



СОВРЕМЕННАЯ НАУКА :
АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ

ЭКОНОМИКА И ПРАВО № 7–8 2013 (июль–август)

Учредитель журнала Общество с ограниченной ответственностью
«НАУЧНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»

Редакционный совет

- В.Н. Боробов** – д.э.н., проф. Российской Академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ
Ю.Б. Миндлин – к.э.н., доцент, Финансовый университет при Правительстве РФ
А.М. Абрамов – д.ю.н., проф. Российской таможенной академии
В.И. Бусов – д.э.н., проф. Государственного университета управления
А.М. Воронов – д.ю.н., проф. Финансовый университет при Правительстве РФ
В.А. Горемыкин – д.э.н., проф. Национального института бизнеса
В.И. Дорофеев – д.э.н., проф. г.н.с., НИЦ "Московский психолого–социологический университет"
С.П. Ермаков – д.э.н., проф. Института социально–экономических проблем народонаселения РАН
Н.А. Лебедев – д.э.н., проф. ведущий научный сотрудник Института экономики РАН
Б.Б. Леонтьев – д.э.н., проф., директор Федерального института сертификации и оценки интеллектуальной собственности и бизнеса
М.М. Малышева – д.э.н., ведущий научный сотрудник Института социально–экономических проблем народонаселения РАН
Б.Л. Межиров – д.э.н., проф. Финансового университета при Правительстве Российской Федерации
В.Н. Незамайкин – д.э.н., проф. Финансового университета при Правительстве Российской Федерации
Н.С. Нижник – д.ю.н., проф. Санкт–Петербургского университета МВД России
Р.Б. Новрузов – д.э.н., проф. Государственного университета управления
И.Н. Рыкова – д.э.н., проф., Директор Института инновационной экономики Финансового университета при Правительстве РФ
М.А. Рыльская – д.ю.н, доцент Российской таможенной академии
А.А. Сумин – д.ю.н., проф. Московского университета МВД России
А.А. Фатьянов – д.ю.н., профессор Национального исследовательского ядерного университета "МИФИ"

Издатель: Общество с ограниченной ответственностью
«Научные технологии»
 Адрес редакции и издателя:
 109443, Москва, Волгоградский пр–т, 116–1–10
 Тел./факс: 8(495) 755–1913
 E–mail: redaktor@nauteh–journal.ru
 Http: // www.nauteh–journal.ru
 Http: // www.vipstd.ru/nauteh

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере массовых коммуникаций, связи и охраны культурного наследия.
 Свидетельство о регистрации
 ПИ № ФС 77–44914 от 04.05.2011 г.

Scientific and practical journal



В НОМЕРЕ:

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ
 ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ
 БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, СТАТИСТИКА,
 МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА, ПРАВО
 ИННОВАЦИОННЫЕ И МУЛЬТИДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ПРОБЛЕМЫ
 НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Журнал издается с 2011 года

Редакция:

Главный редактор

В.Н. Боробов

Выпускающий редактор

Ю.Б. Миндлин

Верстка

VIP Studio ИНФО (www.vipstd.ru)

Подписной индекс издания
 в каталоге агентства «Почта России» – 10472

В течение года можно произвести
 подписку на журнал непосредственно в редакции

Авторы статей

несут полную ответственность за точность
 приведенных сведений, данных и дат

При перепечатке ссылка на журнал
 «Современная наука: Актуальные проблемы
 теории и практики» обязательна

Журнал отпечатан в типографии

ООО «КОПИ–ПРИНТ»

тел./факс: (495) 973–8296

Подписано в печать 26.08.2013г.

Формат 84x108 1/16

Печать цифровая

Заказ № 0000

Тираж 2000 экз.

ISSN 2223-2974



СОДЕРЖАНИЕ

CONTENTS

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ

- А.Ю. Божко** – Систематизация и классификация факторов развития малого бизнеса
A. Bozhko – Ordering and classification of factors of small business3
- Д.Н. Бухалов** – Современное состояние и тенденции развития подотраслей мясного животноводства Пермского Края
D. Bukhalov – Current state and tendencies of development of subsectors of meat animal husbandry of Perm Krai6
- А.М. Годин** – Ключевые функции разработки нового продукта
A. Godin – Key features of the new product development10
- А.М. Годин** – Интенсивность обновления продуктов в странах с развитой рыночной экономикой
A. Godin – The intensity of product updates in the countries with developed market economies13
- А.Л. Добровольский** – Взаимосвязь замысла и стратегического планирования
A. Dobrovolskii – Relationship of strategic planning and plan ...17
- Е.И. Кельбах, П.С. Рудницкая, Я.Е. Уракова** – Факторы потребительского поведения в розничной торговле на примере марки шоколада "Kinder"
E. Kel'bakh, P. Rudnickaja, J. Urakova – Factors of consumer behavior in the retail trade on the example of the brand of chocolate kinder19
- А.И. Марамзин, К.В. Новикова** – Проблемы рынка сбыта сельскохозяйственной продукции Пермского Края
A. Maramzin, K. Novikova – Problems of Perm region agricultural products distribution23
- К.В. Новикова, Д.В. Некрасова** – Развитие рынка потребительского кредитования: проблемы и перспективы
K. Novikova, D. Nekrasova – The development of the consumer credit market: problems and prospects25
- В.М. Нусинов** – Оценка опыта организации корпоративного сектора в России
V. Nusinov – Assessment of experience of organization of corporate sector in Russia28
- А.С. Попов** – Муниципальный бюджет как путь к современной модели межбюджетных отношений
A. Popov – Municipal budget as a way to present models Intergovernmental relations31
- А.Ш. Сичинава** – Специфика финансирования малого и среднего предпринимательства в России и восприятие предпринимательства в общественном сознании
A. Sichinava – The specifics of financing small and medium enterprises in Russia and the perception of entrepreneurship in the public consciousness35
- Р.И. Хутаев** – Основные подходы к научному определению понятия "Инвестиции"
R. Khoutaev – The main approaches to the scientific definition of the term "Investment"37
- А.П. Чекалин** – Критерии эффективности в системе управления организацией на примере холдинг-группы "Альянс"
A. Chekalin – Criteria of efficiency in the management of the organization holding the example of the "Alliance"42

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ

- В.Е. Волохатая** – Критический анализ подходов к определению понятия "Депозитные ресурсы банка"
V. Volokhataya – Critical analysis of approaches to the definition of "bank deposit"47
- Я.И. Лын** – Аудит как особенная форма государственного финансового контроля
Y. Lyn – Audit as special form of the state financial control ...51

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, СТАТИСТИКА

- Т.П. Сацук** – Организация управленческого учета в системе контроллинга
T. Satsuk – Organization of management accounting in the system of controlling54

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

- И.Н. Кучерова** – Реформирование корпоративного налога в США: проекты и перспективы
I. Kucherova – U.S. Corporate tax reform: Project & Prospect .57

ПРАВО

- М.М. Ершова** – Договор перевозки грузов автомобильным транспортом
M. Yershova – The contract of carriage of goods by road61
- И.А. Фадеев** – Взаимодействие в системе органов предварительного следствия и подразделений экономической безопасности и противодействия коррупции
I. Fadeev – The interaction in the system of preliminary investigation and divisions of economic security and Anti-corruption ...64

ИННОВАЦИОННЫЕ И МУЛЬТИДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ПРОБЛЕМЫ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ В МИРЕ

- Е.Ю. Бобкова** – Принцип изменения в формировании ресурсных факторов производства предприятия
E. Bobkova – The principle of change in the formation of the enterprise resource inputs67
- Т.В. Жирнова** – Система управления предприятием с учетом контроллинговой деятельности
T. Zhirnova – Control system now in view of kontrolingovoy70
- Е.Г. Наркевич** – Шкалы оценки Франчайзи
E. Narkevitch – Rating Scale Franchisee73
- А.С. Самсонова** – Метод отбора провайдера услуг технического сервиса
A. Samsonova – The method of selecting a service provider of technical services76

ИНФОРМАЦИЯ

- Наши Авторы / Our Authors79
- Требования к оформлению рукописей и статей для публикации в журнале80

№ 7-8 2013 (июль-август)

CONTENTS

СИСТЕМАТИЗАЦИЯ И КЛАССИФИКАЦИЯ ФАКТОРОВ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

ORDERING AND CLASSIFICATION OF FACTORS OF SMALL BUSINESS

A. Bozhko

Annotation

The article provides a different concept of the word factor. We examine various factors copyrights classification of small business development. Con-sidered in the light of various factors on the impact of small business-es. We propose self-classification.

Keywords: external factors, internal factors, small entrepreneurship, Moscow.

Божко Андрей Юрьевич

Аспирант,
Национальный институт бизнеса,
Москва

Аннотация

В статье приводятся разные понятия слова фактор. Рассмотрены разные авторские классификации факторов развития малого бизнеса. Рассмотрены разные факторы через призму воздействия на компании малого бизнеса. Предложена собственная классификация.

Ключевые слова:

Внешние факторы, внутренние факторы, малое предпринимательство, Москва.

Малый бизнес функционирует в определенных условиях микро- и макросреды, которые оказывают влияние на тенденции его развития. Важным этапом в оценке возможностей и проблем развития является определение понятийного аппарата, а также систематизация и классификация соответствующих факторов, обуславливающих устойчивое развитие малого бизнеса в современных условиях.

Определим, что же означает понятие "фактор" и "фактор развития".

Фактор – это причина, движущая сила, необходимое условие какого-либо процесса, явления, определяющее его характер или отдельные черты [1].

Отличительной особенностью благоприятного развития малого бизнеса является баланс различных факторов государственного и рыночного воздействия, что является необходимым условием современных рыночных условий хозяйствования.

Систематизация определенных факторов позволяет определить основные тенденции развития малого бизнеса.

Среда развития малого бизнеса представляет собой системную категорию, включающую в себя определенные условия, прежде всего, экономического, политического, организационно-правового и социального характера, обеспечивающие экономическую свободу физичес-

ким и юридическим лицам для осуществления предпринимательской деятельности.

Среда развития малого бизнеса характеризуется сложившейся экономической и политической обстановкой, правовой, социально-культурной, технологической, географической средой, экологической ситуацией, а также состоянием институциональной и информационной систем.

Как пишет Г. Марченко: "Среда развития малого бизнеса должна обладать определенным качеством, выражаемым через состояние факторов макро- и микросреды и экономическую политику государства, а также наличием предпринимательских "фермента" и потенциала в обществе"[2].



Исходя из выше изложенного, по нашему мнению, среда развития малого бизнеса в современных условиях хозяйствования представляет собой интегрированную совокупность факторов, формирующих возможность и способность существования предприятий малого бизнеса и способствующих их активности и экономическому развитию.

Факторы среды малого бизнеса определяют эффективность его развития, которая влияет на способность малых предприятий осуществлять деятельность, а также определяет активность этой деятельности.

По мнению, А.С. Самохвалова, сложность систематизации и классификации факторов развития малого бизнеса состоит в том, что они могут носить формальный и неформальный характер[3].

Так, формальные нормы и правила, которые выражаются, в первую очередь, в государственном регулировании, нормативной регламентации, законах рыночного спроса и предложения и прочих воздействиях, понятны всем субъектам малого бизнеса и их совокупность является четким механизмом регулирования деятельности малых предприятий.

Что касается неформальных факторов, таких как "обычаи делового оборота", особенности предпринимательского этикета и тому подобные правила, представляют собой особые сложности для развития малого бизнеса.

Таким образом, по нашему мнению, определяющая роль в систематизации факторов с учетом их формального и неформального происхождения, конечно, принадлежит государству в рамках принадлежащих ему полномочий, но без нарушения принципов демократичности экономических отношений в государстве. В данном случае необходимо наличие организационно-правового и экономического механизма регулирования среды малого



бизнеса, факторы и условия которой должны обеспечивать его эффективное функционирование.

В теории существует практически единогласное мнение о подчиненности и зависимости малого бизнеса от предпринимательской среды и ее факторов. В таком ракурсе малый бизнес рассматривается как система, внутренняя среда которой изменяется под воздействием факторов среды малого бизнеса (или внешних факторов). Но если рассматривать малый бизнес как институт и как систему, то необходимо говорить о путях и возможностях субъектов малого бизнеса влиять на состояние и развитие среды. Речь идет о механизме взаимобратных связей между малым бизнесом и средой его деятельности, что практически отсутствует в настоящий момент в российском предпринимательстве.

Важно отметить, что развитие малого бизнеса происходит в условиях динамического и противоречивого изменения параметров всей совокупности факторов как внешнего, так и внутреннего воздействия. Следовательно, различают внешние факторы развития, обусловленные характером окружающей среды, и внутренние факторы развития, обусловленные особенностями внутренней среды малого бизнеса.

К внешним факторам, определяющим конкретные условия деятельности предприятий малого бизнеса, как правило, относят природные, демографические, культурные, социальные, технологические, научно-технические, экономические, политические и инновационные факторы.

Причем, каждый из перечисленных факторов имеет свой механизм воздействия посредством свойственных каждому из них набору воздействующих регуляторов, определяющих состояние среды малого бизнеса.

В системе внешних факторов следует выделить две подгруппы, оказывающих существенно различное влияние на развитие малого бизнеса: факторы прямого воздействия и факторы косвенного воздействия.

Факторы первой группы оказывают непосредственное влияние на развитие малого бизнеса и субъекты должны незамедлительно на них реагировать. К их числу можно отнести изменение нормативно-правовой базы, элементов налоговой системы, механизмов конкурентной борьбы.

Факторы второй группы оказывают влияние опосредованно и не требуют немедленного реагирования на них субъектов предпринимательской деятельности, но в дальнейшем все равно приводят к необходимости изменить или подстраивать предприятия малого бизнеса к последствиям наступления факторов косвенного воздействия. В данном случае речь идет об общей политической обстановке в стране, международных экономических от-

ношениях, развитии отрасли или сферы деятельности предприятий малого бизнеса и другие.

К внутренним факторам развития малого бизнеса относят те факторы, которые отражают уровень развития форм и отношений собственности, регламентацию прав собственности, внутренние особенности структуры малого бизнеса, такие как организационная структура, масштаб предприятия, стиль управления и прочие составляющие всей системы факторов внутренней среды, определяющиеся, прежде всего, субъектом предпринимательской деятельности.

По мнению Е.М. Самородова: "Внутренние факторы предпринимательства можно рассматривать как организационно-предпринимательский капитал, к которому в том числе с ранее перечисленными слагаемыми, можно добавить или конкретизировать такими компонентами как собственный капитал, контролируемый капитал, организационные привилегии и коммерческие секреты, рейтинг организаторского опыта и достижений"[4].

Среди всей совокупности факторов, оказывающих влияние на развитие малого бизнеса, предлагается и другая их классификация.

Так, по мнению И. Н. Денисовой, на субъекты малого бизнеса оказывает влияние сложная комбинация экзогенных (внешних) факторов, не подконтрольных руководству, и эндогенных (внутренних) факторов, активно управляемых предпринимателем. Совокупное влияние экзогенных и эндогенных факторов, носящих циклический характер, может формировать благоприятный предпри-

нимательский климат или, наоборот, способствовать свертыванию предпринимательской активности[5].

Исходя из вышеизложенного, представляется возможным сделать вывод о многообразии факторов воздействия на развитие малого бизнеса и их классификацию.

По нашему мнению, существенное влияние на развитие малого бизнеса как института экономической сферы оказывают факторы внешней среды как неконтролируемые, так и поддающиеся некоторому контролю субъектом малого бизнеса, которые, в свою очередь, представляют собой факторы предпринимательской среды.

По нашему мнению, всю систему факторов, оказывающих влияние на развитие малого бизнеса, можно представить в виде схемы, которая отражает наиболее значимые факторы различных сфер регулирования, оказывающие первостепенное влияние на развитие малого бизнеса.

Среди сфер регулирования представляется необходимым выделить такие основные блоки как факторы государственного регулирования, факторы рыночного механизма, факторы ресурсного обеспечения и факторы риска.

Исходя из анализа всей совокупности факторов, влияющих на развитие малого бизнеса, следует сделать вывод о преобладании в системе факторов внешней среды, субъектом формирования которых является, прежде всего, государство и его институты.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бельчиков Ю.А., Панюшева М.С. Словарь паронимов современного русского языка. – М.: Русский язык, 1994. – С. 419.
2. Марченко Г., Мачульская О. Предпринимательский климат в крупных городах России // Эксперт. 2010. №19 (3 73). С. 88–93.
3. Самохвалов А. С. Стратегический подход к развитию предпринимательства в России // Российское предпринимательство. 2012. № 6 (204). С. 43–46.
4. Самородова Е. М., Маслова О. Л. Основной капитал предпринимателя: об организационно-предпринимательских способностях через призму теории человеческого капитала // Российское предпринимательство. 2008. № 9, вып. 2. С. 20–24.
5. Денисова И. Н. Деловая активность как измеритель адаптации субъектов бизнеса к условиям рынка: методологические основы адаптации предпринимательских структур к социально-экономическим условиям функционирования и развития // Российское предпринимательство. 2012. № 3 (201). С. 34–39.

© А.Ю. Божко, (andreybozhko87@gmail.com), Журнал «Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики»,



Международный форум
www.lawtek.ru
ПравоГЭК'2013



СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПОДОТРАСЛЕЙ МЯСНОГО ЖИВОТНОВОДСТВА ПЕРМСКОГО КРАЯ

CURRENT STATE AND TENDENCIES OF DEVELOPMENT OF SUBSECTORS OF MEAT ANIMAL HUSBANDRY OF PERM KRAI

D. Bukhalov

Annotation

Change of former social and economic system was negatively reflected in a condition of agro-industrial complex. At this conjuncture separately operating agricultural and processing enterprises can't provide stable development of production and social spheres in agriculture. Stabilization of agrarian production requires improvement of the economic mechanism of relationship of all links of agrarian and industrial complex with use of intensive factors. For the characteristic of capacity of Perm Krai the analysis of the amount of its production and consumption per capita, degree of self-reliance of the region is provided by main types of the food.

Keywords: agro-industrial complex, agriculture, meat production, animal husbandry, food industry.

Бухалов Дмитрий Николаевич

ФГБОУ ВПО "Пермская государственная сельскохозяйственная академия им. академика Д.Н. Прянишникова"

Аннотация

Изменение прежней социально-экономической системы негативно отразилось на состоянии агропромышленного комплекса. В сложившихся условиях обособленно действующие сельскохозяйственные и перерабатывающие предприятия не могут обеспечить стабильного развития производственной и социальной сфер в сельском хозяйстве. Для стабилизации аграрного производства необходимо совершенствование экономического механизма взаимоотношений всех звеньев АПК с использованием интенсивных факторов. Для характеристики потенциала Пермского края приведен анализ размера его производства и потребления на душу населения, степень самообеспеченности региона основными видами продовольствия.

Ключевые слова:

Агропромышленный комплекс, сельское хозяйство, мясное производство, животноводство, пищевая промышленность.

За годы трансформации прежней социально-экономической системы планово-распределительный тип хозяйствования был преобразован в систему саморегулируемых рыночных механизмов: цен, спроса, предложения, конкуренции. Изменение экономических условий негативно отразилось на состоянии агропромышленного комплекса. Кризисные явления в агропромышленном комплексе были обусловлены диспаритетом цен на промышленную и продовольственную продукции, сокращением государственной поддержки аграрного сектора экономики, снижением платежеспособного спроса населения на продовольствие, конкуренцией импортных товаров. Вследствие этого, произошло резкое сокращение производства многих видов продовольствия. Современный этап развития экономики в стране характеризуется формированием и развитием предприятий всех форм собственности, возникновением конкуренции, потребностью в повышении экономической эффективности производства.

Пермский край является одним из экономически развитых субъектов Российской Федерации. Данный субъект относится к немногочисленным в нашей стране регионам – донорам. Основную часть региональной экономики формируют предприятия нефтегазовой, химической, нефтехимической, целлюлозно-бумажной промышлен-

ности, черной и цветной металлургии.

В сложившихся условиях обособленно действующие сельскохозяйственные и перерабатывающие предприятия не могут обеспечить стабильного развития производственной и социальной сфер в сельском хозяйстве. Для стабилизации аграрного производства необходимо совершенствование экономического механизма взаимоотношений всех звеньев АПК с использованием интенсивных факторов. На современном этапе рыночных преобразований в агросфере важным направлением выхода из кризиса является развитие интеграционных связей между отраслями АПК и кооперации сельскохозяйственных товаропроизводителей.

Для характеристики потенциала региона важное значение имеют показатели размера его производства и потребления на душу населения, степень самообеспеченности региона основными видами продовольствия.

Пермский край самостоятельно не обеспечивает потребности населения в мясной продукции, однако динамика уровня самообеспечения региона имеет положительную тенденцию. Так, в 2011 г. коэффициент самообеспечения населения Пермского края мясом и мясными продуктами составил 0,76 процентных пункта против

0,52 п.п. в 2007 году. Существенной характеристикой для развития сельскохозяйственных товаропроизводителей Пермского края является уменьшение ввоза на территорию Пермского края мясных продуктов из регионов-конкурентов.

Количественные и качественные показатели, характеризующие состояние отрасли Пермского края, не отражают всего ее потенциала, что является одним из ведущих факторов, негативно влияющих на состояние экономики региона и здоровье населения. При этом Пермский край потребляет ежегодно свыше 140 тыс. т мяса и мясных продуктов, что определяет ёмкость внутреннего рынка. Потенциал ёмкости рынка мясных продуктов питания в существующих условиях не ограничивается по объемам, но зависит от покупательской способности. [1]

В 2011 г. по сравнению с 2007 г. при стабильном потреблении мяса и мясных продуктов населением Пермского края и увеличении объемов производства данной продукции региональными сельскохозяйственными товаропроизводителями, произошло снижение ее ввоза в регион на 16,9%. Продовольственный рынок мяса и мясных продуктов Пермского края имеет тенденцию к увеличению, о чем свидетельствует увеличение личного потребления данного вида продовольствия (таблица 1).

Одной из причин значительного вывоза продукции при ее существенном ввозе является неурегулированность взаимоотношений между сельскохозяйственными

организациями и мясоперерабатывающими предприятиями по вопросу ценообразования на сельскохозяйственную продукцию. Опережающие темпы развития АПК в центральной и южной частях России, различные уровни и подходы к инвестициям и к поддержке развития АПК в соседних регионах создают угрозу сокращения доли региональных сельскохозяйственных товаропроизводителей на продовольственном рынке Пермского края.[3]

Производственный потенциал животноводческой отрасли в крае представлен свиноводством, птицеводством, молочным и мясным скотоводством. Для эффективного ведения сельскохозяйственного производства необходимо сохранение и собственное воспроизводство поголовья скота и птицы.[2]

Среди положительных моментов можно отметить, что поголовье крупного рогатого скота в крестьянских (фермерских) хозяйствах увеличилось на 2,7%, или на 200 голов. Это связано, прежде всего, с тем, что в данной категории сельскохозяйственных товаропроизводителей сосредоточена наименьшая доля поголовья. В тоже время наблюдается негативная тенденция в динамике показателей поголовья свиней – снижение на 33,5%, поголовья птицы – снижение на 14,5%.

Тенденции в производстве мяса по видам и мясопродуктам в Пермском крае подтверждают, что наибольшее сокращение наблюдается в производстве мяса крупного рогатого скота – на 43,2% в 2011 г. по сравнению с

Таблица 1

Ресурсы и использование мяса и мясных продуктов в Пермском крае, тыс. т.[4]

Показатель	2007 г	2008 г	2009 г	2010 г	2011 г	2011 г. в % к 2000 г.
Ресурсы						
Запасы на начало года	216,9	210,5	188,4	185,9	183,0	84,37
Производство	151,8	179,9	177,3	177,0	234,4	154,41
Ввоз, включая импорт	132,4	111,7	132,1	119,6	109,9	83,01
Итого ресурсов	501,1	502,1	497,8	482,5	527,3	105,23
Использование						
Производственное потребление	11,3	18,8	20,8	19,0	24,7	218,58
Потери	7,1	8,2	8,4	8,2	9,7	136,62
Вывоз, включая экспорт	0,4	0,2	0,6	0,1	0,3	75,00
Личное потребление	271,8	286,1	282,1	272,2	277,5	102,10
Запасы на конец года	210,5	188,4	185,9	183,0	215,1	102,19

Таблица 2

Производство мяса в хозяйствах всех категорий в Пермском крае в убойном весе (по видам), тыс. т. [4]

Виды продукции	Годы							2011 г. в % к 2000 г.
	2000	2005	2007	2008	2009	2010	2011	
Мясо скота и птицы	97,5	85,1	83,4	77,2	77,3	80,5	81,1	83,2
Мясо крупного рогатого скота	38,4	33,1	27,8	24,6	23,0	23,0	21,8	56,8
Мясо свиней	37,6	32,4	33,6	28,5	26,1	24,8	26,9	71,5
Мясо птицы	19,4	17,7	22,6	22,7	26,9	31,3	31,0	159,8

2000 г., производство мяса свиней сократилось на 28,5%. Серьезное снижение производства мяса свиней и крупного рогатого скота за последние одиннадцать лет частично компенсируется ростом производства мяса птицы более чем в 1,5 раза (табл. 2).

Выявлено, что за исследуемый период рынок мяса говядины имеет тенденцию к уменьшению – 5,7%. Тенденция роста рынков мяса птицы, свинины и сужения рынка говядины соответствует тенденциям мировой структуры производства и потребления мяса. В мясном скотоводстве наблюдается снижение объемов производства (убоя) на 10%. В то же время перерабатывающая отрасль увеличила использование говядины на 3%, прежде всего за счет ввоза мяса на территорию Пермского края из других областей. Местные производители обеспечивают потребности края в говядине менее чем на 60%. Снижение объемов производства продукции отрасли животноводства на 25% привело к потере региональными товаропроизводителями рынков сбыта мясной продукции.

Концепция и специализация в отраслях свиноводства и птицеводства позволила сохранить некоторую стабильность и более успешно приспособиться им к условиям рыночной экономики. К специализированным предприятиям, где производственный цикл осуществляется с помощью оптимального уровня механизации и автоматизации, относятся птицефабрики и свинокомплекс "Пермский", которые имеют свои комбикормовые заводы и модули по переработке продукции. ОАО "Пермский свинокомплекс" ежегодно производит более 20 тыс. т свинины (около 90% от краевых объемов).

Небольшая доля малых и средних предприятий в общем объеме производства мяса и мясopодуKтов, что обусловлено, во-первых, неразвитостью инфраструктуры мясного животноводства. Это приводит к трудностям по обеспечению перерабатывающих предприятий местным сырьем. Во-вторых, изношенностью оборудования мясоперерабатывающих предприятий, что в свою очередь препятствует выпуску конкурентоспособной продукции. В-третьих, низкой инвестиционной привлекательности

удаленных от крупного промышленного центра мясоперерабатывающих предприятий с устаревшей техникой и технологий.

При обозначенных негативных тенденциях в производстве, выявлено, что мясоперерабатывающая промышленность начинает наращивать темпы производства продукции. О динамике развития можно судить по следующим данным: в 2011 г. по сравнению с 2000 г. увеличились объемы производства мяса и субпродуктов на 7,1%, колбасных изделий, мясных полуфабрикатов – в 2 раза, мясных консервов – в 2,5 раза (табл. 3).

Такая положительная тенденция наметилась после длительного кризиса в отраслях пищевой промышленности Пермского края и явилась следствием притока внешних инвестиций и существенных изменений в институциональной структуре производства. Это связано с трудностями в обеспечении перерабатывающих предприятий сырьем вследствие снижения объемов сельскохозяйственного производства: в изношенности оборудования, что препятствует выпуску конкурентоспособной продукции, способствует низкой инвестиционной привлекательности удаленных от крупного промышленного центра перерабатывающих предприятий с устаревшей техникой и отсталыми технологиями. Также сдерживающими факторами являются: низкий платежеспособный спрос населения районных центров Пермского края.

В настоящее время потребление мяса в крае в среднем растет на 1,7% в год. В тоже время мясоперерабатывающая отрасль увеличила переработку говядины в 2011 г. по сравнению с 2000 г. на 3% прежде всего за счет ввоза мяса-сырья в Пермский край из других областей и импорта. Объемы производства колбасных изделий и мясных полуфабрикатов на мясоперерабатывающих предприятиях увеличились за исследуемый период в 2 раза.

За анализируемый период (с 2000 г. по 2011 г.) средние цены производителей мяса (в живом весе) увеличились в среднем в 3,7 раза (с 18627 руб./т до 68480 руб./т). При этом наибольший рост цен наблюдался по

Таблица 3

Динамика производства пищевых продуктов мясоперерабатывающей промышленности Пермского края, тыс. т. [4]

Виды продукции	Годы							2011 г. в % к 2000 г.
	2000	2005	2007	2008	2009	2010	2011	
Мясо скота и птицы	97,5	85,1	83,4	77,2	77,3	80,5	81,1	83,2
Мясо крупного рогатого скота	38,4	33,1	27,8	24,6	23,0	23,0	21,8	56,8
Мясо свиней	37,6	32,4	33,6	28,5	26,1	24,8	26,9	71,5
Мясо птицы	19,4	17,7	22,6	22,7	26,9	31,3	31,0	159,8

Таблица 4

Средние цены производителей сельскохозяйственной продукции (в среднем за год; рублей за тонну).

Показатель	2000г.	2005г.	2006г.	2007г.	2008г.	2009г.	2010г.	2011г.	2011 г. в % к 2000 г.
Скот и птица (в живом весе)	18 627	38 898	41 075	40 698	51 483	53 714	54 471	68 480	в 3,7 раз
Крупный рогатый скот	15 364	34 413	39 757	43 269	44 800	49 943	56 007	66 900	в 4,3 раза
Свиньи	20 000	43 103	45 150	40 092	60 669	64 527	64 230	70 717	в 3,5 раза
Птица	18 815	35 928	33 120	39 410	42 771	46 076	46 242	67 668	в 3,6 раза

крупному рогатому скоту – в 4,3 раза, увеличение цен на свинину произошло в 3,5 раз (Таблица 4).

Продукция животноводства перерабатывается как промышленными предприятиями, так и мелкими переработчиками. Однако даже самые крупные по краевым меркам перерабатывающие предприятия, имея достаточные производственные мощности, не способны их полностью задействовать, из-за дефицита сырья. При этом ограниченный ассортимент продуктов наряду с отсутствием отлаженной логистической системы и трудностью обеспечения сырьем лимитирует период переработки для большинства производств. В свою очередь, слабый сбыт и, как следствие, недостаточное поступление денежных средств, плохой доступ к кредитам и низкая рентабельность являются основными сдерживающими факторами закупки сырья, что значительно снижает

цены на него.

По результатам проведенного исследования характеристик потенциала Пермского края, можно сделать вывод о том, что продовольственный рынок мяса и мясных продуктов региона имеет тенденцию к увеличению. В то же время наблюдается значительный вывоз продукции при ее существенном ввозе по причине неурегулированности взаимоотношений между сельскохозяйственными организациями и мясоперерабатывающими предприятиями по вопросу ценообразования на сельскохозяйственную продукцию.

Таким образом, устойчивое развитие подотраслей мясного животноводства возможно при сохранении ресурсного потенциала, ликвидации ценового паритета между сельским хозяйством и промышленностью, энергетикой, транспортом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Агропромышленный комплекс Пермского края: основные итоги развития 2000–2009 годы. Статистический сборник / Пермьстат. – Пермь, 2012. – 74 с.
2. Дуданов И.И. Разработка региональной продовольственной программы в условиях рынка / И.И. Дуданов. – М.: Колос, 1998. – 224 с.
3. Пьянкова К.В. Методы субсидирования сельского хозяйства на основе показателя рентабельности проданных товаров, продукции (работ, услуг) / К.В. Пьянкова, Е.Б. Игуменова, А.А. Лекомцева // Научный журнал-книга "Предпринимательство". 2009. № 2.
4. Федеральная служба государственной статистики по Пермскому краю (Пермьстат).

КЛЮЧЕВЫЕ ФУНКЦИИ РАЗРАБОТКИ НОВОГО ПРОДУКТА

KEY FEATURES OF THE NEW PRODUCT DEVELOPMENT

A. Godin

Annotation

The transition of industrialized countries, the most integrated into the global economy to an innovation economy has led to the fact that the international exchange of modern innovations in their various forms (finished products, technologies, know-how, management practices, etc.) in the world economy becomes all greater significance. The organization of effective management of the innovation process at the macro – and micro level is one of the most important factors in ensuring the national and firm competitiveness in the global market.

Keywords: New product innovation, developed countries, the world economy.

Годин Александр Михайлович
Д.э.н., профессор,
Финансовый университет
при Правительстве РФ

Аннотация

Переход индустриально развитых стран, в наибольшей степени интегрированных в мировое хозяйство, к инновационной экономике привел к тому, что интернациональный обмен современными нововведениями в их различных формах (готовые изделия, технологии, ноу-хау, методы управления и др.) приобретает в мировом хозяйстве все большее значение. Организация эффективного управления инновационным процессом на макро – и микроуровне становится одним из важнейших факторов обеспечения национальной и фирменной конкурентоспособности на мировом рынке.

Ключевые слова:

Новый продукт, инновации, развитые страны, мировое хозяйство.

Переход индустриально развитых стран, в наибольшей степени интегрированных в мировое хозяйство, к инновационной экономике привел к тому, что интернациональный обмен современными нововведениями в их различных формах (готовые изделия, технологии, ноу-хау, методы управления и др.) приобретает в мировом хозяйстве все большее значение. Организация эффективного управления инновационным процессом на макро – и микроуровне становится одним из важнейших факторов обеспечения национальной и фирменной конкурентоспособности на мировом рынке.

Указанные проблемы актуальны и для российской экономики, стоящей перед необходимостью сохранить и умножить научно-технический и квалификационный потенциал, освоить современные формы организации труда и производства в условиях перехода к рыночной системе хозяйствования, оказывающие непосредственное влияние на разработку, создание и внедрение в хозяйственную деятельность новых продуктов. Еще большее значение они приобретают в настоящее время, когда по мере выхода из экономического кризиса, в полном объеме встают задачи технической модернизации, экономической и социальной эффективности народного хозяйства, интеграции в мировую экономику и общецивилизованное развитие. Поэтому участие России в таком обмене является настоящей необходимостью. Изучение же мирового и собственных достижений в сфере иссле-

дования и управления процесса создания, распространения результатов научно-технического прогресса, воплощенных в новых продуктах, позволяет с наибольшей эффективностью вовлекать в международный оборот тот колоссальный интеллектуальный ресурс, которым располагает Россия.

Обобщение мировой и российской практики создания нового продукта показывает, что любая фирма – производитель продукта решившаяся на инновацию, может выбрать один из следующих вариантов решения проблемы:

- ◆ купить информацию о новых продуктах у внешних источников по контракту или лицензии;
 - ◆ изобрести собственный новый продукт;
 - ◆ усовершенствовать конструкцию или внешнее управление уже вырабатываемого (освоенного) продукта.
- Отдельные рекомендации по этим вопросам могут поступать от покупателей через торговых агентов;
- ◆ привлечь партнера к разработке новой продукции.

Однако время от времени появляются неординарные продукты (товары, услуги, интеллектуальная собственность), которые имеют исключительно высокую продолжительность этого цикла. В этом случае необходимо тщательно продумать систему разработки новых продуктов.

Стадиями такого анализа являются:

- ◆ принятие долгосрочных решений о стратегии технологических инноваций или действиях в случае непредвиденных событий;
- ◆ определение с помощью исследований маркетинга и перспектив сбытовой деятельности основных направлений проведения научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР), способных быстро дать желаемые результаты;
- ◆ проведение фундаментальных исследований, открывающих возможные прорывы в сфере технологии;
- ◆ проведение прикладных исследований, расширяющих сферу фундаментальных открытий и обеспечивающих практическое использование их результатов применительно к потребностям выявленных групп потенциальных покупателей;
- ◆ конструирование и разработка новых видов продуктов, как на основе прикладных исследований, так и непосредственно на основе изучения рынка.

Одновременно для успешной разработки нового продукта необходимо использование следующих ключевых факторов:

- ◆ предпринимательские усилия или борьба за идею: уяснение, предложение, продвижение и демонстрация новой идеи, подхода или процесса для официального утверждения;
- ◆ руководство проектом: планирование и координация действий работников, занятых воплощением идеи в жизнь;
- ◆ информационный контроль: сбор и доведение до сведения информации о важных изменениях внутренней и внешней Среды. Осуществляется наблюдение за развитием событий на рынке, на производстве и в сфере технологий;
- ◆ поддержка и инструктаж: общее руководство и наставление менее опытных работников, разъяснение их функций.

Эти ключевые функции представляют собой различ-

ные роли необходимые для успешного осуществления создания производства и реализации нового продукта. Ключевыми они являются по двум причинам. Во-первых, каждая из ролей уникальна и требует исключительных умений. Неспособность кого-то одного справиться со своей ролью влечет за собой серьезные проблемы в работе всей группы. Во-вторых, одна функция выполняется чаще всего крайне ограниченным числом сотрудников, что придает каждому из них исключительную значимость. Если один из них уйдет, найти ему замену будет чрезвычайно трудно. Качества, которыми должен обладать кандидат на замену, находится в прямой зависимости от требований этой конкретной роли.

Ответственность за разработку новых продуктов обычно возлагается на нескольких сотрудников. Главный управляющий, например, может нести ответственность за разработку стратегии корпорации; управляющему по научно-исследовательским и опытно-конструкторским работам может быть поручена разработка новых продуктов в рамках общего плана маркетинга. На управляющего по маркетингу возлагается координация производственной стратегии, управляющий по новой продукции может отвечать за создание, оценку и выполнение проектов связанных с созданием новых продуктов, от инновационной идеи до создания нового продукта и внедрение его на определенный сегмент рынка. В мелких и средних фирмах эта деятельность может быть сведена к функции одного лица. Факторы, связанные с инновационной деятельностью мелких фирм приведены в табл. 1.

Следует отметить, что в отдельных случаях некоторые фирмы вводят должность специального управляющего по продукции, который отвечает за освоенную продукцию и за координацию и выполнение основной части указанных функций.

Как правило создание нового продукта начинается с разработки концепции нового продукта.

На **схеме 1** приведена структура решений о присвоении нового продукта.

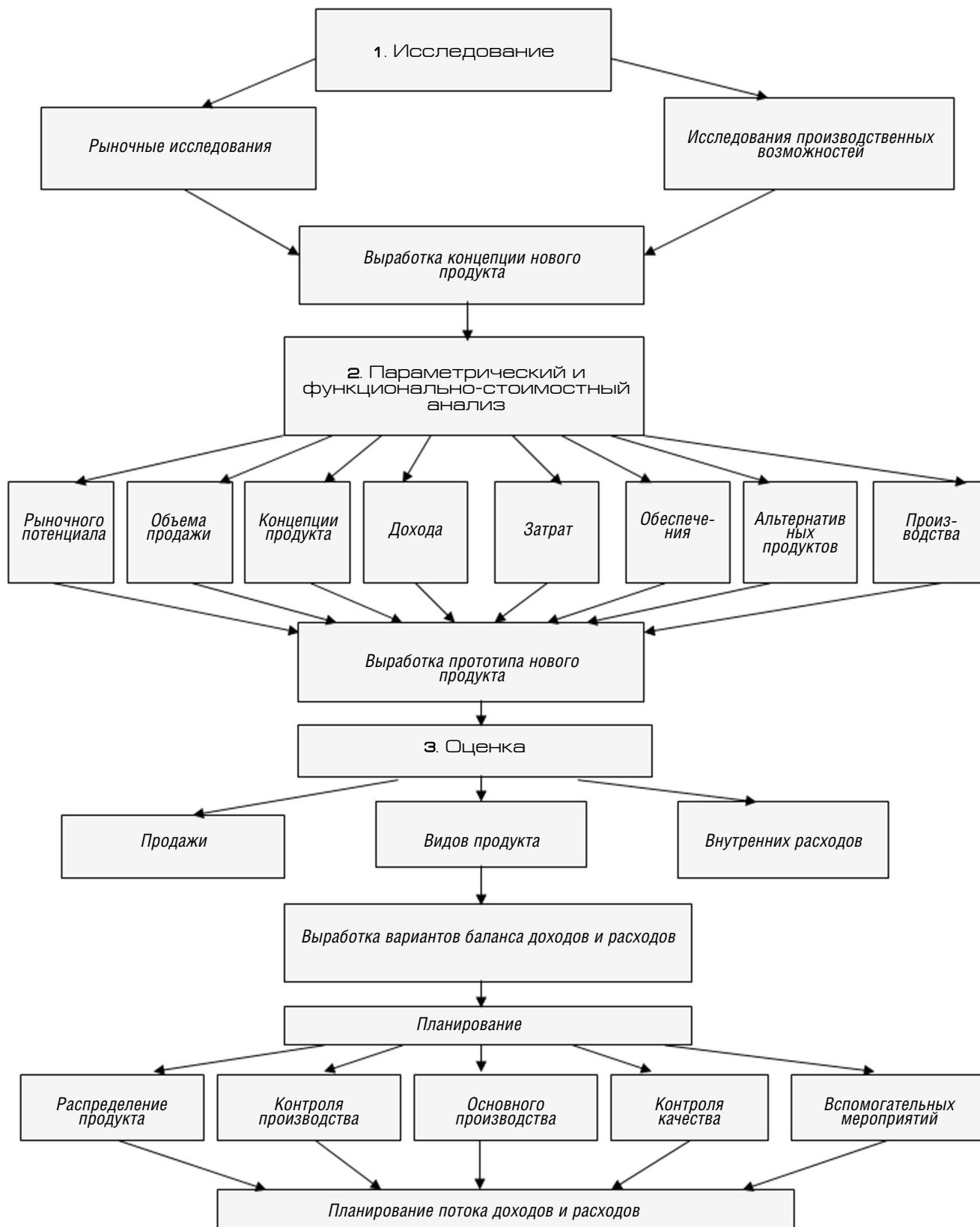
Таблица 1

Факторы, связанные с инновационной деятельностью мелких фирм.

Факторы, связанные с инновационной деятельностью	Новое изобретение	Высокий уровень инноваций	Средний уровень инноваций	Небольшой уровень инноваций
А	1	2	3	4
1. Риски	Крайне высоки	Высоки	Умеренные	Относительно низкие
2. Экспертная оценка	Очень сложно	Сложно	Довольно сложно	Несложно
3. Потенциальная прибыль	Очень высока	Высока	Умеренно высока	Относительно низкая

Схема 1.

Структура решений при освоении нового продукта



ИНТЕНСИВНОСТЬ ОБНОВЛЕНИЯ ПРОДУКТОВ В СТРАНАХ С РАЗВИТОЙ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКОЙ

THE INTENSITY OF PRODUCT UPDATES IN THE COUNTRIES WITH DEVELOPED MARKET ECONOMIES

A. Godin

Annotation

The study provides a basis to assert that the principle of market orientation objectively requires a certain subordination of industrial policies of enterprises (companies, firms) objects of their sales activities. In contrast to well-known for decades the practice of "push" the market has already manufactured products modern enterprises, following the recommendations of a new market strategy, trying to fully integrate into their production programs especially in demand, brought closer together received the research and development of new products with the analysis of the market

Keywords: The intensity, the product update, the market economy, marketing activities.

Годин Александр Михайлович
Д.э.н., профессор,
Финансовый университет
при Правительстве РФ

Аннотация

Проведенное исследование дает основание утверждать, что принцип ориентации на рынок объективно требует определённого подчинения производственной политики предприятий (компаний, фирм) задачам их сбытовой деятельности. В отличие от известной на протяжении многих десятилетий практики "проталкивания" на рынок уже изготовленных изделий современные предприятия, следуя рекомендациям новой рыночной стратегии, пытаются полнее учитывать в своих производственных программах особенности спроса, теснее увязывать полученные исследования и разработку новых продуктов с результатами анализа рынка.

Ключевые слова:

Интенсивность, продукт, обновление, рыночная экономика, сбытовая деятельность.

Проведенное исследование дает основание утверждать, что принцип ориентации на рынок объективно требует определённого подчинения производственной политики предприятий (компаний, фирм) задачам их сбытовой деятельности. В отличие от известной на протяжении многих десятилетий практики "проталкивания" на рынок уже изготовленных изделий современные предприятия, следуя рекомендациям новой рыночной стратегии, пытаются полнее учитывать в своих производственных программах особенности спроса, теснее увязывать полученные исследования и разработку новых продуктов с результатами анализа рынка.

Соперничество в области производства новых изделий и совершенствование старых всегда была важной ареной конкурентной борьбы различных предприятий, фирм и компаний. Однако особенно острым это соперничество стало в условиях научно-технической революции. Современные предприятия сосредотачивают свои усилия главным образом не на захвате рынков старых продуктов, а на том, чтобы выпускать новинки, порождающие ранее не существовавшие потребности. Обобщение и анализ различных источников показал, что преимущества от выпуска новых изделий всегда носят временный характер. Как только конкуренты осваивают новые технологии и вырабатывают на рынок свою продукцию, число соперников возрастает, и противоборство становится

ещё более острым. Чтобы "не сойти с круга", предприятия должны постоянно разрабатывать новые формы и методы борьбы за рынки, искать более дешевые методы производства продукции, повышать эффективность научных исследований и разработок. И все это стимулируется единственной желанной целью – получение максимума прибыли.

Для иллюстрации ускорившихся темпов внедрения в производство новых достижений науки в **таблице 1** приведены данные промежутка времени от научного открытия до практического его использования.

Чтобы показать масштабы и интенсивность процесса обновления продуктов, обратимся к данным по экономике США. Ежегодно на рынке этой страны появляется до 30 тыс. новых изделий только местного производства. В период с 70-х гг. XX в. по настоящее время прошлого века ассортимент предлагаемой покупателям продукции американской обрабатывающей промышленности обновился на 80%. Иными словами более половины продающихся в настоящее время продуктов за 40 лет до этого просто не существовала.

Появление новых продуктов и исчезновение многих ранее существовавших изделий свойственно в нынешних условиях всей промышленности, однако, наиболее

Таблица 1

Промежутки времени от открытия до практического использования.

NN пп	Название открытия	Отрезок времени от открытия до практического использования (лет/годов)
1	Фотография	112
2	Телефон	56
3	Радио	35
4	Атомная бомба	6
5	Транзистор	5
6	Интегральные схемы	3
7	Современные компьютеры	1,5-2

активно оно происходит в тех отраслях, которые сильнее других испытывают на себе воздействие научно-технического прогресса. В этом отношении выделяются аэрокосмическая промышленность, глобальные информационные технологии, различные отрасли машиностроения, химическая промышленность. Не случайно XXI век назван веком глобальных информационных технологий.

Новые научные открытия заметно меняют облик современного потребителя, обогащая его новыми и новыми продуктами и изделиями.

Особенно это касается компьютеров (средний срок морального износа поколения компьютеров от 3 до 5 лет); бытовой техники (видеомагнитофоны и сменившие их dvd-проигрыватели, кварцевые часы, микроволновые кухонные плиты и т.д., которые были обыкновенными вещами в течение жизни одного поколения). Не отстает по внедрению новинок в потребление и химическая промышленность – на её счету разнообразные виды пластмасс, синтетических волокон, средств бытовой химии. Даже пищевая промышленность, которая в силу понятных причин отличается довольно стабильным ассортиментом продукции, оказалась вовлеченной в этот процесс и выпустили на рынок почти неизвестные ранее продукты ускоренного приготовления и быстрозамороженные готовые блюда.

Говоря о темпах обновления продукции, часто в качестве примера приводят автомобилестроительную промышленность. И в самом деле, на рынке легковых автомобилей появляются десятки новых моделей практически всех ведущих фирм мирового автомобилестроения. В США стало традицией приурочивать выпуск новых моде-

лей "Дженерал моторс", "Форда" и "Крейслера" к началу нового календарного года.

Быстрые темпы обновления ассортимента продукции характерны для фирм почти всех отраслей, выпускающих потребительские товары. По данным американского экономиста Дж. Стейнера, у большинства компаний, занятых производством различных изделий потребительского назначения, как правило, не менее 20% стоимости текущих продаж приходится на продукты, впервые выпущенные на рынок в предшествующие пять лет.

Процесс замены устаревших видов изделий новыми, имеющий своей объективной основой развитие науки и техники испытывает на себе весьма сильное действие конкуренции между отдельными товаропроизводителями. Роль новых продуктов в конкурентной борьбе трудно переоценить: ведь именно тот продукт, который ещё не выпускается соперниками, позволяет фирме, хотя бы временно, занять положение единственного поставщика со всеми вытекающими отсюда благоприятными возможностями извлечения дополнительных прибылей.

Данные исследования свидетельствуют, что ради прибылей предприятия (компании, фирмы) стремятся форсировать процесс выпуска на рынок разного рода новинок. Очень часто в продукты производители вносят отдельные изменения и преподносят потребителям, как новинку, хотя это является модификацией. Например, англо-голландский промышленный гигант "Юнилевер" в течение пятилетнего периода 11 раз "обновлял" один из выпускаемых им сортов туалетного мыла. Столь интенсивное введение на рынок новинок мыловаренного производства при всем желании весьма трудно отнести за счет технического прогресса, хотя он, конечно, не оста-

вил в стороне и эту отрасль. Впрочем, руководство "Юни-левер" и не скрывает действительную причину своих действий – перед натиском конкурентов этой фирме пришлось предпринимать все возможные меры для того, чтобы сохранить позиции на рынке данного продукта.

Концепция маркетинга очень тесно связывает, а иногда и просто отождествляет, понятие "новый продукт" с понятием "продукт, разработанный с учетом потребностей рынка". Последний же в действительности может скрывать целую гамму степеней новизны изделия – от принципиально нового продукта до продукта, у которого лишь несколько модифицированы какие-то второстепенные характеристики, вроде внешнего оформления. Вслед за маркетологами и сами компании, предприятия, фирмы склонны называть новым любой продукт, который хоть чем-то отличается от уже имеющихся.

Таким образом, можно сделать следующий вывод – новый продукт подразумевает модификацию существующего продукта или нововведение, которое потребитель считает значительным. Чтобы новый продукт преуспел, он должен обладать желательными для потребителей параметрами, быть уникальным, а потребители должны иметь информацию о его характеристиках.

Модификации на наш взгляд представляют собой изменения в продукции компании и включают новые модели, стили, цвета, улучшение товара и новые торговые марки. Небольшие нововведения – это товары, которые раньше не продавались фирмой, но сбывались другими. Значительные нововведения – это продукты, которые ранее не продавались данной компанией или какой-либо другой фирмой (например, первый домашний компьютер). Их внедрение увеличивает издержки, риск и время, требующееся для достижения прибыльности. По данным Американской ассоциации маркетинга среди крупных американских фирм 70% новых продуктов – модификации, 20% – небольшие инновации и 10% – значительные нововведения. Компании, фирмы, предприятия стран развитой рыночной экономики широко рекламируя обновление номенклатуры выпускаемой продукции, опирается на классификацию новых продуктов, применяемую при внутрифирменном планировании. Согласно этой классификации существуют три разновидности новых изделий:

Новая модель – такой продукт, который является либо усовершенствованным, либо просто измененным видом существующего продукта. Новая модель обычно предназначена для продажи тем же покупателям и для прежних целей её применения, что и заменяемый ею продукт.

Продукт новый для компании, но не новый для рынка – продукт, который производится уже другими компаниями. Он предназначен для продажи потребителям продукции

конкурирующих фирм.

Новый для рынка продукт – предполагает новые цели и способы применения и не имеет еще своих потребителей.

Концепция маркетинга в своём наиболее законченном виде гласит, что продукт является не только физической вещью, но и совокупностью таких элементов, как внешнее оформление, упаковка, цена, обслуживание, методы рекламы и продажи, то есть признаков, которые ассоциируются в сознании покупателя с конкурентными товарами.

С этих позиций мы рассматриваем вопрос о новизне, если изменен хотя бы один из перечисленных элементов, не говоря уж о случае, когда техническая разработка была сделана заново, продукт может считаться новым.

Метод улучшения продукта, основанный на модификации некоторых его свойств и преследующий цель создать о нем благоприятное впечатление среди покупателей в большинстве или меньшей степени присущ всем предприятиям, выпускающим потребительские продукты. И надо сказать, такой метод довольно часто срабатывает, поскольку фактор субъективной оценки товара покупателем играет весьма важную роль. Индивидуальный покупатель не всегда в состоянии квалифицированно оценить достоинства и недостатки предлагаемых ему изделий и часто полагается на свое субъективное восприятие качества продукта. Поэтому во многих случаях для сбыта потребительских товаров решающее значение приобретают не столько их технические данные или другие качественные характеристики, сколько соответствие создаваемого ими впечатления вкусам покупателей.

Если бы велась летопись маркетинга, то среди самых поучительных случаев (а может и самых курьезных) использования фирмой недостаточной компетенции покупателей почетное место могла бы занять история легкого



игристого вина "Бэби Шэм". При первом своем появлении в магазинах и ресторанах Великобритании оно почти не пользовалось спросом.

Неудача заставила фирму–производителя провести более детальное исследование рынка, которое показало, что само по себе это вино не уступает конкурирующим маркам, и что потенциально спрос на него может быть достаточно большим. Было установлено, что основными потребителями вин подобного типа являются молодые женщины, которые рассматривают алкогольные напитки, как средство, облегчающее общение с людьми. Но боятся употреблять крепкие напитки из–за неблагоприятных последствий для здоровья, а пиво из–за губительного воздействия на фигуру. В расчете на эту категорию покупателей фирма составила новый план завоевания рынка. Отметив склонность выбранной группы потребителей к предметам роскоши, она всячески старалась подчеркнуть сходство "Бэби Шэм" с дорогими шампанскими винами. По аналогии с шампанским бутылку украшала золотистая фольга. Реклама вина изображала молодую очаровательную женщину на фоне идиллических картинок жизни "высшего общества". С учетом того, что у предполагаемых потребителей отсутствует, как правило, привычка к спиртным напиткам, фирма стала выпускать вино в бутылках маленького объема. Было также принято решение установить цену на более высоком уровне, чтобы поддержать впечатление предмета роскоши. Несмотря на то, что в технологию производства напитка не было внесено абсолютно никаких изменений, "Бэби Шэм" быстро приобрел и до настоящего времени сохраняет популярность у английских покупателей.

Пример "Бэби Шэм" интересен ещё и в одном отношении. Он может служить иллюстрацией активного воздействия фирмы на потенциальных покупателей. В своих попытках обеспечить сбыт производимой продукции фирмы стран развитой рыночной экономики практически никогда не ограничиваются пассивным следованием

за спросом.

На практике предприятие (компанию, фирму) часто интересует вопрос не столько о том, чем объяснить появление нового продукта – запросами или же возможностями производства, сколько о том, будет ли он иметь сбыт и принесёт ли ожидаемую прибыль.

Это часто достигается при помощи концепции заботы о потребителе. Суть данной концепции состоит в адаптации производства к потребителю. При этом в большинстве случаев, инициатива появления нового изделия полностью исходит от производителей. В этом случае считается, что предприятие, компания, фирма выявили дремлющие потребности, наличие которых сами потребители осознали только с момента выхода нового продукта на рынок.

Весьма показательный пример "нащупывания" фирмой неудовлетворенной потребности в спросе приводит английский исследователь в области маркетинга Р.Чэпмен, автор книги "Маркетинг сегодня". Некоторое время тому назад в Великобритании выявился продукт, аналогичных которому раньше в этой стране не существовало. Это был корм для диких птиц "Свуп", рецепт которого одна из фирм пищевой промышленности разработала при участии ученых – орнитологов. "Свуп" был призван сделать более легким и эффективным процесс кормления птиц, для которого большинство англичан традиционно использовали хлебные крошки птицы, охотно поедали новый корм, а в английской прессе каждую осень и зиму появлялись статьи, напоминающие жителям стран об их долге по охране природы.

Не исключено, отмечает Р.Чемпен, что появление подобных статей было инспирировано самой фирмой, производящей "Свуп". Не имея на рынке конкурентов, ловко организовав через прессу рекламу, фирма добилась того, что её продукт получил устойчивый спрос.

© А.М. Годин, (a.m.godin@mail.ru), Журнал «Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики».



ВЗАИМОСВЯЗЬ ЗАМЫСЛА И СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

THE RELATIONSHIP OF STRATEGIC PLANNING AND PLAN

A. Dobrovolskii

Annotation

The article describes the concept as part of strategic planning. Here the idea is considered, not as a kind of model, plan, where the focus is concentrated on the process, but as an idea, where the focus is concentrated on the result. The hypothesis is that the plan expresses a certain plan, based on which one can build a variety of strategic plans.

Keywords: strategic planning, design, production, company, product range.

Добровольский Антон Леонидович

Аспирант,

Саратовский социально-экономический институт РЭУ им. Плеханова

Аннотация

В статье рассмотрен замысел, как часть стратегического планирования. Здесь замысел рассматривается, не как некая модель, план, где основное внимание концентрируется на процессе, а как идея, где основное внимание концентрируется на результате. Гипотеза такова, что план выражает определенный замысел, на основании которого можно строить различные стратегические планы.

Ключевые слова:

Стратегическое планирование, замысел, продукция, компания, ассортимент.

Для того, чтобы успешно осуществить замысел, любой стратегический план должен содержать в себе ряд важных действий для одного или большего числа участков. При разработке стратегии управленец имеет возможность корректировать уже происходящие в исполнении действия, если они сталкиваются с затруднениями или отходят от соответствия прежней норме [2].

Пример:

Ситуация:

Компания "X" по производству бумаги, хотя она и продолжает производить ранее приводивший к успеху ассортимент бумажной продукции, по-прежнему продолжает концентрировать усилия исключительно на своих постоянных, уже устойчивых клиентах, пренебрегая при этом большим количеством потенциальных покупателей. Эта компания быстро разоряется и теряет своих руководителей, переходящих в другие компании, где "имеется больше возможностей для расширения".

Замысел:

Создать мощную компанию по производству бумажной продукции, которая охватит массовыми продажами существующих и новых продуктов всех потенциальных клиентов, одновременно также продолжая продавать и предоставлять услуги в большом объеме регулярной клиентуре, – восстановив таким образом платежеспособность компании и создав ей репутацию прибыльного,

прогрессивного предприятия, способного к расширению.

Стратегический план:

Стратегическое планирование, основанное на анализе этой ситуации и на сформулированном замысле, может осуществляться примерно так:

1. Необходимо разработать общую программу развития организации [4]:

1. Изменение оргструктуры организации:

Создание и введение в действие нового подразделения по продажам (в дополнение к существующему). Обязанностью которого будет создание новой клиентуры для прямой продажи существующего ассортимента продуктов через:

- (а) розничные магазины бумажной продукции,
- (б) оптовые магазины бумажной продукции
- (в) прямые почтовые заказы.

2. Материальное обеспечение и обучение персонала новым технологиям работы в обновленной организационной структуре:

Нанять за очень небольшую установленную плату, а большую часть своих денег они смогут заработать на коммиссионных. Эту операцию затем можно распространить

на более широкие рынки сбыта, опираясь на региональных представителей, привлечение продавцами других продавцов, и даже на агентов по розничной торговле. Частью этого плана будет разработка системы выплаты коммиссионных, способов упаковки товаров, а также шагов по рекламе и продвижению товаров на рынке [3].

II. Разработка нового инструмента ассортимента продукции

Необходимо разработать программу, по которой будет проведено анкетирование покупателей всех категорий для выяснения существующего и потенциального спроса на новую бумажную продукцию. Исходя из результатов анкетирования, можно разработать совершенно новый ассортимент бумажной продукции (в дополнение к уже установленному ассортименту), производить, рекламировать и повсеместно продавать его. – Для того, чтобы спланировать финансирование и организацию нового производственного подразделения, потребуется составление программы производства нового ассортимента товаров (в том числе набор руководителей с незапятнанной репутацией, компетентных дизайнеров и любых других необходимых работников), а также обеспечение всеми требуемыми механизмами или оборудованием. Также потребуется спланировать широкие рекламные и торговые кампании, которые будут обеспечивать оптовые продажи на рынке не только старых, но и новых продуктов. Неотъемлемой частью такого планирования является проведение кампании по улучшению имиджа предприятия как новатора на рынке новой бумажной продукции, представляющего интерес для руководителей, настроенных на расширение.

В процессе этой безотлагательной деятельности необходимо продолжать проведение текущих продаж и об-

служивания клиентов. В то же время нужно будет проверить отчеты о продажах, производстве и производительности имеющегося персонала, а также провести тщательный учет бухгалтерских книг компании для выяснения причин потерь. Весь непроизводительный персонал необходимо уволить, оставив только тех, кто действительно работает. Если обнаружится какая-либо растрата или финансовое нарушение, то это нужно будет урегулировать должным образом в судебном порядке. Другими словами, необходимо полностью проверить и привести в порядок текущую работу, при этом не только поддерживая производительность, но и поднимая ее насколько возможно с помощью формулирования и выполнения производственных задач.

Осуществление этих действий увеличит продажи, сократит потери и очень быстро расширит компанию, и выведет ее на уровень колоссальных прибылей.

Усилия здесь направлены на устранение сложившегося трудного положения и обеспечение колоссального уровня жизнеспособности предприятия [1].

Выводы:

В данной статье рассмотрена и раскрыта сущность стратегического ведения бизнеса.

Выявлена связь между замыслом и стратегией: "Сформулировав замысел, вы разрабатываете стратегию его осуществления"

Такой стратегический план не только исправит тяжелую ситуацию, но и надежно обеспечит высокие прибыли и будущее расширение предприятия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Анософф И.. Стратегическое управление. СПб–Эконмика, 1989.
2. Анисимов О.С. Стратегическое управление в схемах. – Центр АКМЭ, 2001.
3. Хаббард Л.Р. Задачи и Цели. –Нью–Йорк–1990.
4. Лобанова Е.Н., Лимитовский М.А. Книга: Стратегическое управление (модульная программа для менеджеров) –ИНФРА–М, 2000.

© А.Л. Добровольский, (anton_wm@mail.ru), Журнал «Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики»,



ФАКТОРЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ НА ПРИМЕРЕ МАРКИ ШОКОЛАДА "KINDER"

FACTORS OF CONSUMER BEHAVIOR IN THE RETAIL TRADE ON THE EXAMPLE OF THE BRAND OF CHOCOLATE KINDER

*E. Kel'bakh
P. Rudnickaja
J. Urakova*

Annotation

The article deals with the studying the behavior of consumers in the market. Different groups of factors influencing consumer behavior in retail trade were considered, taking into account the analysis of interconnections between them. Also interconnections between consumer's motives and goods characteristics were considered. The research was made by the example of chocolate brand Kinder. Three levels of factors which affect consumer's behavior were revealed: commodity, psychological and personal ones. The connection between them is shown. On the basis of revealed patterns recommendations for the segmentation of consumers and perfection of the marketing complex were made.

Keywords: retail, consumer behavior, factors of consumer behavior, consumer needs.

Кельбах Екатерина Иосифовна

*ФГБОУ ВПО "Пермский государственный
национальный исследовательский университет"*

Рудницкая Полина Сергеевна

*ФГБОУ ВПО "Пермский государственный
национальный исследовательский университет"*

Уракова Яна Евгеньевна

*ФГБОУ ВПО "Пермский государственный
национальный исследовательский университет"*

Аннотация

Статья посвящена изучению факторов поведения потребителей на рынке. Рассмотрены различные группы факторов, влияющих на потребительское поведение в сфере розничной торговли с учетом их взаимосвязей. Рассмотрены также взаимосвязи мотивов потребителей и характеристик товара. Исследование проводилось на примере марки шоколада Kinder. Выявлены три уровня факторов, оказывающих влияние на потребительское поведение: товарные, психологические и личностные. Показана связь между ними. На основе выявленных закономерностей выработаны рекомендации по проведению сегментации потребителей и совершенствованию комплекса маркетинга.

Ключевые слова:

Розничная торговля, поведение потребителей, факторы потребительского поведения, потребности потребителей.

В настоящее время компаниям, занятым в сфере розничной торговли, важно четко понимать, от чего зависят действия потребителей, и прогнозировать их поведение. Поведение потребителей определяется как действия, предпринимаемые людьми при приобретении, потреблении товаров и услуг и избавлении от них.[2] На поведение потребителей воздействуют как внешние факторы, определяющие человека как члена общества, так и внутренние, определяющие человека как индивидуальность факторы.

Характеристики товара воспринимаются по-разному в зависимости от мотивов покупателя:

- ◆ Эстетические факторы. Особое внимание уделяется внешнему виду товара, привлекательности его форм, яркой этикетке, гармоничному сочетанию с другими предметами и т. д.;
- ◆ Ценовые факторы. Оказывают влияние на выбор и то, насколько приемлема цена для потребителя;
- ◆ Факторы престижа. Проявляются только в опре-

деленной социальной группе. На некоторые товары потребитель готов потратить большую сумму денег только потому, что этот товар сможет подчеркнуть его статус, социальное положение, повысить положение в обществе. Как правило, такие мотивы приходят с ростом материального благосостояния;

- ◆ Утилитарные факторы. Проявляют себя в первую очередь при оценке эксплуатационной характеристики, долговечности, возможности быстрого и качественного ремонта и т. д.; [1]

- ◆ Привычки и приверженность определенному производителю, традиции. Для проявления такого фактора используют, как правило, цветовые гаммы, близкие к национальной, или используют цветовую гамму флага, возбуждая и пробуждая тем самым положительные эмоции к данному виду товара;

- ◆ Факторы достижения очень близки по смыслу с факторами престижа. Они отличаются от других тем, что при рекламе определенного товара производитель пытается задействовать знаменитого человека, например, чемпиона России для рекламы спортивного товара или

поп-звезду для продвижения новой линии косметики и т. д.[4]

Исходя из личностных факторов потребителя, в силу вступают психологические факторы, а именно мотивации, убеждения, чувства, установки, намерения и знания.[5] Разный пол, возраст и род занятий рождает различные мотивы и установки. Вслед за этим психологические факторы определяют отношение к товарным факторам. Поэтому целесообразно сегментировать рынок по демографическому признаку, определяя в дальнейшем для каждой группы собственные мотиваторы и оказывающие существенное влияние на выбор товарные факторы.

Исходя из этого, можно построить пирамиду факторов, влияющих на потребительское поведение (Рисунок 1):

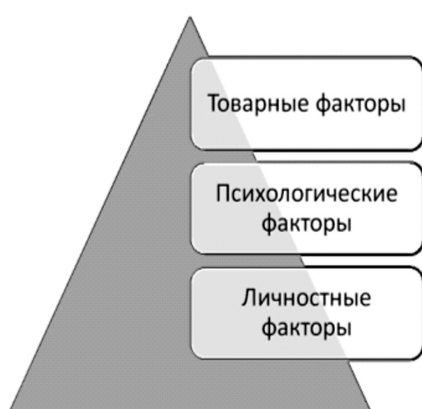


Рис. 1. Пирамида влияющих на потребительское поведение факторов

Авторами было проведено исследование потребительского поведения на рынке шоколада. Шоколад – самое популярное кондитерское изделие в мире, объемы продаж которого растут ежегодно. По статистике каждый россиянин съедает в год до пяти кг этого продукта. Согласно результатам исследований, лидерами на рынке по узнаваемости марки являются Аленка, Альпен Гольд, Бабаевский, Милка, Воздушный, Даф, Нестле и Киндер (Рисунок 2).

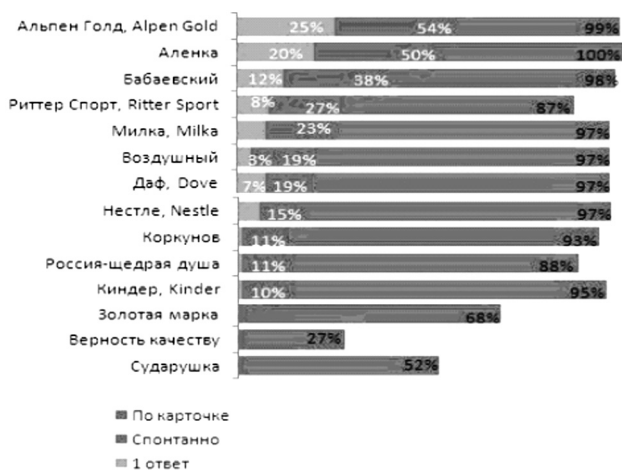


Рис. 2. Марки шоколада, которые знают респонденты

Узнаваемость марки является логичным следствием масштабы рекламных компаний. Чтобы рассмотреть, насколько узнаваемость марки обусловлена запоминаемостью ее рекламы, мы обратились к соответствующим результатам исследований (Рисунок 3). Из них видно, что большее число марок шоколада, узнаваемость которых достаточно высокая, имеют мало запоминающуюся рекламу. Это говорит о наличии других факторов, которые оказывают влияние на популярность шоколада той или иной марки.

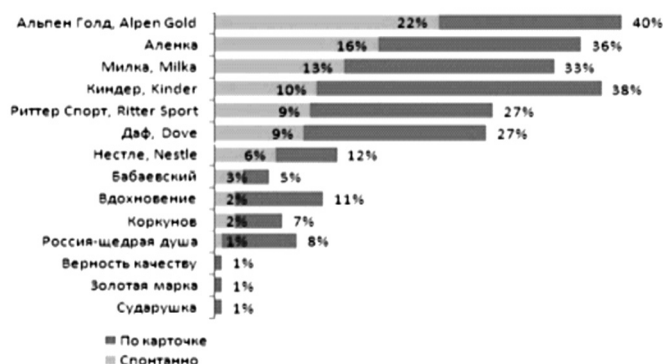


Рис. 3. Запоминаемость рекламы различных марок шоколада

Рассмотрим одну из самых популярных марок среди потребителей – Kinder. Шоколад Kinder Chocolate выпускается итальянской компанией Ferrero. В настоящий момент Ferrero – крупный международный холдинг, объединяющий 38 торговых компаний с общим годовым оборотом \$7 млрд. Kinder Chocolate занимает определенную нишу на рынке шоколада с определенной целевой аудиторией. Это созданный специально для детей шоколад высшего качества с высокой долей молока и молочной начинкой.

Рассмотрим, какое место занимает Kinder на рынке шоколада по уровню удержания привлеченных потребителей (Рисунок 4):

В ходе исследования был использован метод опросов и анкетирования. В исследовании приняло участие 367 респондентов. Получена сравнительная характеристика влияния тех или иных факторов на поведение потребителей шоколада Kinder (Рисунок 5):

Таким образом, были выявлены факторы, на основании которых формируются следующие предпочтения потребителей относительно вида шоколадной продукции (Рисунок 6):

Если внешние факторы рассматривают человека, как часть общества, т.е. с социальной точки зрения, то внутренние факторы углубляются в понятие личности, индивидуальности и психологии человека. Внутренние факторы можно разделить на личностные и психологические.

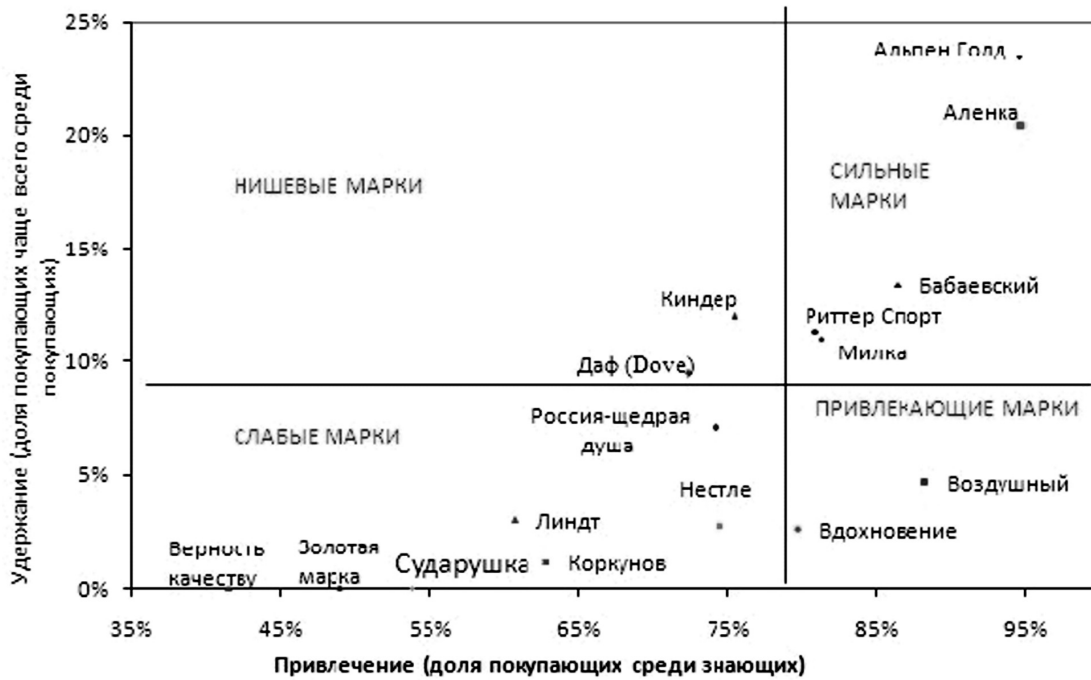


Рис. 4. Уровень удержания привлеченных потребителей

Степень влияния	Цена	Вкус	Упаковка	Подарки
Безразлично	23,1%	8,8%	30,8%	17%
Второстепенно	36,9%	7%	36,5%	17%
Важно	23,1%	24,6%	19,2%	34%
Очень важно	13,8%	29,8%	3,8%	13,2%
Это главное	3,1%	29,8%	9,6%	18,9%

Рис. 5. Степень влияния факторов на потребительское поведение

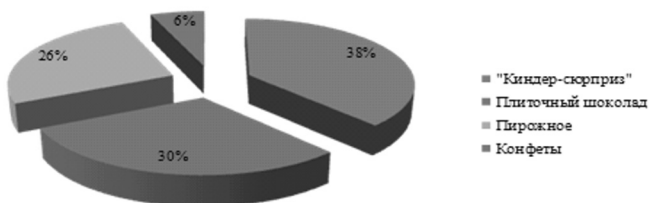


Рис. 6. Предпочтения потребителей относительно продуктов Kinder

На основе полученных данных можно сделать вывод о влиянии как личностных, так и товарных факторов на выбор потребителя. Для большей части респондентов важны вкусовые характеристики продукта. Вслед за ними по

популярности идут подарки в виде игрушек, цена и упаковка. Также удалось установить следующие закономерности: личностные факторы влияют не только на окончательный выбор, но и на товарные факторы. Респонденты ранжируют товарные характеристики по их степени значимости в зависимости от их пола, возраста и социальной группы. 68 процентов респондентов, выделивших подарки в качестве определяющего товарного фактора, не достигли 18 лет. 89 процентов, указавших цену в качестве одного из определяющих факторов, были совершеннолетнего возраста. Для женской половины преимущественно наиболее важен вкус шоколада, когда для мужской – его упаковка, что можно объяснить различными мотивами при покупке шоколада: женщины покупают его в качестве продукта питания, мужчины – в качестве подарка. Дети – в качестве игрушки.

Стоит отметить популярность традиционного киндер-сюрприза среди детей, которые являются целевой аудиторией фирмы. Соответственно, для большинства взрослых шоколадки киндер – приятное воспоминание детства, от которого не хочется отказываться. Этим объясняется успех обычных плиток. Чуть меньше голосов набрали различные пирожные: Киндер Буэно, Киндер Делис, Киндер Макси Кинг, Киндер Пингви и т.д., что вызвано их относительно высокой ценой и недавним появлением на рынке. Замыкают список конфеты Киндер в силу их малой распространенности в России.

Наиболее сильное влияние на поведение потребителей на рынке оказывает группа личностных факторов. Прежде всего, это пол, возраст, род занятий и статус. Они в свою очередь оказывают влияние на психологические факторы (мотивации, убеждения, чувства, установки, намерения и знания). Психологические факторы определяют отношение потребителей к товарным характеристикам. Проведенное исследование показало, что на выборе шоколада сказывается в первую очередь такие факторы, как возраст, статус и привычки индивида. Именно они оказывают влияние на отношение к вкусу, цене и упаковке товара.

В качестве ключевого критерия при проведении сег-

ментации потребителей необходимо использовать совокупность социально-демографических характеристик (пол, возраст, уровень дохода потребителей, размер и этап жизненного цикла семьи), отражающих влияние внутренних факторов потребительского поведения.

Разработка и реализация мероприятий по совершенствованию комплекса маркетинга, а именно расширение товарного ассортимента в России и анализ изменений потребительских предпочтений могут позволить предприятию расширить объемы продаж, повысить экономическую эффективность производства, увеличить рынок сбыта и лояльность потребителей к торговой марке.

Таким образом, существует необходимость изучения различных факторов потребительского поведения в современных условиях. Зарубежные компании достаточно успешно разрабатывают программы и стратегии маркетинговой деятельности в сфере исследования потребителей, их мотиваций, использования различных форм и методов стимулирования, особенно в розничной торговле. Российским компаниям предстоит большая работа по использованию зарубежного опыта завоевания потребителей в розничной сфере для получения конкурентных преимуществ на национальном и мировом рынках.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алёшина И.В. Поведение потребителей. М.: Экономистъ, 2006, с. 267
2. Блэкуэлл Р., Миниард П., Энджел Дж. Поведение потребителей. М.: ПИТЕР, 2007 г.
3. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг. Менеджмент. М.: ПИТЕР, 2006 г.
4. Пьянкова К., Порвадов М., Мохнаткина В., Веселова А. Выявление латентных знаний потребителей как основа маркетинговых исследований рынка продовольствия // Предпринимательство. 2009. № 7. С. 115–120.
5. Legoherel P., Dauce B., Hsu C. H., Ranchhold A. Culture, Time Orientation, and Exploratory Buying Behavior. Journal of International Consumer Marketing. 21. 2009. 93–107
6. Walker R. Behavioral Problems. L., 2010, p.84.
7. Stone R. Strategies for Growing Customer Value and Profitability. NY, 2009, pp.251–253.
8. Day G., Winston W. Measuring Customer Satisfaction. NY, 2010, pp.129–133.

© Е.И. Кельбах, П.С. Рудницкая, Я.Е. Уракова, (ksenia--27@yandex.ru), Журнал «Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики»,

EPP
EXHIBITION AND FORUM

**Международная выставка-форум
Разведка, добыча, переработка 2013
18-20 ноября 2013, Москва, Россия**

Проводится под патронатом
MINISTRY OF ENERGY
OF THE RUSSIAN FEDERATION

www.epp-expo.com Организаторы dmgevents

ПРОБЛЕМЫ РЫНКА СБЫТА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ ПЕРМСКОГО КРАЯ

PROBLEMS OF PERM REGION AGRICULTURAL PRODUCTS DISTRIBUTION

*A. Maramzin
K. Novikova*

Annotation

The article is dedicated to the problem of absence of agricultural products distribution market for small enterprises, personal subsidiary plots and farms under the conditions of modern tendency of overall production increase (as of on the example of real enterprise). The article suggests the variants of solution to the problem.

Keywords: distribution are, agricultural products' producer, agricultural products' processor, outsourcing, logistic center, logistic system.

Марамзин Антон Игоревич

*ФГБОУ ВПО "Пермская государственная
сельскохозяйственная академия им. ак.*

Д.Н. Прянишникова"

Новикова Ксения Владимировна

*ФГБОУ ВПО "Пермский государственный
национальный исследовательский университет"*

Аннотация

В статье рассматривается проблема отсутствия рынка сбыта сельскохозяйственной продукции для мелких предприятий, ЛПХ и фермерских хозяйств в свете современной тенденции увеличения объемов производства, в том числе на примере реально действующего производства.

Ключевые слова:

Рынок сбыта, производитель сельскохозяйственной продукции, переработчик сельскохозяйственной продукции, аутсорсинг, логистический центр, логистическая система.

Организация сбыта продукции является завершающей стадией производственного цикла. В условиях рыночной экономики это один из важнейших этапов работы всего предприятия и каждого работника.

Сбыт продукции оказывает влияние на ход производства. Для создания четкой, ритмичной работы предприятия следует уделять внимание равномерному распределению объемов производства по кварталам и месяцам с тем, чтобы продукция ритмично поступала в товаропроводящую сеть. В конечном итоге результативность хозяйственной деятельности предприятия определяется выполнением договоров по номенклатуре и срокам поставок.

Каждый предприниматель, прежде чем начать свое дело ставит перед собой один из основных вопросов: "Где я буду искать клиентов?", "Кто может стать моим клиентом?" и "Что требует от моей продукции потенциальный покупатель?". На эти вопросы помогает ответить маркетинг, который дает инструменты для анализа рынка, расчета эластичности спроса, определения себестоимости продукции и многого другого. Особенно остро данная проблема стоит у сельскохозяйственных производителей (мелкий бизнес, ЛПХ, фермеры), что вызвано неподъемными расходами на сбытовую деятельность и ярко выраженной сезонностью производства.

Рынок сбыта продукции – это экономическое пространство, где продавцы представляют свои товары и услуги, а покупатели имеют возможность ознакомиться с

представленным и оплатить необходимое. Иными словами это место (магазин, шоу-рум, рынок, интернет-площадка, выставка и иное), где продавец сбывает товар покупателю.

Необходимо отметить то, что в настоящее время производство сельскохозяйственной продукции в крае развивается, и проблема сбыта продукции становится все более актуальной. Состояние продовольственной базы Пермского края в значительной степени зависит от темпов отгрузки продукции местными сельхозпроизводителями. По данным Пермьстата за 10 месяцев текущего (2012) года по сравнению с аналогичным периодом 2011 года, наблюдается значительное повышение объемов поставок на потребительский рынок края основных видов сельхозпродукции. Так, картофеля отгружено больше в 2,4 раза, овощей в 2,1 раза, зерна – в 1,3 раза. Увеличение поставок растениеводческой продукции объясняется тем, что в первой половине года предприятия отгружали продукцию урожая 2011 года.

Темпы увеличения отгрузки продукции животноводства не такие высокие, но тенденция к росту объемов поставки сохраняется. Объемы реализованного молока выросли на 2,4%, яиц – на 3,4 %. Объемы реализации скота и птицы на уровне прошлого года. [2]

В целях содействия сбыту небольшим хозяйствам с 2010 года осуществляется стимулирование проведения ярмарочных мероприятий. Количество проведенных в

муниципалитетах сезонных сельскохозяйственных ярмарок увеличилось с 36 в 2010 году до 106 в 2012-м. Возросло количество районов, проводящих ярмарки выходного дня с 4 до 14. Тем не менее, в основном – это сезонные каналы сбыта, и вопрос реализации продукции усложняется в зимнее время.

А в условиях постоянно увеличивающегося объема производства необходимо искать новые пути доведения товаров от производителей к переработчикам либо напрямую потребителю.

В утвержденной Законодательным собранием Пермского края концепции программы "Развития сельского хозяйства Пермского края до 2020 года" предполагается существенное увеличение объема производимой сельскохозяйственной продукции. Так, производство молока вырастет на 42,5 процента, а говядины – на 32,1 процента. Но эти амбициозные планы бессмысленны, если параллельно не выстроить эффективную цепочку переработки и сбыта. Поэтому один из блоков программы предусматривает активное развитие логистических центров, кооперации и ярмарок при активном участии муниципалитетов. Однако, по мнению экспертов, без инициативы самих фермеров, и их кооперации в различных вопросах ситуация не изменится.[7]

В связи с этим возможны несколько вариантов решения данной проблемы:

1. Создание концентрационных логистических центров. Подобные центры, созданные крупными переработчиками сельскохозяйственной продукции в различных регионах пермского края, позволят им получить доступ к ресурсам местных производителей, а также организовать и обратную связь: использовать их в качестве логистического центра для выхода на новые рынки.

Данные центры должны представлять собой склады временного хранения, откуда с определенной периодичностью сырье будет поступать на переработку. Также на базе этих центров возможна организация цехов полной или первичной переработки. Например, для первичной обработки молока и увеличения срока его хранения, что значительно упростит его транспортировку.

2. Другим способом решения проблемы сбыта может являться вынесение данного процесса на аутсорсинг. Некий подрядчик должен выполнять функции посредника между производителями и переработчиком и получать выгоду с перепродажи продукции. Это позволит избежать производителям и переработчикам излишних затрат на логистическую деятельность, а также по возможности затрат на сертификацию и получение ветеринарных справок. Переработчикам будет значительно проще работать с одним поставщиком, специализирующемся на конкретном виде сельскохозяйственного сырья, а производители получают рынок сбыта пространственно не удаленный от них.

Так же необходимо отметить то, что посредник может поставлять продукцию, не требующую дополнительной переработки, непосредственно на потребительский рынок.

Примером небольшого логистического центра может служить предприятие Лысьвенского района: еще недавно в Лысьвенском районе продать молоко от собственной коровы было проблематично: молокозавод, существующий с советских времен, обанкротился, а везти скоропортящийся продукт в соседние города было экономически невыгодно. Большим облегчением для местных фермерских хозяйств стало открытие модульного цеха переработки молока в деревне Симоново. Этот мини-завод способен очистить и переработать до тонны сырья в сутки и получить из него не только молоко с более длительным сроком хранения, но также сметану, сыр, йогурт и кефир. Предприниматель, открывший мини-цех, сегодня выкупает сырье у нескольких фермерских хозяйств. В 2011 году он получил на открытие своего бизнеса средства краевого и муниципального бюджетов в размере 2,9 миллиона рублей, а общая стоимость модульного цеха переработки молока – 7,25 миллиона.

Таким образом, подобная система организации сбыта сельскохозяйственной продукции мелких предприятий, ЛПХ и фермерских хозяйств позволит решить проблему отсутствия рынка сбыта, а при наличии специализированных складских помещений на базе логистического центра либо на базе предприятия посредника позволит сгладить сезонность данного вида товаров.

ЛИТЕРАТУРА

1. Официальный сайт ООО "Астарта" URL: <http://www.a-starta.ru/info/3/111.html> (дата обращения: 24.11.2012)
2. Интернет-портал "Российской газеты" URL: <http://www.rg.ru/2012/10/09/reg-pfo/perm-sbyt.html> (дата обращения: 25.11.2012)
3. Баркан Д.И. Эффективное управление сбытом. М.: Академия, 2010. – 347 с.
4. Брагин Л.А. Организация коммерческой деятельности. М.: Академия, 2008. – 347 с.
5. Котляров И. Д. Сельский маркетинг: нетрадиционные модели сбыта продуктов питания/ Маркетинг и маркетинговые исследования №6, 2012.
6. Министерство сельского хозяйства и продовольствия Пермского края URL: <http://lenta-59.ru/13025> (дата обращения: 23.12.2012)
7. Новикова К.В. Логистический центр как механизм продвижения молочных продуктов на внутренний и внешний рынки / Игуменова Е.Б.// Международный сельскохозяйственный журнал, №3, 2010.

РАЗВИТИЕ РЫНКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

THE DEVELOPMENT OF THE CONSUMER CREDIT MARKET: PROBLEMS AND PROSPECTS

*K. Novikova
D. Nekrasova*

Annotation

Article provides an overview and describes the main problems of consumer lending. The analysis of the state of retail lending in Russia shows. An assessment of the situation in arrears on consumer loans was done.

Keywords: consumer credit, credit policy, banks, risk, arrears, retail banking, interest rate.

*Новикова Ксения Владимировна
ФГБОУ ВПО Пермский государственный
национальный исследовательский университет
Некрасова Дарья Викторовна
ФГБОУ ВПО "Пермская государственная
сельскохозяйственная академия им.
Д. Н. Прянишникова"*

Аннотация

В статье представлен обзор и описаны основные проблемы потребительского кредитования, приведен анализ состояния розничного кредитования в России. Дана оценка сложившейся ситуации с просроченной задолженностью по потребительским кредитам.

Ключевые слова:

Потребительский кредит, кредитная политика, банки, риски, просроченная задолженность, розничные банковские услуги, процентная ставка.

Розничный банковский бизнес является одним из важнейших направлений в функционировании кредитных организаций, который может выступать в качестве существенного по значимости источника привлечения ресурсов, а также являться перспективным вариантом размещения средств банками для получения высокого финансового результата.

На сегодняшний день, большинство кредитных организаций по-прежнему уделяют значительное внимание розничному сегменту бизнеса. В докризисный период эффективность и значимость данного направления деятельности вообще не обсуждалась. Все универсальные банки были представлены на розничном рынке, стремились занять лидирующие позиции, увеличивая долю розницы в общем бизнесе [6]. Следует отметить, что в настоящее время многие области банковского сектора испытывают определенные сложности, но перспектива потребительского кредитования и его роль очевидны. Объемы потребительского кредитования в банковском секторе России за последние тринадцать лет представлены в таблице (таблица 1).

Темпы роста розничного кредитования существенно опережали темпы роста кредитов, предоставленных нефинансовым организациям, что подтверждает роль розничного сектора в отечественном банковском бизнесе. Расчеты показывают, что среднегодовой темп роста розничного кредитования в 2000–2011 гг. составил 60%, в то время как этот же показатель по кредитам, предоставленным нефинансовым организациям, – только 37%. До

2004 г. банки уделяли недостаточно внимания развитию розничного бизнеса, считали операции по предоставлению кредитов физическим лицам малоприбыльными и предпочитали развивать другие виды операций. Например, работа с корпоративными клиентами обеспечивала им приемлемый уровень доходности.

Крайне серьезную для всего банковского сектора и столь очевидно присущую розничному кредитованию проблему, острота которой не уменьшается уже многие годы, также представляет наличие большой просроченной задолженности и невозвратов кредитов. На рис. 1 отчетливо прослеживается тенденция постоянного превышения удельного веса просроченных розничных кредитов в сравнении с корпоративным кредитованием (рис. 1) [3].

Однако нельзя не отметить, что благодаря принимаемым банками мерам удалось несколько выровнять динамику увеличения просроченной задолженности в рознице: с 3,4% до 5,5% за последние пять лет. Динамика роста просроченной задолженности в корпоративном сегменте существенно выше: возросла с 0,9%, достигнув 4,9% за аналогичный период. По мнению авторов, необходимо еще немало времени для того, чтобы банки преломил тенденцию роста просроченной задолженности и вышли на ее оптимальный уровень. Банки смогут повысить свою финансовую устойчивость, только справившись с проблемой реструктуризации финансовых активов.

Таблица 1

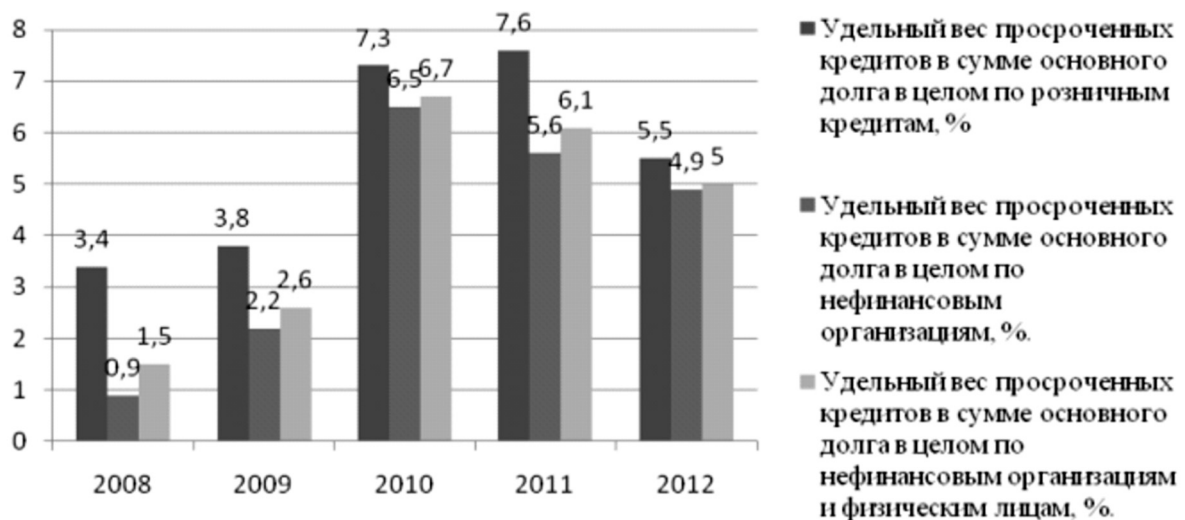
Объемы потребительского кредитования в банковском секторе России, млрд руб.

Отчетная дата	Кредиты, предоставленные нефинансовым организациям и ФЛ	Кредиты, предоставленные физическим лицам	Удельный вес розничного кредитования, %
01.01.2000	497,1	27,6	5,6
01.01.2001	840,5	44,7	5,3
01.01.2002	1323,7	94,7	7,2
01.01.2003	1796,2	142,2	7,9
01.01.2004	2684,7	299,7	11,2
01.01.2005	3887,5	618,8	15,9
01.01.2006	5454,0	1179,2	21,6
01.01.2007	8031,4	2065,2	25,7
01.01.2008	12287,1	2971,1	24,2
01.01.2009	16526,9	4017,2	24,3
01.01.2010	16115,5	3573,8	22,2
01.01.2011	17901,7	4084,8	22,3
01.01.2012	23266,0	5550,9	23,9

Источник: Обзор банковского сектора Российской Федерации. Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации.

Рисунок 1.

Сравнение динамики просроченных кредитов в 2008-2012 гг.



Рассматривая потребительское кредитование в ведущих банках страны, следует проанализировать статистику банков, характеризующих состояние выдаваемых потребительских кредитов. Констатируется, что по состоянию на 01.01.2012 г. лидирующим банком по объемам потребительского кредитования в рублях стало ОАО "Сбербанк России" – сумма выданных им потребительских ссуд составила 1 729 500 млн руб.

Ежемесячные темпы прироста объема выданных потребительских кредитов составили 1–2%, что представляет собой довольно низкую величину. При этом стоит отметить, что качество кредитного портфеля ОАО "Сбербанк России" улучшилось. Так, в первой половине 2011 года просрочка составляла в среднем 3,5% от выданных

ссуд. Что касается объемов просрочки на вторую половину 2011 года, то она существенно снизилась к концу исследуемого периода и на 1 января 2012 года составила уже 2,7% (табл. 2) [5].

Для улучшения и развития системы потребительского кредитования с юридической стороны необходимо усилить ответственность обеих сторон в случае нарушения кредитного договора, создать налаженную систему кредитных бюро для сбора информации о заемщиках. Также стоит расширить объемы кредитования для населения, дифференцировать условия их предоставления в зависимости от вида ссуды, срока пользования, уровня доходов заемщика, унифицировать порядок оформления и использования кредитов.

Таблица 2

Динамика кредитной деятельности ОАО "Сбербанк России, млн руб. [5].

Период	Потребительские кредиты	Кредиты, выданные в иностранной валюте	Темп прироста выдачи потребительских кредитов, %	Доля просроченной задолженности, %
01.01.2000	1 129 858	21 467	-	3,40
01.01.2011	1 256 013	17 584	2,34	3,50
01.01.2012	1 729 500	-	27,37	2,70

ЛИТЕРАТУРА

1. Заернюк В.М. Анализ потенциала и перспектив образовательного кредитования. Сборник "Современные технологии в российской системе образования". VIII Всероссийская научно-практическая конференция. М. 2010.
2. О внесении изменений в статью 29 Федерального закона "О банках и банковской деятельности": Федеральный закон от 15.02.2010 № 11-ФЗ.
3. Сбербанк России. Итоги 2011 года. Характеристика результатов деятельности Сбербанка в сфере выдачи потребительских кредитов на начало 2012 года. URL: <http://www.bankiinf.ru> (дата обращения: 12.12.2012)
4. Федеральный закон "О кредитных историях" от 30.12.2004 № 218-ФЗ.
5. Характеристика деятельности Сбербанка России в области потребительского кредитования за 2009–2011 годы. URL: <http://www.bankiinf.ru> (дата обращения: 15.12.2012)
6. Пьянкова К.В., Косвинцев Н.Н. Государственно-частное партнерство: преимущества и недостатки для государства и бизнеса // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. 2010. № 4. С. 12–19.

© К.В. Новикова, Д.В. Некрасова, (ksenia--27@yandex.ru), Журнал «Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики»,



ОЦЕНКА ОПЫТА ОРГАНИЗАЦИИ КОРПОРАТИВНОГО СЕКТОРА В РОССИИ

ASSESSMENT OF EXPERIENCE OF ORGANIZATION OF CORPORATE SECTOR IN RUSSIA

V. Nusinov

Annotation

The estimation of the Russian experience of organizing corporate sector. Focus on issues related to the development of corporate structures.

Keywords: corporate governance, corporations, joint stock companies, the structure of corporate ownership.

Нусинов Владислав Маркович

Аспирант,

*Международная академия оценки
и консалтинга, г. Москва*

Аннотация

Проведена оценка российского опыта организации корпоративного сектора. Раскрываются вопросы, касающиеся развития корпоративных структур.

Ключевые слова:

Корпоративное управление, корпорации, акционерные общества, структура органов корпораций, собственность.

Опыт формирования и дальнейшей организации деятельности у каждой отдельной российской корпорации имеет свои специфические особенности, диктуемые сложившейся структурой управления; законодательно – нормативными актами, регулирующими права и обязанности всех участников, уставом корпоративных образований и т.п. Проблема корпоративного управления стала актуальной с появлением крупных корпораций на рубеже XIX–XX вв., в начальный период разделения права собственности и управления этой собственностью, хотя разделение функций собственности и управления имело место и в Отс–Индской компании (XVII век). С этой точки зрения рыночная среда и в современных условиях требует от отечественных корпораций постоянного совершенствования систем управления.

Для осмысленности характера опыта организации корпоративного сектора выделим доминирующие отечественные корпоративные образования, и, прежде всего, в самом общем виде приоритетные для каждой из них элементы организации внутрикорпоративной деятельности, будь то постоянных участников корпорации; структуру владения акциями в отдельно взятой корпорации; состав совета директоров (или состав советов); требования к раскрытию информации для той или иной корпорации; корпоративные действия, требующие одобрения акционеров; механизм взаимодействия между ключевыми участниками и т.п.

В рамках данной статьи, для нас наибольший интерес представляет характер опыта таких доминирующих представителей корпоративного сектора как ОАО "Северсталь", Группа Компаний ПИК, ОАО "Мечел", ОАО "НК "Роснефть", ОАО "Газпром".

Вполне обоснованно одно из доминирующих мест в экономике нашей страны занимает ОАО "Северсталь" – одно из крупнейших предприятий по производству стали в мире. Каталог продукции включает плоский и сортовой металлический прокат, трубы большого диаметра и про-

фили, различную сопутствующую продукцию. Клиентская база корпорации составляет свыше сорока тысяч компаний как внутри страны, так и за рубежом, представляющих судостроительную, машиностроительную, автомобильностроительную и другие отрасли промышленности.

ОАО "Северсталь" выступает активным членом Российского института директоров, ведущего экспертно-ресурсного центра в области корпоративного управления, созданного как инструмент в значительной мере связанный с успешным обоснованием стандартов корпоративного управления в России.

Опыт организации корпоративного управления ОАО "Северсталь", отражающий современные требования инвесторов, получил своё развитие в 2006 году, когда совет директоров принял Кодекс корпоративного управления. В его основу были положены рекомендации Федеральной комиссии по рынку ценных бумаг, но прежде всего, британского Комбинированного кодекса корпоративного управления (Combined Code on Corporate Governance), в результате чего ценные бумаги "Северстали" стали доступны к обращению на Лондонской фондовой бирже. Лондонская биржа играет универсальную роль в англо-американской модели в целом, на ней определяются требования по листингу, уровень раскрытия информации и другие т.п.

Со своей стороны, "Северсталь", придерживаясь принципов корпоративного управления, закрепила тем самым первостепенную роль совета директоров, прежде всего в определении стратегии её развития, приняла принципы максимального раскрытия информации о своей деятельности, что повысило уровень взаимодействия, с одной стороны, между органами управления и контроля корпорации, а, с другой, между средним и высшим менеджментом.

Используя таким образом передовой международный опыт, компания подняла корпоративное управление на качественно новый уровень, и постоянно стремится его

повышать.

С 1994 года одним из ведущих российских девелоперов в области строительства и реализации жилой недвижимости является ОАО "Группа Компаний ПИК". За период своей деятельности, корпорация реализовала 220 тысяч квартир. Как и ОАО "Северсталь", ГК "ПИК" ориентируется на передовые международные стандарты корпоративного управления, которые способствуют успешному развитию бизнеса, придают уверенности инвесторам, что позволило ОАО "Группа Компаний ПИК" войти в список системообразующих предприятий страны, инициированный Минэкономразвития РФ. Хотя включение в этот список и не даёт гарантии финансовой поддержки, при необходимости будут минимизироваться негативные социально-экономические последствия в случае прекращения деятельности таких предприятий.

Как того требует британский Комбинированный кодекс корпоративного управления, в ОАО "Группа Компаний ПИК" разработан внутренний Кодекс корпоративного управления для обеспечения эффективной защиты прав и интересов акционеров, прозрачности принятия решений, профессиональной и этической ответственности членов совета директоров, других органов управления корпорации и её акционеров, широкой информационной открытости, эффективного контроля за финансовой и экономической деятельностью.

Защита интересов акционеров находит выражение подотчётности Совета директоров, Президента и Правления акционерам. В частности, обеспечение прозрачности и открытости управленческой и финансовой информации обеспечивается, в том числе, и тем, что в совет директоров, состоящий из 9 членов, во многом для повышения интереса со стороны иностранных инвесторов, входят 2 независимых иностранных члена.

Всё это обеспечило корпорации положительную динамику операционных и финансовых показателей в 2012 и первом квартале 2013 гг. Это существенное обстоятельство позволило Национальному Рейтинговому Агентству (НРА) повысить индивидуальный рейтинг ГК "ПИК" до уровня "А+" по российской шкале, тем самым, повысив его на один пункт.

Ещё одной корпорацией, стяжавшей широкую известность, стало ОАО "Мечел", основанное в 2003 году. Сфера деятельности корпорации весьма обширна. Горнодобывающее направление включает удовлетворение спроса на продукцию металлургического и энергетического направлений. Металлургическое направление ОАО "Мечел" охватывает восемь предприятий, в том числе по одному на Украине в Литве, на которых осуществляется выпуск сортового проката, арматуры и другой продукции с высокой добавленной стоимостью. Корпорация производит тепловую и электроэнергию, широко представлена на рынке транспортных перевозок, известна по ряду других направлений деятельности в США, Казахстане, Нидерландах, Швейцарии, Индии, Сингапуре.

Что касается корпоративного управления, следует отметить, что аппарат корпорации стремится придерживаться лучших стандартов корпоративного управления. Максимально соблюдаются нормы действующего акцио-

нерного законодательства, что стало решающим фактором усиления позиций корпорации в глобальном масштабе, позволило укрепить её конкурентоспособность.

Общество имеет ряд дополнительных обязательств, придерживаясь самых высоких мировых стандартов корпоративного управления, присущих, например, Нью-Йоркской фондовой бирже, требованиям, применяемым к различным компаниям США, прежде всего, в рамках стандартов котировки акций.

Состав Совета директоров и представительство в совете остаются важными вопросами, которые контролируются акционерами корпорации. Совет директоров ОАО "Мечел" (состоит из девяти членов, пять из которых являются независимыми) осуществляет общее руководство деятельностью Общества, кроме решения вопросов, отнесённых к компетенции Общего собрания акционеров.

Вопросы корпоративного управления, такие, как механизмы взаимодействия между акционерами, или, например, раскрытие информации, в основном решены. Это, скорее всего, объясняется и тем, что ОАО "Мечел" имеет достаточные интересы в США, где законодательно определены строгие нормы раскрытия информации. Предложенная законодательством этой страны правовая база корпоративного управления требует от корпорации публиковать разноплановую информацию. Так, в частности, в "Извещение для акционеров для получения доверенности на голосование" корпорации обязаны ежеквартально включать данные о структуре капитала; справку о прежней деятельности назначаемых директоров (включая имена, занимаемые должности, отношения с корпорацией, владение акциями в корпорации); размеры заработной платы (вознаграждения), выплачиваемой исполнительным директорам (высшее руководство), а также сведения о выплате вознаграждения каждому из пяти наиболее высокооплачиваемых руководителей (их имена должны быть указаны); данные обо всех акционерах, владеющих свыше 5% акционерного капитала; сведения о возможном слиянии или реорганизации; предполагаемых правках к Уставу, а также имена лиц или корпораций, приглашаемых для аудиторской проверки.

Процедура раскрытия информации приводит к необходимости ежеквартального предоставления финансовой отчётности с представлением суммы совокупного вознаграждения управляющим, каждому директору, всем крупным владельцем акций, владеющим пакетами более 5%.

Анализ показывает, что система корпоративного управления корпорации "Мечел" направлена на создание и сохранение надежных и доверительных отношений с акционером и инвесторами.

Высокие требования к системе организации корпоративного управления ставит ОАО "НК "Роснефть".

Надо признать, что в ОАО "НК "Роснефть" защита интересов акционеров находит выражение по ряду направлений. В частности, в совет директоров, состоящий из 9 членов, входят как исполнительные, так и неисполнительные члены, 4 из них являются независимыми. Существует ряд факторов, которые способствовали увеличению числа независимых членов в совете директоров

корпорации. Как нам представляется, среди них можно выделить изменение структуры владельцев, т. е. рост числа и влияния институциональных инвесторов и их участие в голосовании на ежегодных общих собраниях акционеров, а также рекомендации независимых саморегулируемых организаций.

Интересы акционеров находят своё выражение и в выплате дивидендов. По итогам 2012 г. Общее собрание акционеров 20 июня 2013 г. одобрило одновременную выплату до 19 августа 2013 г. всем владельцам акций в размере 8,05 руб. за акцию, при том, что суммарная величина выплат составит 85,3 миллиарда рублей. Тем самым обеспечена прозрачность финансовой отчётности, которая является важным элементом корпоративного управления. "Роснефть" составляет ежеквартальные, полугодовые и годовые отчёты в строгом соответствии с Общепринятыми принципами бухгалтерского учёта (ОПБУ) США. Анализ дивидендной истории НК "Роснефть" показал, что выполняется задача максимально сокращать временной разрыв между окончанием периода финансовой отчётности и датой опубликования показателей финансовой деятельности за этот период.

НК "Роснефть" достигла решения принципиально важной задачи – реализовала стратегию развития корпорации, ставя целью, с одной стороны, увеличение акционерной стоимости корпорации, а с другой – достижение международных стандартов в управлении. В этом смысле прозрачность и ответственность корпоративного управления весьма высоки как для поддержания доверия инвесторов, так и для получения всеми акционерами корпорации максимальной отдачи от вложенных инвестиций в долгосрочном периоде.

Как один из наиболее убедительных примеров применения на практике принципов сильного корпоративного управления, в значительной степени определяющего характерные черты и особенности корпорации, можно представить ОАО "Газпром". Нельзя не учитывать, что нефтегазовый комплекс остаётся базовым сектором отечественной экономики, играющим определяющую роль в формировании доходов российского государственного бюджета и торгового баланса. ОАО "Газпром" – глобальная энергетическая корпорация, производственные мощности которой обеспечивают 15 % мировой добычи газа, тогда как протяжённость магистральных корпоративных газопроводов составляет 162 тыс. км.

В основе средств обеспечения корпоративного управления ОАО "Газпром" лежат принципы внутренней сбалансированности и инструменты, позволяющие цивилизованно разрешать возникающие корпоративные кон-

фликты. Опыт ОАО "Газпром" по аналогии с НК "Роснефть" показывает, что дивидендная политика проводится с учётом повышения прозрачности расчёта и предсказуемости уровня дивидендных премий. Новая дивидендная политика, провозглашённая в 2010 г. обеспечила возможность повышения динамики прибыли, тем самым оптимизировав соотношение между корпоративными инвестициями и доходами акционеров, которые согласно порядку расчётов размера дивидендов могут рассчитывать на выплату от 17,5% до 35 % чистой прибыли ОАО "Газпром".

Корпоративное управление нацелено на достижение баланса интересов между финансово-заинтересованными лицами. Учитывая, что акционеры заинтересованы в максимизации стоимости корпорации, и, как следствие, стоимости тех долей, которыми каждый из них обладает, размер дивидендов, выплаченных на одну акцию по итогам 2010 г составил 3 р. 85 коп., в 2011 г. – 8 р. 97 коп., а в 2012 г. – 5 р. 99 коп. при чистой прибыли в 746 млрд. руб.

Оценить качество реализации корпоративного управления возможно и через оценку документов по корпоративному управлению, в список которых может входить не только устав или положение о совете директоров, но и этический кодекс, или положение об урегулировании корпоративных конфликтов. И чем больше документов разработано, тем более продуманно реализуется корпоративное управление.

В ОАО "Газпром" особое значение придаётся контролю деятельности корпорации и контролю корпоративного управления. Практически контроль осуществляется на основании Системы стандартизации (СТО Газпром 1.14–2009), разработанной на основе действующего отечественного законодательства, что является важнейшим условием объективного и комплексного выявления корпоративных проблем.

Как мы видим, ОАО "Газпром", ориентируясь на высокий уровень корпоративного управления, выстраивает свою деятельность на примере лучших зарубежных стандартов корпоративных отношений, базовые принципы корпоративного управления, соблюдение которых позволяет обеспечить высокую инвестиционную привлекательность корпорации и предоставить дополнительные гарантии всем группам лиц, участвующим в её работе.

Анализ показал, что на фоне неблагоприятных общемировых финансовых и экономических тенденций, характер опыта доминирующих представителей российского корпоративного сектора показывает высокую стабильность и способность к устойчивому развитию.

ЛИТЕРАТУРА

1. Агеев А.Б. Создание современной системы корпоративного управления в акционерных обществах: вопросы теории и практики. М.: Волтерс Клувер, 2010.
2. Бушуев А.Н. Корпоративные образования в промышленности: теория и методология управления. Саратов: КУБик, 2011.
3. Долгопятова Т.Г. Развитие российской модели корпоративного управления в 2000–е годы. М.: ГУ ШЭ, 2010.
4. Кузнецов В.П. Методологические аспекты корпоративного управления: монография. Н.Новгород: Изд-во ВГИПУ, 2011.
5. Лебедев Н.А. Российские корпоративные образования в экономическом механизме управления // Научные труды ВЭО России. 2011. Т. 152 (34). С. 193

МУНИЦИПАЛЬНЫЙ БЮДЖЕТ КАК ПУТЬ К СОВРЕМЕННОЙ МОДЕЛИ МЕЖБЮДЖЕТНЫХ ОТНОШЕНИЙ

MUNICIPAL BUDGET AS A WAY TO PRESENT MODELS

A. Popov

Annotation

An assessment of the experience of organizing intergovernmental relations as they are modern. Focus on issues related to financial self-sufficiency of local communities, addressing the self-expansion of the revenue base of local government budgets.

Keywords: Intergovernmental relations, financial opportunities STI local government tax sources of local budgets, municipal, model of local self-government of municipal district.

Попов Александр Сергеевич
К.э.н., доцент кафедры
Экономики и права РГСУ,
Мурманский филиал

Аннотация

Проведена оценка опыта организации межбюджетных отношений как их современной модели. Раскрываются вопросы, касающиеся финансовой самодостаточности местных сообществ, решения проблемы расширения собственной доходной базы бюджетов местных органов самоуправления.

Ключевые слова:

Межбюджетные отношения, финансовые возможности органов местного самоуправления, налоговые источники местных бюджетов, муниципальное образование, модели местного самоуправления, муниципальный округ.

Мировой опыт развития бюджетной системы даёт возможность увидеть, что бюджетная система экономически развитых стран максимально децентрализована. Компетенции уровней публичных финансов разграничены, что позволяет каждому уровню самостоятельно определять бюджет, осуществлять налоговую политику, а местные бюджеты не входят в федеральные бюджеты. Это показывает относительную независимость регионов от центра и возможность минимизации перераспределительных процессов в бюджетно-налоговой системе, что способствует экономическому росту и конкурентоспособности регионов [2].

В отличие, в частности, от американской модели, российская сложившаяся модель межбюджетных отношений "не способствует развитию экономики регионов и не в полной мере отвечает принципам бюджетного федерализма" [5].

Действительно, выраженная централизация доходов, по мнению С.В. Степашина, "приобрела избыточный характер, а значительность объёмов перераспределяемых через федеральный бюджет финансовых ресурсов привела к тому, что государственная региональная политика может осуществляться только при наличии мощной системы трансфертов, когда имеет место широкое использование трансфертов" из бюджетов вышестоящих уровней, направленных на покрытие дефицита налоговых и неналоговых доходов местных бюджетов. В свою очередь, хронический дефицит доходов местных бюджетов во многом затрудняет финансирование в полном объёме

собственных полномочий муниципалитетов. В скованных финансовых условиях муниципалитеты финансируют лишь свои текущие расходы, но лишены возможности производить капитальные расходы, осуществлять инвестиционные проекты и т.п. деятельность.

С другой стороны, эта же проблема зачастую приводит к росту муниципальных расходов без учёта реальных экономических и финансовых возможностей органов местного самоуправления. В результате, согласно статистике, приведённой С. В. Степашиным, уровень государственного долга регионов за последние шесть лет возрос почти в три раза, и к началу 2013 года составил 1,36 трлн. рублей. Естественно, что решение ряда острых для населения проблем в подобных условиях permanently откладывается. И только "выход на новый уровень бюджетного планирования и исполнения бюджета, на новое качество бюджетной системы позволит реализовать задачи, поставленные в майских указах Президента", – заявил глава Счётной палаты.

Несомненно, финансовая самодостаточность местных сообществ, соответствие обязательств и функций ресурсам местного самоуправления в современных условиях становится одним из ключевых направлений независимого существования местного самоуправления, и принципиальные решения данной задачи видятся, прежде всего, в правовом аспекте. В рамках Федерального закона № 131-ФЗ трансформировалась система налоговых источников местных бюджетов и механизмы межбюджетных отношений [3]. В качестве местных налогов

были определены налог на имущество физических лиц и земельный налог. Между тем, это не повлекло перераспределения доходных источников местных бюджетов – уровень финансовой обеспеченности зависит от региональных властей, что не даёт возможности муниципальным органам власти проводить необходимую им местную социально-экономическую политику.

В частности, что касается Мурманской области – она остаётся дотационной, получая из бюджета 1 072 730, 7 тыс. рублей [1]. Необходимо признать, что данное обстоятельство указывает на наличие централизации финансовых средств, встречных финансовых потоков между региональным и местными бюджетами, обуславливает низкий уровень собственных доходов бюджетов муниципалитетов, когда финансовые потоки на местный уровень практически не передаются.

В состав Мурманской области входят 43 муниципальных образования, из них 15 городских округов, 5 муниципальных районов, 13 городских и 10 сельских поселений. Доходы таких муниципальных образований как городов Апатиты, Мурманск, Полярный Зори, Североморск, Терского и Печенгского районов в основном формируются за счёт налоговых поступлений, причём около четверти из них, это налог на доходы физических лиц.

Какие же инструменты смогли бы способствовать повышению уровня финансовой обеспеченности и на этой основе созданию современной модели межбюджетных отношений в Мурманской области, обеспечению соответствия обязательств и функций ресурсам местного самоуправления?

Как нам представляется, одним из приоритетов должна стать передача полномочий по выравниванию бюджетной обеспеченности поселений с регионального уровня на уровень муниципальных районов. Важно, чтобы местные органы самоуправления имели право определять, какие дополнительные налоговые источники могут быть закреплены за местными бюджетами для повышения собственной доходной базы местных бюджетов.

Формирование привлекательного бюджетного климата во многом сдерживает и бессмысленное циркулирование средств между муниципальными образованиями и бюджетами вышестоящих уровней с последующим их возвращением в тот же муниципалитет в качестве межбюджетных трансфертов. Неоднозначность процесса формирования привлекательного бюджетного климата подтверждает и статистика Министерства финансов РФ (2009 г.), согласно которой, в общем объёме поступивших собственных доходов местных бюджетов межбюджетные трансферты (без учёта субвенций из фондов компенсаций) – 46, 6 %, тогда как налоговые и неналоговые доходы составили 53, 4 %. При этом, в структуре собственных доходов местных бюджетов в среднем по

стране налоговые доходы составили 39, 9 %.

В современной модели межбюджетных отношений на муниципальном уровне решение проблемы расширения собственной доходной базы бюджетов местных органов самоуправления лежит также и в плоскости прогнозирования доходов бюджетов муниципальных образований сельских поселений. Показательно в этом смысле утверждение методики формализованного прогнозирования доходов бюджета муниципального образования сельского поселения Алакуртти Кандалакшского района Мурманской области по основным налогам и сборам. Данная методика предлагается в целях повышения эффективности управления муниципальными финансами и обеспечения системности прогнозирования доходов бюджета муниципального образования сельское поселение Алакуртти по основным налогам и сборам, к которым, в данном случае отнесены налог на доходы физических лиц, налог на имущество физических лиц и земельный налог. Методика включает два варианта расчёта ставки налога на доходы физических лиц, вариант формулы расчёта ставки налог на имущество физических лиц и формулу для расчёта прогнозируемого объёма поступлений земельного налога в бюджет этого сельского поселения.

В рамках решения проблемы расширения собственной доходной базы бюджетов местных органов самоуправления шагом в правильном направлении было бы восстановление ряда законодательных положений, не перешедших из предыдущего законодательства в ФЗ № 131. Так, в муниципальную собственность следует вновь включить природные ресурсы в качестве экономической основы местного самоуправления. Это позволит в определённой мере повысить объём собственных доходов в муниципальных бюджетах.

В этой связи понимание этого обстоятельства станет реальным инструментом финансирования социальной инфраструктуры и ряда других расходов, выравнивания уровня бюджетной обеспеченности органов местного самоуправления социально-экономической ситуации в целом.

По мнению ряда исследователей, укрепить ресурсные возможности муниципальных образований собственной финансовой базой на долгосрочной основе могло бы, например, и перераспределение доходной базы земельного налога. Это станет дополнительным стимулом для муниципалитетов к работе над собственной доходной базой. Но для этого необходимо упорядочить и поставить на объективную основу инвентаризацию земель и определение кадастровой оценки земель Мурманской области. Во всяком случае, возможность оформления земли под зданиями и сооружениями позволит прирастить местные бюджеты, и это при том, что в индивидуальном аспекте данный налог, скорее всего, не станет обременительным для населения.

Современная модель межбюджетных отношений не может не включать новые виды финансирования органов местного самоуправления, муниципальных услуг или иных сфер и направлений муниципального сервиса [4]. Не должна исключаться возможность учреждения смешанных (с участием муниципалитета) предприятий. Это даст возможность обеспечить доступ местного сообщества к доходам от прибыльных видов деятельности и вывести муниципальные предприятия на рентабельный режим работы.

Без внимания органов местного самоуправления сегодня во многом остаётся такой финансовый резерв как рентные источники доходов местных бюджетов. В нынешних условиях рента повсеместно собирается множеством хозяйственных субъектов, хотя присваиваемый ими продукт в большинстве своём по праву является общественным. Сегодня же безкрайние рентные источники выведены из-под контроля муниципальных властей. В этом контексте первоочередной задачей органов местного самоуправления должна стать классификация всех рентообразующих факторов муниципальной территории и направление рентных источников в местный бюджет.

Не менее важен сегодня и вопрос об использовании доходов от собственности муниципалитетов. Сейчас они практически всецело направляются на финансирование текущих расходов, а органы местного самоуправления не переводят указанные доходы на совершенствование и приумножение муниципальной собственности, т.е. на обеспечение средне- и долгосрочной перспективы развития своих муниципальных образований.

Важным условием формирования муниципалитета в качестве стратегического инвестора можно назвать необходимость выделения в местном бюджете специального структурного подразделения – инвестиционного бюджета с закреплением за ним специфических, неналоговых по своей сути, источников доходов и специфических, возвратных, направлений расходов. В этой связи, в отличие от обычных корпоративных инвестиций, инвестиции территориально-корпоративные имеют целью, с одной стороны, вложение в развитие доходной базы муниципального бюджета, а, с другой, инвестирование в процесс бюджетосбережения. Бесспорным положительным результатом таких инвестиций станет освоение того или иного ресурса на территории данного муниципального образования.

Таким образом, инвестиционный бюджет как стержень территориально-корпоративной инвестиционной станет системообразующим звеном муниципальной позиции, эффективным инструментом реализации муниципальной промышленной политики, что позволит обеспечить плодотворное взаимодействие муниципальной власти с реальным сектором экономики.

Сократить территории-реципиенты можно и путём развития рынка муниципальных облигационных займов. Формирование эффективного рынка муниципальных заимствований остаётся важным фактором экономического роста регионов, поэтому в ближайшее время необходимо создание институтов мониторинга финансового положения эмитентов на основе законодательно проработанных процедур реструктуризации задолженности муниципалитетов.

Используя финансовые источники, муниципальные образования Мурманской области реализуют планы по расходам, финансируя сферу образования, жилищно-коммунальное хозяйство, сферу культуры, социальную политику, здравоохранение, физическую культуру и спорт, муниципальные учреждения и т.п.

В данной статье как пример позволю привести направления финансирования муниципальных учреждений Ковдорского района. В 2012 году муниципалитетом Ковдорского района на финансирование сферы образования было направлено 414 млн. рублей; на жилищно-коммунальное хозяйство 144 млн. рублей; на культуру 41 млн. рублей; на социальную политику 48 млн. рублей; на здравоохранение, физическую культуру и спорт 4 млн. рублей.

В частности, в системе образования Ковдорского района приоритетом остаётся доступность получения населением качественного дошкольного воспитания и образования, удовлетворение спроса на детские сады. Важным условием эффективности реализации муниципального финансирования сферы образования является то, что общеобразовательные учреждения приобретают учебную мебель, учебно-методические комплекты. Увеличивается разнообразие профилей дополнительного обучения, включающие гуманитарные, физико-математические, филологические, химико-биологические и универсальные профили. Из муниципальных средств финансируются курсы сетевой предпрофильной подготовки, которыми охвачена четверть от общего числа обучающихся в 8–9 классах. Приобретается компьютерная техника, учебное оборудование. Сформирована адаптивная безбарьерная среда, которая обеспечивает возможность дистанционного обучения детей с ограниченными возможностями.

Исходя из потребностей населения муниципального образования, работает система поддержки талантливых детей, финансируется их участие в конкурсах муниципального, регионального и федерального уровней. Из средств местного бюджета выделены субсидии на обеспечение детского питания в общеобразовательных школах и модернизацию технологического оборудования пищеблоков. Реализуются программы отдыха детей во время летних каникул, программы дополнительного образования по ряду направлений.

Из средств местного самоуправления финансируется сфера культуры. Финансирование из средств муниципалитета деятельности учреждений культуры была направлена на художественное и музыкальное образование населения, развитие художественной самодеятельности и народного творчества, поддержку молодых дарований. Поддерживается интерес жителей к участию в культурно – досуговой деятельности, в частности, муниципалитетом проводятся мероприятия, посвященные 67– летию Победы в Великой Отечественной войне и 59–летию Ковдора; мероприятия, посвященные праздничным календарным датам: Дню Защитников Отечества, Международному женскому Дню, Дню молодежи, Дню пожилых людей, Дню инвалидов. Общей направленности праздничных мероприятий соответствует проведение новогодних мероприятий для детей под патронажем главы района с вручением от его имени подарков лучшим учащимся образовательных школ.

Ещё один из важных факторов, связанных с особенностями культурного развития региона – роль органов местного самоуправления в развитии и сохранении национальной культуры народов Крайнего Севера. Как позитивный аспект популяризации национальной культуры саамов можно выделить, во–первых, выставку работ саамского декоративно–прикладного творчества, во–вторых, проведение в этом году Зимних и Летних саамских Игр, и, в – третьих, особую роль в данном процессе с точки зрения возможностей развития местного самоуправления следует отнести празднованию Дня саамов.

Представляют интерес направления активной работы органов местного самоуправления по дальнейшему развитию физкультуры и спорта, приведённые в Отчёте главы Ковдорского района о работе администрации Ковдорского района. В рамках утвержденного календарного плана физкультурно–оздоровительных и спортивных мероприятий, администрация Ковдорского района провела 27 соревнований по различным видам спорта, из которых 11 – с участием спортсменов из других городов Мурманской области и других регионов Российской Федера–

ции. Были организованы игры Чемпионата Мурманской области по волейболу среди мужских команд и второй тур Первенства Мурманской области по лыжным гонкам. В рамках празднования Дня города и Дня физкультурника были проведены традиционный массовый легкоатлетический пробег "Ковдорская миля", соревнования по стрит–болу, показательные выступления спортсменов на лыжероллерах. Впервые работники муниципальных учреждений, других организаций и предприятий участвовали в мероприятиях, организованных в рамках Дня здоровья и спорта Мурманской области в Ковдорском районе.

Не менее масштабной, с нашей точки зрения, представляется работа муниципалитета Ковдорского района по финансированию жилищно–коммунального хозяйства, социальной политики, здравоохранения.

Анализ показывает, что вопросы расширения собственной доходной базы бюджетов местных органов самоуправления остаются во многом актуальными. За последние годы на местные бюджеты были переложены дополнительные расходы по финансированию социальной инфраструктуры и ряд других расходов, что повлекло неуклонное падение уровня бюджетной обеспеченности.

Бюджетная обеспеченность является органической и важной частью стратегии экономического развития муниципальных образований, поскольку она связана с решением социально–экономических проблем на местах.

Современная модель межбюджетных отношений должна предопределяться, прежде всего, интересами муниципальных образований, должен максимально учитываться весь комплекс социально–экономических факторов развития муниципальных территорий. С помощью современной модели межбюджетных отношений должен быть решён комплекс экономических и социальных задач, стоящих перед органами местного самоуправления, а не только, как многими считается, её основная задача – фискальная.

ЛИТЕРАТУРА

1. Балацкий Е.В. и др. Финансовая несостоятельность регионов и совершенствование межбюджетных отношений // Общество и экономика. 2010. № 7–8.
2. Иванов В.В. Типология межбюджетных отношений и моделей бюджетного федерализма // Вестник МГТУ. 2010. № 1. Т.13.
3. "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации": Закон Российской Федерации от 6 октября 2003 года № 131 (по состоянию на июнь 2012 года) // legis.ru > misc/doc/4172
4. Лебедев Н.А. Направления взаимодействия финансов органов местного самоуправления и фондового рынка // Современные экономические проблемы и пути их решения: III Международная научно–практическая конференция, г. Москва, 15 ноября 2011 г.: Сб. науч. тр. / НИЦ "Стратегия". – М.: МАКС Пресс, 2011.
5. Степашин С.В. Сложившаяся модель межбюджетных отношений не способствует развитию экономики регионов // Материалы Всероссийского совещания контрольно–счётных органов субъектов Российской Федерации "Государственный аудит системы обеспечения региональной экономической безопасности". Грозный, 25.06. 2013 / www.fcinfo.ru

СПЕЦИФИКА ФИНАНСИРОВАНИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ И ВОСПРИЯТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ОБЩЕСТВЕННОМ СОЗНАНИИ

THE SPECIFICS OF FINANCING SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN RUSSIA AND THE PERCEPTION OF ENTREPRENEURSHIP IN THE PUBLIC CONSCIOUSNESS

A. Sichinava

Annotation

This article deals with the main trend of development of small business. The paper highlights the main aspects of the state support of small business, as well as examined the perception of small business in the public consciousness.

Keywords: small business, entrepreneurship, social awareness, public support.

Сичинава Алексей Шалвович

*К.э.н., Выпускник программы DBA,
Доктор делового администрирования, Высшая
Школа Корпоративного Управления Академии
Народного Хозяйства при Правительстве РФ*

Аннотация

Данная статья посвящена рассмотрению основных тенденция развития малого бизнеса. В статье выделены основные аспекты государственной поддержки малого бизнеса, а также рассмотрено восприятие малого бизнеса в общественном сознании.

Ключевые слова:

Малый бизнес, предпринимательство, общественное сознание, государственная поддержка.

Специфика развития малого и среднего предпринимательства в России характеризуется недостаточно благоприятной предпринимательской средой (например, в части и исследования "Doing business") и близко к негативному восприятию предпринимательства в общественном сознании.

Доля предприятий малого и среднего бизнеса в ВВП России составляет 21%, при этом в странах ЕС, развитых азиатских странах, США и государствах МЕРКОСУР этот показатель находится "в диапазоне от 40 до 70%. Тенденция к поддержке МСБ государством характерна для многих стран. По данным Мирового банка, за период 2005 – 2006 годов в 112 странах мира было проведено 213 стимулирующих реформ в этой сфере" [1]

Заинтересованность правительства в формировании институтов развития связана с необходимостью компенсации "провалов рынка". Задачи институтов развития могут сводиться к снижению риска частных инвестиций; "обеспечении существенных положительных экстерналий; содействию в преодолении различных барьеров и снижении трансакционных издержек; синхронизации изменений в поведении хозяйствующих субъектов"[2,с.4].

При этом, в период до 2007 г. процесс становления российских институтов развития характеризовался постепенной отработкой отдельных инструментов поддержки инвестиционных и инновационных проектов, пре-

имущественно в рамках содействия малому и среднему предпринимательству.

Что касается анализа мировой практики нескольких сотен институтов развития, то в данной сфере необходимо отметить программы, ориентированные на развитие малого и среднего бизнеса; стимулирование инноваций; поддержку экспортно-импортных операций; развитие инфраструктуры; содействие региональному развитию; поддержку отдельных секторов экономики.

Например, рассмотрим результаты мониторинга предпринимательства GEM 2011, по которым в 2010 г. только 4,3% населения РФ было готовы к организации собственного бизнеса в ближайшие три года, при этом из них около 1/3 были предпринимателями; таким образом, потенциальный приток новых предпринимателей составил лишь 2,6% (один из самых низких показателей по сравнению с другими странами). По результатам этого исследования в число основных проблем для развития предпринимательства в России (в сопоставлении с другими странами) входят слабая культурная поддержка, неразвитая конкуренция, низкая доступность венчурного капитала.

Востребованность лизинговых технологий и необходимость их адаптации для развития малого и среднего бизнеса подтверждается результатами современных исследований. Так, на примере производственных пред-

приятый малого и среднего бизнеса по результатам мониторинга "Предпринимательский климат в России: Индекс ОПОРЫ 2012", финансовые ресурсы не являются вполне доступными для производственных предприятий малого и среднего бизнеса, хотя большинство из них и способны привлечь краткосрочное финансирование [3]. При этом привлечь дополнительное финансирование на период более трех лет могут лишь около трети опрошенных, хотя каждая четвертая компания среди производственных предприятий малого и среднего бизнеса использует устаревшее оборудование. На вопрос о доступности финансирования в регионе из венчурных фондов отвечают лишь около половины компаний, и на каждого респондента, считающего такое финансирование вполне доступным, приходится шестеро тех, кто считает совершенно иначе. Таким образом, в рейтинге препятствий для развития производственного малого и среднего бизнеса, низкая доступность финансирования занимает первые места наряду с низкой доступностью персонала и высоким уровнем налогов.

Рассмотрим результаты мониторинга состояния малого и среднего предпринимательства в субъектах Российской Федерации – обобщенные результаты анкетирования предпринимателей, проведенного в рамках мониторинга, организованного Торгово-промышленной палатой Российской Федерации совместно с Минэкономразвития России (г. Москва, декабрь 2012) относительно оценок развития малого и среднего бизнеса (Рис. 1.). По результатам мониторинга можно сделать вывод, что 2012 году в целом состояние бизнеса ухудшилось или значительно ухудшилось у 31% предпринимателей.



Рис. 1. Изменения в состоянии бизнеса по оценке малых и средних предприятий в 2012 году, по сравнению с 2010 годом, % [4]

В России более высокой популярностью, чем в Евросоюзе пользуется единственная технология решения финансовых проблем – заимствования у друзей и родственников и у других компаний (кроме поставщиков). Наиболее распространенные в Евросоюзе формы заемного финансирования, такие как овердрафт и кредитная линия, покупка в рассрочку или лизинг, а также коммерческое кредитование, используются российскими производственными предприятиями малого и среднего бизнеса вдвое или вчетверо реже. Такая ситуация объясняет, почему в России в половине случаев размер займа не превышает миллиона рублей и почему типичная сумма займа в России вчетверо меньше, чем в странах Европы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кирюшин П. Малый и средний бизнеса в России // Международные процессы, № 1, 2011, С. 111–120
2. Ю. Симачев, М. Кузык, Д. Иванов Российские финансовые институты развития: верной дорогой?// Вопросы экономики, № 7, Июль 2012, С. 4–29
3. http://www.nisse.ru/business/article/article_1998.html?effort=1 Результаты мониторинга "Предпринимательский климат в России: Индекс ОПОРЫ 2012" Дата обращения 11.05.2013
4. http://www.nisse.ru/business/article/article_2006.html?effort=1 Национальный институт системных исследований проблем предпринимательства. Электронный ресурс. Дата обращения 11.05.2013

© А.Ш. Сичинава, (sichinava@bk.ru), Журнал «Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики»,



Конференция и Выставка SPE по разработке месторождений в осложненных условиях и Арктике 2013

15 – 17 октября 2013 • ВВЦ, Москва, Россия



ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К НАУЧНОМУ ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ "ИНВЕСТИЦИИ"

THE MAIN APPROACHES TO THE SCIENTIFIC DEFINITION OF THE TERM "INVESTMENT"

R. Khoutaev

Annotation

The concept of "investment" is broad enough to be able to give him one succinct and concise definition. In various areas of economic science and in different practice areas, its content has its own distinctive features. In this paper, based on a synthesis of the scientific concept of domestic and foreign material, we have given a new definition the term "investment".

Keywords: Science, investment, capital, profit.

Хутаев Райбек Исламович

*К.э.н., доцент Кафедры
"Банки и банковский менеджмент"
Финансового Университета
при Правительстве РФ*

Аннотация

Понятие "инвестиции" является достаточно широким, чтобы можно было дать ему одно емкое и краткое определение. В различных разделах экономической науки и в разных областях практической деятельности, его содержание имеет свои отличительные особенности. В настоящей работе на основе обобщения научного отечественного и зарубежного концептуального материала, нами дано собственное новое определение термину "инвестиция".

Ключевые слова:

Наука, инвестиции, капитал, прибыль.

Одним из показателей будущего уровня благосостояния государства в условиях глобализации международной экономической системы, является объем и структура инвестиций в национальную экономику. При этом для нормального устойчивого осуществления инвестиционной деятельности государства, необходимо точное и четкое осознание сущности происходящего процесса, который невозможно правильно оценить и регулировать не обозначив критерии и понятия. В связи с этим, на наш взгляд, необходим научный подход к определению и разграничению понятий охватывающих содержание правоотношений в сфере инвестиций и инвестиционной деятельности.

В современной теории и практике инвестиционной деятельности существует множество определений инвестициям, в том числе легальных и научно-прикладных. Трактовка понятия "инвестиция" в российской и зарубежной экономической науке не идентична. Возникает ряд теоретических и методических вопросов, требующих дополнительного научного разъяснения и уточнения. В связи с этим, для нас представляет особую значимость проблема формулировки нового уточняющего определения термина "инвестиции", что позволит внести дополнительную ясность и четкость в систему научных знаний по проблемам инвестиционной деятельности, а также определить основную цель инвестиционной деятельности в условиях рыночной экономики.

Следует отметить, что изначально термин "инвести-

ция" происходит от латинского слова "invest", что означает "вкладывать". Слово "инвестиции" английского происхождения (investments) и наиболее часто переводится как "капиталовложения". Термины "инвестиции" и "капиталовложения" в связи с традиционным переводом часто рассматриваются как синонимы.

В советское время в экономической теории термин "инвестиции" практически не использовался. В учебнике советского периода "Политическая экономия", выпущенном под редакцией В.А. Медведева, Л.И. Абалкина и других в 1990 году, понятие инвестиций также не рассматривалось. В экономической энциклопедии "Политическая экономия" инвестиции определялись как "долгосрочное вложение капитала в промышленность, сельское хозяйство, транспорт и другие отрасли хозяйства с целью получения прибыли" с последующим анализом содержания понятия на основе зарубежной экономической литературы. В целом, под инвестиционным воспроизводством понималось воспроизводство основных производственных и непроизводственных фондов, а инвестиции осуществлялись в форме централизованных капитальных вложений.

К вопросу научного определения понятия "инвестиции" и инвестиционной деятельности отечественная экономическая наука прибегла лишь в период перехода к рыночной экономике.

Легальное определение понятия/термина "инвести-

ции" содержится в законодательных нормативно-правовых актах. В российском законодательстве термин "инвестиции" был закреплен в Законе РСФСР "Об инвестиционной деятельности в РСФСР" (ст. 1 закона), от 25.02.1999г. где под инвестициями понимались денежные средства, целевые банковские вклады, паи, акции и другие ценные бумаги, технологии, машины и оборудование, лицензии, кредиты, любое другое имущество и имущественные права, интеллектуальные ценности, включаемые в объекты предпринимательской деятельности с целью получения прибыли (дохода).

Это определение инвестиций положено в основу принятого Федерального Закона "Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений" от 25 февраля 1999 года, с принятием которого утратил силу прежний законодательный акт. Инвестиции в нем определяются как "денежные средства, ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права, имеющие денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской и (или) иной деятельности в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта".

В новом законе, имеющем, в отличие от прежнего, более конкретную направленность (сфера капитальных вложений), уточнено понятие не только инвестиций, но и капитальных вложений, представляющих собой "инвестиции в основной капитал (основные средства), в том числе затраты на новое строительство, расширение, реконструкцию и техническое перевооружение действующих предприятий, приобретение машин, оборудования, инструмента, инвентаря, проектно-изыскательские работы и другие затраты".

Определение инвестиций содержится также в некоторых других правовых актах. Так, например, Конвенция стран СНГ о защите прав инвестора (Москва, 28 марта 1997 г.) обозначает этим термином собственные, заемные или привлеченные финансовые и материальные средства инвестора, вложенные в различные объекты деятельности, а также права на имущественную и интеллектуальную собственность, переданные в целях получения прибыли (дохода) или достижения социального эффекта, не изъятые из оборота и не ограниченные в нем в соответствии с национальными законодательствами сторон Конвенции. Данное определение содержит дополнительные признаки инвестиций, не отраженные в определении, которое дает законодательство. В их числе указание на источник формирования средств инвестирования (собственные, заемные или привлеченные), их оборотоспособность в соответствии с международным правом и национальным законодательством.

Определение инвестиций в законодательстве Российской Федерации достаточно емко. Прежде всего под ними понимаются: имущество (в том числе денежные

средства), ценные бумаги, имущественные и иные права, имеющие денежную оценку. Существенным признаком инвестиций является то, что они используются в предпринимательской, а также иной деятельности, не запрещенной законодательством Российской Федерации, цель которой – получение прибыли или достижение иного полезного эффекта: социального, корпоративного, личного и др.

Следует отметить, что в соответствии со ст. 129 ГК РФ [1] не считается инвестициями имущество, если его гражданская оборотоспособность запрещена или ограничена. Причем виды объектов гражданских прав, не допущенных к обороту (изъятых из оборота), должны быть прямо указаны в законе.

Для сравнения можно привести доктринальное определение инвестиций, данное в работе Бочарова В.В.: "Инвестиции выражают все виды имущественных и интеллектуальных ценностей, которые вкладываются в объекты предпринимательской деятельности, в результате которых формируется прибыль (доход) или достигается социальный эффект".

Термин "иностранная инвестиция" является не менее важным. Так, Федеральный Закон "Об иностранных инвестициях в Российской Федерации", от 09.07.1999 г. закрепил легальное понятие "иностранная инвестиция" – это вложение иностранного капитала в объект предпринимательской деятельности на территории Российской Федерации в виде объектов гражданских прав, принадлежащих иностранному инвестору, если такие объекты гражданских прав не изъяты из оборота или не ограничены в обороте в Российской Федерации в соответствии с федеральными законами, в том числе денег, ценных бумаг (в иностранной валюте и валюте Российской Федерации), иного имущества, имущественных прав, имеющих денежную оценку, исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности (интеллектуальную собственность), а также услуг и информации.

Отличительной чертой указанного выше определения является то, что в нем иностранная инвестиция и процесс вложение иностранного капитала объединены. Во всех же остальных законах (за исключением Федерального Закона "Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений" от 25 февраля 1999 года) процесс вложения капитала определяется как инвестирование, а под инвестицией понимаются объекты прав, вкладываемые иностранным инвестором в процессе инвестирования.

Однако, стоит отметить, что выработанное российским законодателем определение не включает формулировок, содержащихся в международном инвестиционном праве, в частности, в двусторонних международных соглашениях. Так, например, ст. 12 Сеульской международ-

ной конвенции об учреждении Многостороннего агентства по гарантиям инвестиций 1985 г. установлено, что "под иностранными инвестициями понимаются инвестиции, попадающие под гарантии, которые включают акционерное участие, в том числе среднесрочные и долгосрочные займы, предоставленные владельцами акций заинтересованному предприятию или гарантированные ими, а также такие формы прямых капиталовложений, которые могут быть определены советом директоров".

В доктринальных исследованиях ведущими специалистами разработаны свои варианты такой дефиниции, как "иностранная инвестиция". В качестве примера можно привести определение, данное Вознесенской Н.Н.: "иностранная инвестиция – это вложения за границей для создания там постоянного предприятия или расширения уже существующего, что влечет определенную степень контроля над его управлением".

Трактовка понятия "инвестиции" в существующей отечественной и зарубежной научной экономической мысли неоднозначна. В целом, многозначность определения этой категории характерна не только для российской экономической теории и практики (что вполне объяснимо: термин в России получил распространение только в последнее время), но и для зарубежного мира также.

Так, например, авторитетное международное издание "Толковый экономический и финансовый словарь" под редакцией И. Бернара и Ж.-К. Колли, предлагает различать категории инвестиции (капитальные вложения), с одной стороны, и вложение капитала, с другой стороны. Прочитав дословно существо этого различия из вышеприведенного источника: "Вложение капитала отличается от инвестиции тем, что как по мотивации, так и по природе осуществляющего его субъекта, оно отделено от процесса производства. Возможная прибыль или риск, которому он при этом подвергается, зависит от прозрачности вкладчика, а не от его производительных способностей".

Как видно из приведенного определения, указанные авторы рассматривают вложение капитала как операцию вложения капитала в сферу, не связанную с профессиональной деятельностью или компетенцией его владельца, рассчитывающего извлечь прибыль из такого размещения средств. Из этого мы можем сделать вывод о том, что важнейшим признаком инвестиций как экономической категории является производительный характер использования капитала, в то время как термин "вложение капитала" применяется к характеристике финансовых операций: деньги, прочие депозиты, краткосрочные ценные бумаги и др.

Необходимо отметить, что европейская методология допускает распространение термина "инвестиции" и на долгосрочные вложения в ценные бумаги, но в строгом смысле слова это допустимо лишь в приобретении учас-

тия, отражающего возможность управлять корпорацией, и, следовательно, в этом случае такое вложение капитала есть инвестиция. Как отмечалось выше, Бернар и Колли отождествляют инвестиции и капиталовложения. Причем в указанном словаре ими приведено четкое определение капитальных вложений – это дополнительные средства производства, включенные за определенный период времени в основные фонды хозяйственной единицы. Американская методология также ставит знак равенства между категориями "инвестиции" и "капиталовложения", особенно выделяя и их экономическом содержании направленность вложений в недвижимость.

Анализируя понятие "инвестиции" следует отметить, что изученные взгляды отечественных и зарубежных ученых на теоретические вопросы организации инвестиционной деятельности, позволяют сделать вывод о том, что в научной мысли существуют определенные расхождения в толковании понятия и сущности понятия "инвестиции". Так, существует три подхода в зарубежной и отечественной методологии понятия "инвестиций".

Первый подход. Инвестиции как прием финансового менеджмента, посредством которого осуществляется воздействие финансовых отношений, т.е. превращает его, по сути, в понятие "вложения капитала". Зарубежные авторы дают этим понятиям следующую трактовку. Так, в уже упомянутом толковом экономическом и финансовом словаре Бернара и Колли [2] обобщены методологические подходы европейских стран в области экономики и понятия системы национальных счетов. Данный подход предполагает различие "инвестиций", с одной стороны, и "вложения капитала" с другой стороны.

Вложение капитала отличается от инвестиции тем, что как по мотивации, так и по природе осуществляющего его субъекта, оно отделено от процесса производства. Возможная прибыль или риск, которому он при этом подвергается, зависит от прозрачности вкладчика, а не от его производительных способностей. Таким образом, "вложение капитала" трактуется как операция вложения капитала в сферу, не связанную с профессиональной деятельностью его владельцев, рассчитывающих извлечь прибыль от такого размещения средств.

Важнейшим признаком инвестиций является производительный характер использования капитала, в то время как "вложения капитала" – это финансовая операция. На производительную функцию инвестиций указывают К. Макконелл, С. Брю: "инвестиции – затраты на производство и накопление средств и увеличение материальных запасов" [3].

Ряд отечественных ученых также придерживаются таким же взглядам, например, И.Т. Балабанов предлагает следующее определение: "инвестиции представляют собой применение финансовых ресурсов в форме долго-

срочных вложений капитала". Н.Г. Волков рассматривает понятие "инвестиции" более широко: "это долгосрочные вложения капитала в промышленность и иные отрасли хозяйства для получения прибыли".

Комментируя экономическое содержание приведенных определений, следует отметить, что вложения инвестиций не самоцель, а лишь средство достижения экономической эффективности, на основе которой могут быть решены многообразные социальные и экономические задачи. Поэтому если придерживаться такого подхода, то наиболее приемлемо определение Фатхутдинова Р.А. который утверждает: "инвестиции – вложения средств с целью сохранения и увеличения капитала, но при этом необходимым условием развития инвестиционных процессов должен быть развитый фондовый рынок" [4].

Современная экономическая наука содержит важное разграничение между понятиями "капиталообразующие или реальные инвестиции" и "финансовые инвестиции". Если первые, в конечном счете, приводят к вводу в эксплуатацию новых средств производства, то вторые сводятся, лишь к смене владельца уже существующего имущества. Так, например У. Шарп дает следующее определение этих двух понятий: "реальные инвестиции обычно включают инвестиции в какой-либо тип реально осязаемых активов, таких как земля, оборудование, заводы. Финансовые инвестиции представляют собой контракты, записанные на бумаге, такие как обыкновенные акции и облигации".

Второй подход. Отождествление понятий "инвестиции" и "капитальные вложения", т.е. смешения понятий состава инвестиций с формой их капитализации.

Как мы уже говорили, Бернар и Колли отождествляют понятия "инвестиции" и "капиталовложения", причем в указанном словаре ими приведено четкое определение капитальных вложений – это дополнительные средства производства, включенные за определенный период времени в основные фонды хозяйствующей единицы.

Американская методология также ставит равенство между категориями "инвестиции" и "капиталовложения", особенно выделяя в их экономическом содержании направленность на увеличение объема функционирующего в экономической системе капитала, т.е. предложенного количества средств производства, созданного людьми. А процесс инвестирования определяется как долгосрочное вложение экономических ресурсов с целью создания и получения чистой прибыли в будущем и превращения финансовых ресурсов в производительные активы, что рассматривается как основной аспект этого вложения.

Такая трактовка вполне обоснована и объясняется природой инвестиционного процесса, в котором операции по вложению капитала в конкретные активы рассма-

триваются в неразрывной связи с решением по поиску источников финансирования и по определению оптимальной структуры капитала при разработке бюджета капиталовложений. В этом случае, по нашему мнению, основой формирования механизма привлечения инвестиций должна быть потребность в качественном изменении технологического уклада, главным компонентами которого являются средства производства, методы производства и технологии. Однако, следует отметить, что в настоящее время значительная часть этих компонентов физически и морально устарела и требует коренного и полного обновления на основе применения новейших научно – технических достижений, высоких технологий, современной организации труда и производства. Однако для этого требуются значительные капиталовложения за счет всех источников финансирования.

В качестве описательного термина, характеризующего процесс долгосрочного инвестирования различных видов ресурсов в реальном секторе экономики, по нашему мнению, можно использовать термин "капиталовложения", так как в настоящее время вход инвестора с реальными инвестиционными предложениями осуществляется через сферу капитального строительства, а не через сферу рынка капиталов, что характерно для финансовых инвестиций.

При реализации инвестиционного проекта* – капитальные вложения осуществляются не только на стадии строительства или реконструкции предприятий, но и в процессе их эксплуатации. Поэтому основной капитал не может функционировать без оборотного капитала, вместе с которым они образуют экономическую категорию "капитальные вложения".

* Ст. 1 Закона РФ "Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации осуществляемой в форме капитальных вложений", от 25.02.1999 №39-ФЗ (в редакции №427-ФЗ от 12.12.2011) понимает по "инвестиционным проектом" обоснование экономической целесообразности, объема и сроков осуществления капитальных вложений, в том числе необходимая проектно-сметная документация, разработанная в соответствии с законодательством Российской Федерации и утвержденными в установленном порядке стандартами (нормами и правилами), а также описание практических действий по осуществлению инвестиций (бизнес-план).

В научной литературе можно встретить понятие "инвестиции в оборотный капитал", величина которых определяется особенностями оборота денежных средств в процессе производства. Объем таких инвестиций также влияет на эффективность инвестиционной деятельности.

Третий подход. Инвестиции как характеристика конкретного экономического процесса. Такая точка зрения является наиболее распространенной. В основе ее лежит указание на предмет вложений (что вкладывать), группы объектов инвестиционной деятельности (куда вкладывать) и цели осуществления этого процесса.

Ряд ученых, таких как: Е.П. Козлова, И.В. Липсиц и В. В. Коссов, Ю.В. Богатин и др. в качестве предмета вложений рассматривают только денежные средства, тогда как Павлова Л.Н.: "совокупность материальных, трудовых и финансовых ресурсов" и Бочаров В.В.: "все виды имущественных и интеллектуальных ценностей".

Данный научный подход при рассмотрении объекта вложения либо детально перечисляет основные группы активов предприятия, либо указываются формы капитализации инвестиций (новое строительство, расширение и реконструкция действующего предприятия, техническое перевооружение и др.), либо используется обобщающее понятие "объекты предпринимательской и (или) иной деятельности", как, например, в Законе РФ "Об инвестиционной деятельности в РФ, осуществляемой в форме капитальных вложений". Формулируя определения, указанные авторы либо вовсе не рассматривают цели инвестирования, либо уделяют внимание только отдельным специфическим аспектам этого экономического процесса.

Например, Ендовицкий Д.А. подчеркивает, что "эта проблема выходит за рамки задачи по совершенствованию понятийного аппарата, так как от четкого ответа на вопрос, на достижение каких целей направлено долгосрочное инвестирование, будет зависеть интенсивность производственно-финансовой деятельности хозяйствующего субъекта и степень рискованности инвестиционных мероприятий".

Таким образом, можно согласиться с Ибатуллинским Р.Р., который утверждает, что "Анализ современных подходов к определению инвестиций, изложенных в отечественной и зарубежной научной литературе, показал, что совокупность существующих определений порождает представление о том, что под инвестициями понимают абсолютно любую форму и вид вложения капитала. Наиболее общее экономическое понятие инвестиций предполагает долгосрочное вложение средств в различные отрасли экономики с целью получения прибыли. Это понятие традиционное и связано с традиционными видами

доходов и соответствующего соотношения производственных отношений и производительных сил".

На основе обобщения научного отечественного и зарубежного концептуального материала, нам представляется возможным дать собственное новое определение термину "инвестиция", которое позволит более полно и всесторонне охарактеризовать экономическую природу и раскрыть сущность термина/понятия "инвестиции".

По нашему мнению, "инвестиции" – это все возможные виды имущественных и интеллектуальных ценностей, вкладываемых инвесторами в объекты предпринимательства и другие виды деятельности с целью получения экономической выгоды или положительного социального эффекта как в краткосрочном, так и в долгосрочном периоде.

На основе данного определения, нам представляется возможным сформулировать основную цель инвестиционной деятельности в условиях рыночной экономики.

Предложенное нами определение, позволяет утверждать, что основополагающей целью реализации процесса инвестирования – инвестиционной деятельности, следует считать совокупность направленных вложений различных экономических ресурсов субъектами, в результате которого соединяются те, кто предлагает временно свободные денежные средства, с теми, кто испытывает потребности в них. В связи с наличием на одном полюсе временно невостребованных экономических ресурсов, а на другом потребности в них, возникает необходимость в функционировании действенного инвестиционного механизма регулирования соотношения спроса и предложения на инвестиционные ресурсы и товары. Результатом инвестиционной деятельности является целостная система финансовых отношений на этапах аккумуляции денежных средств, их вложения в инвестиционные активы, эксплуатации активов и возмещение первоначально вложенных средств за счет полученного в результате инвестирования дохода.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гражданский кодекс РФ (ГК РФ) от 30.11.1994 N 51-ФЗ – Часть 1 (действующая редакция от 03.07.2013)
2. И. Бернар, Ж. Колли. Толковый экономический и финансовый словарь. Французская, русская, английская, немецкая, испанская терминология. В 2 т. Т.1: А-Е М. Международные отношения 1997
3. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. – Экономикс: принципы, проблемы и политика. Пер. с 14-го англ. изд. – М.: ИНФРА-М, 2003
4. Фахрутдинов Р.А. Разработка управленческого решения: Учебник для вузов. 2-е изд., доп. – М.: ЗАО "Бизнес-школа "Интел-Синтез" 1998.
5. Федеральный Закон "Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений" от 25.02.1999 №39-ФЗ (в редакции №427-ФЗ от 12.12.2011)

КРИТЕРИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ НА ПРИМЕРЕ ХОЛДИНГ-ГРУППЫ "АЛЬЯНС"

CRITERIA OF EFFICIENCY IN THE MANAGEMENT OF THE ORGANIZATION HOLDING THE EXAMPLE OF THE "ALLIANCE"

A. Chekalin

Annotation

This article presents a brief analysis of the development and future use of performance criteria on the example of a holding of the "Alliance". The basis of the laid-date scientific research based on practical examples of a functioning corporate structure. The article includes tables and charts designed for management activities in the field of business and commerce.

Keywords: analysis, effectiveness, criteria, Holding group "Alliance" korporatsiya, structure.

Чекалин Александр Павлович

*К.пед.н., доцент, научный консультант
лаборатории маркетинговых исследований
Южно-Уральского Института
Управления и Экономики.*

Аннотация

Данная статья представляет собой краткий анализ разработки и дальнейшего использования критериев эффективности на примере деятельности холдинг-группы "Альянс". В основе её положены современные научные исследования, основанные на практических примерах функционирующей корпоративной структуры. Статья включает таблицы и схемы предназначенные для управленческой деятельности в сфере бизнеса и коммерции.

Ключевые слова:

Анализ, эффективность, критерии, Холдинг-группа "Альянс", корпорация, структура.

В условиях рыночной экономики потребность в стратегическом планировании, результативности и принятии эффективных управленческих решений в организациях обусловлено экономической свободой, социальной ответственностью за результаты, высокой конкуренцией и качеством производимых товаров и услуг.

Тактическое решение задач в управлении организацией всё чаще подменяется стратегическим планированием, а разовые акции (мероприятия) принимают проектный характер, из которого возникает ряд новых инвестиционных направлений [2].

Оценка эффективности инвестиционных проектов определяет миссию и последствия реализации финансовой прибыли (убытка) для всех участников проекта.

Необходимость в разработке критериев управления организацией – задача с которой сталкиваются не только молодые управленцы, но и опытные менеджеры. Ещё недавно вопрос эффективности системы управления организацией возникал, когда стандартный анализ финансовых коэффициентов показывал существенные отклонения от нормы или организация оказывалась уже на грани кризиса. Сегодня данный вариант обрекает организацию на неоправданные риски.

Решение проблемы состоит в принятии комплексных мер по разработке критериев эффективности системы управления организацией и возможности устойчивого достижения конечной цели.

Понятие "эффективность" рассматривается как результативность управленческих действий организации, соотношение затрат к результатам. Управление – процесс планирования, организации, координации, мотивации и контроля [4].

Качественные и количественные показатели безусловно являются ключевыми направлениями в определении эффективности самого процесса производства.

При оценке актуальности проблемы и принятия концептуальных решений, например: организация и управление венчурными организациями, включаются другие категории оценки:

1. Инвестиционная привлекательность;
2. Актуальность спроса и предложения;
3. Эластичность спроса и предложения;
4. Объём вложения капитала в соотношении со сроками окупаемости;
5. Масштабность;
6. Легитимность (приемлемый риск).

Таблица 1

Стили управления организацией

№	Стили управления	Содержание
1	Авторитарный	Руководителем не воспринимается критика со стороны, отсутствует мотивация для сотрудников, тяжело организован процесс производства, в основе всей работы - репрессивная система. Однако точно сформулированы и поставлены цели и задачи для работающего персонала, распределены функциональные обязанности, персонифицирована степень ответственности, осуществляется непрерывный контроль.
2	Демократический	Руководитель поддерживает в организации, доверительный, морально - психологический климат. Подчинённые активно участвуют в принятии управленческих решений, используют собственную инициативу в выполнении заданий. Мотивация труда для сотрудников является приоритетом.
3	Либеральный	Больше подходит к малым творческим (креативным) коллективам. Минимальное участие руководителя в управленческих процессах, слабая организация, контроль и как следствие низкая результативность.
4	Смешанный	Руководитель использует различные стили управления в зависимости от ситуации в которой пребывает организация, например: неустойчивый морально-психологический климат коллектива, для эффективности управления подходит демократический стиль управления, и.т.п.

Эффективность управления организацией во многом зависит и от успешного соединения высокого профессионализма и слаженности работы специалистов-управленцев. Степень успеха организации определяет стиль управления руководителя.

Стратегическое планирование является фундаментом для принятия эффективных управленческих решений. Используя преимущества стратегического планирования возможно максимально точно сформировать образ желаемого будущего на ближайшее 5–7 лет.

Стратегия позволяет выстроить детальный всесторонний комплексный план.

1. Внешняя стратегия: предпочтительное и преимущественное вхождение в отраслевые рынки;

2. Внутренняя стратегия: разработка основных организационно-экономических моделей существования организации (миссии);

3. Финансовая стратегия: эффективное и с – пользование собственных активов (ресурсов) и их распределение, перевод пассивов в активы, поиск новых, стабильных источников финансирования;

4. Кадровая стратегия: совершенствование и сохранение основных принципов, правил работы с персоналом;

5. Научно-аналитическая стратегия: научная обоснованность управления организацией (обучение персонала, анализ объекта, прогнозирование результатов).

6. Безопасность: сведение к минимуму потенциальных и скрытых угроз во внешней и внутренней среде [5].

Рассмотрим на реальном примере организационно-экономические и управленческие аспекты деятельности холдинг-группы "Альянс", уникальность которой, заклю-

чается в том, что в максимально короткий срок, из не большой компании с более чем скромным оборотом активов, был создан холдинг, включающий в себя ряд строительных, образовательных, производственных компаний с высокой результативной деятельностью и эффективной управленческой системой. Понятие "результативность", как совокупность последствий оптимально принятых решений.

Степень результативности и эффективности напрямую зависят от разработанных и введённых в норму критериев, позволяющих комплексно подойти к проблемам неэффективных организаций. Процесс консолидации малых организаций всё чаще применяются в создании крупных многопрофильных корпораций, холдингов. Именно горизонтальная интеграция разных экономических моделей организаций путём объединения в одну структуру позволили холдинг-группе "Альянс" стать экономически независимой и устойчивой базой.

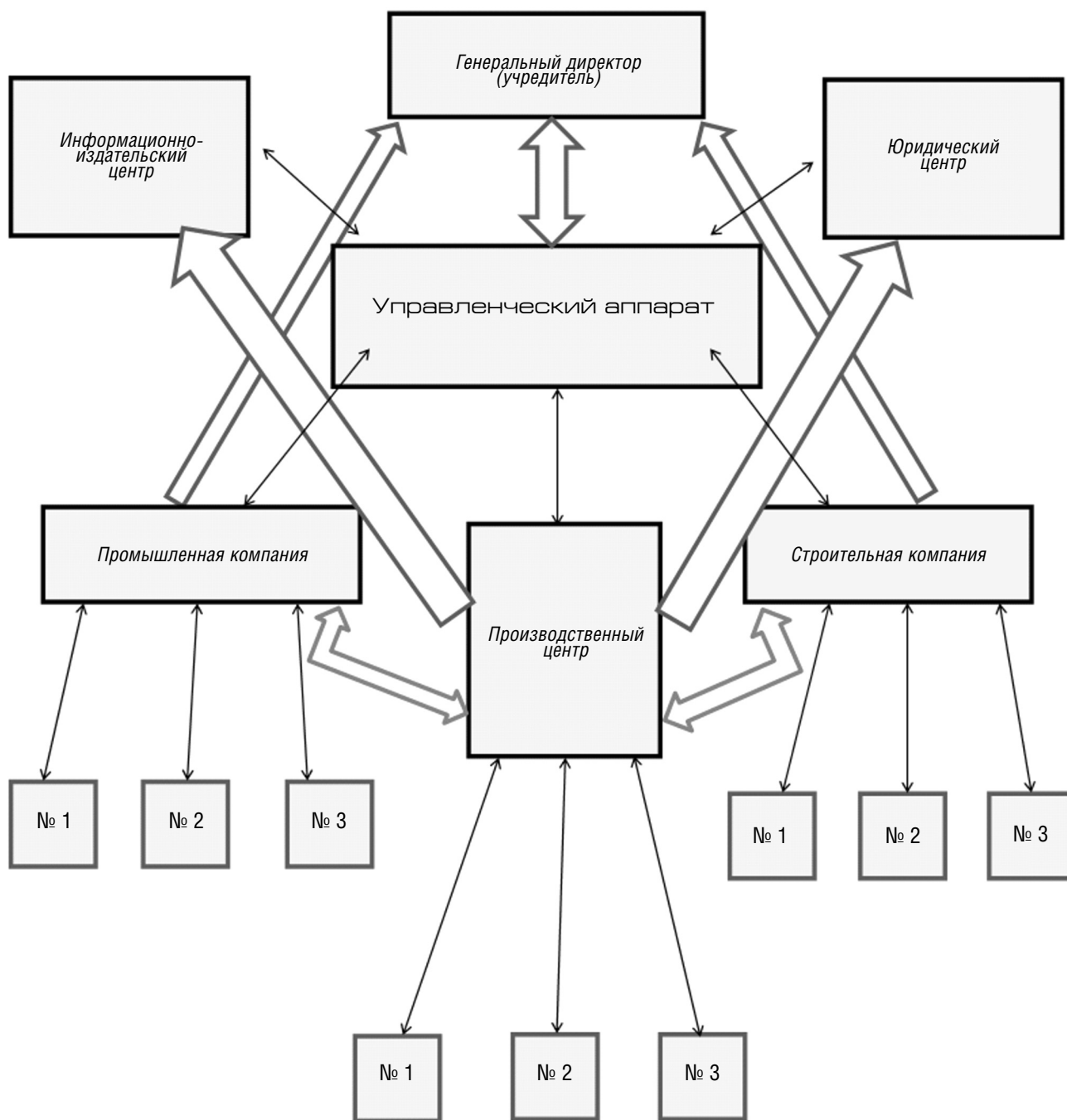
Проблемой №1 концептуального слияния нескольких организаций был определен острый дефицит управленческого состава, способного к реальной оценке нынешней ситуации холдинга т.к. имелись экономические, организационно-правовые, и управленческие проблемы.

Подбор управленческого персонала определялся по следующим критериям:

1. Высокая компетентность и работоспособность;
2. Многопрофильность;
3. Опыт антикризисного управления;
4. Способность к быстрому восприятию новых знаний [8].

Рисунок 1.

Структура управления холдинг - группой "Альянс"



Управленческий аппарат действующий, как орган для обеспечения эффективности осуществления управленческих функций, определен, как центр стратегического планирования.

В состав аппарата входят руководители отраслевых организаций: (промышленной, строительной, учебно-производственной, информационно-издательской, юридической компаний).

Оценка управленческой деятельности аппарата холдинга "Альянс" предусматривает абсолютную и относительную эффективность, где абсолютная эффективность есть анализ общеэкономических результатов:

- ◆ рентабельность производства и продукции,
- ◆ производительность труда,
- ◆ коэффициент капиталовложений.

А относительной является выбор оптимальных вариантов:

- ◆ сроки окупаемости,
- ◆ коэффициент сравнительной эффективности дополнительных капиталовложений [1].

Структура управления холдинг–группы "Альянс" основана на централизации власти и общего руководства в лице одного человека (ген. директор, учредитель), что позволяет без особых искажений принимать решения и нести полную ответственность за деятельность организации.

Используемый смешанный стиль руководства удобен и гибок по отношению к внешним и внутренним переменным. Входящие в холдинг: промышленная, строительная компании, учебно–производственный центр, имеющие по всей стране филиалы и строительные объекты (№1, №2...) управляются и контролируются внутренним управленческим составом, а директора отраслевых организаций уже входят в главный управленческий аппарат холдинга. Жёсткая вертикаль управления ведёт к высокоорганизованной работе, распределению функциональных обязанностей и персонализированной ответственности.

Процесс разработки критериев позволили принципиально сместить акценты в измерении результатов дальнейшей деятельности холдинга.

1. Экономичность.

Измерение экономичности сводится к определению стоимости входных ресурсов и затрат осуществление процесса преобразования. Управление затратами, очень важно, поскольку около 50 % – 65 % полных затрат связаны с производством и поставкой товаров, услуг и являются операционными затратами. Некоторые статьи затрат на приобретение входных ресурсов (электроэнергия, теплофикация, аренда), могут быть измерены с помощью простых данных и показателей экономичности. Но полагаться только на показатели экономичности рискованно, так как показатели могут быть не связаны с результатами выхода (затраты могут уменьшиться из–за сниженной производительности).

2. Эффективность.

Цель измерения эффективности – определить насколько хорошо организация использует свои ресурсы. Типичным показателем эффективности является производительность. Соотношение единиц выхода к единицам входа [9]. Выходы могут измеряться с помощью финансовых показателей: количество проданных единиц товаров, услуг. Входы измеряются с помощью показателей,

как затраты: количество труда, капитала, энергии, материалов. Показатели прямых затрат на труд позволяют оценить производительность труда сотрудников холдинга. Продуктивность использования производственных площадей и оборудования не зависит от временных факторов, квадратных метров, а напрямую зависит от производимой продукции и ожидаемом результате.

3. Результативность.

Результативность организации формируется из двух направлений: стратегического и операционного. Изменение результативности сфокусированы на том, в какой степени производимые товары или услуги отвечают желаниям и потребностям потребителей. Как правило, опеределять показатели результативности труднее, чем экономические показатели. Для их измерения часто требуются пересечение границ между функциями, чтобы оценить удовлетворённость потребителей и долю рынка. Нередко в решении подобной проблемы необходимо проведение опросов потребительских групп.

4. Производительность.

Качественные и количественные показатели измеряются с помощью экспертных оценок, путём наблюдения за процессами и результатами работы. Количественные показатели (абсолютные и относительные величины), характеризующие объём производства, реализации продукции могут выражаться в стоимостном и натуральном измерителях. Качественные показатели определяют внутренние качества изучаемых явлений и используют для оценки продукции на выходе, на предмет её соответствия установленным требованиям, (стандарты, образцы, тех. условия), необходимых для определения эффективности материальных, трудовых, финансовых затрат.

5. Экспансия.

Рост числа структурных подразделений и укрепление вертикали власти открывает целый спектр возможностей для организаций холдинга:

1. Оптимизация бизнес–проектов;
2. Инвестиционная прозрачность компании;
3. Привлечение стратегических инвесторов;
4. Снижение налоговой нагрузки;
5. Обеспечение защиты активов;
6. Усиление положительного имиджа организации.

Подобный синергетический эффект способствует продвижению и развитию холдинг–структуры.

Успех холдинг–группы "Альянс" прежде всего обязан правильному выбору структуры, экономической модели, управленческого стиля. Экспертной группой был прове–

Таблица 2

Основные критерии эффективности управления холдинг-группы "Альянс"

№	Факторы	Критерии	Условия
1	Миссия	Стратегическое планирование. Мониторинг.	Благоприятные экономические, политические условия для вхождения в рынок.
2	Отраслевые рынки	Инвестиционная привлекательность.	Разработка комплексного плана по развитию организации. Бюджет.
3	Структура. Управление	Стиль управления.	Формирование управленческого аппарата.
4	Производительность	Количественные и качественные показатели.	Новые технологии производства.
5	Эффективность	Соотношение единиц выхода к единицам входа.	Мотивация персонала.
6	Результативность	Индекс удовлетворения потребительских групп.	Высокий уровень стратегической и операционной деятельности.
7	Прибыльность	Соотношение суммарных издержек к валовым доходам.	Создание условий для эффективного производства.
8	Экономичность	Эффективное управление затратами.	Благоприятные экономические условия.
9	Экспансия	Организационно-деятельная экспансия.	Благоприятные политические и экономические условия.
10	Имидж	Формирование престижа и создание положительного имиджа организации.	Взаимодействие с СМИ, PR-структурами.

дён экономический и управленческий анализы, разработаны критерии эффективности, определяющие основные показатели.

Выявлены слабые стороны и акцентированы преимущества организации. Отлажен механизм взаимоотноше-

ния с инвестиционными компаниями, сформирована устойчивая деловая репутация. Экономическая модель холдинга позволила увеличить суммарный ежегодный доход в среднем на 24%, что в совокупности свидетельствует о позитивной динамике развития компании и правильном определении критериев эффективности [7].

ЛИТЕРАТУРА

1. Большой экономический словарь / под ред. А.Н. Азрилиана. – 5-е изд. доп. и перераб. – М.: Институт новой экономики, 2002. – 1280 с.
2. Бурмистров А.Н. Разработка стратегии развития. Эффективное управление российскими компаниями: учебное пособие. – СПб., Решение, 1999 – 2004. – 68с.
3. Граждан В.Д. Теория управления : учебное пособие / В.Д.Граждан. – М.: Гардарики, 2007. – 416с.
4. Герчикова И.Н. Менеджмент: Учебник. – М.:ЮНИТА–ДАНА, 2005 –799с.
5. Коротков Э.М. Менеджмент– М.:ИНФРА – М:2009.–367с.
6. Камаев А. А. Экономическая теория. – М.: Камерон, 2005;– 382 с.
7. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия / под ред. В. А. Раевского – М.: Финансы и статистика, 2002. – 234с.
8. Одегов Ю. Управление персоналом, оценка эффективности – СПб.: Питер, 2006.– 346с.
9. Корсаков М. Поиск управленческих кадров: стереотипы рынка и критерии эффективных решений // Кадровый менеджмент. – 2005. – № 12. с 25–29.
10. Ю. Акменчук О.Б. Управление профессиональной карьерой // Кадровый менеджмент– 2007, –№ 2.

КРИТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПОДХОДОВ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ "ДЕПОЗИТНЫЕ РЕСУРСЫ БАНКА"

CRITICAL ANALYSIS OF APPROACHES TO THE DEFINITION OF "BANK DEPOSIT"

V. Volokhataya

Annotation

In the article the views of scientists to definition of "bank deposit" have been considered. The critical analysis of scientific approaches to the definition of its has been carried out. The definition of the concept of "bank deposit" has been improved. By this definition, six principles of attracting deposits have been added. Author of this article considers the principles of attracting deposits are: fee deposit, refunding of deposit, urgency of deposit, differentiation of deposit, security of deposit, targeted of deposit.

Keywords: deposits, principles of attracting deposits, fee deposit, refunding of deposit, urgency of deposit, differentiation of deposit, security of deposit, targeted of deposit.

Волохатая Виктория Ельфридовна

Харьковский институт банковского дела

Университета банковского дела

Национального банка Украины

Аннотация

В связи с неоднозначностью мнений ученых к определению понятия "деPOSITНЫЕ ресурсы банка" в статье рассмотрены и проанализированы основные теоретико-прикладные аспекты по данному вопросу. На основе критического анализа научных работ ученых относительно сущности понятия "деPOSITНЫЕ ресурсы банка" проведено их обобщение. Результатом проведенного исследования является авторское определение понятия "деPOSITНЫЕ ресурсы банка". Кроме того, применение системного подхода и критического анализа позволило автору расширить перечень существующих (и обосновать их целесообразность) принципов привлечения денежных средств на депозитные счета банка.

Ключевые слова:

Депозитные ресурсы, принципы привлечения депозитов, платность депозита, возвратность депозита, срочность депозита, дифференцированность депозита, обеспеченность депозита, целевой характер депозита.

Последствия мирового финансово-экономического кризиса, турбулентность современной ситуации на мировых и региональных финансовых рынках существенно влияют на банковскую систему Украины, ухудшают финансовое состояние банков, определяют жесткое противодействие между ними по формированию депозитных ресурсов в связи с нестабильностью ресурсной базы и ухудшением ее качества. Основой деятельности банков являются депозитные ресурсы, поскольку процессы их мобилизации и использования тесно взаимосвязаны. Сегодня для привлечения депозитных ресурсов банки предлагают своим клиентам разные депозитные услуги, отличающиеся друг от друга сроком действия депозита, его валютой, минимальной суммой, возможностью пополнения, периодичностью выплаты процентов и т.д. Для обеспечения эффективности депозитной деятельности банки исследуют тенденции развития рынка депозитных услуг, выясняют сильные и слабые стороны конкурентов, и, исходя из этого, корректируют собственную ценовую политику. Поэтому проблемы эффективного формирования и целесообразного использования депозитных ресурсов являются чрезвычайно важными для банков Украины. Современные условия деятельности банковских учреждений, влияние процессов глобализации на их развитие требует соответствующей теоретической базы, ведь только научно обоснованные

действия создают условия для преодоления кризисных явлений.

Актуальность, практическая значимость, недостаточная разработанность и неисследованность указанного вопроса обусловили выбор темы данной работы, определили ее цель и задачи.

Целью исследования является обобщение теоретических дискуссий относительно сущности депозитных ресурсов банка и усовершенствование подходов ученых к определению данного понятия.

Достижение поставленной цели предполагает выполнение следующих задач:

- ◆ проанализировать подходы зарубежных и отечественных ученых к определению понятия "деPOSITНЫЕ ресурсы банка";
- ◆ усовершенствовать определение понятия "деPOSITНЫЕ ресурсы банка".

Теоретико-методическим основам управления депозитными ресурсами банка посвятили свои научные работы такие известные зарубежные и отечественные ученые как: Абралава Н.А. [1], Асист В.А. [2], Бартош О.М. [3], Быцкая Н. [4], Васюренко О.В. [6], Дмитриева Е.А. [7],

Карбивнычий И.В. [9], Кожель Н. [10], Мельникова И.Н. [11], Михайловская И.М. [12], Рысин М.В. [15], Роуз Питер С. [16], Симонова О.Л. [17], Спивак С.И. [18], Тертичная Н.В. [19], Успенко В.И. [20] и другие.

Критический анализ подходов ученых к определению понятия "деPOSITные ресурсы банка" показал, что определение данного понятия трактуется по-разному и единое мнение по этому вопросу на сегодня отсутствует.

Так, Васюренко О.В. [6, С. 88] считает, что под депозитом нужно понимать деньги, переданные в банк их собственником для сбережения и которые, в зависимости от условий сбережения, учитываются на определенном банковском счете.

Дмитриева Е.А. [7] утверждает, что депозит – средства в национальной и иностранной валюте, переданные их собственником или другим лицом по его поручению в наличной или безналичной форме на счет собственника для сбережения на определенных условиях.

Асист В.А. [2] отмечает, что депозит – это сумма денежных средств клиента, переданная им в распоряжение банку, независимо от срока и особенностей юридического оформления такой передачи.

Бартош О.М. [3] определяет, что депозит – деньги или ценные бумаги, поступающие в банки и подлежащие возврату вкладчику или какому-либо лицу по указанию вкладчика при наступлении определенных условий.

Карбивнычий И.В. [9] рассматривает депозит как обязательство банка по временно привлеченным средствам физических и юридических лиц или ценными бумагами за определенную плату.

По мнению Кожель Н.И. [10, С. 43], депозит – это передача средств клиента банку во временное пользование. Таким образом депозит рассматривается не как средства, привлеченные банком на сбережение, а как ссуда, предоставляемая субъектами хозяйствования и населением в пользование банку на выгодных условиях.

Под понятием "деPOSIT" Мельникова И.М. [11, С. 40] понимает денежные средства или ценные бумаги (акция, облигация), что вносятся для сбережения в кредитные учреждения.

Михайловская И.М. и Тертичная Н.В. [12, 19] считают, что депозит (вклад) – это денежные средства в национальной и иностранной валюте, переданные их собственником или другим лицом по его поручению в наличной или безналичной форме на счет вкладчика для сбережения на определенных условиях.

В своей работе Рысин М.В. [15, С. 115] подчеркивает, что депозит – это деньги или ценные бумаги, внесенные в кредитные учреждения (банки, сберегательные институты) на сбережение предприятиями, организациями и гражданами.

Спивак С.И. [18] акцентирует, что депозит – это средства, предоставляемые физическими или юридическими лицами в управление резиденту, определенному финансовой организацией согласно действующего законодательства Украины, нерезиденту на четко определенный срок и под процент с оформлением соответствующего

соглашения.

Роуз Питер [16, С. 342] отмечает, что депозиты – финансовые требования к банку со стороны предприятий, частных лиц и государственных учреждений.

Симонова О.Л. [17, С. 523] утверждает, что депозит – это денежные средства в наличной или безналичной форме, в национальной или иностранной валюте, переданные банку их собственником, или третьим лицом по поручению и за счет собственника для сбережения на определенных условиях.

Успенко В.И. [20] подчеркивает, что депозит – это, прежде всего, денежные средства физических и юридических лиц, что вносятся в банк на депозитный счет или на конкретный срок, или до востребования.

Приведенные данные свидетельствуют, что при определении понятия "деPOSITные ресурсы банка" как зарубежные, так и отечественные ученые используют множество признаков, неодинаковых по экономическому содержанию, важности, возможности регулирования, направлениям размещения, собственности и т.д., что в результате усложняет процесс управления ими. По результатам критического анализа подходов ученых с целью усовершенствования определения данного понятия проведена систематизация и обобщение признаков депозитных ресурсов банка, используемых учеными. Результаты проведенного обобщения приведены в **табл 1**.

Исходя из приведенных данных, большинство ученых определяет депозитные ресурсы банка как денежные средства в наличной или безналичной форме, в валюте Украины или в иностранной валюте, размещенные на именных счетах банка. Денежные средства могут передаваться в банк их собственниками или третьими лицами по поручению собственников. В качестве собственников и доверенных лиц выступают как физические, так и юридические лица.

При этом большинство ученых в своих работах подчеркивают, что привлечение денежных средств на депозитные счета в банк базируется на определенных принципах, а именно: срочности, возвратности и платности.

Так, принцип возвратности депозита выражает необходимость своевременного возвращения полученных от собственника денежных средств после завершения их использования банком.

Принцип срочности депозита отражает необходимость его возврата не в какое-либо приемлемое для банка время, а в точно определенный срок, зафиксированный в депозитном договоре.

Принцип платности депозита предполагает необходимость не только прямого возврата банком полученных от собственника денежных средств, но и платы за их использование.

Необходимо отметить, что при определении понятия "деPOSITные ресурсы банка" в научных работах ученых не учитываются такие принципы формирования депозитных

Таблица 1.

Признаки депозитных ресурсов банка

Источники информации																	
Признак	[14]	[13]	[8]	[6]	[7]	[2]	[3]	[9]	[10]	[11]	[12,19]	[15]	[18]	[16]	[17]	[20]	Всего
Денежные средства:	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	16
в наличной или безналичной форме	+	+	+		+						+				+		6
в валюте Украины или в иностранной валюте	+	+	+		+						+				+		6
размещенные на именных счетах банка				+												+	2
Источники поступления денежных средств:																	
физические и юридические лица			+	+		+	+	+	+			+	+	+		+	10
собственники или третьи лица по поручению собственников			+		+						+				+		4
Банковские металлы		+															1
Ценные бумаги			+				+	+	+	+		+					5
Принципы сбережения денежных средств:	+	+	+	+	+	+	+		+		+				+		10
срочность		+	+										+			+	4
возвратность		+	+				+										3
платность	+	+						+	+				+				5
Ссуда, выданная субъектами хозяйствования и населением в пользование банку								+	+					+			3
Всего	5	8	9	4	5	3	5	5	6	2	5	3	4	3	5	4	76

ресурсов как: дифференцированность, обеспеченность депозита и целевой характер его использования. По мнению автора работы, соблюдение приведенных принципов при привлечении банками денежных средств на депозитные счета является основой эффективного управления его депозитными ресурсами, что объясняется следующим:

- ◆ принцип дифференцированности депозита определяет обеспеченность депозитной корзины банка разными видами депозита. Т.е. у собственника денежных средств перед тем, как передать свои денежные средства в банк на сбережение, есть право выбора;

- ◆ принцип обеспеченности депозита выражает необходимость обеспечения защиты имущественных интересов собственника денежных средств при возможном нарушении банком принятых на себя обязательств. Для физических лиц – это Фонд гарантирования вкладов.

Этот принцип становится особо актуальным в период общей экономической нестабильности;

- ◆ принцип целевого характера депозита распространяется на большинство видов депозитных операций, выражая необходимость целевого использования средств, полученных от собственника. Т.е. одной из основных задач депозитной политики банка должно быть не только формирование депозитных ресурсов банка, но и обеспечение правильного их распределения. Актуальность данного принципа проявляется в том, что его выполнение побуждает банк к обеспечению ликвидности, финансовой устойчивости на должном уровне.

Другая группа ученых утверждает, что составляющими депозитных ресурсов банка являются не только денежные средства, но и банковские металлы. Однако, в их работах не отмечается какие металлы и по каким прин-

ципам они привлекаются в банк для сбережения.

Третья группа ученых, кроме вышеперечисленных составляющих, к депозитным ресурсам банка относит еще и ценные бумаги. Однако, в их работах также не определены виды ценных бумаг и принципы их привлечения в банк для сбережения.

Исходя из вышеизложенного, автор этой работы разделяет подход первой группы и предлагает к нему еще добавить три принципа привлечения депозитов: дифференцированность депозита, обеспеченность депозита, целевой характер депозита.

В результате под депозитными ресурсами банка следует понимать денежные средства в наличной или безна-

личной форме, в валюте Украины или в иностранной валюте, размещенные их собственниками или третьими лицами по поручению собственников на именных счетах банка, на принципах возвратности, срочности, платности, дифференцированности, обеспеченности и целевого характера.

Исходя из того, что понятие "депозитные ресурсы банка" является многоаспектным и многогранным, предметом дальнейшего рассмотрения является углубленное исследование их видов. Это позволит выяснить не только конкретные методы, способы и инструменты улучшения депозитной политики банка, но и определить конкретные механизмы обеспечения его ликвидности, финансовой устойчивости и т.п.

ЛИТЕРАТУРА

1. Абралава Н.А. Депозитные операции банков: теоретические вопросы и классификация / Н.А. Абралава // Режим доступа: <http://sevntu.com.ua/jspsui/bit-stream/123456789/1361/1/econom.54.2003.65-73.pdf>
2. Асист В.А. Основні аспекти депозитного формування капіталу банку / В.А. Асист, К.А. Вареник. // Режим доступа: http://www.nbuv.gov.ua/portal/chem_biol/nvntu/17_6/167_Varenyk_17_6.pdf.
3. Бартош О.М. Депозитна політика банку та основні етапи її формування / О.М. Бартош // Режим доступа: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/VUbsNbU/2008_3/Visnyk%20UBS%20NBU%203_97.pdf.
4. Бицька Н. Кошти населення у формуванні ресурсної бази банків / Н. Бицька // Вісник Національного банку України. – 2004. – № 12. – С. 26–28.
5. Васильченко З.М. Кошти населення у формуванні фінансових ресурсів банків / З.М. Васильченко // Фінанси України. – 2002. – № 4. – С. 94–104.
6. Васюренко О.В. Депозиты как основной источник привлечения средств коммерческими банками / О.В. Васюренко // Фінанси України. – 2006. – № 11. – С. 88–92.
7. Дмитрієва О.А. Кошти населення як один з основних складових елементів залучених коштів / О.А. Дмитрієва // Режим доступа: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vpu/Ekon/2008_6/55.pdf.
8. Енциклопедія банківської справи України / В.С. Стельмах (ред.). – Київ: Вид. "Молодь", Видавничий дім "Ін Юре", 2001. – 680 с.
9. Карбівничий І.В. Оцінка впливу депозитів на формування кредитного потенціалу / І.В. Карбівничий // Режим доступа: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Eir/2008_4/128-131.pdf.
10. Кожель Н. Основні тенденції змін у структурі вкладів на українському депозитному ринку як свідчення зміцнення довіри до банків / Н. Кожель // Вісник Національного банку України. – 2004. – № 11. – С. 43–48.
11. Мельникова І.М. Маркетингові аспекти формування депозитної бази комерційного банку / І.М. Мельникова // Банківська справа. – 2005. – № 3. – С. 40–41.
12. Михайловська І.М. Сутність терміна "вклад (депозит)" в умовах сучасних вимог гарантування вкладів фізичних і юридичних осіб / І.М. Михайловська, С.В. Безвух // Режим доступа: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Aprer/2008_4_2/79.pdf.
13. Положення про порядок здійснення банками України вкладних (депозитних) операцій з юридичними і фізичними особами: Затверджене Постановою Правління НБУ від 03.12.2003 № 516 // Режим доступа: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z1256-03>.
14. Про систему гарантування вкладів фізичних осіб: Закон України від 23.02.2012 № 4452-VI // Режим доступа: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4452-17>.
15. Рисін М.В. Адаптація депозитної політики банків до потреб клієнтів / М.В. Рисін // Режим доступа: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/VUbsNbU/2009_3/VUBSNBU6_p85-p88.pdf.
16. Роуз Питер С. Банковский менеджмент / С. Питер Роуз; пер. с англ. – М.: Дело Лтд, 1995. – 768 с.
17. Сімонова О.Л. Модель управління якістю депозитних послуг комерційного банку / О.Л. Сімонова // Банківська система України: теорія і практика становлення. Зб. наук. праць: В 2 т. – Суми: ВВП "Мрія-1" ЛТД; Ініціатива, 2007. – Т. 2. – С. 520–528.
18. Співак С.І. Депозитна політика комерційних банків / С.І. Співак // Режим доступа: http://www.nbuv.gov.ua/portal/chem_biol/nvlnau/Ekon/2009_6/articles/S.I._Spivak.pdf.
19. Тертична Н.В. Удосконалення механізму формування депозитної політики в банках України / Н.В. Тертична // Режим доступа: http://www.nbuv.gov.ua/portal/chem_biol/nvlnau/Ekon/2009_6/articles/N.V.Tertichna.pdf.
20. Успенко В.І. Організація спеціальних форм обслуговування депозитів / В.І. Успенко, О.С. Сидоренко // Режим доступа: http://www.khubs.edu.ua/1%286%292009/R1/9_2.pdf.

АУДИТ КАК ОСОБЕННАЯ ФОРМА ГОСУДАРСТВЕННОГО ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ

AUDIT AS SPECIAL FORM OF THE STATE FINANCIAL CONTROL

Y. Lyp

Annotation

In the article an Author was analysed essence of the state audit, international practice and opinions of scientists is this connection. Author also introduce the types of state audit and their role in the system of state administration and control.

Keywords: State financial control, Efficiency of the use of financial means, State audit, Financial audit, Compliance Audit, Performance Audit.

Лып Ярослав Иванович
Университет банковского дела
Национального банка Украины,
г. Киев

Аннотация

В статье автором проанализирована сущность государственного аудита. Рассмотрена международная практика и мнения ученых относительно данного вопроса. Представлены виды государственного аудита и их роль в системе государственного управления и контроля.

Ключевые слова:

Государственный финансовый контроль, эффективность использования средств, государственный аудит, финансовый аудит, аудит соответствия аудит эффективности.

Появление аудиторского финансового контроля – новое явление в государствах с развитой рыночной экономикой. Если финансовый контроль имеет "библейский возраст" и его контрольные функции внедрялись и развивались на фоне усовершенствования учета, а заданием была защита интересов государства при формировании государственного бюджета и эффективности использования его средств, то аудиторский контроль появился недавно [1, с. 154].

Этот факт также подтверждает то, что действующим законодательством Украины до сих пор четко не выделено такую форму контроля как государственный аудит. Более того, имеющиеся стандарты, правила и нормы общего аудита характеризуют аудиторскую деятельность как предпринимательскую, а соответственно исключают возможность осуществления аудиторской деятельности органами государственного финансового контроля.

Мы с этим не согласны. Также опровергает это мнение и Р.Адамс, указывая в своей книге "Основы аудита" на то, что "Без аудита нет надежности счетов. Без надежности счетов нет контроля. А без контроля что караулит власть?" [2].

Исходя из этого, понятие государственного аудита находится в сфере дискуссий относительно его участия в государственном финансовом контроле.

Так, в соответствии со статьей 363 Хозяйственного кодекса Украины, государственный финансовый аудит

является разновидностью государственного финансового контроля и заключается в проверке и анализе фактического состояния дел относительно законного и эффективного использования государственных или коммунальных средств и имущества, других активов государства, правильности ведения бухгалтерского учета и достоверности финансовой отчетности, функционирования системы внутреннего контроля [3].

В тоже время, мнения ученых по данному вопросу являются разными. Споры в основном возникают по поводу трактовки его как разновидность, метод или форма государственного финансового контроля, а некоторые ученые указывают, что аудит является самостоятельным и независимым от государственного контроля институтом в системе государственного управления [4, с.58–60].

Однако, по нашему мнению, государственный аудит выступает именно формой финансового контроля.

Как указывает украинский ученый Савченко Л.А., государственный аудит – это форма государственного контроля, который предусматривает анализ финансово хозяйственной деятельности подконтрольного субъекта относительно определения правильности ведения им учета и финансовой отчетности, законности осуществления операций и соответствия их установленным нормам, а также исследования экономичности, эффективности и результативности административной деятельности соответствующих органов, организаций, относительно публичных финансов, с целью внесения предложений и

представления рекомендаций относительно устранения обнаруженных недостатков [5, с. 55].

В свою очередь русский ученый–практик Степашин С.В., определяет государственный аудит как систему внешнего, независимого публичного аудита деятельности органов государственной власти относительно управления общественными ресурсами (финансовыми, материальными, интеллектуальными), который представляется одним из современных институтов социального контроля [6, с. 15].

По его мнению, государственный аудит и государственный контроль являются необходимыми и взаимодополняющими элементами любой современной системы управления общественными ресурсами. При этом понятием "государственный аудит" описывается все, что относится к системе внешнего, независимого публичного контроля за деятельностью органов государственной власти, а понятие "государственный контроль" используется для институтов и процедур, связанных с осуществлением внутреннего самоконтроля государства (прежде всего органов исполнительной власти) [6, с.53].

Согласно европейской практики, в государственном секторе существует две формы аудита, а именно:

1. Внешний аудит;
2. Внутренний аудит.

Внутренний и внешний аудит отличаются один от другого, но исполняют взаимодополняющие роли и имеют такие характерные особенности (Таблица 1) [7, с.7–9]:

Из вышеприведенного можно сделать вывод, что именно рациональное и эффективное использование го-

сударственных средств является одной из главных предпосылок надлежащего распоряжения государственными финансами и эффективности решений, которые принимаются министерствами и другими органами государственной власти.

Именно для достижения этой цели и был создан государственный аудит, целью которого является обеспечение:

- 1) рационального и эффективного использования государственных средств;
- 2) развития эффективного финансового управления;
- 3) надлежащего ведения административной деятельности;
- 4) передачи информации государственным органам власти и даже широкой общественности через публикации и отчеты.

Следовательно, государственный аудит является частью общей регулятивно–правовой системы. Эта система призвана разоблачать отступления от принятых стандартов, принципов законности, эффективности, результативности и экономичности финансового управления, для обеспечения:

- ◆ употребление корректирующих мероприятий в каждом индивидуальном случае обнаруженных нарушений законности и правильности, а также неэффективности деятельности;
- ◆ привлечение к ответственности лиц, которые виноваты, прямым или косвенным способом в нарушениях, которые случились;
- ◆ получение компенсации вреда, нанесенного такими нарушениями;
- ◆ употребление мероприятий для предупреждения или осложнения возможности реализации таких наруше-

Таблица 1.

Характерные особенности внешнего и внутреннего аудита

Внешний аудит	Внутренний аудит
<ul style="list-style-type: none"> ◆ осуществляется Высшим органом финансового контроля; ◆ предоставляет независимую информацию, гарантии и консультации для Парламента; ◆ проводит аудит и во многих случаях заверяет финансовую отчетность каждого министерства; ◆ изучает законность и обоснованность государственных расходов; ◆ оценивает экономность и эффективность программ, проектов и деятельности, что финансируются за государственные средства; ◆ гарантирует, что финансовая отчетность "является точной и правдивой", и что она "готовится согласно требований бухгалтерского учета". 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ осуществляется внутри-ведомственными управлениями; ◆ оценивает эффективность контроля внутреннего управления в пределах каждого министерства; ◆ оценивает риски финансовой системы, определяет ее слабые места и предоставляет рекомендации высшим должностным лицам относительно совершенствования финансовой системы; ◆ занимается финансовыми и не финансовыми системами и может проверять достижение министерствами оптимального соотношения "цена-качество".

ний в дальнейшем.

Как указывает С.В. Степашин, государственный аудит осуществляют специализированные государственные органы, на которых положена внешняя проверка деятельности национальных правительств относительно управления общественными финансовыми ресурсами и другими публичными ресурсами (государственная собственность, природные и интеллектуальные ресурсы и другие) [6, с. 55].

В свою очередь, насколько бы не были разнообразными страны – конституционные монархии, государства с республиканской формой правления, федерации, или унитарные системы, институт государственного аудита одинаково выполняет свою главную миссию: представляет обществу и политическому руководству страны объективную информацию о том, действительно ли правительство осуществляет управление государственными ресурсами экономно результативно и эффективно [8, с. 61].

Институт государственного аудита в современных условиях – это не только система независимой обратной связи, которая дает государству и обществу объективную информацию относительно реального состояния дел, но прежде всего инструментом эволюции экономики, который может эффективно влиять на процессы экономического развития в силу своего универсального характера и особенного общественного назначения [6, с. 58].

Анализируя международный опыт, в общем можно выделить семь направлений деятельности органов государственного аудита. Однако, по нашему мнению, основным из них является лишь три направления: финансовый аудит, аудит соответствия и аудит эффективности.

1. Финансовый аудит (Financial Audit) – независимый внешний контроль за правильностью ведения, полнотой учета и отчетности, законности и целевого использования государственных средств. Это основной и на-

иболее распространенный вид деятельности контролирующих органов.

2. Аудит соответствия (или аудит законности) (Compliance Audit) – независимый внешний аудит деятельности в соответствии с законами, регулятивными актами, правилами. Объектами аудита соответствия как правило являются органы государственной власти и местного самоуправления, а также организации т, а учреждения, которые тратят государственные средства. Цель аудита соответствия – обнаружить нарушение законов при формировании и использовании государственных средств, которые могут иметь материальное выражение на финансовые отчеты.

3. Аудит эффективности использования бюджетных средств, который дает возможность государству и обществу убедиться, что финансовые ресурсы использованы не только в целевой способ, но и в соответствии с законом, а также потраченные экономно, эффективно и результативно.

Если говорить о других видах аудита (аудит эффективности деятельности, аудит эффективности внутренних систем контроля, аудит эффективности систем национальных счетов и трансформационный аудит), то нужно согласиться с мнениями ученых о том, что они практически являются разновидностями аудита эффективности [6, с. 208–210].

Таким образом, обобщая вышеприведенное, можно констатировать, что государственный аудит – особенная форма государственного финансового контроля, что через мнение контролирующих органов представляет обществу информацию о финансовой достоверности, законодательном соответствии и эффективности деятельности распорядителей государственных финансов, а также есть особым инструментом для обеспечения социально-экономического развития и стабильности каждой страны.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ковалюк О.М. Роль контроля в финансовом механизме экономики / О.М. Ковалюк // Финансы Украины. – 2002. – №7.
2. Адамс Г. Основы аудита / Р. Адамс – Москва, ЮНИТИ, 2003 г.– 250 с. 3. Хозяйственный кодекс Украины от 16 января в 2003 г. № 436-IV. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ligazakon.ua>.
4. Максимов Ю.Ю. Аудиторская практика в государственном секторе и государственный контроль / Ю.Ю.Максимов, Ю.Н.Максимов // Финансы. – 2007. – №11.
5. Савченко Л. А. Правовые основы финансового контроля : науч. пособие. / Л. А. Савченко. – Киев: Юринком Интер, 2008. – 504 С.
6. Степашин С.В. Государственный аудит и экономика будущего / С.В. Степашин. – Москва : Наука, 2008. – 608 с.
7. Аудит государственных финансов: Вступительный курс. Концепции и методики государственного аудита. Пособие для самостоятельных занятий // Программа Тасис Европейского Союза для Украины.
8. Степашин С.В. Конституционный аудит. М.: Наука, 2006. – С. 61.

ОРГАНИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА В СИСТЕМЕ КОНТРОЛЛИНГА

ORGANIZATION OF MANAGEMENT ACCOUNTING IN THE SYSTEM OF CONTROLLING

T. Satsuk

Annotation

Management accounting at the enterprises implementing the process management concept of controlling is the basis for the formation of an integrated information system.

Keywords: Controlling, management accounting, internal reporting system of indicators.

Сацук Татьяна Павловна

*Д.э.н., профессор кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита, декан УЭФ ФГАОУ ВПО "Сибирский федеральный университет",
Торгово-экономический институт*

Аннотация

Управленческий учет на предприятиях внедряющих в процесс управления концепции контроллинга является основой для формирования интегрированной информационной системы.

Ключевые слова:

Контроллинг, управленческий учет, внутренняя отчетность система показателей.

В современных условиях эффективное управление, должно быть ориентировано на комплексное решение задач учета, контроля и планирования доходов и затрат, что позволит предприятию эффективно использовать собственные средства, привлеченные инвестиции и повысить в целом управляемость бизнеса, его рентабельность и конкурентоспособность. Реализация этих целей предполагает применение методов и подходов, эффективно используемых для управления бизнесом исходя из стратегических задач. Контроллинг рассматривается нами как целеориентированная совокупность методов и инструментов для информационной поддержки организации процессов планирования, учета, анализа и контроля во всех функциональных областях, т.е. это элемент системы управления, ориентированный на координацию и поддержку процесса принятия управленческих решений, имеющий свои функции и свою эволюцию развития. Контроллинг не только обеспечивает информационную, инструментальную и методическую базу поддержки принятия управленческих решений, но и выступает интегрирующим элементом системы управления. Его главная цель – достижение на всех уровнях иерархии предприятия допустимого уровня интеграции многочисленных аспектов управления бизнес-процессами [3].

Развитие и изменение форм рыночного взаимодействия (способов образования капитала, методов и форм управления бизнесом, развитие конкуренции, расширение масштабов ведения бизнеса), а также научно-техни-

ческий прогресс (изменение производственных технологий, развитие информационных технологий и расширение информационных рынков) привели к повышению роли информации в управлении бизнесом и формированию новых требований к ее составу и оперативности. Это позволяет на современном этапе трактовать управленческий учет как инструмент контроллинга.

При этом управленческий учет рассматривается как интегрированная система сбора и интерпретации информации о деятельности компании, в том числе о затратах, доходах результатах деятельности подразделений и себестоимости продукции для получения внутренней отчетности предприятия на разных уровнях, ориентируясь прежде всего на внутренние процессы управления.

В данной концепции наибольшее внимание уделяется таким задачам управления компанией, как оценка и повышение "стоимости компании", управление себестоимостью и денежными потоками. При этом управленческий учет обычно описывается как самостоятельная учетная система [1]. Этот подход ближе к сложившейся практике многих коммерческих фирм, однако в российских условиях он существенно недостаточен, так как наибольшие проблемы наблюдаются у нас в области организации управления как раз внутренними процессами, чему большее внимание уделяет как раз контроллинг.

В современных концепциях управленческого учета большое значение уделяется повышению роли стратеги-

ческих задач в управлении компанией, а следовательно, повышению значимости нефинансовых факторов в управлении деятельностью. При таком подходе к понятию "управленческий учет" относится не только система сбора и анализа информации о затратах предприятия, но и система организации управления бизнесом в целом, включая стратегическое управление, систему оценки деятельности подразделений и функциональных блоков и управление человеческими ресурсами [1].

Компоненты управленческого учета можно определить следующим образом:

- ◆ система организации данных – определяет информацию, которую нужно собрать, чтобы решить управленческую задачу;
- ◆ система сбора данных определяет, как и когда нужно получать необходимую информацию для использования в процессе принятия управленческих решений;
- ◆ система агрегирования данных – это внутренние отчеты и способы представления информации, которые нужно сформировать на основании собранных данных.

В процессе построения на предприятии контроллинга как интегрированной информационной системы учетный компонент является одной из важных его сторон. Наиболее важной становится учетная информация по операциям управления доходами, управления расходами и управления результатами деятельности компании.

Переход к интегрированной системе управленческого учета предусматривает учет как на уровне предприятия в целом, так и отдельных функциональных и структурных подразделений в рамках системы контроллинга. Управленческий учет призван обеспечить расшифровку доходов, затрат, прибыли и в конечном итоге показателей рентабельности в разрезе организационных единиц предприятия.

Внешний интерфейс управленческого учета можно представить в виде взаимосвязи следующих подсистем:

- ◆ управления затратами;
- ◆ управления доходами;
- ◆ показателей деятельности;
- ◆ внутренних управленческих отчетов.

Управление затратами является основной и наиболее сложной частью управленческого учета. В основе любой системы управления затратами лежит их классификация по различным признакам, которая необходима для оценки степени возможного воздействия на те или иные затраты либо степени влияния тех или иных затрат на конечные результаты деятельности предприятия. Суще-

ствует множество вариантов классификации затрат. Учет затрат может быть организован как в разрезе всего предприятия, так и по отдельным его подразделениям. В зависимости от стратегических целей организации создаваемая система управленческого учета представляет собой комбинацию различных видов учета затрат. Исходя из организационной структуры компании, отдел контроллинга формирует структуру центров затрат, которые являются самыми распространенным типом центров ответственности. Современной мировой практикой, в системе управленческого учета, как инструменте оперативного и стратегического контроллинга применяются новые методы учета затрат. К ним относятся: Activity Based Costing (ABC), Target Costing (TC), Strategic Cost Analysis (SCA) [4].

Информация о доходах в управленческом учете может иметь различную степень детализации и включать, например, учет по рынкам сбыта, покупателям, запасам, отдельным сделкам. Центр доходов создается в тех подразделениях компании, в котором существует прямая зависимость между затратами и доходами и руководитель которого несет ответственность за финансовый результат всей деятельности сегмента.

Система показателей деятельности – это то, что лежит в основе, как текущего и стратегического планирования деятельности подразделений, так и делегирования ответственности на конкретном предприятии. Чем крупнее компания, тем более важное значение приобретает данная подсистема. При этом система показателей в управленческом учете призвана аккумулировать не только количественную, но и качественную информацию о деятельности сегментов организации.[2] Для преодоления разрыва между стратегией и оперативной деятельностью компании можно увязать ключевые показатели результативности через сбалансированную систему показателей. При этом важность рассматриваемой подсистемы не зависит от принятого метода управления, будь то иерархическая, дивизионная или матричная структура.



Система внутренних управленческих отчетов отражает прежде всего принятую практику управления компанией. Она так же опирается и на все остальные компоненты управленческого учета, и на все источники управленческого учета. В принципе, для некоторых небольших компаний система управленческих отчетов представляет собой некую практически самодостаточную систему управления, однако чем больше компания, тем большее значение приобретают другие подсистемы – система учета затрат и система показателей деятельности.

Действительно, для небольшой компании и ту, и другую подсистему фактически можно заменить просто соответствующими отчетами. Например, отчет о текущих затратах, отчет о фактических затратах и соответствующие отчеты по бюджетно–финансовой схеме управления компанией. Однако по мере роста размеров бизнеса объем конкретных отчетов становится все больше, и, соответственно, возникает потребность в их агрегировании – в обобщении отчетов таким образом, чтобы они стали более доступны для анализа. Руководству должны предоставляться более агрегированные отчеты, а по мере движения вниз по структуре управления компанией отчеты становятся все более детализованными, однако охват компании в этих отчетах становится все более узким.

Для того чтобы руководитель получал только интегрированный отчет, например, об уровне продаж, уровне прибыли и нормативах себестоимости, фактических показателях себестоимости по основным группам товаров, то в отделе контроллинга необходимо проанализировать эту информацию и предоставить ее в агрегированном, наиболее приемлемом для высшего руководства виде. То есть если в этой информации есть существенные отклонения, то именно по этим отклонениям, и только по ним, должен быть предоставлен развернутый анализ возникновения их причин и рекомендация по устранению выявленных недостатков. Собственно, такая система представляет собой систему управления по отклонениям.

Таким образом, можно сделать вывод, что управленческий учет является инструментом контроллинга, как системы информационной поддержки менеджмента ориентированной на координацию процесса принятия управленческих решений. При этом управленческий учет может быть построен с различным объемом реализуемых функций от простого контроля основных параметров хозяйственной деятельности до интегрированной системы контроля и оптимизации различных хозяйственных операций организации в зависимости от стратегических целей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аткинсон, Э.А. Управленческий учет [Текст] / Э. А. Аткинсон, Раджив Д. Банкер, Роберт С. Каплан, Марк С. Янг. – 3-е изд.: пер. с англ. – М.: Издательский дом "Вильямс", 2007. – 880 с.
2. Друри, К. Введение в управленческий и производственный учет [Текст] / К. Друри. – М., 2009. – 774с.
3. Сацук Т.П. Организация оперативного управления финансами торговой организации на основе контроллинга – Экономические исследования: Анализ состояния и перспективы развития": Книга 28 международная монография // – Москва: Наука: информ; Воронеж: ВГПУ, 2012. – 232с
4. Ткач, В.И. Управленческий учет: международный опыт [Текст] / В.И. Ткач, М.В. Ткач. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 144 с.

© Т.П. Сацук, (stp13@mail.ru), Журнал «Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики».



РЕФОРМИРОВАНИЕ КОРПОРАТИВНОГО НАЛОГА В США: ПРОЕКТЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

U.S. CORPORATE TAX REFORM: PROJECTS & PROSPECTS

I. Kucheroва

Annotation

The article presents an overview of the key provisions of the existing corporate tax reform projects in the United States. It is concluded that in the future most likely to implement the proposal to eliminate the deferral of taxation not repatriated earnings of U.S. MNCs and the transition to the territorial system of taxation.

Keywords: Corporate tax, marginal (statutory) tax rate, average effective tax rate, marginal effective tax rate, corporate tax reform.

Кучерова Ирина Николаевна

*Институт международных отношений
Киевского национального университета
им. Тараса Шевченко*

Аннотация

В статье представлен обзор ключевых положений существующих проектов реформирования корпоративного налога в США. Сделан вывод о том, что в перспективе наиболее вероятны к реализации предложения по устранению отсрочки по налогообложению не репатриированных доходов американских ТНК и переход на территориальную систему налогообложения.

Ключевые слова:

Корпоративный налог, предельная (законодательно установленная) ставка налога, средняя эффективная ставка налога, предельная эффективная ставка налога, реформа корпоративного налога.

Ключевая роль транснациональных корпораций в развитии современного глобализирующегося мирового хозяйства не вызывает сомнений, а проблемы налогообложения доходов корпораций от международной деятельности не только не теряют своей актуальности, но приобретают особую остроту в периоды экономических потрясений, когда жизнеспособность экономического субъекта определяется эффективностью финансирования.

Система налогообложения доходов прямо и опосредованно влияет на международную конкурентоспособность многонациональной фирмы, в частности, на способность местной фирмы или отрасли конкурировать с иностранными фирмами на мировом рынке. Кроме того, она влияет и на способность страны поддерживать положительный или, по крайней мере, устойчивый баланс международных расчетов или способность государства поддерживать высокие стандарты жизни для своего населения [1, с.143].

Сторонники снижения ставки корпоративного налога часто строят свои аргументы на том, что ставка налога в США выше по сравнению с остальным миром. Они также утверждают, что сокращение ставки корпоративного налога будет стимулировать приток инвестиций в США, что позволит создать дополнительные рабочие места или расширить базу дохода и повысить поступления от уплаты налога.

Анализируя условия налогообложения бизнеса корпораций в любой стране, их влияние и последствия изме-

нений, следует принимать во внимание динамику всех видов ставок: предельной (законодательно установленной), средней эффективной и предельной эффективной ставки.

Законодательно установленные ставки важнее в определении влияния налоговой нагрузки на высокую мобильность инвестиций, которые зарабатывают экономическую ренту конкретных фирм [6]. Установленные налоговые ставки также являются наиболее подходящими при определении объема налоговых стимулов для перемещения доходов между странами с разными ставками корпоративного налога.

Эффективная ставка является относительной величиной, которая рассчитывается делением суммы уплаченных налогов на прибыль. Учитывая налоговые льготы и субсидии, эффективная ставка показывает снижение налога на каждый доллар прибыли. Страна с высокой ставкой, но узкой базой налогообложения может быть сравнима со страной, имеющей низкие налоги и широкую базу, если обе будут иметь одинаковые эффективные ставки налога. Таким образом, эффективная ставка налога, по сравнению с предельной установленной, более пригодна для оценки реальной относительной налоговой нагрузки на инвестиции. Предельная эффективная ставка налога рассчитывается с учетом предполагаемых проектных инвестиций и отражает часть прибыли к налогообложению, выплачиваемую в виде налогов.

Существуют научно обоснованные доказательства

того, что средние эффективные ставки, а значит и законодательно установленные ставки корпоративного налога, а не предельные эффективные (которые также зависят от ширины базы КП), являются более влиятельным инструментом налоговой политики. [4].

В последние годы большинство промышленно развитых стран снизили свои ставки корпоративного подоходного налога: в странах ОЭСР за период с 2000 по 2011 гг. предельные ставки корпоративного налога снизились в среднем на 7,2% – с 32,6% до 25,4% [10].

В США сохраняется высокая ставка корпоративного налога, причем, существенных изменений не происходит, начиная с 1986 г., хотя предыдущий период развития американской системы налогообложения доходов ТНК характеризовался заметной динамикой. Как указывает Р. Нортон, за исключением чрезвычайных налогов в военное время, налогообложение корпоративной прибыли впервые было предпринято в 1909 г., когда Конгресс принял 1–процентный налог на доходы корпораций. В течение следующих десяти лет этот показатель вырос до 12,5%. В 1932 г. Были введены прогрессивные ставки. Дополнительно облагались налогом "сверхприбыли" и "военные прибыли" во время обеих мировых войн. Самая высокая в мирное время ставка налога имела место в 1960 г. [9].

Реформа налогообложения доходов корпораций 1986 г. в результате резкого сокращения предельной ставки с 46% до 34% обеспечила более низкий уровень федеральной ставки корпоративного налога в США по сравнению с основными торговыми партнерами. Но дальнейшие изменения в этих вопросах были незначительными – увеличение предельной ставки корпоративного налога до 35% в 1993 г. и принятие некоторых стимулов и льгот (ускоренная амортизация, налоговые вычеты).

Средняя предельная ставка корпоративного налога в США с учетом корпоративного налога штатов составляет 39%, в том числе 35% – ставка федерального налога. Однако, благодаря несовершенству налогового законо-



дательства, американские корпорации платят намного меньше. В настоящее время американская система налогообложения международного бизнеса поощряет американские многонациональные компании зарабатывать и сообщать о прибыли, полученной в странах с низкими налогами, в первую очередь, предоставив им возможность отложить налогообложения дохода, полученного из иностранного источника, до репатриации дохода.

Существуют и другие законодательные положения, которые также поощряют фирмы к поиску материальных активов, производства и рабочих мест в странах с низким уровнем налогообложения. Например, увеличение доли деловой активности компании (партнерства и филиалы S–корпораций*) не облагается корпоративным налогом и повышает стимулы к получению доходов за пределами Соединенных Штатов во избежание относительно высокой ставки корпоративного налога.

* Small Corporation - "малая корпорация", может иметь не более 75 акционеров, которые могут быть только физическими лицами - резидентами США, а также юридические лица, если корпорация осуществляет трастовую деятельность в сфере инвестиций в недвижимость. Согласно американскому законодательству, вся прибыль S - корпорации распределяется акционерам, доход которых и подлежит налогообложению в США. S Corporation может выпускать только именные акции.

По данным Дж. Гравелли, предельная ставка корпоративного налога в США на 10 процентных пунктов выше, чем средневзвешенная по странам–членам ОЭСР (за вычетом США). Эффективные налоговые ставки примерно одинаковы, а предельные эффективные налоговые ставки лишь немного больше в США [7, с. 9].

По мнению К. Клаузинга, эффективная налоговая нагрузка на зарубежные доходы американских многонациональных компаний в данное время невелика [3, с.457–482]. Результаты более поздних исследований служат подтверждением: за последние 45 лет, в среднем по рейтингу фирм S & P 500 фактическая средняя эффективная ставка корпоративного налога была более чем на 5 процентных пунктов ниже установленной [федеральной – прим. авт.] ставки [рис.1] [11].

Таким образом, снижение ставок корпоративного налога в США – далеко не единственный и не главный инструмент реформирования налоговой системы США – процесса, который в условиях глобализации так или иначе затронет налоговые интересы огромного количества корпораций и государств. Существуют различные проекты реформирования корпоративного налогообложения. В частности, согласно "House Republican (Dave Camp R–MI) Corporate Tax Reform Plan", предлагается снижение ставки корпоративного налога до 25%, внедрение территориальной налоговой системы, введение мер по борьбе со [13].

Центр двухпартийной политики в своем проекте "Bipartisan Tax Fairness and Simplification Act (Wyden–

Рис. 1. Динамика изменений ставок корпоративного налогов США за 1975 - 2010 гг. [11]



Coats Plan)" предлагает снижение ставки корпоративного налога до 24 %, сохранить существующую систему налогообложения всемирных доходов, но разрешить разовые налоговые каникулы в размере 95% прибыли, полученной за рубежом, сократить некоторые корпоративные расходы и др. [5].

В рамках доклада Национальной комиссии по фискальной ответственности и реформам обосновано введение единой ставки корпоративного налога в диапазоне между 23 и 29 %, введение территориальной системы налогообложения доходов корпораций и др. меры [14]

В проекте "The Peterson Institute's Corporate Tax Reform for a New Century" содержатся предложения по снижению ставки налога до 20%, введению территориальной системы, введению налога на национальное потребление с целью уменьшения бюджетного дефицита [8].

В совместном докладе Белого Дома и Министерства финансов США по плану реформ в сфере налогообложения бизнеса было предложено снижение ставки корпоративного налога до 28%, введение минимального глобального налога на прибыль американских ТНК, а также нейтральности налогов [15].

Инициативы президента Обамы, озвученные в июле 2013 г., направлены в целом на введение минимального налога на прибыль компаний от их зарубежной деятельности, ликвидацию налоговых вычетов, способствующих перемещению производств за рубежом, предоставление новых стимулов для привлечения производств на территорию США [12].

Обобщая указанные проекты реформ, а также ряд научных трудов, отметим, что наиболее значительными представляются следующие положения:

- ♦ система формульного распределения доходов,

полученных за рубежом [2].

- ♦ устранение отсрочки налогообложения иностранных доходов ТНК США компаний,
- ♦ замена существующей системы налогообложения на территориальную, которая освобождает иностранные доходы от налогообложения в целом,

Существующая система корпоративного налогообложения в Соединенных Штатах нуждается в кардинальных изменениях, однако, учитывая долю налоговых поступлений в доходах федерального бюджета – в среднем 10%, негативное влияние на столь значительный источник доходов должно быть минимизировано. Важным аспектом реформирования также является его потенциальное влияние на стимулы экономической активности. Например, ликвидация ускоренной амортизации сама по себе негативно повлияет на инвестиционную деятельность, но взаимодействие сокращения ставки корпоративного налога и изменения в схеме амортизационных отчислений может улучшить ситуацию. Следует учитывать, что величина амортизационных отчислений уменьшается при снижении ставки корпоративного налога в сочетании с ростом процентных ставок. Напротив, влияние сочетания низких процентных ставок и низкого уровня инфляции



будет про-инвестиционным за исключением вложений в долгосрочные активы (от 25 лет и выше) [6].

Переход к формульному распределению доходов ТРК предусматривает более фундаментальную реформу налогообложения международного бизнеса ТНК и является достаточно сложным, что затрудняет его реализацию. Основные потенциальные проблемы – это предвидение возможных поведенческих реакций фирм на расчетные параметры в формуле, необходимость создания общих стандартов бухгалтерского учета (или согласования различий между стандартами).

В перспективе наиболее вероятны к реализации следующие предложения:

◆ устранение отсрочки по налогообложению не репатрированных доходов позволит существенно уменьшить стимулы для получения дохода или прибыли в странах с низкими налогами. Проблемы конкурентоспособно-

сти могут быть сняты путем комбинирования таких мер – отсрочка налогообложения иностранных доходов ТНК и нейтральное, с точки зрения доходов, существенное сокращение ставки корпоративного налога.

◆ переход на территориальную систему налогообложения. Важнейшим аргументом против территориальной системы является то, что освобождение иностранных доходов от налогообложения может оказаться дополнительным стимулом к осуществлению хозяйственной деятельности и получения прибыли в странах с низким налогообложением. Такие изменения в поведении, мотивированные налогами, как правило, являются экономически неэффективными и могут еще больше подорвать базу американского корпоративного налога.

Вместе с тем, территориальная система может упростить налогообложение международных доходов, так как освобождение иностранных доходов от налогообложения могло бы уменьшить потребность в налоговом планировании по репатриации иностранных доходов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кучерова І.М. Оподаткування доходів ТНК США від міжнародних операцій Дослідження міжнародної економіки: зб. наук. праць Інституту світової економіки і міжнародних відносин НАН України. – Вип. 2 (71) / Гол. ред. Ю.М. Пахомов. – К.: Інститут світової економіки і міжнародних відносин НАН України, 2013. – с.143.
2. Avi-Yonah R. Reforming Corporate Taxation in a Global Economy: A Proposal to Adopt Formulary Apportionment Discussion Paper 2007-06 / R. Avi-Yonah, and Kimberly A. Clausing. – Washington: The Hamilton Project, 2007.
3. Clausing, K. A. The Role of U.S. Tax Policy in Offshoring / K.A. Clausing // Brookings Trade Forum: Offshoring White-Collar Work, edited by Susan Collins and Lael Brainard, eds. – Washington: Brookings Institution, 2006.– P. 457– 482.
4. De Mooij Ruud. Corporate Tax Elasticities: A Reader's Guide to Empirical Finding / R. de Mooij and Sjef Ederveen // Oxford Review of Economic Policy. – 2008. – Vol. 24(4). – pp. 680 – 697.
5. Domenici P. Restoring America's Future / P. Domenici and A. Rivlin. – Bipartisan Policy Center, 2010. – 137 p. – URL: <http://bipartisanpolicy.org/sites/default/files/BPC%20FINAL%20REPORT%20FOR%20PRINTER%202028%2011.pdf> (дата обращения 05.07.2013).
6. Gray G. Macroeconomic Impacts of Corporate Tax Reform / Gordon Gray, Douglas Holtz-Eakin, Cameron Smith. – URL: <http://americanactionforum.org/sites/default/files/Corporate%20Tax%209-26-12%20Final.pdf> (дата обращения 12.07.2013).
7. Gravelle Jane G. International Corporate Tax Rate Comparisons and Policy Implications // Congressional Research Service Report for Congress. – 2011. – 27 p.
8. Hufbauer G. Corporate Tax Reform for a New Century / Gary Clyde Hufbauer and Woan Foong Wong. – URL: <http://www.iie.com/publications/interstitial.cfm?ResearchID=1811> (дата обращения 12.07.2013).
9. Norton R. Corporate Taxation. – The concise encyclopedia of economics. – URL: <http://www.econlib.org/library/Enc/CorporateTaxation.html> (дата обращения 06.08.2013).
10. OECD. Taxation of Corporate and Capital Income / OECD // OECD Tax Database. – URL: www.oecd.org/ctp/taxdatabase (дата обращения 05.07.2013).
11. Ro S. The Average Big American Company Hasn't Paid The Statutory Tax Rate In At Least 45 Years. URL: <http://www.businessinsider.com/us-statutory-and-effective-tax-rates-2013-7> (дата обращения 05.07.2013).
12. Reforming the Tax Code. – URL: <http://www.whitehouse.gov/economy/reform/tax-reform> (дата обращения 07.08.2013).
13. Summary of Ways and Means Discussion Draft: Participation Exemption (Territorial) System. – URL: http://waysandmeans.house.gov/uploadedfiles/summary_of_ways_and_means_draft_option.pdf (дата обращения 07.08.2013).
14. The National Commission on Fiscal Responsibility and Reform. The Moment of Truth / The National Commission on Fiscal Responsibility and Reform. – December 2010. – URL: http://www.fiscalcommission.gov/sites/fiscalcommission.gov/files/documents/TheMomentofTruth12_1_2010.pdf (дата обращения 05.07.2013).
15. The White House and the Department of the Treasury. The President's Framework for Business Tax Reform / The White House and the Department of the Treasury. – February 2012. – URL: <http://www.treasury.gov/resource-center/tax-policy/Documents/The-Presidents-Framework-for-Business-Tax-Reform-02-22-2012.pdf> (дата обращения 05.07.2013).

ДОГОВОР ПЕРЕВОЗКИ ГРУЗОВ АВТОМОБИЛЬНЫМ ТРАНСПОРТОМ

Ершова Мария Михайловна

Аспирант,

Московская финансово-юридическая

академия

THE CONTRACT OF CARRIAGE OF GOODS BY ROAD

M. Yershova

Annotation

The presented paper investigates the concept of the contract of carriage of goods by road and its basic characteristics and attributes, based on the current transport legislation governing the implementation of road transport. It also held its separation agreement with the organization of transport and other related agreements (lease, contract, etc). Based on the results of ongoing differentiation of the author proves the independence of the variety of transport contracts.

Keywords: road transport, contract trucking freight, transport organizational contracts, the contracting parties automotive transportation.

Аннотация

Представленная статья посвящена исследованию понятия договора перевозки грузов автомобильным транспортом и его базовых характеристик и признаков, на основе действующего транспортного законодательства регулирующего осуществление перевозок автомобильным транспортом. В ней также проводится его разграничение с договором организации перевозок и другими смежными договорами (аренда, подряд и др). На основе результатов проводимого разграничения автор обосновывает самостоятельность данной разновидности транспортных договоров.

Ключевые слова:

Автомобильные перевозки, договор автоперевозки грузов, транспортные организационные договоры, стороны договора автомобильной перевозки.

Одним из основных видов транспорта, которые формируют транспортную систему России, традиционно называют автомобильный транспорт.

Сегодня автомобильный транспорт занимает одно из ключевых мест в осуществлении грузооборота РФ. Наряду и во взаимодействии с другими видами транспорта он обеспечивает нормальный процесс производства и обращения продукции промышленности, строительства, сельского хозяйства и других отраслей экономики и тем самым обеспечивает реализацию процесса товарообмена в целом.

При этом справедливо отмечается ряд весьма положительных особенностей автомобильного транспорта: "высокая проходимость автомобилей, позволяющая им передвигаться по самым различным дорогам – от совершенных до примитивных; наибольшая мобильность и маневренность, обеспечивающая доставку грузов "от двери до двери", т.е. от склада предприятия-поставщика непосредственно к складу предприятия-потребителя без перегрузки на другой вид транспорта; большая скорость движения автомобилей по усовершенствованным дорогам; сравнительная в ряде случаев дешевизна автомобильных перевозок и т.д." [1].

Юридическим оформлением перевозки грузов автомобильным транспортом является заключение договора перевозки груза. По вполне понятным причинам гражданское законодательство и доктрина дореволюционного периода не уделяли надлежащего внимания исследо-

ванию обязательств, возникающим из договоров перевозки грузов автомобильным транспортом, что объяснялось более поздним периодом его появления в сравнении с железнодорожным и водными видами транспорта и недооценкой его последующих возможностей в транспортной инфраструктуре. Формирование законодательства и теории правового регулирования воздушных и автомобильных перевозок происходит значительно позже – в зависимости от становления и развития воздушного и автомобильного видов транспорта.

Договор автомобильной перевозки грузов является одной из разновидностей транспортных договоров РФ, основное предназначение которых видится в оформлении правоотношений в сфере перевозки грузов и пассажиров.

В связи с тем, что в ГК РФ не содержится норм, которые можно отнести к специальному правовому регулированию перевозки автомобильным транспортом, общие положения о договоре перевозки можно применить и к договору автомобильной перевозки, используя общепринятый метод перехода от общего понятия к частному.

В силу п. 1 ст. 785 ГК РФ, содержащего законодательное определение договора перевозки, перевозчик обязуется доставить вверенный ему отправителем груз в пункт назначения и выдать его управомоченному на получение груза лицу (получателю), а отправитель обязуется уплатить за перевозку груза установленную плату.

Специалистами неоднозначно решается вопрос о ре-

альном либо консенсуальном характере рассматриваемого договора. Так, в пользу консенсуального характера договора автомобильной перевозки грузов высказывался советский правовед Х.И. Шварц, который, помимо прочего, отмечал, что "при автомобильных перевозках заключению договора не предшествует обязанность перевозчика подать транспортные средства и обязанность отправителя загрузить их." [2, С. 55].

Реальный характер договора перевозки автомобильным транспортом обосновывает Е. А. Егизаров: "... Договор перевозки грузов считается заключенным с момента принятия перевозчиком груза и, следовательно, относится к числу реальных договоров" [3, С. 43 – 47].

Одной из причин приводимой дискуссии, как представляется, может быть смешивание ее участниками обязательств различного характера, возникающих из многообразия транспортных отношений.

Среди обязательств, возникающих из отношений, складывающихся в сфере перевозки автомобильным транспортом, выделяются их две основные разновидности, основанные на двух различных схемах сотрудничества между отправителями и перевозчиками, – либо по схеме единовременной перевозки определенного груза, либо как систематическое сотрудничество. Для оформления отношений по каждой из указанных схем используются два вида договора перевозки.

Это "разовые" договоры о доставке конкретного груза и договоры о долгосрочной организации перевозок, согласно которым перевозчик обязуется в установленные сроки принимать, а грузовладелец – предъявлять к перевозке грузы в обусловленном объеме (ст. 798 ГК РФ).

Последние договоры принято именовать "годовыми".

Как верно отмечал А.И. Хаснутдинов, характеризуя правовую природу годового договора автомобильной перевозки грузов и его отличие от разового договора перевозки, квалификация годового договора как договора перевозки ошибочна и ввиду несовпадения экономической природы отношений, регулируемых рассматриваемыми договорами [4 С. 63].

При этом если квалифицирующим признаком договора перевозки является перемещение груза в пространстве, то аналогичным признаком годового договора нужно считать совокупность действий, охватываемых понятием организации перевозок грузов.

Вкратце остановимся на характеристике договоров организации перевозок.

Согласно ст. 799 ГК РФ перечень договоров между транспортными организациями остается открытым, но в самой статье помимо договоров на централизованный завоз (вывоз) грузов названы узловые соглашения. Узловые соглашения – это соглашения, заключаемые между транспортными организациями различных видов транспорта. Многие известные ученые пришли к выводу о том, что при заключении узловых соглашений следует использовать нормы ГК РФ (ст. 445) о заключении договора в обязательном порядке [5, С. 251].

Кроме комбинированных, выделяют также местные и

прямые перевозки. Местной признается перевозка, осуществляемая одной транспортной организацией в рамках территориальных границ ее деятельности (как правило, для автомобильного транспорта данный вид не характерен). Прямой перевозкой признается перевозка, в которой по единому транспортному документу участвует несколько транспортных организаций одного вида транспорта. В данном случае на стороне перевозчика возникает множественность лиц, и каждое отвечает за сохранность и доставку груза на своем участке независимо от того, кем заключался договор [6].

Кроме того, в международном сообщении выделяют интермодальные и мультимодальные перевозки. Данные термины активно используются на практике, но в законодательстве они до сих пор не нашли должного регулирования. Как было замечено, понятие интермодальной перевозки должно быть сформулировано следующим образом: "под интермодальной перевозкой следует понимать доставку грузов или пассажиров более чем одним видом транспорта за одну транспортную операцию, оформленную соответствующим единым договором перевозки" [7]. Данное определение представляется вполне логичным, и с ним можно согласиться. Что касается мультимодальной перевозки, основным отличием от смешанной, комбинированной и интермодальной будет выступать наличие оператора, которым будет организовываться весь процесс перевозки, исключая взаимодействие заказчика с фактическими исполнителями перевозки.

Учитывая сказанное, представляется вполне разумным в настоящее время закрепить легальное определение всех рассмотренных видов договоров автомобильной перевозки в УАТ.

Говоря о договоре автоперевозки грузов и его содержании, необходимо уточнить, какие именно признаки отличают договоры организации перевозки грузов от договора непосредственной перевозки конкретного груза.

По договору об организации перевозки грузов перевозчик обязуется в установленные сроки принимать, а грузовладелец предъявлять к перевозке грузы в обусловленном объеме. В договоре об организации перевозки грузов определяются объемы, сроки и другие условия предоставления транспортных средств и предъявления грузов для перевозки, порядок расчетов, а также иные условия организации перевозки.

Иными словами, из договора об организации автомобильных перевозок возникает обязанность перевозчика принимать, а грузовладельца – предъявлять к перевозке грузы в обусловленном объеме. Диапазон применения данного договора ограничен отношениями, складывающимися между перевозчиком и грузовладельцем при систематических перевозках грузов, которые носят долгосрочный характер. Этот договор не является договором перевозки конкретного груза. Из него не возникает обязанности перевозчика по подаче автомобилей для перевозки грузов и не вытекает обязанности грузовладельца предъявлять груз к перевозке. Из договора об организации автомобильных перевозок как у автоперевозчика,

так и у его контрагентов возникает еще одна обязанность: заключить договоры на перевозку конкретных грузов автомобильным транспортом.

Есть и другие различия между этими договорами. Договор организации автомобильных перевозок предназначен для урегулирования отношений сторон на первой, организационной, стадии транспортного процесса, когда происходит необходимая подготовка к перемещению груза. А договор перевозки конкретного груза регулирует непосредственно сам процесс перемещения груза. Он носит имущественный характер, поскольку напрямую регулирует перемещение груза, имущества.

Возвращаясь к вопросу о консенсуальном либо реальном характере договора автомобильной перевозки, следует добавить, что в отличие от других видов транспорта, где грузоотправитель доставляет груз в пункт погрузки, по договору автомобильной перевозки грузов перевозчик самостоятельно должен подать грузоотправителю автомобиля под погрузку. Это означает, что перевозочный процесс начинается на территории грузоотправителя.

Исходя из сказанного, представляется справедливым положение, согласно которому договор автомобильной перевозки конкретных грузов следует признать скорее реальным, Именно это обстоятельство является наиболее характерным свойством правовой природы договора автомобильной перевозки грузов.

Что же касается долгосрочных договоров, то они являются организационными, и как было указано выше, консенсуальными. Говорить же о консенсуальном характере договора автомобильной перевозки в связи с вышесказанным представляется не вполне корректным.

Иные особенности рассматриваемого договора заключены в его специфической природе, что особенно заметно при отделении данного договора от иных сходных договоров (например, от договора подряда, хранения, аренды и др.), согласно особенностям предмета правоотношения по перевозке. Другой отличительной особенностью договора перевозки грузов автомобильным транс-

портом от названных договоров является значительное влияние на него норм автотранспортного права, которые предоставляют заметно меньшую диспозитивность его сторонам.

Особенности договора автомобильной перевозки грузов имеются и в субъектном составе. Сторонами этого вида договора являются перевозчик и заказчик. А заказчиком, в свою очередь, может быть грузоотправитель, грузополучатель или экспедитор.

Документирование договора автомобильной перевозки также имеет свои особенности. Договор автомобильной перевозки грузов, обладая общими признаками договора перевозки, закрепленными в ГК РФ, также характеризуется признаками, отраженными в УАТ РФ и Правилах перевозок грузов автомобильным транспортом[8] и подтверждается составлением товарно-транспортной накладной или иного транспортного документа. Транспортная накладная не является единственной формой договора перевозки груза. Перевозка груза с сопровождением представителя грузовладельца может осуществляться и на основании договора фрахтования, заключаемого в письменной форме. На автомобильном транспорте запрещается осуществление перевозок грузов без оформления путевого листа на соответствующее транспортное средство, который служит для учета и контроля работы транспортного средства и водителя[9]. Однако неправильно составленные товарно-транспортная накладная или иной из указанных транспортных документов, а также их отсутствие по какой либо причине не являются основаниями для признания заключенного договора автомобильной перевозки груза недействительным в связи с пороком формы.

Таким образом, договор автомобильной перевозки грузов является самостоятельной разновидностью транспортных договоров, имеет существенные различия со смежными гражданско-правовыми договорами, как по предмету, так и в цели деятельности, выражаемой в направленности договора на пространственное перемещение грузов при помощи автотранспортных средств.

ЛИТЕРАТУРА

1. Егизаров В.А. Транспортное законодательство государств – участников СНГ. М.: Норма, 2007.
2. Шварц Х.И. Правовое регулирование перевозок на автомобильном транспорте. М., 1966.
3. Егизаров В.А. Транспортное право: Учеб. пособие. М., 2002.
4. Хаснутдинов А.И. Вспомогательные договоры на транспорте. Иркутск, 1994..
5. Гражданское право России. Обязательственное право: Курс лекций / М.И. Брагинский, Н.И. Клейн, Т.Л. Левшина и др.; Отв. ред. О.Н. Садилов. М., 2004.
6. Гражданское право: Учебник: В 3 ч. / Под ред. В.П. Камышанского, Н.М. Коршунова, В.И. Иванова. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Эксмо, 2011. Ч. 2.
7. Романова А.С. Понятие мультимодальной перевозки груза: сравнительно-правовой аспект // История государства и права. 2007. N 22.
8. Постановление Правительства РФ от 15.04.2011 N 272(ред. от 30.12.2011) "Об утверждении Правил перевозок грузов автомобильным транспортом"// Собрание законодательства РФ, 25.04.2011, N 17, ст. 2407.
9. Вайпан В.А. Правовое регулирование транспортной деятельности // Право и экономика. 2012. N 6.

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ В СИСТЕМЕ ОРГАНОВ ПРЕДВАРИТЕЛЬНОГО СЛЕДСТВИЯ И ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ И ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ КОРРУПЦИИ

THE INTERACTION IN THE SYSTEM OF PRELIMINARY INVESTIGATION AND DIVISIONS OF ECONOMIC SECURITY AND ANTI-CORRUPTION

I. Fadeev

Annotation

The article discusses the development dimension of joint activities in the features of the environmental approach of the provisions on combating the corruption phenomena and ensure the economic security of the functioning of the Russian state.

Keywords: economic security, anti-corruption, the preliminary investigation, the investigating authorities.

Фадеев Илья Александрович
Академия
Управления МВД России,
г. Москва

Аннотация

В статье рассматривается аспект развития совместной деятельности в особенностях средового подхода реализации положений о противодействии коррупционным явлениям и обеспечению экономической безопасности функционирования российского государства.

Ключевые слова:

Экономическая безопасность, противодействие коррупции, предварительное расследование, органы расследования.

Рост преступности в России в последние годы имеет устойчивую тенденцию к положительной динамике. При этом значительное количество регистрируемых преступлений остаются в статистическом отношении нераскрытыми. В условиях экономической преступности и развитию системы противодействия коррупции сотрудничество органов предварительного следствия и подразделений экономической безопасности и противодействия коррупции представляется актуальной.

Учитывая, что борьба с экономической преступностью является преобладающим направлением политики государства, остается вполне закономерным, что усилия, направляемые при этом органами противодействия, стремятся к максимизации результата [7]. В то же время, комплекс экономических преступлений, подвергаемых процессу расследования, также стремится к процессу усложнения. Возникает необходимость координации усилий со стороны всех заинтересованных органов и подразделений. Учитывая, что ключевые области взаимодействия пересекаются у различных групп и ведомств, возможно предположить, что их совместная работа способна решать поставленные задачи в минимальные отведенные сроки и тем самым снижать криминальную обстановку в стране и на вверенной территории.

Косвенным элементом необходимости совместной

работы остаются тенденции усложнения комплексности составов экономических и коррупционных преступлений, совмещение функциональности их реализации. Также нельзя отбрасывать тот факт, что противодействие со стороны преступников, их возможные пути противодействия, в том числе и законными методами, также возрастают. Постепенно можно вести речь о том, что раскрываемость экономических преступлений напрямую зависит от совместной работы органов предварительного следствия и подразделений оперативного характера. Отмечая при этом, что экономические преступления носят харак-



тер неоднозначности в российском праве, то возможные последствия от их применения являются значимыми как для налогового контроля, так и для обеспечения экономической безопасности страны общего толка [8].

Объект исследования в вопросах противодействия экономическим преступлениям и коррупционным схемам выступает как фактор развития ключевых понятий реформы российской государственности. Учитывая, что роль органов предварительного следствия согласно УПК РФ – установление первичной вины и участников содеянного, то необходимо проследить необходимость сотрудничества между уполномоченными органами по расследованию данных деяний [6].

Основной проблематикой взаимодействия Следственного комитета, Федеральной службы безопасности, а также Федеральной службы по расследованию налоговых преступлений является различный круг решаемых задач и прогнозируемая область нанесения ущерба. Необходимо отметить, что зачастую источниками следственных действий не воплощается необходимость, в том числе и не декларируется связь между коррупцией как угрозой экономической безопасности страны. При этом возникает необходимость или даже потребность в понимании механизмов и процессов генезиса структур экономической безопасности [5].

В условия присоединения России к крупнейшей торговой организации эффективность предварительного расследования позволяет решать широкий спектр задач:

- ◆ при возможности движения капитала, свободно перемещаемого по планете позволяет диверсифицировать потенциальные убытки коррупционеров либо иных преступных лиц, которые способствовали совершению деяния;
- ◆ понимание общей сущностной природы коррупции и преступлений, связанных с экономической безопасностью страны позволит органам предварительного следствия не только выявлять виновников деяния, но и способствовать установлению косвенных лиц и предотвращению использования подобных преступных схем в дальнейшем;
- ◆ зачастую несогласованность действий органов предварительного расследования позволяет разделять области противодействия и смежных составов преступлений, что порождает утрату в последующем уголовном деле связующей структуры расследования.

В качестве рекомендации по совершенствованию процедуры противодействия коррупции и как следствия повышения экономической безопасности страны рекомендуется в полной мере реализовать предлагаемые меры по совмещению функций органов предварительного следствия путем создания целостной средовой площадки

по заданному вектору противодействия означенным деяниям [4].

Отсюда возникает необходимость корректировки и координации действий при расследовании означенного круга преступлений. При этом задачей следователя остается объединение разрозненных фактов, которые могут дать полную картину. Общей проблемой взаимодействия остается разрозненность задач, которые ставят перед собой службы по противодействию коррупции [9]. Так, например Колмаков П.А., Кибардин И.П. считают, что важность совместной работы органов предварительного следствия и подразделений экономической безопасности и противодействия коррупции, коррупционными схемами определяется возможностью снижения экономической базы для совершения преступлений, а также функционирования организованной преступности и, как следствие, коррупции [6].

Требования, предъявляемые к данному типу сотрудничеству, можно рассмотреть на основе следующих факторов:

- ◆ общенациональных целей и задач для обеспечения законности отношений экономического характера в деятельности государства;
- ◆ определение ситуативного направления сбора, хранения и обработки информации о криминогенной обстановке в экономической сфере;
- ◆ использование в целях успешного борьбы с коррупционными явлениями и преступлениями экономического направления сил и средств, в том числе и специальных подразделений для повышения мобильности реагирования в отечественной экономике.

Взаимодействие между органами предварительного следствия и подразделений экономической безопасности и противодействия коррупции может проявляться в следующих мероприятиях:



- ◆ принятие нормативных актов и реализация антикоррупционных схем в практической деятельности;
- ◆ реализация внесудебных процедур урегулирования хозяйственных споров и обеспечения взаимодействия сторон в ходе переговорного процесса;
- ◆ координация совместных действий и методологическое обеспечение направлений подобного взаимодействия;
- ◆ пресечение внешних позывов и угроз национальной безопасности России путем кооперации общей базы и создание единой информационной среды с обеспечением проведения обучающих семинарских занятий [3].

Реализация подобного действия с учетом того, что на текущий момент отсутствует нормативный регламентирующий документ взаимодействия между исследуемыми органами, единственным способом преодоления данной проблемы остается создание общей площадки, что является особенностью средового подхода, то есть создания

не только нормативной базы, но и общих условий для совершенствования взаимодействия указанных органов.

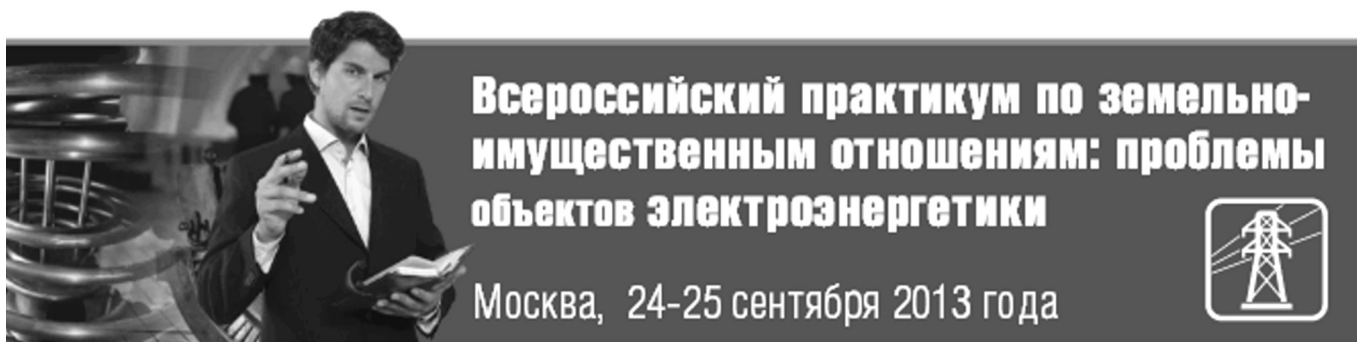
Средовой подход своим назначением будет иметь два направления. Во-первых создание общей площадки неизбежно создает возможность понимания и назначения наказания, а также донесения возможных последствий для индивида, задумавшего либо уже совершившего преступное деяние. Это позволит провести ряд мероприятий профилактического характера, которые будут способствовать снижению рассматриваемой категории преступлений.

Вторичным итогом развития подобного подхода будет являться возможность для более оперативного взаимодействия между органами предварительного расследования или формирования общих комиссий. Также здесь зачастую будет убираться возможность затягивания дел и последующего их пересмотра, а также уточнения состава преступных деяний.

ЛИТЕРАТУРА

1. ФЗ "Об оперативно-розыскной деятельности" от 12.08.1995 № 144-ФЗ (сост. на 01.08.2013) // Собрание законодательства РФ, 14.08.1995, № 33, ст. 3349
2. Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации от 18.12.2001 № 174-ФЗ (сост. на 01.08.2013) // Российская газета. N 249, 22.12.2001.
3. Волколупов В.Г. Некоторые проблемы обжалования, возникающие в процессе расследования преступлений в сфере экономической деятельности // Вестник Волгоградской академии МВД России. 2011. № 18. С. 111.
4. Воропаев А.А. Некоторые проблемы совершенствования взаимодействия органов предварительного следствия и органов дознания при расследовании преступлений // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. 2013. № 2. С. 77-81.
5. Грачев С.А. К вопросу о модернизации органов предварительного расследования // Юридическая наука и практика: Вестник Нижегородской академии МВД России. 2011. № 1. С. 146-148.
6. Колмаков П.А., Кибардин И.П. О некоторых проблемах противодействия защитников производству предварительного расследования // Вестник Оренбургского государственного университета. 2012. № 3. С. 79-82.
7. Олефиренко Т.Г. К вопросу о критериях законности предварительного расследования // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2013. № 2. С. 117
8. Стукальская С.А. К вопросу о взаимодействии органов предварительного следствия и средств массовой информации при расследовании преступлений // Вестник Калининградского филиала Санкт-Петербургского университета МВД России. 2011. № 1. С. 55-59.
9. Шаталов А.С. Дознание как форма предварительного расследования преступлений: правовые и организационные основы // Вестник института: преступление, наказание, исправление. 2013. № 2. С. 37-45.

© И.А. Фадеев, (Ilya-fadeev@yandex.ru), Журнал «Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики»,



Всероссийский практикум по земельно-имущественным отношениям: проблемы объектов электроэнергетики

Москва, 24-25 сентября 2013 года

Организатор: Негосударственное образовательное частное учреждение «Школа «ПравоТЭК»

ПРИНЦИП ИЗМЕНЕНИЯ В ФОРМИРОВАНИИ РЕСУРСНЫХ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА ПРЕДПРИЯТИЯ

THE PRINCIPLE OF CHANGE IN THE FORMATION OF THE ENTERPRISE RESOURCE INPUTS

E. Bobkova

Annotation

Proceedings of the international scientific-practical conference
"INNOVATIVE AND MULTI-DISCIPLINARY PROBLEMS
SCIENCE AND EDUCATION IN THE MODERN WORLD"
Moscow, May 21, 2013

mail – vica3@yandex.ru

Бобкова Елена Юрьевна
Самарский институт
(филиал) РЭУ,
г. Самара

Материалы международной научно-практической конференции
"ИННОВАЦИОННЫЕ И МУЛЬТИДИСЦИПЛИНАРНЫЕ
ПРОБЛЕМЫ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ
В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ"
г. Москва, 21 мая 2013 года

Исследуя теоретические основы экономического содержания капитала предприятия, многие авторы [1,2,3,4,5,6,9] в методологическом подходе его формирования выделяют критерий сбалансированности факторов производства и производственных структур. Но мы считаем, что в условиях рынка, многообразия организационных форм и форм собственности единый подход к оценке капитала предприятий являлся бы ошибкой. Необходима определенная классификация принципов, методологических подходов и методов в оценке капитала, каждый из которых правомернее рассматривать с точки зрения цели предприятия на какой-то определенный период времени.

Так, анализируя литературные источники по формированию совокупного капитала предприятия [8,10–20], мы пришли к выводу, что можно выделить некий принцип изменения, присущий любой общественной формации. Наиболее характерным типом изменения являются так называемые циклы жизни, классифицированные нами в четыре стадии – зарождение, рост, стабильность, упадок, см. табл. 1.

Цикл зарождения

– характеризуется насыщением производства ресурсами, формированием и становлением капитала предприятия. Сбалансированность ресурсного потенциала выступает здесь как стартовое условие для выбора оптимального размера предприятия. На данном этапе целесообразен затратный подход в оценке капитала предприятия. Он основан на предположении, что затраты на фор-

мирование капитала предприятия и насыщение его ресурсами являются приемлемым ориентиром для определения стоимостной оценки совокупного капитала предприятия.

Цикл роста

– мы характеризуем как быстрое развитие капитала предприятия и период роста доходов от его использования. Сбалансированный ресурсный потенциал во взаимосвязи с производственной деятельностью предприятия отражает рост эффективности производства и рост его совокупного капитала. На данном этапе целесообразен доходный подход в оценке капитала предприятия. Он включает в себя метод капитализации доходов (прямая капитализация), в основе которого лежит расчет текущей стоимости будущих (потенциальных) доходов, полученных от использования (составляющих капитал) сбалансированных элементов ресурсного потенциала (доход выражается в выручке).

Цикл стабильности

– характеризуется периодом равновесия, стабильные доходы, сформировавшийся рынок сбыта продукции, создание инфраструктуры и т. д. Сбалансированные материальные и организационные факторы производства полностью удовлетворяют спрос и предложение рынка на ресурсы и с учетом стабильной и оптимальной эффективности производства могут выступать критерием в общей оценке стоимости капитала предприятия. Целесообразен сравнительный (рыночный) подход. Он может быть применен только к развитым секторам экономики и основан на сопоставлении анализа текущей стоимости ка-

Таблица 1.

Характеристика основных методологических подходов оценки капитала сельскохозяйственного предприятия

Основные циклы развития капитала предприятия	Характеристика цикла и его цель	Методологический подход и его характеристика
Зарождение	Насыщение производства ресурсами, формирование и становление капитала предприятия. Сбалансированность ресурсного потенциала выступает как стартовое условие для выбора оптимального размера предприятия	Целесообразен затратный подход в оценке капитала предприятия. Он основан на предположении, что затраты на формирование капитала предприятия и насыщение его ресурсами являются приемлемым ориентиром для определения стоимостной оценки совокупного капитала предприятия
Рост	Быстрое развитие капитала предприятия и период роста доходов от его использования. Сбалансированный ресурсный потенциал во взаимодействии с производственной деятельностью предприятия отражает рост эффективности производства и рост его совокупного капитала	Целесообразен доходный подход в оценке капитала предприятия. Он включает в себя метод капитализации доходов (прямая капитализация), в основе которой положен расчет текущей стоимости будущих (потенциальных) доходов, полученных от использования (составляющих капитал) сбалансированных элементов ресурсного потенциала. Доход выражается в выручке
Стабильность	Период равновесия - стабильные доходы, сформировавшийся рынок сбыта продукции, создание инфраструктуры. Сбалансированные материальные и организационные факторы производства полностью удовлетворяют спрос и предложение рынка на ресурсы с учетом стабильной и оптимальной эффективности производства, может выступать критерием в общей оценке стоимости капитала предприятия	Целесообразен сравнительный (рыночный) подход. Может быть применен только к развитым секторам экономики. Основан на сопоставлении анализа текущей стоимости капитала и затрат, связанных с формированием сбалансированного ресурсного потенциала при изначальном становлении капитала предприятия
Упадок	Период замещения производства ресурсами, спадом производства, уменьшением стоимости капитала предприятия. Реорганизация ресурсной базы корректирует производственные подразделения уровень его производства и специализацию до стадии роста и быстрого развития капитала	Целесообразен затратный механизм в оценке капитала предприятия (стадия зарождения)

питала и затрат, связанных с формированием сбалансированного ресурсного потенциала при изначальном становлении капитала предприятия.

Цикл упадка

– характеризуется периодом замещения производства ресурсами, спадом производства, уменьшением стоимости капитала на предприятии. Нарушается ресурсная сбалансированность предприятия. Реорганизация ресурсной базы корректирует производственные подразделения предприятия, уровень его производства и специализацию до стадии роста и быстрого развития капитала предприятия. Оценка капитала предприятия на данном этапе целесообразно оценивать с точки зрения затратного метода.

Сразу оговоримся, что представленные выше циклы необходимо рассматривать во взаимосвязи друг с другом. Каждый обозначенный цикл предприятия развивается до определенного уровня и переходит в другой. Негативная ситуация в экономике во многом обусловлена как раз тем, что предприятия, реорганизовав свою организационно-правовую форму (цикл, зарождение), так и не перешли на стадию роста, а остались в упадке.

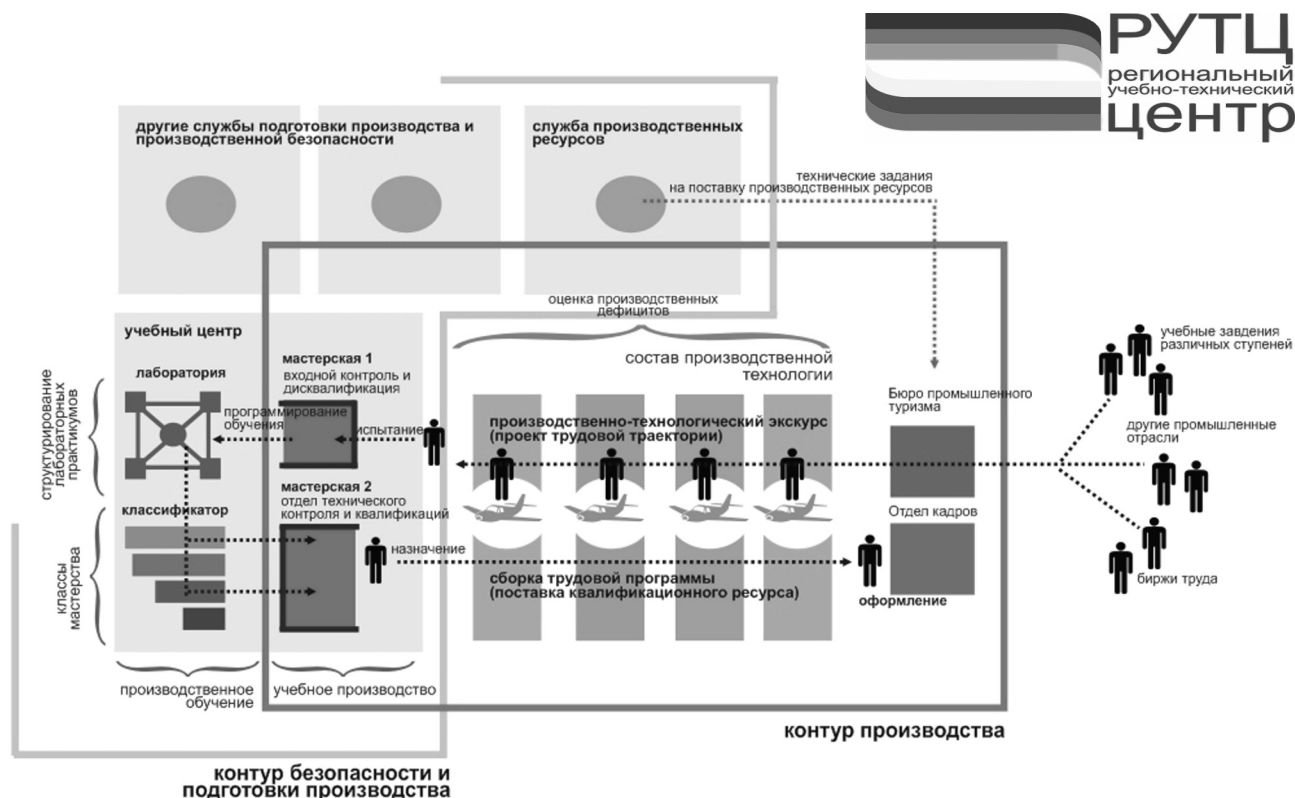
Мы считаем, что основная роль в поэтапном развитии предприятий и формировании капитала должна принадлежать сбалансированности материальных и организационных факторов капитала, базирующейся на насыщении и замещении производства ресурсами.

ЛИТЕРАТУРА

1. Жирнова Т.В. Экономическая сущность материальных и организационных факторов производства в ресурсообеспеченности предприятия // Вестник ОГУ. – № 3, 2007 – С. 82–86
2. Жирнова Т.В. Системный подход к исследованию мониторинга производственно-экономической деятельности промышленного предприятия // Вестник Самарского государственного экономического университета. № 11, 2011
3. Чебыкина М.В. Методические подходы в оценке эффективности использования маркетинговых факторов конкурентоспособности сельскохозяйственного предприятия // Вестник ОГУ. – №12, 2004. – С.101–106
4. Чебыкина М.В. Формирование маркетинга партнерских отношений как базовая стратегия повышения стоимости предприятий // Вестник ОГУ. – №8, 2005. – С. 120–125

5. Чебыкина М.В., Грачева Е.С. Конкурентоспособность предприятий как основа улучшения конкурентной позиции региона // Известия академии управления теория, стратегия, инновации. – №4 (5), 2011.
6. Чебыкина М.В., Грачева Е.С. Оптимизация оценки конкурентоспособности предприятий (фирм) // Вестник Самарского Экономического университета – № 12, 2011.
7. Чебыкина М.В., Грачева Е.С. Экономический механизм формирования региональной конкурентоспособности // Вестник ОГУ. – № 8, 2011.
8. Чебыкина М.В., Бобкова Е.Ю. Сбалансированность ресурсных факторов производства в формировании капитала предприятия // Экономика и предпринимательство. 2013. № 5. С. 458–461
9. Чебыкина М.В., Бобкова Е.Ю. Система критериев и принципов эффективного использования ресурсного потенциала предприятия с учетом его капитализации // Экономика и менеджмент систем управления. 2012. Т. 6. № 4.3. С. 399–405
10. Шаталова Т.Н. Айвазян С.В. Теоретические аспекты управления ресурсным потенциалом региона // Вестник Самарского муниципального института управления. – №4, 2011. – С 40–48
11. Шаталова Т.Н. Диалектико–дуалистический подход к определению экономической категории "Конкурентоспособность промышленного предприятия" // Фундаментальные исследования. – №11, 2012. – Режим доступа: <http://search.rae.ru/>
12. Шаталова Т.Н. Еникеева А.Г. Экономическая сущность производственного потенциала // Вестник ОГУ. – № 8, 2007. – С. 85–91
13. Шаталова Т.Н. Жирнова Т.В. Проблемы стоимостного измерения материальных факторов производства на предприятиях // Вестник ОГУ. № 10, 2006 – С.276–281
14. Шаталова Т.Н. Серова А.С. Природно–ресурсный потенциал в экономической системе региона // Вестник ОГУ. – № 8, 2008. – С. 118–122.
15. Миндлин Ю.Б. Составляющие оценки эффективности системы управления предприятием в экономике региона // Микро–экономика №7 2008г.
16. Миндлин Ю.Б. Формирование основных мероприятий по совершенствованию политики Московской области в сфере привлечения трудовых ресурсов // Микроэкономика №2 2009г.
17. Миндлин Ю.Б. Потенциал региона в экономике инновационного развития // Вестник московского государственного областного университета. Серия "Экономика" №3 2011г.
18. Миндлин Ю.Б. Инновационные стратегии экономического развития региона // Образование. Наука. Научные кадры №4 2011г.
19. Миндлин Ю.Б. Стратегии инновационного развития экономики региона // Национальная безопасность/ Nota bene №5 2011г.
20. Миндлин Ю.Б. Налоговый механизм в социально–экономической системе региона // Налоги и налогообложение №6 2012г.

© Е.Ю. Бобкова, (vica3@yandex.ru), Журнал «Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики».



СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ С УЧЕТОМ КОНТРОЛИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

CONTROL SYSTEM NOW IN VIEW OF KONTROLINGOVOY

T. Zhirnova

Annotation

Proceedings of the international scientific-practical conference
"INNOVATIVE AND MULTI-DISCIPLINARY PROBLEMS
SCIENCE AND EDUCATION IN THE MODERN WORLD"
Moscow, May 21, 2013

mail – jtv.80@mail.ru

Жирнова Татьяна Викторовна
Самарский институт
(филиал) РЭУ,
г. Самара

Материалы международной научно-практической конференции
"ИННОВАЦИОННЫЕ И МУЛЬТИДИСЦИПЛИНАРНЫЕ
ПРОБЛЕМЫ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ
В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ"
г. Москва, 21 мая 2013 года

Нарастание скорости изменения внутренней и внешней среды промышленных предприятий электроэнергетической отрасли ставит перед менеджерами задачу интенсификация процесса получения объективной, оперативной информации о деятельности предприятия с целью принятия адекватных управленческих решений [2,5,13].

Изменения среды предприятий обусловлены рядом объективных факторов: научно-технический прогресс, межотраслевая и международная интеграция, построение рыночных отношений в сфере производства, транспортировки и сбыта энергии. По нашему мнению, наиболее приемлемым способом решения проблемы получения объективной, оперативной информации для принятия эффективных управленческих решений является построение на предприятиях электроэнергетики системы контроллинга производственно-экономической деятельности. В процессе проведения контроллинга используются информационная база и методы производственно-экономического анализа деятельности предприятий. Поэтому представляется необходимым рассмотреть понятие, содержание, виды и этапы становления анализа как основу теории контроллинга.

Анализ производственно-экономической деятельности предприятия играет важную роль в системе управления предприятием и тесно связан со всеми функциями управления. С одной стороны он призван определить экономическую эффективность производственной деятельности предприятия за отчетный период (или установлен-

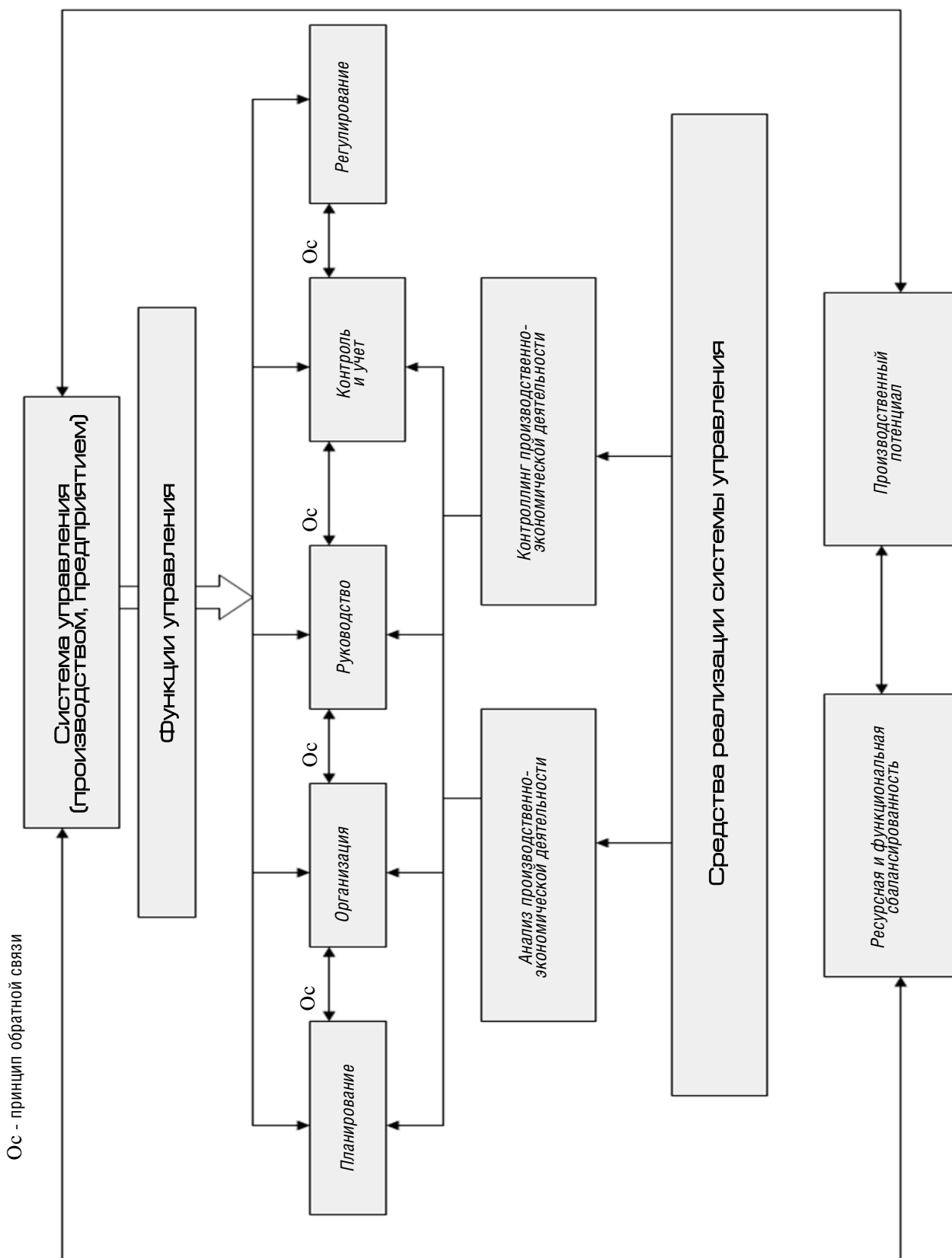
ный изучаемый период), достижение поставленных целей, а с другой – определить возможные направления развития этой деятельности на текущий и перспективный периоды с точки зрения обеспеченности необходимыми финансовыми, материальными и трудовыми ресурсами. Это двойственное свойство анализа производственно-экономической деятельности позволяет нам исследовать его не как дополнительную функцию управления, как это делают многие ученые-экономисты [1,3,4,6,7], а как средство реализации системы управления предприятия (рисунок 1).

Систему управления предприятием мы характеризуем как процесс оптимизации всех имеющихся ресурсов предприятия для достижения поставленных организационных целей и задач. Процесс оптимизации определяет деятельность менеджера по обеспечению рационального размера предприятия (производства). Сама деятельность выражена в функциях управления (планировании, организации, руководстве, контроле, управленческом решении), которые на принципе обратной связи, должны пропорционально соотноситься между собой (на основе критерия сбалансированности).

Из рисунка 1 видно, что средством реализации системы управления, наряду с анализом производственно-экономической деятельности, выступает и контроллинг. Многие ученые отождествляют понятия контроллинг и мониторинг. Мы считаем такое объединение неправомерным.

Рисунок 1.

Система управления предприятием



Так, понятие "контроллинг в управлении" следует рассматривать в трех основных аспектах [8,9,10,11,14]:

1) контроллинг как систематическая и конструктивная деятельность руководителей, органов управления, одна из основных управленческих функций, т.е. контроль как деятельность;

2) контроллинг как завершающая стадия процесса управления, сердцевиной которой является механизм обратной связи;

3) контроллинг как неотъемлемая составляющая процесса принятия и реализации управленческих решений, непрерывно участвующая в этом процессе от его начала и до завершения.

Мониторинг многие ученые рассматривают как некое средство (способ, механизм) обеспечивающие сравнение результатов с поставленными задачами. То есть, в трех основных аспектах контроллинга, мониторинг выступает в третьей позиции, а именно как средство реализации системы управления предприятием.

ЛИТЕРАТУРА

1. Жирнова Т.В. Экономическая сущность материальных и организационных факторов производства в ресурсообеспеченности предприятия // Вестник ОГУ. – № 3, 2007 – С. 82–86
2. Жирнова Т.В. Системный подход к исследованию мониторинга производственно–экономической деятельности промышленного предприятия // Вестник Самарского государственного экономического университета. № 11, 2011
3. Чебыкина М.В. Методические подходы в оценке эффективности использования маркетинговых факторов конкурентоспособности сельскохозяйственного предприятия // Вестник ОГУ. – №12, 2004. – С.101–106
4. Чебыкина М.В. Формирование маркетинга партнерских отношений как базовая стратегия повышения стоимости предприятий // Вестник ОГУ. – №8, 2005. – С. 120–125
5. Чебыкина М.В., Грачева Е.С. Конкурентоспособность предприятий как основа улучшения конкурентной позиции региона // Известия академии управления теория, стратегия, инновации. – №4 (5), 2011.
6. Чебыкина М.В., Грачева Е.С. Оптимизация оценки конкурентоспособности предприятий (фирм) // Вестник Самарского Экономического университета – № 12, 2011.
7. Чебыкина М.В., Грачева Е.С. Экономический механизм формирования региональной конкурентоспособности // Вестник ОГУ. – № 8, 2011.
8. Чебыкина М.В., Бобкова Е.Ю. Сбалансированность ресурсных факторов производства в формировании капитала предприятия // Экономика и предпринимательство. 2013. № 5. С. 458–461
9. Чебыкина М.В., Бобкова Е.Ю. Система критериев и принципов эффективного использования ресурсного потенциала предприятия с учетом его капитализации // Экономика и менеджмент систем управления. 2012. Т. 6. № 4.3. С. 399–405
10. Шаталова Т.Н. Айвазян С.В. Теоретические аспекты управления ресурсным потенциалом региона // Вестник Самарского муниципального института управления. – №4, 2011. – С 40–48
11. Шаталова Т.Н. Диалектико–дуалистический подход к определению экономической категории "Конкурентоспособность промышленного предприятия" // Фундаментальные исследования. – №11, 2012. – Режим доступа: <http://search.rae.ru/>
12. Шаталова Т.Н. Еникеева А.Г. Экономическая сущность производственного потенциала // Вестник ОГУ. – № 8, 2007. – С. 85–91
13. Шаталова Т.Н. Жирнова Т.В. Проблемы стоимостного измерения материальных факторов производства на предприятиях // Вестник ОГУ. № 10, 2006 – С.276–281
14. Шаталова Т.Н. Серова А.С. Природно–ресурсный потенциал в экономической системе региона // Вестник ОГУ. – № 8, 2008. – С. 118–122.
15. Миндлин Ю.Б. Составляющие оценки эффективности системы управления предприятием в экономике региона // Микроэкономика №7 2008г.
16. Миндлин Ю.Б. Формирование основных мероприятий по совершенствованию политики Московской области в сфере привлечения трудовых ресурсов // Микроэкономика №2 2009г.
17. Миндлин Ю.Б. Потенциал региона в экономике инновационного развития // Вестник московского государственного областного университета. Серия "Экономика" №3 2011г.
18. Миндлин Ю.Б. Инновационные стратегии экономического развития региона // Образование. Наука. Научные кадры №4 2011г.
19. Миндлин Ю.Б. Стратегии инновационного развития экономики региона // Национальная безопасность/ Nota bene №5 2011г.
20. Миндлин Ю.Б. Налоговый механизм в социально–экономической системе региона // Налоги и налогообложение №6 2012г.

ШКАЛЫ ОЦЕНКИ ФРАНЧАЙЗИ

RATING SCALE FRANCHISEE

E. Narkevitch

Annotation

Proceedings of the international scientific-practical conference
"INNOVATIVE AND MULTI-DISCIPLINARY PROBLEMS
SCIENCE AND EDUCATION IN THE MODERN WORLD"
Moscow, May 21, 2013

mail – elena_narkevich@yahoo.com

*Наркевич Елена Григорьевна
Аспирант, Санкт-Петербургский
институт гуманитарного образования,
Санкт-Петербург, Россия*

Материалы международной научно-практической конференции
"ИННОВАЦИОННЫЕ И МУЛЬТИДИСЦИПЛИНАРНЫЕ
ПРОБЛЕМЫ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ
В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ"
г. Москва, 21 мая 2013 года

Тесная зависимость франчайзера и франчайзи друг от друга в рамках франчайзингового проекта (представляющая собой, по сути дела, двусторонний аутсорсинг [3]), в результате которого формируется полурыночная, полуйерархическая структура, которую можно называть гибридным предприятием или метафирмой [4, 8], предъявляет специфические требования к потенциальному партнеру по такому сотрудничеству. Это, в свою очередь, рождает потребность в разработке формальных методик отбора потенциального партнера.

В этом вопросе наблюдается определенная асимметричность. Основное внимание исследователей нацелено на описание алгоритмов, которыми могут руководствоваться потенциальные франчайзи при отборе франчайзера, тогда как работ, посвященных методам отбора франчайзи, крайне мало.

Поскольку франчайзи берет на аутсорсинг управление текущей деятельностью по сбыту товаров и/или услуг франчайзера в предоставленном ему регионе (а шире – управление представительством франчайзера в этом регионе), аутсорсинг же представляет собой деятельность по формированию, организации и управлению необходимым заказчику ресурсом [5], то отбор франчайзи должен, по нашему мнению, происходить на основе оценки его способности сформировать, организовать и управлять активами в интересах франчайзера. Актив, создаваемый и управляемый франчайзи, – это полноценное предприятие, способное в полном объеме обеспечивать ведение коммерческой деятельности под маркой франчайзера и в соответствии с его стандартами в выбранном регионе. Таким образом, задача франчайзи за-

ключается в учреждении такого предприятия, обеспечении его текущего финансирования и управления его деятельностью (без ущерба для репутации франчайзинговой сети). Соответственно, отбор потенциальных франчайзи должен происходить по критерию их способности решить данную задачу.

Анализ рынка франчайзинга позволяет утверждать, что в качестве оценочных характеристик можно принять:

- ◆ Основной капитал франчайзи – наличие у франчайзи основных фондов, необходимых для ведения предпринимательской деятельности в выбранной отрасли и соответствующих требованиям франчайзера;
- ◆ Управленческий опыт франчайзи – доводилось ли франчайзи руководить фирмами сопоставимого размера и насколько успешно. Подтверждается путем представления трудовых договоров, выписок из трудовой книжки и т. д.;
- ◆ Соответствие франчайзи внутреннему формату взаимодействия. Франчайзер должен максимально адекватно оценить, насколько психология франчайзи, стиль его общения, управленческий подход и прочие личные характеристики соответствуют модели отношений, сложившейся во франчайзинговой сети. Сеть представляет собой совокупность независимых предприятий, работающих одновременно на себя и на франчайзера, и то, насколько франчайзи способен "вписаться" в эту сеть, имеет исключительно важное значение. Оценка этой характеристики франчайзи проводится путем тестирования и собеседования (в том числе – с участием пригла-

Таблица 1.

Шкала оценки наличия у потенциального франчайзи основного капитала

№ п/п	Описание ситуации	Присваиваемый балл
1	Потенциальный франчайзи имеет в собственности или на правах долгосрочной аренды помещение, соответствующее по местонахождению и техническим характеристикам требованиям франчайзера	4
2	Потенциальный франчайзи обладает достаточными денежными ресурсами для приобретения или долгосрочной аренды помещения, соответствующего по местонахождению и техническим характеристикам требованиям франчайзера	3
3	Потенциальный франчайзи может получить внешнее финансирование для приобретения требуемого помещения в собственность или в долгосрочную аренду (сюда же можно отнести наличие у франчайзи помещения, не соответствующего требованиям франчайзера)	2
4	У потенциального франчайзи отсутствует возможность приобретения помещения за счет собственных или заемных средств	1

Таблица 2.

Шкала оценки опыта руководящей работы франчайзи

№ п/п	Описание ситуации	Присваиваемый балл
1	Потенциальный франчайзи обладает успешным опытом самостоятельного руководства предприятием сопоставимого размера	5
2	Потенциальный франчайзи обладает успешным опытом работы на руководящих должностях на предприятиях сопоставимого размера	4
3	Потенциальный франчайзи обладает успешным опытом работы на должностях среднего управленческого звена на предприятиях сопоставимого размера	3
4	У потенциального франчайзи отсутствует опыт руководящей работы	2
5	У потенциального франчайзи есть неудачный опыт руководящей работы	1

Таблица 3

Шкала оценки личных качеств франчайзи

№ п/п	Описание ситуации	Присваиваемый балл
1	Потенциальный франчайзи полностью соответствует требованиям франчайзинговой сети по своим личным и человеческим качествам	5
2	Потенциальный франчайзи в целом соответствует требованиям франчайзинговой сети	4
3	Потенциальный франчайзи в основном соответствует требованиям франчайзинговой сети по своим личным и человеческим качествам, однако требует более пристального контроля своей деятельности	3
4	Потенциальный франчайзи в недостаточной степени соответствует требованиям сети по своим человеческим качествам, однако готов адаптироваться и проявляет способность к обучению	2
5	Потенциальный франчайзи по своим личным и психологическим качествам не соответствует требованиям франчайзинговой сети	1

шенных психологов), а также, возможно, при помощи анализа его взаимодействия со специально приглашенными на собеседование существующими франчайзи.

Каждая из этих характеристик может оцениваться в баллах. Для каждого оцениваемого параметра необходимо установить тот минимальный пороговый балл, ниже которого кандидат выбывает из рассмотрения независимо от оценок по другим параметрам (это нужно для устранения риска компенсации).

Комментария требует сравнительно низкая оценка наличия у франчайзи помещения, не соответствующего требованиям франчайзинговой сети, по сути дела, приравниваемого к отсутствию у него собственного основного капитала. К сожалению, проблема заключается в том, что наличие такого актива для франчайзинговой сети ценности не представляет, он может выступать лишь в качестве дополнительного источника ресурсного обеспечения для обзаведения основным капиталом с необходимыми для франчайзера характеристиками. Например, потенциальный франчайзи может сдать это помещение в аренду и получить доход для финансирования своей дея-

тельности в рамках франчайзинговой сети (что, однако, ближе к обеспеченности оборотным капиталом).

Очевидно, что отсутствие опыта руководящей работы является предпочтительным по сравнению с наличием неудачного опыта (новичка можно обучить успешным моделям управления, принятым во франчайзинговой сети, тогда как обладатель неудачного опыта не всегда будет поддаваться переобучению, и к тому же мог сохранить комплекс неудачника). При этом нужно разграничить неудачи, вызванные собственными просчетами потенциального франчайзи на прежних местах работы, и неудачи, обусловленные проблемами его прежнего работодателя. По этой причине оценка данной характеристики франчайзинга не может проводиться формально и требует тщательного сбора и проверки информации о прежнем опыте работы франчайзи (включая отзывы с прежних мест работы).

Предложенный перечень критериев, а также формализованные шкалы для их оценки, могут, по нашему мнению, упростить франчайзерам отбор франчайзи, и снизить риски, связанные с включением новых партнеров во франчайзинговую сеть.

ЛИТЕРАТУРА

1. Котляров И. Д. Принятие решения о приобретении франшизы: вероятностный подход // Труды Института системного анализа Российской академии наук. – 2011. – Т. 61, вып. 3. – С. 84–91. Доступно онлайн по адресу: http://www.isa.ru/proceedings/index.php?option=com_content&view=article&id=692. Проверено 30.05.2012.
2. Котляров И. Д. Внутренняя и внешняя среда фирмы: уточнение понятий // Известия высших учебных заведений. Серия: Экономика, финансы и управление производством. – 2012. – № 1. – С. 56–61.
3. Котляров И. Д. Сущность аутсорсинга как организационно-экономического явления // Компетентность. – 2012. – № 5. – С. 28–35.
4. Наркевич Е. Г. Формализация алгоритма отбора потенциальных франчайзи // Экономика и экологический менеджмент (электронный научный журнал). – 2012. – № 2. – С. 346–349. Доступно онлайн по адресу: <http://economics.open-mechanics.com/articles/630.pdf>. Проверено 01.12.2012.
5. Наркевич Е. Г. Франчайзинг как форма кооперации: попытка анализа // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия "Экономика и право". – 2012. – № 4. – С. 22–25.
6. Menard Claude. The Economics of Hybrid Organizations // Journal of Institutional and Theoretical Economics. – 2004. – V. 160. – pp. 345–376.

© Е.Г. Наркевич, (elena_narkevich@yahoo.com), Журнал «Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики»,

Мастер-класс

**Правовое обеспечение создания скважин
(земельный, градостроительный
и учетно-регистрационный аспекты)**

Москва, 24 сентября 2013 года



Организатор: Негосударственное образовательное частное учреждение «Школа «ПравоТЭК»

МЕТОД ОТБОРА ПРОВАЙДЕРА УСЛУГ ТЕХНИЧЕСКОГО СЕРВИСА

THE METHOD OF SELECTING A SERVICE PROVIDER OF TECHNICAL SERVICES

A. Samsonova

Annotation

Proceedings of the international scientific-practical conference
"INNOVATIVE AND MULTI-DISCIPLINARY PROBLEMS
SCIENCE AND EDUCATION IN THE MODERN WORLD"
Moscow, May 21, 2013

mail – alenasamsonova86@gmail.com

Самсонова Алена Сергеевна

Аспирант

Санкт-Петербургского института
гуманитарного образования

Материалы международной научно-практической конференции
"ИННОВАЦИОННЫЕ И МУЛЬТИДИСЦИПЛИНАРНЫЕ
ПРОБЛЕМЫ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ
В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ"
г. Москва, 21 мая 2013 года

Сегодня компания-владелец промышленного оборудования чаще всего оказывается вынужденной приобретать услуги по техническому сервису у внешнего оператора [6]. По этой причине большое значение имеет разработка процедуры отбора оптимального поставщика услуг технического сервиса [1, 3, 4].

С экономической точки зрения, наиболее логичным представляется выбрать ту сервисную компанию, стоимость услуг которой минимальна. Однако, к сожалению, такой прямолинейный подход чаще всего оказывается ошибочным. Низкая цена на рынке технического сервиса обычно присуща не тем компаниям, которые умеют эффективно управлять своими издержками, и за счет этого могут обеспечить низкие расценки на свои услуги, а тем фирмам, которые снижают цены в ущерб качеству своей работы. Это означает, что во внимание следует принимать не только цену, но и ряд других факторов.

Традиционно для многокритериальной оценки поставщика используются два алгоритма. Первый из них является аддитивным, и предпочтение отдается тому провайдеру услуг технического сервиса, для которого сумма взвешенных оценок по определенному набору критериев максимальна [1]:

$$\max K_j = \max \sum_{i=1}^n W_i R_{ij} \quad (1)$$

где

K_j – интегральная оценка j -го провайдера;

n – число критериев, по которым производится оценка;

W_i – вес i -ого фактора;

R_{ij} – значение i -ого критерия у j -го провайдера.

Вторая методика является мультипликативной, и со-

$$K = \sqrt[n]{\prod_{i=1}^n \left(\frac{R_i}{N_i} \right)^Z} \quad (2)$$

гласно ей интегральная оценка провайдера сервисных услуг может быть рассчитана по формуле:

где

N_i – нормативное значение i -ого фактора (устанавливается на основе анализа наиболее сильных конкурентов);

Z – корректирующий показатель степени; равен 1, если рост значения i -ого критерия ведет к повышению интегральной оценки, и -1 , если с ростом значения i -ого критерия предпочтительность провайдера для заказчика услуг технического сервиса уменьшается. Отметим, что существуют и другие методики свертки частных характеристик в интегральный показатель, однако широкого распространения они не получили.

Недостатки обеих моделей достаточно очевидны:

- ◆ Использование каждой из них может привести к искажениям при оценке конкурентоспособности. Формула (1) допускает эффект компенсации: низкие значения отдельных факторов, включенных в расчет, могут быть скомпенсированы высокими значениями других факторов, и в итоге конечное значение показателя конкурентоспособности может быть достаточно высоким. Напротив, формула (2) такой компенсации не допускает, и при условии равенства нулю хотя бы одного из учитываемых факторов (даже если его вес минимален, т. е. он не играет существенной роли ни для самого банка, ни для клиентов) итоговое значение показателя конкурентоспособности будет равно нулю, что, на наш взгляд, методологически неверно.

В случае аддитивной модели для предупреждения компенсации можно ввести граничные условия: R_i не должно быть меньше некоторого значения R_{min} . Если это условие не выполняется, то интегральная оценка провайдера принимается равной нулю. Для мультипликативной методики проблема "обнуливания" может быть устранена путем принятия в качестве минимального допустимого значения оцениваемой характеристики не нуля, а единицы;

- ◆ Достаточно сложно рассчитывать веса факторов. Существующие методики определения их значений [5] содержат значительный элемент субъективизма;

- ◆ Все факторы влияют на конкурентоспособность одинаковым образом, а значения веса каждого фактора постоянно. Очевидно, что в общем случае это неверно.

На наш взгляд, наиболее существенным является последний недостаток. Хотя гипотеза об одинаковом характере влияния различных критериев на принятие решения заказчиком о сотрудничестве с сервис-провайдером существенно упрощает математическую формализацию процесса отбора сервисного оператора, однако в настоящее время хорошо известно, что различные факторы воздействуют на потребителя по-разному. В частности, в получившей широкое распространение модели Кедотта-Терджена (служащей для оценки воспринимаемого потребителем качества услуги) все факторы делятся на четыре группы:

- ◆ Факторы безразличия (потребитель невосприимчив к их значению);

- ◆ Линейные факторы (чем выше значение этих факторов, тем привлекательнее для потребителя предоставляемая услуга). Легко убедиться в том, что традиционная аддитивная модель (формула 1) учитывает только ли-

нейные факторы;

- ◆ Факторы отрицательного усиления – если их уровень недостаточен, то у потребителя возникает неудовлетворение услугой. При достижении ими определенного уровня (и превышении его) это неудовлетворение исчезает, но удовлетворение не появляется;

- ◆ Факторы положительного усиления – их недостаточный уровень не приводит к неудовлетворению, но если их уровень достигает некоторой пороговой величины или превышает ее, то это вызывает быстро нарастающее удовлетворение от услуги.

Хотя эта модель была изначально предложена для анализа поведения индивидуальных потребителей, мы считаем возможным попытаться перенести ее на рынок B2B-услуг, в частности – на процесс принятия решения о выборе провайдера услуг технического сервиса. Возможность такого переноса обосновывается следующими причинами:

- ◆ Хотя в явной форме в источниках об этом не говорится, однако можно отметить наличие сходства между моделями принятия потребителем решения о покупке товара и моделями выбора поставщика товаров (например, можно указать на сходство аддитивной модели (формула 1) и модели Фишбеяна для поведения потребителя). Это означает, что между обоими типами моделей существует аналогия, и результаты, полученные в рамках одного типа моделей, могут быть (вероятно, с определенными оговорками) перенесены на другой тип моделей;

- ◆ В конечном счете, решение о выборе поставщика услуг промышленного сервиса принимают члены закупочного комитета предприятия, и логично ожидать, что их поведение как покупателей будет описываться моделью оценки потребителем качества предлагаемой услуги. Выше же было сказано, что в роли такой модели удобнее всего принять модель Кедотта-Терджена.

В этой связи встает проблема разработки формального описания модели Кедотта-Терджена. Сразу укажем, что оно будет строиться на основе учета только трех групп факторов: линейных, положительного усиления и негативного усиления. Факторы безразличия на процесс выбора не влияют и поэтому из математической модели могут быть исключены.

Для учета линейных факторов логичным представляется взять аддитивную модель (формула 1). Что же касается факторов положительного и отрицательного усиления, то механизм их влияния на потребителя соответствует механизму влияния мотиваций и гигиенических фак-

торов на работника в модели Фредерика Герцберга. Это позволяет использовать нам математическую формализацию модели Герцберга, предложенную в работе [2].

Таким образом, окончательное выражение для интегральной оценки K провайдера услуг технического сервиса будет иметь следующий вид:

$$K = \sum_{l=1}^p W_l F_l + \sum_{i=1}^n I_i \text{Pos}(S_i - SL_i) \text{Heav}(S_i - SL_i) - \sum_{j=1}^m I_j \text{Neg}(HL_j - H_j) \text{Heav}(HL_j - H_j)$$

где

p – число линейных факторов;

W_l – вес l -го линейного фактора;

F_l – значение l -го линейного фактора;

n – число факторов положительного усиления;

I_i – важность i -го фактора (отличие важности от веса состоит в том, что сумма важностей может отличаться от единицы);

S_i – значение i -го фактора положительного усиления;

SL_i – пороговый уровень i -го фактора (если фактиче-

ское значение этого фактора превышает данный пороговый уровень, то воспринимаемое качество провайдера начинает быстро нарастать);

m – число факторов отрицательного усиления;

H_j – значение j -го фактора отрицательного усиления;

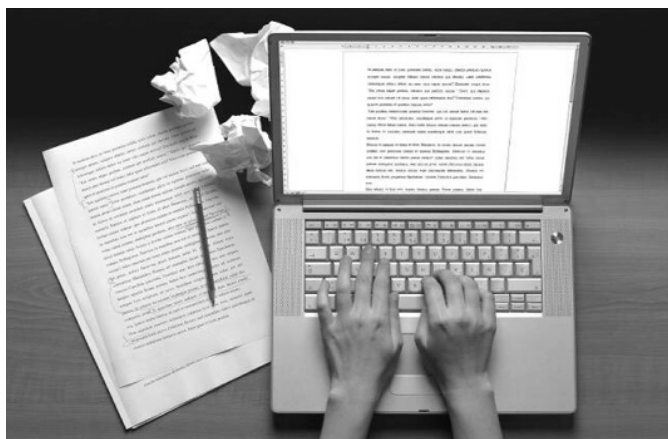
HL_j – пороговый уровень j -го фактора (если фактическое значение j -го фактора ниже данного порогового уровня, то воспринимаемое качество провайдера начинает быстро падать).

Функции $\text{Pos}(S_i - SL_i)$ и $\text{Neg}(HL_j - H_j)$ описывают характер воздействия на восприятие качества услуг провайдера лицом, принимающим решение о сотрудничестве, отклонений соответственно факторов положительного и отрицательного усиления от заданных предельных уровней. Точный вид этих функций неизвестен, и выявление его является важнейшей задачей для трансформации предложенной теоретической модели в практический инструмент для отбора оптимального провайдера услуг технического сервиса.

Таким образом, на данном этапе исследований нам удалось в первом приближении построить формализованный вариант модели Кедотта–Терджена применительно к задаче выбора поставщика услуг. Целью дальнейшей работы является уточнение параметров предложенной модели.

ЛИТЕРАТУРА

1. Котляров И. Д. Алгоритм принятия решения об использовании аутсорсинга в нефтегазовой отрасли // Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. – 2010. – № 11. – С. 33–38.
2. Котляров И. Д. Математическая формализация теорий мотивации Абрахама Маслоу и Фредерика Герцберга // Вестник Тихоокеанского государственного экономического университета. – 2008. – № 2. – С. 36–42.
3. Котляров И. Д. Алгоритм отбора аутсорсеров по критерию способности обеспечить целевые значения показателей, описывающих передаваемый процесс // Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. – 2012. – № 10. – С. 50–54.
4. Курбанов А. Х. Алгоритм управления отношениями с аутсорсером // Современные исследования социальных проблем (электронный журнал). – 2012. – № 1. Доступно онлайн по адресу: <http://sisp.nkras.ru/issues/2012/1/kurbanov.pdf>. Проверено 30.05.2012.
5. Митяков Е. С., Корнилов Д. А. К вопросу о выборе весов при нахождении интегральных показателей экономической динамики // Труды Нижегородского государственного технического университета им. П. Е. Алексеева. – 2011. – № 3. – С. 289–299.
6. Федоров С. Н. Проблемы сервисного обслуживания в России // Экономика и экологический менеджмент (электронный журнал). – 2007. – № 1. – С. 1–2. Доступно онлайн по адресу: <http://economics.open-mechanics.com/articles/54.pdf>. Проверено 30.05.2012.

**Bobkova E.**

Ph.D., Associate Professor, Deputy Head of Department of S & M
e-mail : vica3@yandex.ru

Bozhko A.

Graduate student, National Business Institute, Moscow
e-mail : andreybozhko87@gmail.com

Bukhalov D.

Perm State Agricultural Academy
e-mail : ksenia--27@yandex.ru

Chekalin A.

Ph.D., Associate Professor, Science Advisor Marketing Research Laboratory of the South Ural Institute of Management and Economics
e-mail : chekkom@mail.ru

Dobrovolskii A.

Postgraduate, Saratov Social and Economic Institute REU them. Plekhanov
e-mail : anton_wm@mail.ru

Fadeev I.

Academy of Management Ministry of Internal Affairs of Russia, Moscow
e-mail : llya-fadeev@yandex.ru

Godin A.

Doctor of Economics, Professor, Finance University under the Government of the Russian Federation
e-mail : a.m.godin@mail.ru

Kel'bakh E.

Perm State National Research University
e-mail : ksenia--27@yandex.ru

Khoutaev R.

Associate professor Chair "Banks and Banking Management" "Financial University under the Government of the Russian Federation"
e-mail : hutaev@minbank.ru

Kucherova I.

Kyiv National University named by Taras Shevchenko, Ukraine
e-mail : Kucherova0713@ukr.net

Lyn Y.

The University of banking of the National Bank of Ukraine, Kyiv
e-mail : Jaroslaw.lyn@gmail.com

Maramzin A.

Perm State Agricultural Academy
e-mail : ksenia--27@yandex.ru

Narkevitch E.

Graduate student, the St. Petersburg Institute of Humanitarian Studies, St. Petersburg, Russia
e-mail : elena_narkevich@yahoo.com

НАШИ АВТОРЫ OUR AUTHORS

Nekrasova D.

Perm State Agricultural Academy
e-mail : ksenia--27@yandex.ru

Novikova K.

Perm State Agricultural Academy
e-mail : ksenia--27@yandex.ru

Nusinov V.

Postgraduate, International Academy of valuation and consulting, Moscow
e-mail : nusinov@list.ru

Popov A.

Ph.D., assistant professor of economics and law RSSU, Murmansk branch
e-mail : popovAS@list.ru

Rudnickaja P.

Perm State National Research University
e-mail : ksenia--27@yandex.ru

Samsonova A.

Graduate student of the St. Petersburg Institute of Humanities
e-mail : alenasamsonova86@gmail.com

Satsuk T.

Doctor of Economics, Professor of accounting, analysis and audit, Dean УЭФ Siberian Federal University Institute of Trade and Economics
e-mail : stp13@mail.ru

Sichinava A.

PhD, The graduate program DBA (Doctor of Business Administration) Graduate School of Corporate Management of the Academy of National Economy under the Government of the Russian Federation
e-mail : sichinava@bk.ru

Urakova J.

Perm State National Research University
e-mail : ksenia--27@yandex.ru

Volokhataya V.

Kharkov institute of banking of the University of banking of the National bank of Ukraine
e-mail : viktorlav78@mail.ru

Yershova M.

Postgraduate, Moscow Finance and Law Academy
e-mail : 111fenix@rambler.ru

Zhimova T.

Samara Institute (branch), RG, Samara
e-mail : jtv.80@mail.ru



Требования к оформлению статей, направляемых для публикации в журнале



Для публикации научных работ в выпусках серий научно-практического журнала "Современная наука: актуальные проблемы теории и практики" принимаются статьи на русском языке. Статья должна соответствовать научным требованиям и общему направлению серии журнала, быть интересной достаточно широкому кругу российской и зарубежной научной общественности.

Материал, предлагаемый для публикации, должен быть оригинальным, не опубликованным ранее в других печатных изданиях, написан в контексте современной научной литературы, и содержать очевидный элемент создания нового знания. Представленные статьи проходят проверку в программе "Антиплагиат".

За точность воспроизведения дат, имен, цитат, формул, цифр несет ответственность автор.

Редакционная коллегия оставляет за собой право на редактирование статей без изменения научного содержания авторского варианта.

Научно-практический журнал "Современная наука: актуальные проблемы теории и практики" проводит независимое (внутреннее) рецензирование.

Правила оформления текста.

- ◆ Текст статьи набирается через 1,5 интервала в текстовом редакторе Word для Windows с расширением ".doc", или ".rtf", шрифт 14 Times New Roman.
- ◆ Перед заглавием статьи указывается шифр согласно универсальной десятичной классификации (УДК).
- ◆ Рисунки и таблицы в статью не вставляются, а даются отдельными файлами.
- ◆ Единицы измерения в статье следует выражать в Международной системе единиц (СИ).
- ◆ Все таблицы в тексте должны иметь названия и сквозную нумерацию. Сокращения слов в таблицах не допускается.
- ◆ Литературные источники, использованные в статье, должны быть представлены общим списком в ее конце. Ссылки на упомянутую литературу в тексте обязательны и даются в квадратных скобках. Нумерация источников идет в последовательности упоминания в тексте.
- ◆ Список литературы составляется в соответствии с ГОСТ 7.1–2003.
- ◆ Ссылки на неопубликованные работы не допускаются.

Правила написания математических формул.

- ◆ В статье следует приводить лишь самые главные, итоговые формулы.
- ◆ Математические формулы нужно набирать, точно размещая знаки, цифры, буквы.
- ◆ Все использованные в формуле символы следует расшифровывать.

Правила оформления графики.

- ◆ Растровые форматы: рисунки и фотографии, сканируемые или подготовленные в Photoshop, Paintbrush, Corel Photopaint, должны иметь разрешение не менее 300 dpi, формата TIF, без LZW уплотнения, CMYK.
- ◆ Векторные форматы: рисунки, выполненные в программе CorelDraw 5.0–11.0, должны иметь толщину линий не менее 0,2 мм, текст в них может быть набран шрифтом Times New Roman или Arial. Не рекомендуется конвертировать графику из CorelDraw в растровые форматы. Встроенные – 300 dpi, формата TIF, без LZW уплотнения, CMYK.

По вопросам публикации следует обращаться к шеф-редактору научно-практического журнала "Современная наука: актуальные проблемы теории и практики" (e-mail: redaktor@nauteh.ru).