усовершенствованием. В начальной стадии развития находятся основные финансовые институты инфраструктуры поддержки инновационной деятельности МСП, что очень отдаляет РФ от англосаксонской модели поддержки и стимулирования инновационной деятельности малых и средних предприятий, в частности от США. Количество реально функционирующих сообществ бизнес-ангелов и венчурных фондов слишком мало и отстаёт во много раз от показателей стран, которые занимают первые места в рейтингах инновационного развития. Более того, статус бизнес-ангелов в РФ пока законодательно не закреплён.

На федеральном уровне поддержку малому предпринимательству в России оказывают следующие государственные институты: Минэкономразвития России, АО «Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства», МСП Банк и Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере. Деятельность каждого из них в определённой мере направлена на развитие и поддержание малого бизнеса. Рассмотрим подробнее меры поддержки малому бизнесу каждого из этих государственных институтов.

С 2005 года Минэкономразвития России реализует специальную программу по предоставлению субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации в целях оказания государственной поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства на региональном уровне.

В настоящий момент программа реализуется в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 30 января 2014 года № 1605 «О предоставлении и распределении субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства, включая крестьянские (фермерские) хозяйства» и ежегодно издаваемыми приказами Минэкономразвития России.

В рамках программы средства целевым образом на конкурсной основе распределяются между регионами на реализацию мероприятий, предусмотренных региональными программами развития малого и среднего предприни-

мательства, при условии софинансирования расходов со стороны региона. Такой подход позволяет в дополнение к средствам федерального бюджета привлекать финансовые средства регионов, а также стимулировать регионы к реализации более активной политики в сфере поддержки предпринимательской деятельности. При этом реализацию мероприятий, предусмотренных программой, осуществляет соответствующий уполномоченный орган в субъекте Российской Федерации.

Ежегодно Министерство экономического развития РФ выделяет порядка 22 млрд руб. на Программу поддержки малого и среднего предпринимательства. Совокупный ежегодный эффект от реализации Программы составляет:

- суммарный эффект на выручку МСП в рамках Программы составляет 859 млрд руб. ежегодно;

- эффект на ВВП РФ составляет 607 млрд руб. Прирост ВВП на 1 руб. инвестиций составляет 27,6 руб.

- эффект на бюджет РФ составляет 153 млрд руб. Один руб., потраченный в рамках Программы, возвращает в бюджет РФ 7 руб.

Объём финансирования Программы в 2016 году запланирован в сумме 12,3 млрд рублей на поддержку малого и среднего предпринимательства, в том числе:

- 10,2 млрд рублей на предоставление прямых субсидий предпринимателям;

- 1,66 млрд рублей на софинансирование объектов капитального строительства.

В 2015 году в соответствии с Указом Президента Российской Федерации «О мерах по дальнейшему развитию малого и среднего предпринимательства» и Федеральным законом «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» создано АО «Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства».

В частности, на базе АО «Корпорация «МСП» сформирован единый центр финансово-кредитной поддержки малого и среднего предпринимательства как «массового», так и высокотехнологичного сектора. Силами Корпорации планируется создание единого маркетингового навигатора в области массового сектора, который будет запущен 1 июля 2016 года в 74

населённых пунктах РФ. Маркетинговый навигатор будет показывать, в каком месте и какой субъект малого бизнеса необходимо реализовать, где взять средства на его организацию, какие имущественные фонды можно к этому привлечь и где можно найти гарантии.

Корпорация создаёт единый реестр субъектов малого бизнеса – планируется включение в него 20000 субъектов к 10 августа 2016 года. Корпорация МСП работает над упрощением процедуры регистрации субъектов малого бизнеса, в том числе работает над электронной регистрацией и взаимодействием с ФНС России. Также Корпорация МСП занимается организацией мероприятий, направленных на увеличение доли закупки товаров у субъектов МСП [3].

Общий объём планируемых крупными заказчиками закупок у субъектов МСП на 2016 год составляет 133,97 млрд рублей. При этом средняя доля таких закупок составляет 31,97%. Общее количество планируемых закупок в разделах о закупках субъектов МСП составило 14 927 позиций.

Лидерами по объёму планируемых закупок у субъектов МСП являются ПАО «ФСК «ЕЭС» (20,4 млрд рублей), ПАО «Ростелеком» (17,7 млрд рублей), ОАО «Российские железные дороги» (16,6 млрд рублей), ОАО «Росэнергоатом» (11,3 млрд рублей), ОАО «Уралвагонзавод» (11,1 млрд рублей), ФГУП «Почта России» (9,4 млрд рублей), ОАО «Торговый дом «РЖД» (8,4 млрд рублей), ПАО «Газпром» (7,1 млрд рублей), ОАО «НК «Роснефть» (6,1 млрд рублей) и АО «АЛРОСА» (5,5 млрд рублей).

АО «МСП Банк» осуществляет реализацию Программы финансовой поддержки МСП в соответствии со Стратегией развития до 2020 года. В соответствии с Указом Президента Российской Федерации В. В. Путина от 5 июня 2015 г. № 287, а также Федеральным законом от 29 июня 2015 г. № 156-ФЗ Акции АО «МСП Банк» были переданы Внешэкономбанком в доверительное управление Корпорации МСП с последующей оплатой Внешэкономбанком этими акциями дополнительно размещаемых по закрытой подписке акций Корпорации МСП.

По состоянию на 1 декабря 2015 года объём средств, доведённых до субъектов МСП, составил 104 млрд рублей по средневзвешенной ставке 13,27%, притом 82% средств предоставлены на долгосрочной основе. Количе-

ство участников программы составило более 17 тысяч субъектов МСП. Гарантий предоставлено на 2,78 млрд рублей [2].

Результаты работы Фонда содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере, образованного в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 3 февраля 1994 г. № 65, следующие:

- поступило свыше 55 тыс. заявок;
- заключено более 13 тыс. контрактов на выполнение НИОКР;
- поддержано более 12 тыс. молодых инноваторов;
- создано более 4800 стартапов;
- создано 65 региональных представительств Фонда на территории РФ.

В настоящее время Фонд реализует программы инновационного развития, которые направлены на создание новых и развитие действующих высокотехнологических компаний, коммерциализацию результатов научно-технической деятельности, привлечение инвестиций в сферу малого инновационного предпринимательства, создание новых рабочих мест [4].

Анализ состояния и развития малого и среднего предпринимательства в РФ показал, что малое и среднее предпринимательство – это в первую очередь микробизнес.

Сектор малого и среднего предпринимательства в России представлен в основном микропредприятиями – юридическими лицами (88,2% от общего количества субъектов малого и среднего предпринимательства в 2014 году)

Число средних предприятий невелико (0,6% от общего числа субъектов малого и среднего предпринимательства). Такие предприятия не играют весомой роли в обеспечении экономического развития. Наибольшая часть предприятий расположены в Центральном и Северо-Западном федеральных округах.

Также наблюдается существенная диверсификация малых и средних предприятий по отраслевому признаку: почти 40% – составляют предприятия в сфере оптовой и розничной торговли, ремонта автотранспорта и бытовых изделий. Второй по величине сегмент – 20% – предприятия, занимающиеся операциями с недвижимостью, арендой и предоставлением услуг; третий сегмент – 11% – строительные предприятия.

С. А. Ильминская, И. Б. Илюхина
Орловский филиал Финуниверситета
(г. Орёл)

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ИНТЕГРАЦИИ В ЕВРАЗИЙСКОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ СОЮЗЕ

Содружество Независимых Государств как интеграционное объединение на сегодняшний день практически утратило своё значение. Свидетельством тому является то, что показатели взаимного сотрудничества в рамках СНГ с каждым годом ухудшались, и оказывались всё дальше от запланированных ориентиров. В первое десятилетие после распада СССР существовавшие на момент образования СНГ экономические различия между государствами стали значительно глубже, что и послужило одним из главных факторов, тормозящих развитие интеграционных процессов. Кроме того, неоправданно высокая степень открытости национальных экономик на первых этапах формирования рыночных отношений в государствах-членах СНГ привело к значительному снижению ранее основного направления сотрудничества – взаимной торговли. За период существования СНГ наблюдалась устойчивая тенденция дивергенции стран-участниц в торговой сфере, в сферах монетарной, финансовой и фискальной политик. Если в конце 1980-х гг. доля взаимной торговли во внешнеторговом обороте союзных республик составляла 80–90%, то в 2000 г. удельный вес стран СНГ в общем объёме импорта интеграционного объединения составлял 46%, а экспорта – 19%, а к 2014 г. эти показатели снизились до 22% и 16% соответственно [3]. Для примера в ЕС на взаимную торговлю приходится около 65% совокупного объёма внешней торговли.

Разнонаправленность в плане экономического и политического развития стран СНГ способствовала развитию субрегиональной интеграции. Бывшие республики СССР вступали в различные региональные объединения на пространстве СНГ, в рамках которых предполагалось более глубокое согласование экономической политики, нежели фактически осуществляемое в масштабах СНГ. За

двадцать лет своего существования внутри СНГ появились: Союзное Государство России и Республики Беларусь (СГРБ), Евразийское экономическое сообщество (ЕврАзЭС – Республика Беларусь, Республика Казахстан, Киргизия, Россия, Таджикистан, Узбекистан); Союз Грузии, Украины, Азербайджана, Молдовы (ГУАМ); Центральноазиатское сотрудничество (ЦАС – Узбекистан, Казахстан, Киргизия, Таджикистан, Россия); Кавказская «четвёрка» (Азербайджан, Армения, Грузия, Россия); Таможенный Союз (Республика Беларусь, Республика Казахстан, Россия). При этом реальную конвергенцию экономического развития продемонстрировал именно Таможенный союз, созданный в рамках ЕврАзЭС.

В начале XXI века интеграция на евразийском пространстве приняла новую форму. Основой экономического сотрудничества стало Евразийское экономическое сообщество, созданное в октябре 2000 г. в целях формирования государствами-участниками единого экономического пространства. В 2010 г. начал функционировать Таможенный союз между Казахстаном, Россией и Беларусью, а с 1 января 2012 г. – Единое экономическое пространство. Создание Евразийский экономический союз (ЕАЭС) стало продолжением развития интеграционного процесса, осуществлённого на базе Таможенного союза и Единого экономического пространства. Договор о ЕАЭС был синхронно ратифицирован 10 октября 2014 г. странами – учредителями ЕАЭС (Беларусь, Казахстан и Россия). В то же время прорабатывались вопросы о присоединении Армении и Кыргызстана к ЕАЭС.

Договор о ЕАЭС вступил в силу 1 января 2015 г. Евразийская интеграция предприняла попытку перейти на следующий уровень. ЕАЭС стал правопреемником Евразийского экономического сообщества в развитии экономического взаимодействия его членов, которыми на сегодняшний день являются

Республика Армения, Республика Беларусь, Республика Казахстан, Киргизская республика и Российская Федерация.

ЕАЭС начал функционировать в сложной экономической и геополитической обстанов-

ке. Это не могло не отразиться как на макроэкономических показателях развития национальных экономик стран-участниц, так и на показателях развития интеграционного объединения в целом (табл. 1).

Таблица 1

**Основные экономические показатели ЕАЭС в 2015 г.
(в процентах к соответствующему периоду предыдущего года) [1]**

Показатели	ЕАЭС	Армения	Беларусь	Казахстан	Кыргызстан	Россия
Валовой внутренний продукт (январь сентябрь 2015 г. к январю-сентябрю 2014 г.)	97,0	103,5	96,2	101,2	105,9	96,3
Промышленное производство	96,6	105,0	93,4	98,4	95,6	96,6
Производство продукции сельского хозяйства	103,0	111,7	97,2	104,4	106,2	103,0
Объём выполненных строительных работ	94,0	86,5	88,0	104,3	99,7	93,0
Инвестиции в основной капитал	92,8	100,3	84,8	103,7	108,0	91,6
Индекс потребительских цен	112,4	99,9	112,0	113,6	103,4	112,9

Снижение практически всех основных экономических показателей за прошедший год было вызвано падением цен на сырьевые товары, что оказало негативное воздействие на экономику России и Казахстана, самых крупных участников интеграционного объединения. Армения и Кыргызстан, являясь странами-экспортёрами трудовых ресурсов, также испытали на себе ухудшения экономической ситуации в регионе в плане снижения объёма направляемых мигрантами денежных переводов, а, следовательно, и сжатия совокупного спроса. Однако в этих странах данный фактор был компенсирован за счёт роста добычи меди и золота и хороших показателей в области сельскохозяйственного производства [4].

Основой Договора о Евразийском экономическом союзе стали договорённости, достигнутые государствами в рамках Таможенного союза и ЕЭП. Следующим этапом евразийской интеграции должен был стать переход её на новый качественный уровень с расширением числа участников. По всей видимости, переговоры по вопросам интеграции были сложными, и в итоге пришлось скорректировать изначальный замысел проекта ЕАЭС. В действующий ныне договор не вошли вопросы общего гражданства, согласованной внешней политики, координации военно-технической политики, надгосударственного органа в виде общего парламента по образцу Европейского союза, а также вопросы экспортного контроля. Кроме того, по ряду соглашений в рамках ЕАЭС предусмотрены многолетние переходные периоды. Пока лишь определена необходимость достижения

определённых секторальных договорённостей к обозначенным датам.

Мировая практика показывает, что многие интеграционные проекты так и не достигли того уровня экономической конвергенции, который декларировался при их создании. Уровня Европейского Союза по степени интегрированности не смогли достичь ни Североамериканская зона свободной торговли, ни Южноамериканский общий рынок, ни Ассоциация государств Юго-Восточной Азии, ни Содружество независимых государств, которое в экономическом плане имело все шансы на успех, поскольку страны обладали тесными, формируемыми годами хозяйственными связями.

Со времён развала СССР Россией периодически ставились вопросы о формировании однотипных механизмов регулирования экономики, применении гармонизированных правовых норм, проведении согласованной экономической политики на постсоветском пространстве, но ни одному из созданных в регионе интеграционных объединений не удалось решить эти вопросы подобно тому, как они решаются в Европейском союзе. Возможно, главная причина того, что евразийской интеграции никак не удаётся твёрдо встать на путь, пройденный ЕС, кроется в том, что Европейский Союз в период своего становления представлял собой альянс равных в плане экономического потенциала и политических интересов государств, а участники Евразийской интеграции имеют не всегда совпадающие экономические интересы. Кроме того, на евразийском пространстве наблюдается серьёзный дисбаланс сил, аналогичный тому,

что не даёт развиваться интеграции в Северо-американской зоне свободной торговли. Ведущая роль в ЕАЭС несомненно принадлежит России: на Россию приходится около 88% ВВП, соответственно Россия – основной торговый партнёр для всех стран-участниц. Такого глобального доминирования одного государства в плане ресурсно-экономического потенциала в Европейском союзе не наблюдается.

Сложная экономическая ситуация и некоторые политические разногласия по нашему мнению, будут препятствовать реализации интеграционного проекта ЕАЭС, и не позволят достичь тех макроэкономических эффектов, которые планировались непосредственно Россией как инициатором создания регионального объединения. Россия рассчитывала, что снятие барьеров в рамках Союза сформирует условия для расширения рынка, увеличения спроса, и в этой связи создаст более широкие возможности для отечественных производителей, которые будут успешно реализованы. По нашему мнению, сложившиеся на сегодняшний день

в регионе экономические условия в ближайшей перспективе не будут способствовать увеличению объёма рынка. Об этом свидетельствует данные динамики взаимной торговли.

Чтобы оценить эффект создания ЕАЭС в сфере товарообмена необходимо сопоставить динамику внешней торговли государств – членов ЕАЭС с третьими странами и динамику взаимной торговли государств-членов ЕАЭС (рис. 1). В январе – ноябре 2015 г. рост стоимостных объёмов торговли товарами с третьими странами составил 51,9% по отношению к аналогичному периоду 2014 г., в то время как рост взаимной торговли составил 35,5%. Это свидетельствует о том, что первый год работы не дал планируемого результата. Не произошло роста спроса на товары со стороны участников интеграционного процесса. При этом следует отметить, что после непростого в экономическом и политическом плане года существования ЕАЭС оценка экономического эффекта данного регионального союза весьма условна.

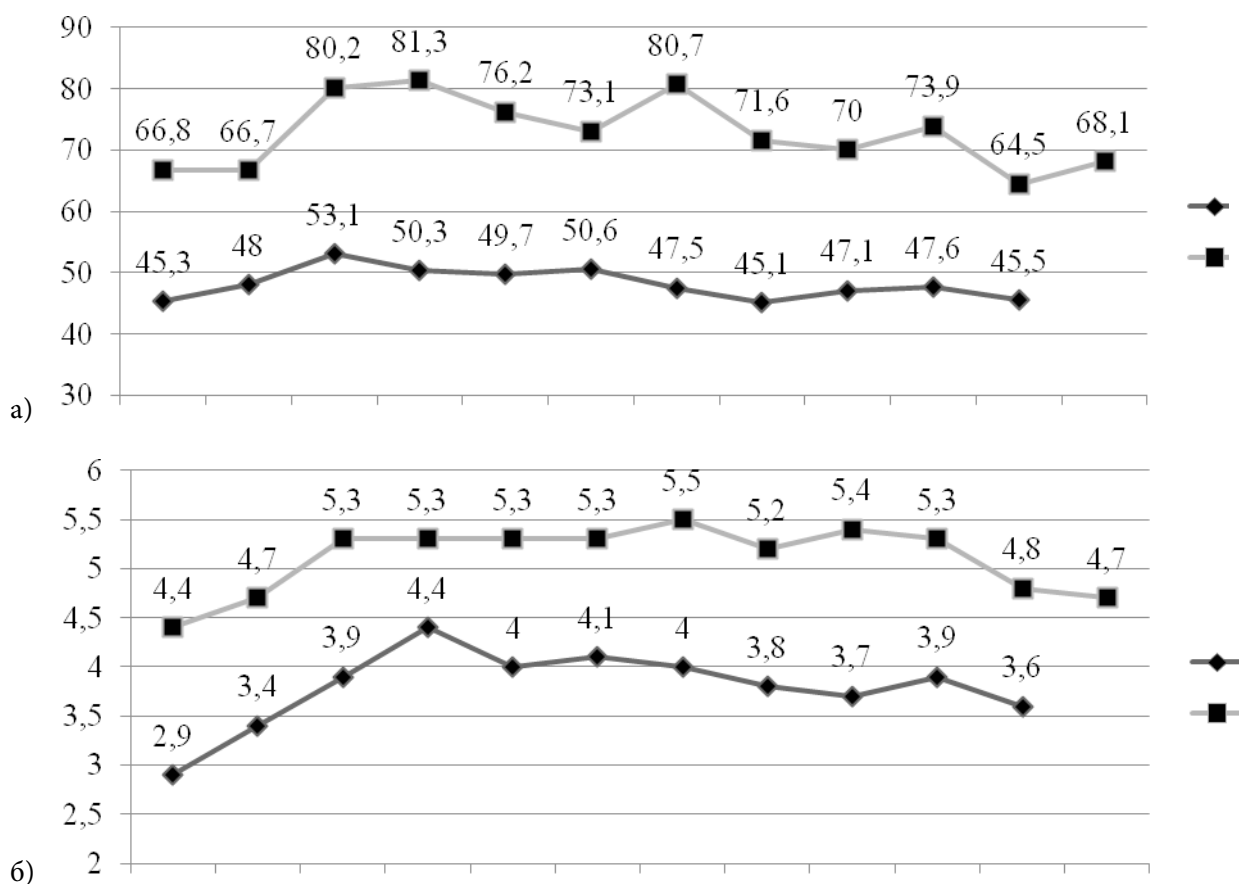


Рисунок 1 – Динамика торговли товарами государств членов ЕАЭС (млрд долл.)

а) с третьими странами; б) взаимная торговля

Из опыта функционирования Таможенного союза и единого экономического пространства известно, что экономический эффект, который получают страны в результате интеграции, неравнозначен. По мнению экспертов, наибольшие экономические выгоды от ЕАЭС получит Беларусь. Торговое партнёрство в рамках ТС явилось наиболее значимым именно для этой страны. Взаимная торговля со странами – членами ТС занимала 46,4% объёма всей её внешней торговли, в Казахстане этот показатель составил 18,2%, в России – 7,5% [2]. Сомнительными представляются экономические выгоды России от присоединения к союзу Армении, Киргизии и в перспективе Таджикистана с их невысоким уровнем развития экономики и незначительным для России масштабом рынка.

Основным экономическим эффектом для России от интеграции в ЕАЭС может стать частичное решение проблемы импортозамещения промышленных товаров из третьих стран за счёт увеличения взаимных поставок продукции государств-членов. Однако существует ряд вызовов промышленному раз-

витию государств-членов ЕАЭС, связанных с конкурентоспособностью и инновационной активностью их промышленных комплексов. В рамках ЕАЭС имеется значительный потенциал увеличения локализации выпускаемой продукции за счёт развития кооперации, но он пока не реализуется. Наблюдаются более низкие объёмы кооперационных поставок в рамках ЕАЭС по сравнению с импортом материалов и комплектующих из третьих стран. Развитие кооперации является необходимым условием обеспечения конкурентоспособности и приоритетом для промышленного сотрудничества государств-членов ЕАЭС.

России дорого может обойтись интеграция в рамках ЕАЭС, но в условиях обострения отношений между РФ с одной стороны и США, ЕС, Турцией с другой чрезвычайно важным представляется внешнеполитическая реакция партнёров по ЕАЭС на периодически возникающие противоречия. Однако за прошедший год в ЕАЭС фактически не обозначился единый внешнеполитический и внешнеэкономический вектор развития.

Библиографический список

1. Евразийский экономический союз. Официальный сайт. – URL: <http://eaeunion.org/>. (Дата обращения 11.04.2016).
2. Зиядуллаев Н.С., Зиядуллаев С. Н., Зоидов З. К., Кибардина Ю. С. Новые горизонты евразийской интеграции в условиях глобальной турбулентности // Региональные проблемы преобразования экономики. – 2015. – № 1 (51). – С. 125–139/.
3. Межгосударственный статистический комитет содружества независимых государств. – URL: <http://www.cisstat.com/index.html>. (Дата обращения 13.04.2016).
4. Фёдоров К. С. Страны СНГ: Основные макроэкономические показатели и прогнозы // Евразийская экономическая интеграция. – 2015. – № 3(28).

В. В. Матвеев, Л. В. Мазур
Орловский филиал Финуниверситета
(г. Орёл)

НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА РФ В УСЛОВИЯХ ТУРБУЛЕНТНОСТИ И ЕЁ КОНКУРЕНТОСПОСОБНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА

В современных условиях развития экономики, когда кризисные явления происходят практически во всех странах и достаточным постоянством одним из основных факторов инвестиционной привлекательности стран становится конкурентоспособность налоговой политики. Причём рассматривая конкурентоспособность с точки зрения реализации мероприятий в сфере налоговой политики можно говорить о её деструктивной составляющей на международном уровне, поскольку в данном случае речь идёт о недобросовестном соперничестве по привлечению инвестиционных ресурсов.

Налоговая политика является одним из основных инструментов развития рыночной экономики. В условиях кризиса для Российской Федерации особенно актуальным становится стимулирование развития реального сектора экономики, как в программе импортозамещения, так и с точки зрения формирования собственных доходных источников бюджетной системы.

Ситуация в реальном секторе экономики в Российской Федерации свидетельствует о наличии в нём системного кризиса, справиться с которым можно только применяя эмерджентный подход, включающий в первую очередь мероприятия в сфере налоговой политики. В этой связи особого внимания заслуживают принятые на федеральном уровне антикризисные меры налоговой политики, направленные на стимулирование: «гринфилдов» и специальных инвестиционных контрактов, амортизационной политики, развития малого бизнеса, трансфертного ценообразования и т.д.

В структуре доходных источников на федеральном уровне первостепенное значение имеют именно налоговые доходы, которые в первую очередь зависят от эффективности реализуемой налоговой политики. Достаточно негативным фактором является то, что

в структуре налоговых доходов федерального бюджета преобладает удельный вес косвенных налогов: НДС, акцизов, таможенных пошлин (рисунок 1), которые по совокупности обеспечивают от 60% до 75% доходной части бюджета. Преобладание удельного веса налогов на потребление свидетельствует о неразвитости реального сектора экономики, поскольку в противном случае на первое место вышли бы прямые налоги, которые показывали в свою очередь прибыль реального сектора экономики. Однако, налог на прибыль имел достаточно благоприятную тенденцию роста только до 2009 года. Кризисные факторы развития экономики последних лет привели к его снижению.

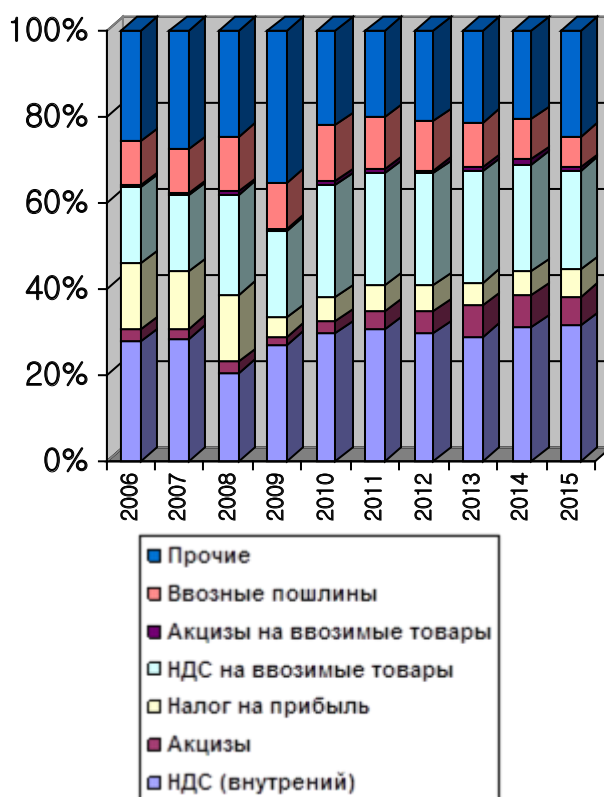


Рис. 1. Структура налоговых доходов федерального бюджета [4]

Вместе с тем, особое значение в сфере достижения конкурентоспособности националь-

ной экономики в условиях турбулентности имеют антикризисные налоговые инструменты, которые выполняют стимулирующую функцию и направлены на эскалацию налогового потенциала и как следствие расширение налогооблагаемой базы.

Налогооблагаемая база является одним из основных факторов конкурентоспособности национальной экономики. При этом её следует рассматривать как привлекательный ресурс с точки зрения международного соперничества, поскольку она позволяет мобилизовывать дополнительные средства в доходную часть бюджетной системы государства. А это в свою очередь способствует повышению уровня и качества жизни населения государства в целом, что в условиях турбулентности является приоритетной задачей для любого государства.

В этой связи особого внимания заслуживают мероприятия налоговой политики, направленные на совершенствование налога на прибыль организаций, которому уделяется серьёзное внимание на федеральном уровне. В рамках предоставления льгот по налогу на прибыль предложено предоставление по решению субъектов Российской Федерации налоговых льгот вновь создаваемым предприятиям промышленности («гринфилдам») в пределах общего объёма осуществляемых ими капитальных затрат по аналогии со льготами для Дальнего Востока. Предусматривается предоставление субъекту Российской Федерации права по снижению до 10% ставки налога на прибыль организаций в части, поступающей в бюджет субъекта Российской Федерации, для вновь создаваемых предприятий промышленности, осуществляющих капитальные вложения. Также предусмотрено применение для таких налогоплательщиков ставки по налогу на прибыль организаций в размере 0% в части, поступающей в федеральный бюджет. Предполагается, что в зависимости от решения субъекта Российской Федерации объём средств, сэкономленных налогоплательщиком от получения такой налоговой льготы (в совокупности по федеральной и региональной частям налога на прибыль) сможет полностью покрывать осуществлённые им капитальные затраты. Однако, при этом для субъекта Федерации сохранится возможность устанавливать и иные объёмы льготирования в пределах, предусмотренных Налоговым кодексом Российской Федерации.

Механизм снижения налоговой ставки по налогу на прибыль организаций будет осуществляться в рамках механизма отбора инвестиционных проектов, уже установленного Налоговым кодексом Российской Федерации в отношении региональных инвестиционных проектов.

Отличие данного механизма снижения налоговой нагрузки для вновь создаваемых предприятий промышленности от уже существующего для региональных инвестиционных проектов будет состоять в том, что снижение налоговой нагрузки для вновь создаваемых предприятий промышленности будет действовать на всей территории Российской Федерации, а не в отдельных субъектах Российской Федерации.

Также Правительство Российской Федерации предлагает внести в законодательство о налогах и сборах ряд преференций, обеспечивающих более комфортный налоговый режим для специальных инвестиционных контрактов, которые будут заключаться с инвесторами в соответствии с федеральным законом от 31 декабря 2014 года №488-ФЗ «О промышленной политике в Российской Федерации». В частности, в дополнение к указанным выше преференциям для «гринфилдов» предполагается закрепить в законодательстве следующие нормы:

1) ввести ограничения для субъектов Российской Федерации и местных органов власти по увеличению ставок региональных и местных налогов, а также региональной части налоговой ставки по налогу на прибыль организаций, сверх уровня ставки, первоначально установленной для инвестора – стороны специального инвестиционного контракта, а также ограничение на повышение федеральной составляющей ставки налога на прибыль организаций для участников специальных контрактов свыше 2% до 2025 года.

2) предоставить возможность использовать повышающий коэффициент 2 к основной норме амортизации для оборудования, произведённого в результате реализации специального инвестиционного контракта и относящегося к 1–7 амортизационным группам [3].

Вместе с тем, с 1 января 2016 года увеличена первоначальная стоимость амортизируемого имущества до 100 тыс. рублей, что позволит списывать в затраты стоимость недорогого оборудования одновременно в мо-

мент его ввода в эксплуатацию, а не через механизм начисления амортизации.

Кроме того, в связи с увеличением с 10 до 15 млн руб. лимита среднеквартальной суммы доходов от реализации, определяемого за предыдущие четыре квартала (п. 3 ст. 286 НК РФ), возрастает число фирм, вносящих только квартальные авансовые платежи по налогу на прибыль. Данная мера способствует, с одной стороны, поддержке организаций в части отвлечения оборотных средств для уплаты авансовых платежей по налогу на прибыль организаций внутри квартала, а с другой сто-

роны, снизит административную нагрузку на бизнес и на налоговые органы за счёт повышения порога по выручке.

Результаты реализации совершенствования мероприятий по налогу на прибыль организаций за 2011–2015 годы в части их ежеквартального поступления в федеральный бюджет представлены на рисунке 2. В целом, за 2015 год поступления составили 491,4 млрд руб., что на 80,1 млрд руб. больше уровня 2014 года. Увеличение налоговых доходов по данной статье является положительным итогом реализации антикризисных мер.

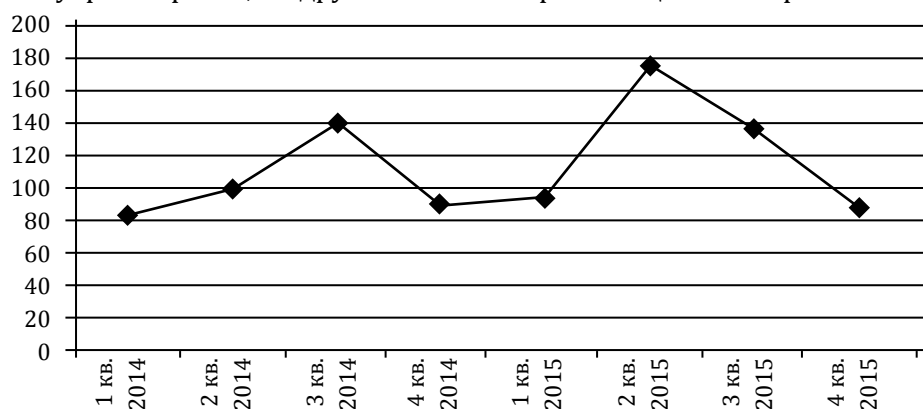


Рис. 2. Ежеквартальные поступления налога на прибыль организаций в федеральный бюджет за 2014–2015 годы [4]

Однако, за январь–февраль 2016 года поступления по налогу на прибыль относительно аналогичного периода прошлого года снизились. Данное обстоятельство вызвано

снижением прибыли у предприятий в связи с неблагоприятной экономической конъюнктурой, а также ростом просроченной задолженности (рисунок 3).

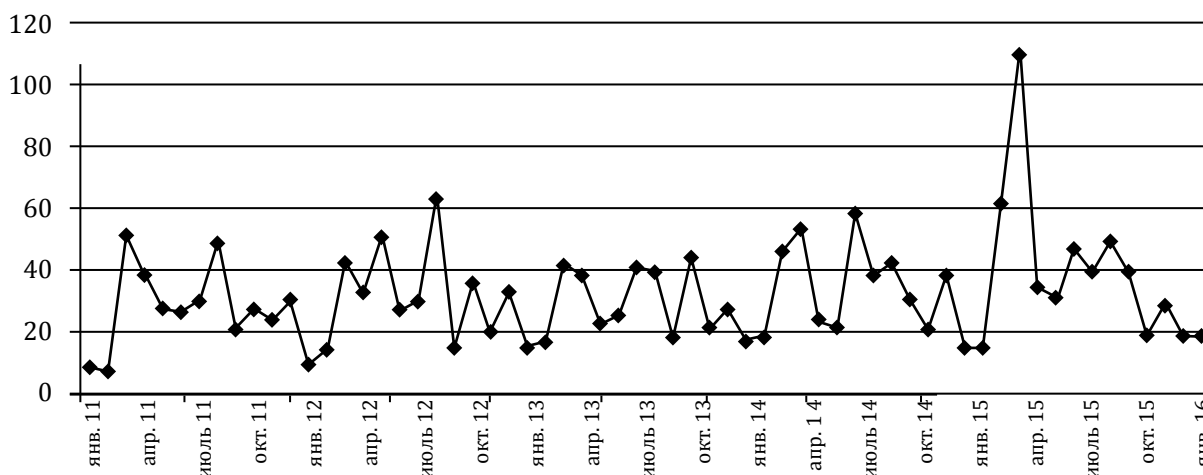


Рис. 3. Ежемесячные поступления налога на прибыль организаций в федеральный бюджет [4]

Статистические данные свидетельствуют о том, что, несмотря на достаточно широкий спектр налоговых льгот, потенциал национальной экономики используется не в полной мере, в том числе и за счёт внешних барьеров,

усилившихся в условиях турбулентности на международном уровне.

С точки зрения налоговой конкуренции налоговая система Российской Федерации является достаточно привлекательной по ряду

П. Н. Машегов, С. В. Симонов
Орловский филиал Финуниверситета
(г. Орёл)

КЛИПОВОЕ МЫШЛЕНИЕ И ИННОВАЦИИ В СИСТЕМЕ ВЫСШЕГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Прежде всего, необходимо определиться с понятием «клиповое мышление». Рассмотрим одно из наиболее подробных описаний [1] в оппозиции символическое (традиционное) мышление – клиповое мышление:

- В то время как символическое мышление – это «наиболее тугая упаковка существенной мысли». Клиповое мышление дискретно и не имеет окончательного продукта.

- Символическое мышление выявляет значимые для субъекта свойства объекта в качестве системообразующих его познания. Клиповое мышление утрачивает большинство связей между свойствами объекта.

- Символическое мышление устремлено к соотносению символа с неизвестным значимым в себе, в мире, в своей жизни. Клиповое мышление изолирует мысль и не предполагает её рефлексии.

- Объект символической мысли содержит референции к структуре индивидуальных значимостей. Объекты клипового мышления могут иметь имплицитную адресацию конкретным побуждениям (желаниям) личности.

- Развитие символической мысли – это поступательный мыслительно-образно-рефлексивный акт, требующий вовлеченности множества мыслительных операций. Клип представляет собой «чувственное пятно», и обращение к нему индивидуального сознания может осуществляться посредством достаточно изолированных функций.

- Символическое мышление расширяет и «резервирует» внутреннее время за счёт «культурного времени» (Е. Б. Старовойтенко [2]) символа. Клиповое мышление ускоряет и укорачивает внутреннее время личности за счёт плотности и множественности образов.

- Символическое мышление способствует обнаружению личностью своей многоплановой сопричастности миру. Клиповое мышление не интегрировано в рефлексию жизнедеятельности личности и не влияет на её картину мира.

Впервые феномен «клиповой культуры» (от англ. «to clip» – обрезать, обрывать, делать вырезки) как принципиально нового явления, был отмечен американским футурологом Э. Тоффлером [3], рассматривающим данное понятие в качестве составляющей общей информационно-культурной культуры.

К. Г. Фрумкин [4] определяет клиповое мышление, как вектор в развитии отношений человека с информацией и выделяет пять факторов, породивших феномен «клипового мышления»:

- ускорение темпов жизни и напрямую связанное с ним возрастание объёма информационного потока, что порождает проблематику отбора и сокращения информации, выделения главного и фильтрации лишнего;

- потребность в большей актуальности информации и скорости её поступления;

- увеличение разнообразия поступающей информации;

- увеличение количества дел, которыми один человек занимается одновременно;

- рост демократии и диалогичности на разных уровнях социальной системы.

Большинство авторов рассматривает клиповое мышление сугубо в негативном контексте, отмечая деформацию не только, собственно, восприятия, но и системы ценностей, которыми руководствуется личность. «Современная культура формирует новую философию, суть которой составляет мировоззрение «homo reclamus», его ценности и потребности. Картина мира человека выглядит следующим образом: в мире культуры явления, предметы и образы существуют вне их взаимозависимостей, в виде случайно соединившейся мозаики, между событиями, вещами и людьми отсутствуют причинно-следственные связи» [9].

Тем, не мене, ряд авторов предлагает воспринимать его как данность, отмечают, что

клиповое мышление «обладает не только недостатками – это просто развитие одних когнитивных навыков за счёт других». Перенасыщение информационной среды повлекло за собой, с одной стороны, потребность человека в усвоении как можно большего объёма информации за меньшее количество времени, а с другой – качественные изменения в формате самой информации. Возникла устойчивая тенденция к фрагментарному представлению информации с доминантой на её количестве, а не качестве. Вышеописанные изменения детерминировали возникновение такого феномена, как «клиповое мышление» и повлекли за собой потребность изменения подхода к обучению молодёжи [5].

Становится очевидным, что клиповое мышление, клиповая культура – это та реальность, в условиях которой системе высшего экономического образования предстоит развиваться в ближайшие десятилетия. Если медиаскетизм, как образ жизни, характеризующийся пониманием работы новейших средств коммуникации и использованием «цифрового детокса» (digital detox) как периода времени, в течение которого человек сознательно отказывается от «окон киберпространства» [6], допустимо для личности, то для системы экономического образования, в целом, такой путь является совершенно не приемлемым.

Утилитаризм современных образовательных систем в целом и экономического образования в особенности, утрата университетами культуuroобразующей роли, которые были констатированы ещё в 90-х годах XX века [7], исключает возможность модернизации клиповой культуры через систему образования. Невозможность в рамках ВУЗов противостоять общекультурному тренду совершенно не означает допустимость игнорирования данного социо-культурного тренда, так как приводит к появлению феномена «мозаичного образования».

Мозаичное образование – это сумма случайных знаний, почерпнутых человеком из разных источников. Это хаотически составленная совокупность знаний, которую человек, как правило, сам подбирает по своему усмотрению из различного рода книг, журналов, газет, общения с другими людьми и т.д. В мозаичном образовании современный человек может открывать мир как по необходимости, так и по законам случая, путём проб и ошибок. Использование

мозаики знаний по необходимости вызвано стремлениями человека постоянно совершенствовать себя и своё мастерство, т.е. заниматься самообразованием, что заставляет его систематически вести осознанный поиск информации с заранее заданными свойствами. Тем не менее, и такое мозаичное образование – это тоже некое интеллектуальное оснащение, которым располагает каждый человек в тот или иной момент времени. Понятно, что такой тип образования людей был всегда, но в таком хаотическом виде он никогда не приобретал столь сильного размаха, как сейчас. Можно даже сказать, что сейчас мозаичное образование теснит систематическое [8].

Существуют отдельные работы посвящённые попыткам адаптации учебного процесса к реалиям клиповой культуры, но они достаточно фрагментарны [10, 11].

Феномен клипового мышления должен стать базовым началом формирования системы современного экономического образования. Именно он должен задавать вектор инновационной активности в системе экономического образования. Представляется целесообразным изложить образовательные задачи экономических ВУЗов в контексте развития клиповой культуры в виде следующих тезисов:

- принятие клиповой культуры, как среды осуществления образовательной деятельности;
- проведение комплексных исследований данного культурного феномена, его проявлений, влияния на ключевые когнитивные функции и возможности использования в учебном процессе;
- выявление позитивных моментов клипового мышления, например, формализации и алгоритмизации работы с большими массивами информации, и продвижение их в обучении;
- формирование у обучающихся понимания недостатков клипового мышления, недопустимости его применения в определённых жизненных и профессиональных ситуациях и способности, в случае необходимости, блокировать его проявления;
- органичное сочетание «клиповых» форм обучения с «традиционными». Так, например, увлечение решением кейсов, с одной стороны хорошо вписывается в контекст клипового мышления, а с другой провоцирует рост уровня «мозаичности» знаний. То есть решение кейсов должно осуществляться в жёсткой при-

Е. С. ФилоноваОрловский филиал Финуниверситета
(г. Орёл)

ЭКОНОМЕТРИКА: АБСТРАКТНАЯ ГОЛОВОЛОМКА ИЛИ МОЩНЫЙ АППАРАТ ДЛЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ?

В основе высшего экономического образования в России и в других странах лежит экономическая теория. Однако ещё в начале 20 века учёным стало понятно, что для более глубокого понимания экономических процессов одной экономической теории со всем многообразием её разделов недостаточно. Границы понимания сути процесса и перспектив его развития значительно расширяются, если для его анализа применять методы математики и статистики. Возникла необходимость в новой науке, которая объединила бы все исследования, проводимые в этом направлении долгие годы, начиная со второй половины 17 в.

Такой научной дисциплиной стала эконометрика. Данной дисциплине, включающей в себя мощный вероятностно-статистический аппарат, не было места в централизованной плановой экономике СССР. Лишь с 1992 г. эконометрика была введена в учебные планы некоторых ведущих экономических вузов России, а в стандартах экономического образования она появилась в 2000 г., как дисциплина федерального компонента цикла общих математических и естественнонаучных дисциплин.

Что же это за дисциплина? Почему вокруг неё так много споров, мнений «за» и «против», что заставляет выпускников экономических вузов помнить об этой дисциплине много лет после окончания вуза?

Применение эконометрических методов для анализа экономических процессов является *актуальной* задачей, особенно в условиях современной российской экономики. В данной работе нашей *задачей* будет представление эконометрики «как есть», со всеми её проблемами, возможностями и перспективами. Автор продемонстрирует некоторые собственные результаты исследований на примере эконометрического анализа и прогнозирования финансовых временных рядов.

В учебниках по эконометрике можно встретить много различных определений этой дисциплины. Современное же её понимание соответствует позиции Рагнара Фриша, который также дал название новой науке «эконометрика», которым мы сейчас пользуемся. В 1933 г. он основал журнал «Эконометрика», который и в настоящее время имеет большое значение для развития эконометрики и для всего эконометрического сообщества. В первом номере этого журнала Р. Фриш писал: «...Эконометрика не должна восприниматься как синоним применения математики в экономике. Опыт показывает, что и статистика, и экономическая теория, и математика, взятые по отдельности, являются необходимыми, но не достаточными для действительного понимания количественных отношений в современной экономической жизни. Именно объединение всех трёх частей даёт мощный эффект. И именно это объединение и составляет эконометрику» [2].

Данное определение, на наш взгляд, демонстрирует всю сложность и в то же время особую специфику этой науки, которая, обладая серьёзным теоретическим аппаратом для проведения экономических исследований, в то же время отводит место для интуиции, искусства исследователя, и сама является смесью искусства и науки.

Эконометрические методы, а также составляющий их основу корреляционно-регрессионный анализ данных, подвергались критике со стороны учёных, особенно экономистов, на всех этапах формирования этой научной дисциплины.

Анализируя состояние эконометрической науки в настоящее время, можно сказать, что во многом благодаря разнообразной критике эконометрика интенсивно и настойчиво развивалась и сейчас представляет собой мощный надёжный аппарат для экономического анализа. Большое внимание уделяется тща-

тельному подбору объясняющих факторов с целью наилучшего предсказания объясняемых переменных. Для оценивания параметров моделей применяются более продвинутые методы. Значительно расширен спектр тестов, применяемых для проверки качества оценок параметров регрессионных моделей. Всё это позволяет сделать результаты исследований более существенными и приближёнными к реальной практичной экономике, которой нужен результат осмысленный и надёжный.

Теоретической основой методов эконометрики служит математическая статистика, среди часто используемых понятий которой можно отметить следующие: случайные величины и их характеристики, независимость случайных величин и корреляция, примеры основных распределений вероятностей случайных величин, точечные и интервальные оценки параметров распределений, тестирование статистических гипотез и другие.

Основной особенностью эконометрических моделей является наличие в них случайных остатков (ошибок), вероятностные свойства которых играют основную роль в получении и свойствах статистических оценок коэффициентов моделей. Значительная часть теории посвящена проверке свойств этих оценок.

В эконометрических моделях используются три основных типа данных: пространственные данные, временные ряды и панельные данные. Как и всякие статистические данные они должны обладать определёнными свойствами, важнейшим из которых является свойство однородности.

Стандартный курс эконометрики включает разделы, посвящённые парному и множественному регрессионному анализу. При этом значительное место отводится проверке свойств случайных остатков и условий нарушения требований классической модели, а также возможностям построения оценок коэффициентов моделей при этих нарушениях.

Особый раздел эконометрики посвящён временным рядам. Важным свойством временных рядов является их стационарность, на выявление которой направлены многие эконометрические тесты. Для исправления нарушений стационарности применяются специальные модели, среди которых важное место занимают ARIMA-модели, GARCH-модели. Одно из направлений прогнозирования

на основе временных рядов использует методологию определения границы потерь (VAR).

При моделировании сложных экономических объектов часто используются модели систем одновременных уравнений. Моделирование на основе таких систем имеет свою специфику и требует привлечения дополнительных методов построения оценок коэффициентов. В эконометрической теории при этом используются инструментальные переменные, различные модификации метода наименьших квадратов многое другое.

Таким образом, современная эконометрика чрезвычайно разнообразна по объёму инструментария, динамична и находится в процессе непрерывного развития и совершенствования. Так, серьёзное развитие в последние годы получили методы анализа нестационарных данных, включая обнаружение коинтеграции, работы с панельными данными, непараметрические методы анализа, методы работы с объектами нечисловой природы и многие другие.

Но самое главное, что к широкому кругу ведущих экономических институтов пришло понимание, что без эконометрических методов невозможно осмысление «паутины» экономических зависимостей, сложности и многообразия их закономерностей. Всё это ставит перед эконометрическим сообществом задачи разработки новых методов анализа и оттачивания существующих с целью повышения уровня их надёжности.

С 1992–1993 гг. в России начался новый исторический, сложный и длительный этап перехода к формированию рыночных отношений и рыночной экономики. В настоящее время можно с уверенностью утверждать, что финансовые рынки – это не чуждое российскому инвестору понятие, а широкое поле для инвестиционной деятельности, развития бизнеса и повышения его эффективности.

В то же время рынок, особенно финансовый, – структура неустойчивая, часто непредсказуемая. Уровень цен на различные финансовые инструменты зависит от большого количества факторов: политических событий, экономической ситуации в отдельно взятой стране и мире, психологии трейдеров (участников рынка), их настроений и ожиданий и т.п. Поэтому фундаментальный анализ рынков, предполагающий исследование все-

возможных факторов, влияющих на уровень цен на финансовые инструменты, должен конструктивно сочетаться с методами формального эконометрического анализа, в основе которого лежит подходящий для этих целей вероятностно-статистический аппарат.

Прогнозирование показателей финансового рынка – задача весьма *актуальная* не только для отдельно взятых трейдеров, но и для крупных компаний. Как показывает опыт последних лет, эта задача может и должна решаться также на уровне планирования финансово-хозяйственной деятельности государства в целом с целью обеспечения его экономической безопасности.

В силу специфики показателей финансовых рынков обычные методы статистического анализа для их моделирования и прогнозирования не годятся. В современной научной литературе по эконометрике встречаются весьма интересные подходы к анализу и прогнозированию финансовых процессов. Эти подходы учитывают неопределённость процесса и широко используют для анализа показателей финансовых рынков соответствующий аппарат эконометрики. Можно сказать, что в современной эконометрике выделился специфический раздел, который уместно назвать – «финансовая эконометрика».

В работе [4] мы продемонстрировали уникальные возможности эконометрического моделирования в рамках решения задачи прогнозирования доходности инструментов, подверженных финансовому риску. Некоторые результаты этого исследования приведём в данной статье в качестве примера того, как «абстрактная головоломка» под названием «эконометрика» может давать понятные финансистам и надёжные результаты прогнозирования сложных финансовых показателей.

В роли *объекта* у нас выступали временные ряды, построенные по котировкам акций компаний телекоммуникационной отрасли. Работа выполнялась с использованием популярного современного программного продукта R-project, который является одновременно языком программирования и средой для статистических вычислений и графического анализа информации.

Мнения аналитиков рынка телекоммуникаций сходятся к тому, что в настоящее время телекоммуникационный бизнес *в мировом*

масштабе переживает сложный этап снижения спроса на традиционные услуги и, как следствие, потери доходов. Общемировые тенденции в телекоме находят отражение и *на российском рынке*. Аналитики констатируют, что рынок сотовой связи уверенно пошёл на снижение [7, 8]. 2015 год может оказаться последним, когда российский рынок сотовой связи показал рост: в 2016 г. он впервые в истории продемонстрирует падение, хотя и небольшое, на 1–2%. Похожая ситуация будет наблюдаться на всём телеком-рынке.

Лидерами телекоммуникационного рынка в России являются компании «большой тройки» (МТС, ВымпелКом (торговая марка – «Билайн»), Мегафон) [3] и «Ростелеком».

Одной из самых крупных и перспективных компаний на сегодня является Публичное акционерное общество (ПАО) «Ростелеком» [6]. Данная компания предоставляет жителям Российской Федерации широкий спектр телекоммуникационных услуг (сотовой, международной и междугородней связи, интернета, цифрового телевидения). На сегодняшний день абонентами «Ростелеком» являются более ста миллионов человек, проживающих на территории России. Компания имеет надёжную поддержку со стороны государства.

К основным конкурентам «Ростелеком» можно отнести компании «большой тройки» – МТС, Мегафон, ВымпелКом. Компания постоянно соревнуется по основным показателям с Мегафоном. Индекс «Ростелеком» отстаёт только от индекса МТС.

Компания «Мобильные ТелеСистемы» (МТС) является ведущим телекоммуникационным оператором в России. По состоянию на март 2014 г. компания во всех странах своего присутствия обслуживала более 107 млн абонентов. Основное юридическое лицо компании, зарегистрированное в России, – Публичное акционерное общество «Мобильные ТелеСистемы» (ПАО «МТС»).

Учитывая, что котировки акций «Ростелеком» (тиккер – RTKM) отстают только от котировок акций МТС (тиккер – MTSS), для анализа состояния и перспектив рынка телекоммуникаций в России мы проанализировали динамику доходностей акций именно этих компаний, как основных игроков рынка. В результате удалось соотнести представленные выше прогнозы аналитиков с результатами, полученными

формально на основе методов финансовой эконометрики.

С помощью программного продукта R-project были закачаны данные по ценам на акции выбранных компаний с января 2008 г. по февраль 2016 г. Выбранный продолжительный во времени диапазон выборочных данных объясняется тем, что он включает экономические кризисы 2008, 2012 гг., период

резкого падения цен на нефть и повышения курса доллара в 2014–2015 гг., а, значит, позволит проанализировать поведение интересующих нас инструментов в экстремальных состояниях экономики России и всего мира.

В силу явной нестационарности исходных данных (рис. 1, 2) целесообразно было перейти к исследованию временных рядов их доходностей.

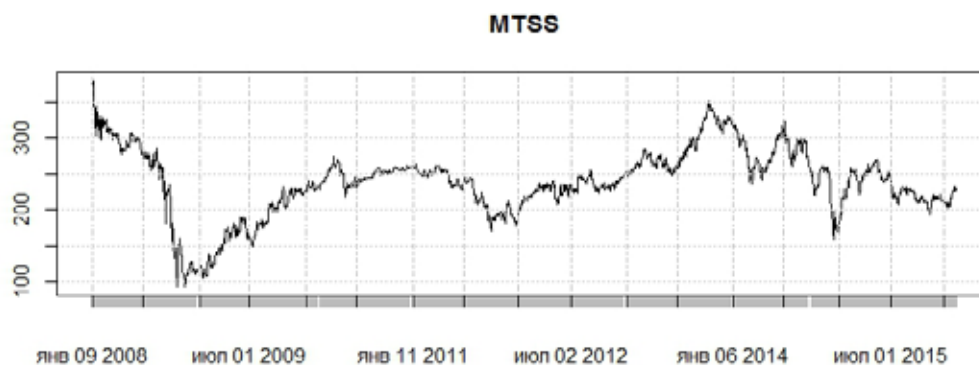


Рис. 1. Котировки акций МТС
RTKM

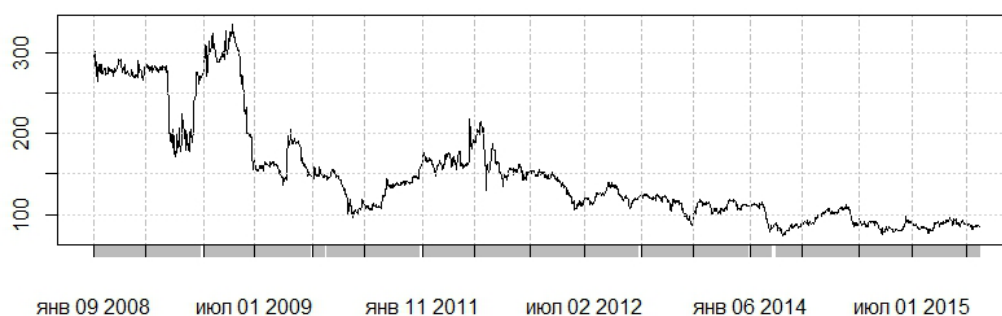


Рис. 2. Котировки акций «Ростелеком»

Поведение доходностей (рис. 3, 4) демонстрирует нулевое среднее в каждом ряду и неодинаковую дисперсию. Причём, явно выражено явление кластеризации доходностей,

то есть продолжительные во времени периоды доходность была то высокой, то низкой. К явлению кластеризации мы ещё вернёмся позже.

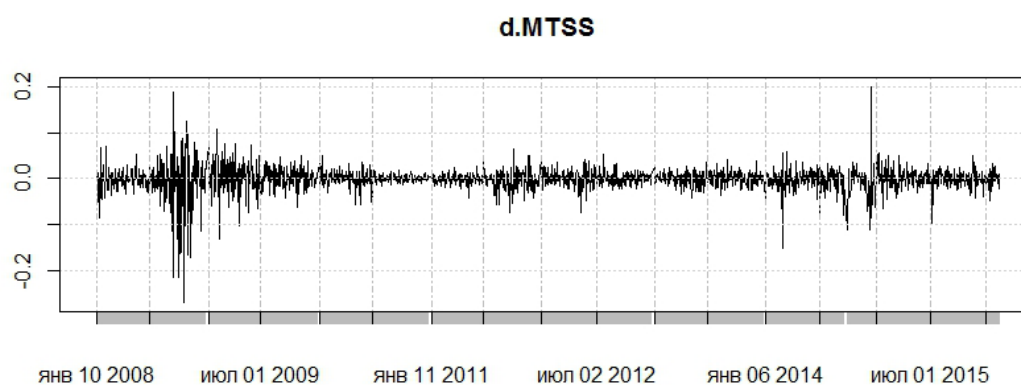


Рис. 3. Доходность акций МТС

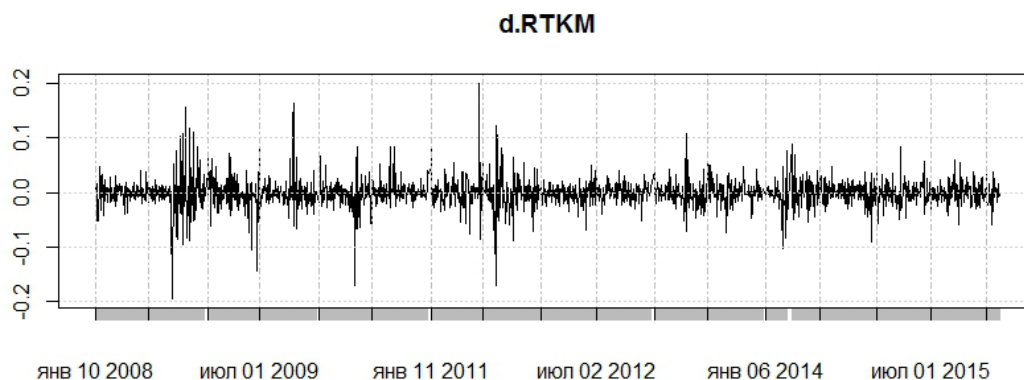


Рис. 4. Доходность акций «Ростелеком»

Вероятностная теория статистических методов, составляющая существенную часть эконометрики, рассматривает выборку как конечную последовательность независимых одинаково распределённых случайных величин. Часто предполагается, что эти величины имеют нормальное распределение. Однако, при внимательном рассмотрении реальных данных совершенно ясна нереалистичность классических предпосылок [9].

Графики, представленные на рисунках 5–7 для МТС и 8–10 для «Ростелеком», наглядно показывают существенные отличия распре-

делений доходностей акций обеих компаний от нормального распределения. При этом мы наблюдаем длинные хвосты с варьирующей тяжестью: лёгкий – справа и сочетание лёгкого и тяжёлого¹ хвостов слева (см. рис. 7, 10). Следует заметить, что ядерные оценки плотности вероятности доходностей акций «Ростелеком» адаптивным методом ближайших соседей (см. рис. 9) показывают существенную волатильность доходностей в центре кривой.

¹Тяжёлый хвост предполагает высокую плотность значений доходности, отличающихся от ожидаемого среднего значения с существенной вероятностью.

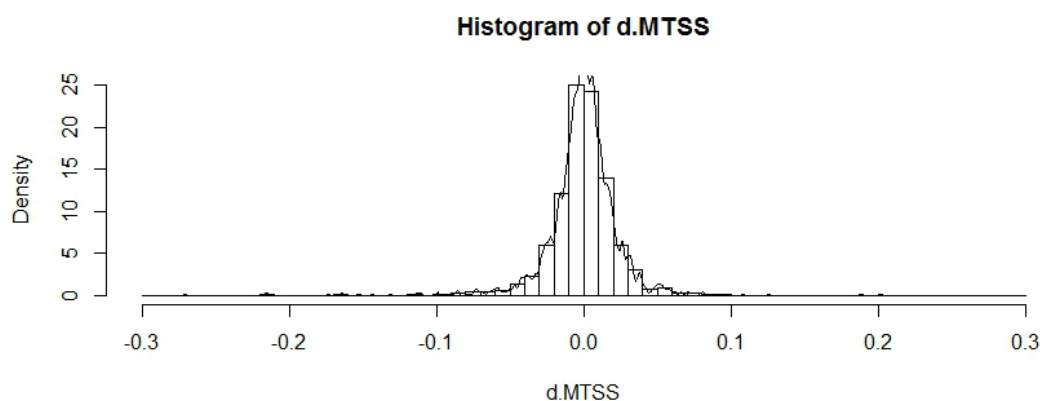


Рис. 5. Гистограмма распределения доходностей акций МТС и кривая эмпирической плотности вероятности

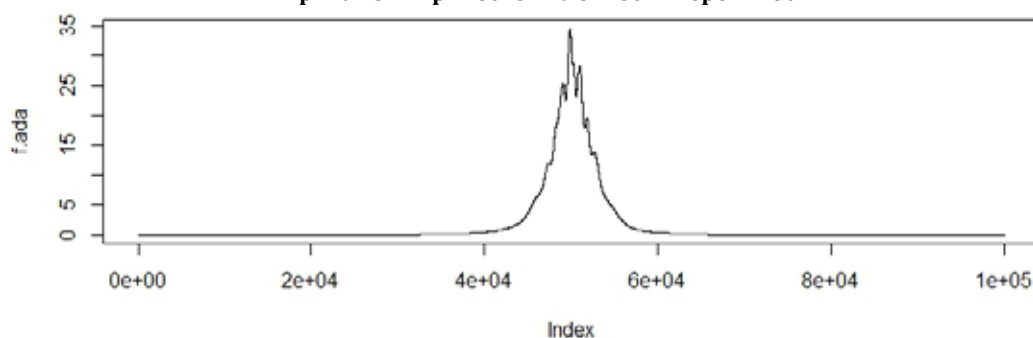


Рис. 6. Ядерные оценки плотности вероятности доходностей акций МТС адаптивным методом ближайших соседей

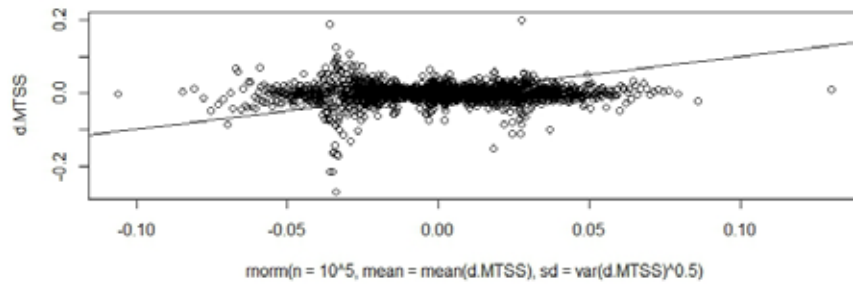


Рис. 7. График квантиль-квантиль для доходностей акций МТС

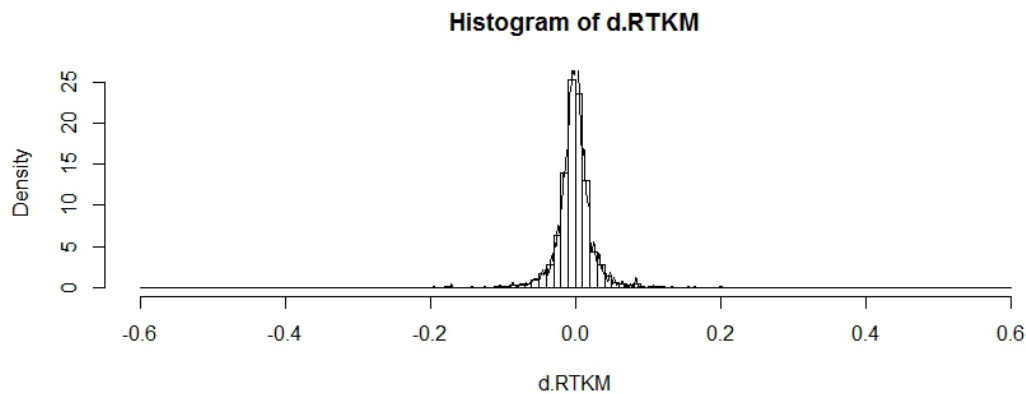


Рис. 8. Гистограмма распределения доходностей акций «Ростелеком» и кривая эмпирической плотности вероятности

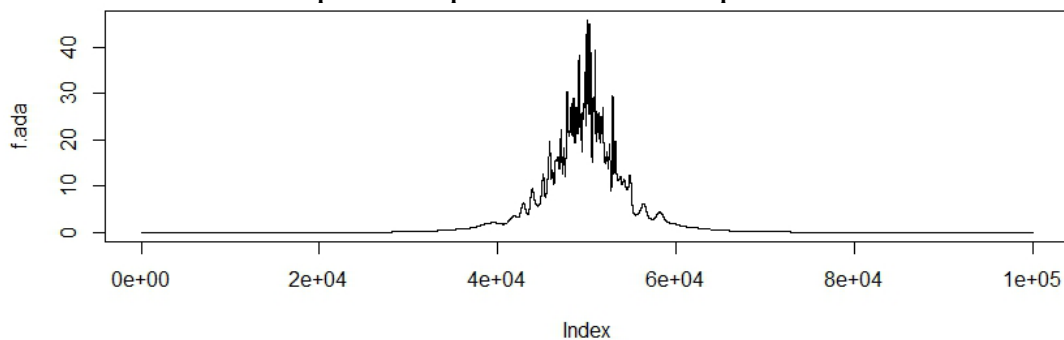


Рис. 9. Ядерные оценки плотности вероятности доходностей акций «Ростелеком» адаптивным методом ближайших соседей

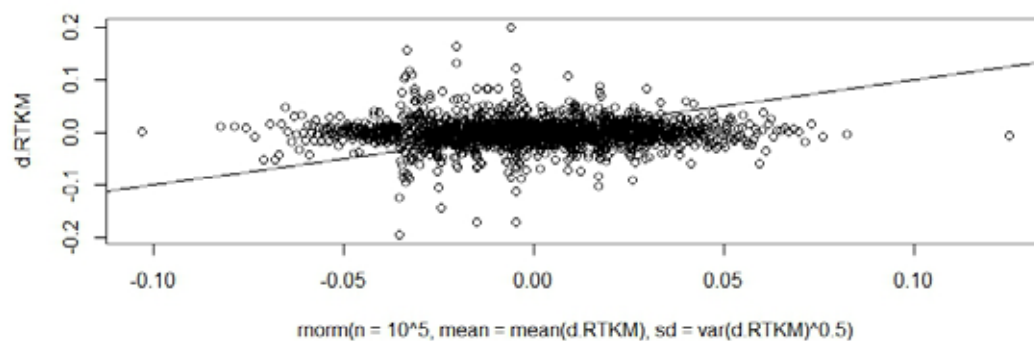


Рис. 10. График квантиль-квантиль для доходностей акций «Ростелеком»

После краткого визуального анализа временных рядов доходностей акций двух компаний были обозначены конкретные задачи:

1) продемонстрировать наиболее подходящие с точки зрения поведения эмпирических

данных и возможностей финансовой эконометрики методы прогнозирования риска;

2) оценить совокупный риск инвестирования средств в акции каждой из рассматриваемых нами компаний в отдельности;

3) из акций двух компаний построить оптимальный портфель минимального совокупного риска.

Данные, с которыми мы работали, имеют случайную природу, поэтому они неизбежно подвержены рыночному риску. Рыночный риск – это вероятность неблагоприятного изменения стоимости активов, на которую влияют множество макро-, мезо-, микроэкономических факторов.

Для того чтобы управлять возможными потерями при инвестировании средств и определять резервы для страхования этих потерь необходима количественная оценка риска. В настоящее время общепринятыми измерителями риска являются показатели «*граница потерь*» или «*стоимость под риском*» (Value at Risk, VaR) и «*ожидаемые потери*» (Expected Shortfall, ES), которые могут определяться для различных уровней значимости.

Стоимость под риском – это комплексная оценка верхней границы возможных убытков, которые может понести инвестор, работая с тем или иным финансовым инструментом (инструментами), в течение определённого периода времени, для определённого (установленного) уровня доверия.

Распределение доходностей наших акций, как это установлено выше эмпирическим путём, обладает характеристиками, свойственными распределению доходностей финансовых активов на фондовом рынке: среднее значение близко к нулю, длинные хвосты с варьирующейся тяжестью плотности распределения, заметная асимметричность со скошенностью вправо (см. рис. 7, 8, 10, 11). Для параметрического моделирования плотности распределения такого вида можно использовать семейство обобщённого гиперболического распределения (ОГР), которое наиболее полно среди параметрических моделей позволяет учесть указанные статистические особенности распределения. Теоретические и практические аспекты параметрического моделирования временных рядов с подобными свойствами представлены в работе [1].

Однако, параметрическое моделирование случайной величины не принимает во внимание временную структуру исследуемой выборки. Ранее мы отмечали, что для наших рядов доходностей характерен эффект кластеризации волатильности. Иными словами,

значительные снижения доходности и её рост имеют тенденцию группироваться. Обнаружить подобное явление (*ARCH-эффекты*) для доходностей акций МТС и «Ростелеком» позволил тест множителей Лагранжа (LM-тест).

Наличие эффекта кластеризации волатильности приводит к необходимости моделирования дисперсии доходности, для чего наиболее подходящими являются модели из класса *GARCH-моделей* [5]. В основе GARCH лежит регрессионный подход, в котором строятся модели, как для среднего значения исследуемой величины, так и для её дисперсии.

Для оценки рыночного риска инвестирования в исследуемые активы вначале была смоделирована динамика их доходностей, а затем на основе полученной модели спрогнозирована граница потерь VaR.

Для доходностей акций МТС прогноз на 100 дней вперёд (примерно на полгода) даёт убытки порядка 3,2%, а на 200 дней (до конца 2016 г.) – 3,4%. Таким образом, по данному инструменту в течение 2016 г. и к его завершению можно ожидать порядка 3% потерь доходности.

Для проверки качества оценок VaR мы воспользовались построением кривой VaR (это набор последовательных во времени значений VaR) и тестом Купика. Кривая VaR вместе с фактическими значениями доходностей в пределах экзаменуемой выборки представлены на рисунке 11, который демонстрирует незначительное количество пробоев линии VaR.

Тест Купика позволил оценить вероятность (частоту) пробоев кривой VaR фактическими доходностями. В нашем случае полученные выше прогнозные оценки VaR для доходностей МТС соответствовали 95% случаев, т.е. превышение может иметь место лишь в 5% случаев. Тест Купика даёт частоту пробоев 4,7%, что вполне соответствует предполагаемым 5%.

Таким образом, пробоев мало и наши прогнозные оценки границы потерь для доходности акций МТС на уровне порядка 3% приемлемы.

Аналогично получены результаты для доходностей акций «Ростелеком». Мы получили прогноз на полгода и до конца 2016 г. порядка 4% убытков. Кривая VaR (см. рис. 12) и тест Купика свидетельствуют о достаточном качестве оценок границы потерь.

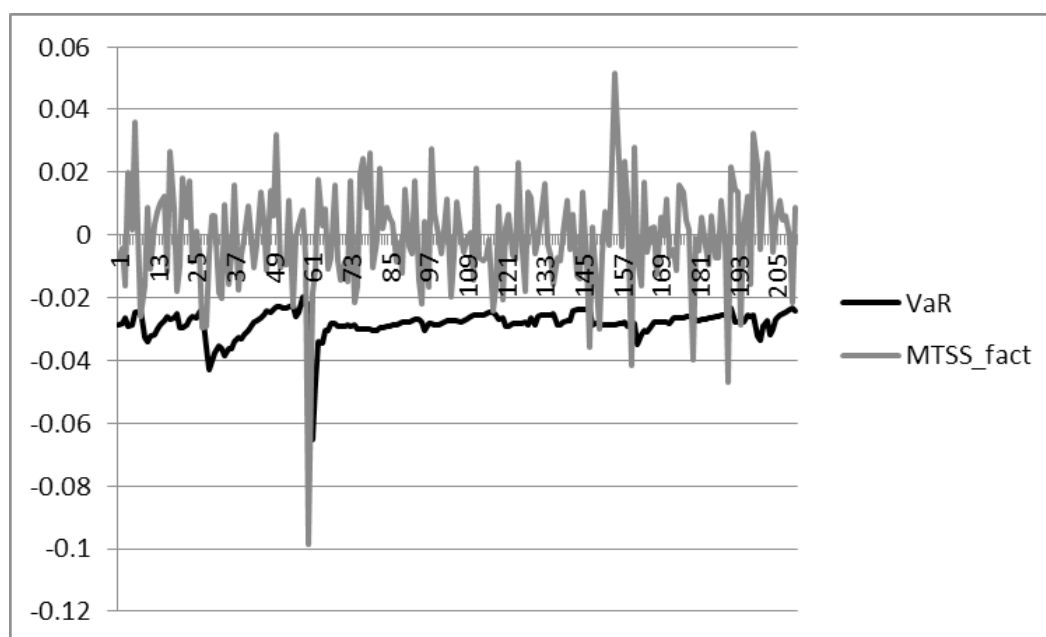


Рис. 11. МТС: кривая VaR вместе с фактическими значениями доходностей в пределах экзаменуемой выборки

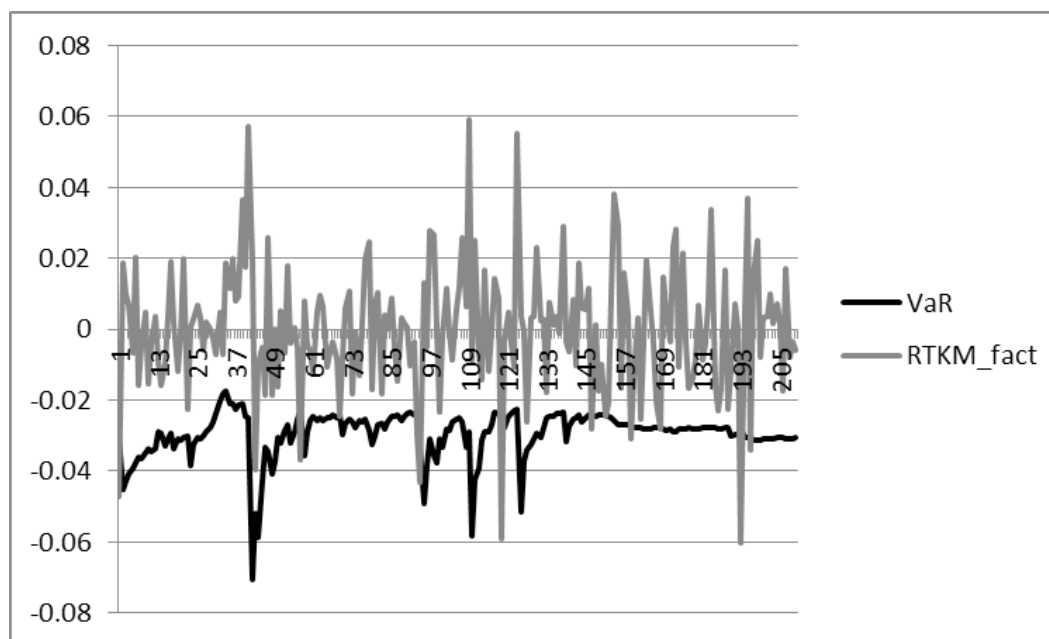


Рис. 12. «Ростелеком»: кривая VaR вместе с фактическими значениями доходностей в пределах экзаменуемой выборки

Для инвесторов, планирующих трейдинг на российском рынке телекоммуникаций, мы определили также оптимальную структуру портфеля из двух рассматриваемых инструментов, его границу потерь (VaR) и ожидаемые потери (ES). В результате был получен портфель, состоящий из 40% акций МТС и 60% акций «Ростелеком». С вероятностью 90% он имеет границу потерь примерно 1,8%, что

существенно ниже оценок, прогнозируемых для каждого инструмента в отдельности. При этом, в оставшихся 10% случаев ожидаемые потери, связанные с владением портфелем, могут составить порядка 3%.

Обобщая полученные результаты, а также учитывая прогнозы аналитиков, мы сформулировали следующие *выводы и рекомендации*:

1. Формальные эконометрические методы предсказывают снижение доходов основных игроков российского рынка телекоммуникаций в 2016 г. в среднем на 3–4%, в то время, как аналитики дают более оптимистичные прогнозы на уровне 1–2% падения данного рынка в целом.

2. Компания «Ростелеком» охватывает территорию всей России, имеет десятки миллионов абонентов, имеет надёжную поддержку со стороны государственных структур. Всё это делает покупку акций компании весьма перспективным направлением. Методы экономического моделирования всё же рекомендуют покупку акций этой компании в портфеле с другими инструментами телекоммуникационного рынка, например, с акциями МТС. Владение портфелем таких инструментов существенно обезопасит инвестора.

Таким образом, мы продемонстрировали возможности и целесообразность использования методов финансовой эконометрики для моделирования и прогнозирования сложных непредсказуемых показателей финансовых рынков. В сочетании с фундаментальным анализом рынка в целом и отдельных его инструментов эконометрические методы позволяют получить надёжные оценки ряда количественных показателей, необходимых для организации трейдинга инвестора, измерения финансовых результатов его работы с различными финансовыми инструментами.

По нашему мнению, перспективным направлением развития эконометрической науки является разработка методик, позволяющих моделировать и прогнозировать *совместное поведение в течение длительного периода времени значительного количества стохастических финансовых показателей*, занимающих главенствующее положение на рынке и во многом определяющих его состояние в целом.

Эконометрика – специфическая дисциплина, со своими теоретическими, методологическими и другими особенностями и проблемами. В то же время она является неотъемлемой частью экономических исследований, так как даёт то, что не могут дать в отдельности ни экономическая теория, ни математика, ни статистика.

На наш взгляд, современное высшее экономическое образование в России в недостаточной мере уделяет внимание эконометрической подготовке выпускников. Современный экономист должен быть вооружён не только экономическими знаниями, но и навыками анализа всего многообразия их количественных взаимосвязей, умениями строить надёжные экономические прогнозы, обосновывая их как с точки зрения практики, так и с точки зрения формальных подходов. Всеми этими умениями и навыками выпускника экономического вуза может вооружить противоречивая, но чрезвычайно полезная наука с красивым названием «эконометрика».

Библиографический список

1. *Бологов Я. В.* Моделирование процесса принятия инвестиционных решений коммерческим банком [Текст]: дис. на соискание учёной степени канд. экон. наук: 08.00.13 / Я. В. Бологов. – М., 2014. – 155 с.
2. Методы эконометрики : учебник / С. А. Айвазян. – М. : Магистр: ИНФРА-М, 2010. – 512 с.
3. *Орлова И. В., Филонова Е. С.* Эконометрическое моделирование финансовой эффективности предприятий, относящихся к виду экономической деятельности «Связь» // Международный бухгалтерский учёт. – М., 2012. – № 43. – С. 22–24.
4. *Филонова Е. С.* Прогнозирование границы потерь доходности финансовых инструментов методами финансовой эконометрики // Экономика. – 2016. – Т. 4. – № 3. – С. 12–20.
5. Эконометрика : учеб. для магистров / под ред. И. И. Елисевой. – М. : Издательство Юрайт, 2014. – 449 с.
6. Курс акций компании Ростелеком и перспективы их покупки // ЕвроБанко: интернет журнал о финансах, инвестировании и предпринимательстве в России. – 2016. – URL: <http://eurobanko.ru/company/rostelekom-aksiya/> (дата обращения: 15.02.2016).
7. Перспективы – 2016 // Вестник связи: ежемес. научно-технический журнал. – 2016. – 26 янв. – URL: <http://www.vestnik-sviaz.ru/news/perspektivy-2016/> (дата обращения: 14.02.2016).
8. Рынок сотовой связи пошёл на снижение // URL: <http://www.utro.ru/articles/2015/12/25/1265704.shtml> (дата обращения: 15.02.2016).
9. Эконометрика. Современные эконометрические методы // URL: <http://bourabai.ru/econometrics/chapter15.htm> (дата обращения: 13.04.2016).

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

НОВАЯ ЭКОНОМИКА И РЕГИОНАЛЬНАЯ НАУКА

№ 3(6), 2016 г.

Выходит три раза в год

Учредителями журнала являются Владимирский филиал ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Владимирское региональное отделение ООО «Российская ассоциация содействия науке» (ВРО РАСН)

Журнал «Новая экономика и региональная наука» содержит основные результаты исследований отечественных и зарубежных ученых по проблемам развития российской и мировой экономики. Издается для научных сотрудников, государственных служащих, менеджеров различных уровней, специалистов в области экономики, аспирантов, студентов, а также всех интересующихся проблемами современной экономики.

Периодический общественно-научный журнал «Новая экономика и региональная наука» является преемником сборника научных трудов «Вестник Владимирского филиала Финансового университета» (ISBN 978-5-905894-47-3 (№1); ISBN 978-5-905894-63-3 (№2)) и сборника научных трудов «Вестник филиала Всероссийского заочного финансово-экономического института в г. Владимире» (ISBN 5-93350-112-3 (№1); ISBN 5-89368-767-1 (№2); ISBN 978-5-8311-0408-0 (№3); ISBN 978-5-83110-482-0 (№4); ISBN 978-5-4359-0004-0 (№5); ISBN 978-5-9903434-9-8 (№6)), которые издавались с 2006 г.

ISSN 2409-0816

УДК 330+332
ББК 65

**Адрес редакции
и издателя:**
600037, г. Владимир,
ул. Тихонравова, 1

Главный редактор -
Юдина Наталья
Владимировна
Дата выхода выпуска -
19.12.2016 г.

Телефон для справок:
(4922) 54-08-29
Факс: (4922) 54-08-29
Электронная почта:
ne-and-rn@mail.ru

Орган,
зарегистрировавший
СМИ: Управление
Федеральной службы
по надзору в сфере
связи, информационных
технологий и массовых
коммуникаций
по Владимирской
области (Управление
Роскомнадзора по
Владимирской области).
Свидетельство о
регистрации
ПИ № ТУ33-00368
от 24.07.2014 г.

*Распространяется
бесплатно*

Корректурa: Е. Кузнецова

Тираж 500 экз.
Заказ № 22

Подписано в печать
15.12.2016

Отпечатано с готового
оригинала макета
ООО «Шерлок-пресс»
600000, г. Владимир,
ул. Девическая, д. 11