

АГЕНТСТВО ПЕРСПЕКТИВНЫХ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ
(АПНИ)

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ

Сборник научных трудов
по материалам
VII Международной научно-практической конференции

г. Белгород, 31 января 2015 г.

В десяти частях
Часть VIII



Белгород
2015

УДК 001
ББК 72
Т 33

Теоретические и прикладные аспекты современной науки :
Т 33 сборник научных трудов по материалам VII Международной научно-практической конференции 31 января 2015 г.: в 10 ч. / Под общ. ред. М.Г. Петровой. – Белгород : ИП Петрова М.Г., 2015. – Часть VIII. – 164 с.

ISBN 978-5-9906141-8-5

ISBN 978-5-9906355-6-2 (Часть VIII)

В сборнике рассматриваются актуальные научные проблемы по материалам VII Международной научно-практической конференции «Теоретические и прикладные аспекты современной науки» (г. Белгород, 31 января 2015 г.).

Представлены научные достижения ведущих ученых, специалистов-практиков, аспирантов, соискателей, магистрантов и студентов по экономическим наукам.

Информация об опубликованных статьях предоставляется в систему Российского индекса научного цитирования (РИНЦ) по договору № 690-11/2014 от 05.11.2014 г.

Электронная версия сборника находится в свободном доступе на сайте:
www.issledo.ru

УДК 001
ББК 72

ISBN 978-5-9906141-8-5
ISBN 978-5-9906355-6-2 (Часть VIII)

© Коллектив авторов, 2015
© ИП Петрова М.Г. (АПНИ), 2015

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ «ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ»	6
<i>Бабенко Т.С.</i> ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭКСПЕРТНЫХ МЕТОДОВ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ	6
<i>Батьковский А.М.</i> АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ РАДИОЭЛЕКТРОННОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ И ЗАДАЧИ ЕЕ РАЗВИТИЯ	8
<i>Батьковский А.М.</i> АНАЛИЗ ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЕЙ И ПАРАМЕТРОВ БИЗНЕС- ПРОЦЕССОВ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В СИСТЕМЕ МОНИТОРИНГА	10
<i>Батьковский А.М.</i> ИНСТРУМЕНТАРИЙ ОПТИМИЗАЦИИ ПРОЦЕССА ПРОИЗВОДСТВА ИННОВАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ В ОБОРОННО- ПРОМЫШЛЕННОМ КОМПЛЕКСЕ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА	12
<i>Батьковский А.М.</i> КОМПЛЕКСНАЯ ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ОБОРОННО-ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА	14
<i>Батьковский А.М.</i> МОДЕЛЬ ПРОЦЕССА РАЗРАБОТКИ ИННОВАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ В ОБОРОННО-ПРОМЫШЛЕННОМ КОМПЛЕКСЕ.....	16
<i>Батьковский А.М.</i> ОПЕРАТИВНЫЙ КОНТРОЛЛИНГ НА ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБОРОННО-ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА	19
<i>Батьковский А.М.</i> ОПТИМИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРОГРАММ ИНТЕГРИРОВАННЫХ СТРУКТУР ОБОРОННО-ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА В УСЛОВИЯХ ИЗМЕНЕНИЯ ЦЕЛЕЙ ВОЕННОГО СТРОИТЕЛЬСТВА	21
<i>Батьковский А.М.</i> ПАРАМЕТРЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.....	23
<i>Батьковский А.М.</i> РАЗВИТИЕ МИРОВОГО РАДИОЭЛЕКТРОННОГО КОМПЛЕКСА ..	25
<i>Батьковский М.А.</i> ЗАДАЧИ РАЗВИТИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РАДИОЭЛЕКТРОННОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	27
<i>Батьковский М.А.</i> МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ, ОСУЩЕСТВЛЯЕМЫХ ПРЕДПРИЯТИЯМИ ОБОРОННО-ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА	29
<i>Батьковский М.А.</i> МОДЕЛЬ ОПТИМИЗАЦИИ ПЛАНА ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБОРОННО-ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА	32
<i>Батьковский М.А.</i> ОПТИМИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОЙ ПРОДУКЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБОРОННО-ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА	34
<i>Батьковский М.А.</i> ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБОРОННО-ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА ЕГО ПРИБЫЛИ И ЧИСТЫХ АКТИВОВ.....	36
<i>Батьковский М.А.</i> ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБОРОННО-ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА НА ОСНОВЕ ОТНОСИТЕЛЬНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ.....	38

Батьковский М.А. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБОРОННО-ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА	40
Батьковский М.А. ПРОГНОЗИРОВАНИЕ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ, ВЫПУСКАЕМОЙ ПРЕДПРИЯТИЯМИ ОБОРОННО-ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА	42
Батьковский М.А. РОЛЬ ТЕХНОЛОГИЙ В РАЗВИТИИ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	44
Голоушкина Е.Н. ОПРЕДЕЛЕНИЕ МЕХАНИЗМА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ РЕГИОНА	46
Гончарова С.С. ОЦЕНКА КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.....	50
Горшкова Л.Н. КРЕДИТНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ РЫНКА	52
Животягина Н.И., Забудьков В.А. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ И ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РОСТА ЦЕН НА ЖИЛЬЕ В Г. ВОРОНЕЖЕ.....	54
Замбржицкая Е.С., Щепотьева Е.Ю., Точилкина В.П. ПРИМЕНЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ МЕТОДОВ УЧЕТА ЗАТРАТ И КАЛЬКУЛИРОВАНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ В РОССИЙСКОЙ ПРАКТИКЕ УЧЕТА	58
Замбржицкая Е.С., Маковчук И.В. ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПОНЯТИЙ «ТРАНСФЕРТНАЯ ЦЕНА» И «ТРАНСФЕРТНОЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ»	65
Ивашова Е.М. ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА В ОРГАНИЗАЦИИ (НА МАТЕРИАЛАХ ОАО «КОНЦЕРН ЭНЕРГОМЕРА»)	69
Игумнова Е.О. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ В БИБЛИОТЕЧНОЙ СФЕРЕ	71
Илющенко М.Н. РЕЗЕРВЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ.....	74
Кабанова О.С. ВИРУСНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК МЕТОД СТИМУЛИРОВАНИЯ СПРОСА В СФЕРЕ УСЛУГ	76
Кабанова О.С. ПРОБЛЕМЫ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАНИЯ В СФЕРЕ СЕРВИСА	78
Каплюк Е.В., Краснянский А.С., Тихонина А.В. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫХ ОТРАСЛЕЙ ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....	81
Козлова Н.В. СТРУКТУРА РЫНКА ЗЕРНА В СТАВРОПОЛЬСКОМ КРАЕ.....	83
Колесник С.А., Фатеева С.В. ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ РАСХОДОВ МУНИЦИПАЛЬНОГО БЮДЖЕТА НА СОЦИАЛЬНУЮ ПОЛИТИКУ	85
Крупина А.Г. ОРГАНИЗАЦИЯ ИНФОРМАЦИОННО-КОНСУЛЬТАЦИОННЫХ СЛУЖБ В АПК	88
Кузнецов С.А., Забудьков В.А. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ОПЛАТЫ ТРУДА.....	90
Кулумбегов М.М., Табачный Е.М. ИЗМЕНЕНИЕ БАЗИСА ПОСТАВКИ В БИЗНЕС МОДЕЛИ ОРГАНИЗАЦИИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЭКСПОРТНО-ИМПОРТНОЙ КОМПАНИИ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ТРАНСФЭР»)	94
Кулыгина Е.Н. ИННОВАЦИОННАЯ АКТИВНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ РОССИИ	96
Максименко М.В. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СТАВРОПОЛЬСКОМ КРАЕ	99

Мандрощенко О.В. О НЕКОТОРЫХ ВОПРОСАХ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО БИЗНЕСА	101
Муравьева Н.Н., Пронина Т.В. К ВОПРОСУ О ПОВЫШЕНИИ ЗНАЧИМОСТИ МЕСТНЫХ НАЛОГОВ В ФОРМИРОВАНИИ БЮДЖЕТОВ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ	105
Оленникова О.В. ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В СФЕРЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ.....	111
Палаткин И.В., Чех К.Ю. ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО ЭМБАРГО НА РЫНОК МЯСА СВИНИНЫ И КУРЯТИНЫ РОССИИ.....	116
Погорелова Т.Г. ЗНАЧЕНИЕ ВЕРИФИКАЦИИ МОДЕЛИ ПРОГНОЗНОГО АНАЛИЗА.....	120
Пономаренко А.А. КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА: СУЩНОСТЬ И МЕТОДЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ	122
Продолятченко П.А. ЧАСТНОЕ И КОРПОРАТИВНОЕ РОСТОВЩИЧЕСТВО: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА УПРАВЛЕНИЯ.....	124
Пустыльник П.Н., Смирнов А. М., Кужельная О.В. ПРОИЗВОДСТВО ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ HYUNDAI SOLARIS В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ: ВЛИЯНИЕ ПРОЦЕССОВ ГЛОБАЛИЗАЦИИ	137
Румянцева В.С. УПРАВЛЕНИЕ ЛОЯЛЬНОСТЬЮ ПОСРЕДНИКОВ В ВЕРТИКАЛЬНО-ИНТЕГРИРОВАННЫХ КАНАЛАХ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ.....	140
Скачков Р.А., Дурова А.В. РОЛЬ ОБЪЕКТОВ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ В ФОРМИРОВАНИИ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОГО ТУРИСТСКОГО ОБРАЗА РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ УСАДЬБЫ МУХАНОВЫХ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ)	144
Сухоруков А.В. ОЦЕНКА СТРАТЕГИЙ И РЕЗУЛЬТАТОВ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ МЕБЕЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РФ	146
Толстоногов А.А. ОЦЕНКА ЭКОЛОГИЧЕСКИХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОСЛЕДСТВИЙ РАЗРАБОТКИ МЕСТОРОЖДЕНИЙ В РОССИЙСКОЙ АРКТИКЕ И ПРИПОЛЯРЬЕ.....	150
Филимонова А.А. ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ НА РЫНКЕ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ В РЕГИОНЕ	154
Шибаетов М.А., Забудьков В.А. УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ КАК ОСНОВА НАДЕЖНОСТИ ПРИНИМАЕМЫХ РЕШЕНИЙ	157
Яшин С.Н., Фазулжанова Д.Х. АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО И ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	161

СЕКЦИЯ «ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ»

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭКСПЕРТНЫХ МЕТОДОВ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Бабенко Т.С.

студентка магистратуры

Ставропольского государственного аграрного университета,

Россия, г. Ставрополь

В статье рассматриваются основные особенности экспертных методов при проведении маркетинговых исследований.

Ключевые слова: маркетинговое исследование, экспертные методы, процесс принятия решений, кабинетное исследование.

Характерной чертой рыночной экономики являются решения, принимаемые исходя из информации, предоставляемой рынками. В сложившихся условиях современной экономики наличие информации для принятия управленческих решений обеспечивается аналитической функцией маркетинга, которая обеспечивается изучением рынка, товара, потребителей; анализом внутренней и внешней среды предприятия.

Целями маркетингового исследования является снижение степени неопределенности при принятии маркетинговых решений и обеспечение непрерывного контроля над их исполнением. Маркетинговые явления и процессы в большинстве своем относятся к слабоструктурированным системам, которые невозможно однозначно описать, и формализовано исследовать. При анализе и прогнозировании такого рода систем не обойтись без использования экспертов. Экспертным считается опрос респондентов, обладающих экспертными знаниями в какой-либо области, как правило, специалистами или менеджерами производственных или торговых предприятий.

К основным видам экспертной информации относятся:

1. Экспертные оценки событий, новинок рынка, маркетинговых шагов игроков рынка (получаются, как правило, в ходе личных формализованных или глубинных интервью).

2. Экспертные прогнозы развития рынка, потребительских запросов (получаются, как правило, в ходе личных интервью).

3. Экспертные заключения, например, о причинно-следственных связях между рыночными проблемами.

Причины применения на практике экспертных методов могут быть самыми разнообразными: особая важность проблемы, исследуемой посредством маркетингового исследования; специфичность сложившейся ситуации; существование альтернативных вариантов действий, с неочевидным выбором; целесообразность сопоставления различных точек зрения (например, мнений специалистов в различных сферах деятельности). Проведение глубинных интервью с 12-15 экспертами рынка зачастую заменяет многомесеч-

ный анализ вторичной маркетинговой информации. Зачастую кабинетное исследование дополняется параллельным проведением нескольких экспертных интервью для повышения валидности информации.

Одной из многочисленных задач стоящих перед маркетинговыми исследованиями является формирование лояльности к компании. Для успешного осуществления продвижения продукции, лояльность к компании должна быть сформирована на трех уровнях:

1. Лицо, принимающее решение (ЛПР) – пользователь, непосредственно его подразделение будет использовать продукт;
2. Технический ЛПР – осуществляет отсев поставщиков по различным параметрам. На практике их может быть несколько;
3. Финансовый ЛПР – выделяет деньги и дает окончательное согласие на покупку продукта/услуги.

Выбор в качестве респондентов-экспертов именно лиц принимающих решения и профессиональное проведение маркетингового исследования позволяет: собрать необходимую информацию в короткие сроки, сформировать положительную тенденцию лояльности к компании.

Если в качестве респондента выступает рядовой менеджер, можно «поднять» его статус до экспертного, сообщив ему, что его приглашают принять участие, например, в общероссийском опросе экспертов данного рынка (отрасли). Как правило, это отлично «развязывает» язык.

Для достижения высокой релевантности (соответствие получаемого результата желаемому) маркетингового исследования опрашиваемые респонденты должны обладать глубокими знаниями и опытом в конкретной области и аналитическими способностями, а также должен быть способен на базе имеющейся информации дать оценку объекту экспертизы.

Для того чтобы не допустить до экспертизы некомпетентных экспертов наиболее часто используются следующие критерии отбора респондентов:

- время работы на данном рынке (не менее 3-х лет);
- время работы в данной области деятельности, например, в области оптовой продажи (не менее 5 лет);
- уровень должности;
- время работы на данной должности (не менее 1 года).

Чаще всего в качестве внешних экспертов при оценке тенденций и перспектив развития рынка привлекаются руководители отделов маркетинга и сбыта предприятий, которые рассматриваются отраслью в качестве так называемых «опинион-лидеров» (лидеров мнений) – это крупнейшие оптовые или розничные операторы рынка, крупные производители. Дополнительными критериями отбора экспертов могут также выступать наличие базового высшего образования (по специальности, соответствующей области деятельности), наличие ученой степени, научная деятельность.

Список литературы

1. Березин, И.С. Маркетинговые исследования. Как это делают в России / И.С. Березин. // Вершина. – Серия: Гильдия маркетологов.

2. Инновационное предпринимательство : теория, методология, стратегия / Ермакова Н.Ю., Банникова Н.В., Доронин Б.А., Костюченко Т.Н., Сериков С.С., Босова Т.А., Лисова О.М., Андреев Е.А., Позигунова С.С., Пупынина Е.Г., Милаевская С.С. / Ставрополь, 2010. (издание 2-е , переработанное и дополненное)/
3. Хруцкий, В.Е. Современный маркетинг. Настольная книга по исследованию рынка: Учеб. пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. Хруцкий В.Е., Корнеева И.В. – М., 2010.
4. <http://www.myshared.ru/slide/680758/>

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ РАДИОЭЛЕКТРОННОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ И ЗАДАЧИ ЕЕ РАЗВИТИЯ

Батьковский А.М.

советник Генерального директора ОАО «ЦНИИ «Электроника»,
доктор экономических наук,
Россия, г. Москва

В статье проведен анализ экономического состояния радиоэлектронной промышленности России и задачи ее развития в условиях изменения целей и условий военного строительства. Отмечена особая важность отрасли в социально-экономическом развитии страны и обеспечении ее национальной безопасности. Проведен сравнительный анализ развития радиоэлектронной промышленности в России и в высокоразвитых странах. Определены важнейшие направления инновационной деятельности радиоэлектронной промышленности в стратегическом периоде.

Ключевые слова: радиоэлектронная промышленность, анализ, инновационное развитие, эффективность, модернизация.

Радиоэлектронная промышленность (РЭП) является одним из важнейших структурообразующих элементов российской экономики, а ее эффективное развитие во многом определяет темпы и качество экономического роста страны. Кроме того, стратегическое значение РЭП также обусловлено ее ролью в обеспечении национальной безопасности и обороноспособности, повышении уровня жизни населения. В то же время, несмотря на существенный рост производства в последние годы, доля России на мировом рынке составляет менее 1% [1, с. 83].

Проведенный структурный анализ радиоэлектронной промышленности России показал, что на сегодняшний день она представлена более чем 1800 предприятиями и организациями, занятыми разработкой и производством радиоэлектронного оборудования, радиоэлектронных систем и приборов промышленного и военного, бытового и иного назначения. Она обеспечивает в настоящее время 275 тыс. рабочих мест и вносит существенный вклад в ВВП страны. При этом производство ориентировано на внутренний рынок (экспортируется менее четверти от производимой продукции), а доля отечественного производства на внутреннем рынке не превышает 20%. Большинство отечественных предприятий РЭП не обладают конкурентоспособной на мировом рынке продукцией и компетенциями для ее продвижения. Санкции, введенные в 2014 году, сильно усложнили экспортно-импортную деятельность предприятий РЭП [2, с. 187].

Анализ РЭП продемонстрировал, что текущее состояние радиоэлектронной промышленности характеризуется технологической конкурентоспособностью только по отдельным направлениям продукции. Данный анализ позволил выявить ряд проблем, негативно влияющих на конкурентоспособность отечественной радиоэлектронной промышленности, к наиболее существенным из которых, следует отнести: недостаточное финансирование НИОКР; несовершенство инвестиционной системы организации выполнения госзаказа и ценообразования на продукцию военного и гражданского назначения; неполное использование потенциала инструментов государственной поддержки и стимулирования промышленности; высокий уровень физического и морального износа научно-технической и производственно-технологической базы; недостаточную степень воплощения результатов научных разработок инновационной направленности в конкретные изделия промышленного производства; недостаточную эффективность процессов вывода и продвижения продукции на рынке; недостаточное обеспечение научных и производственных предприятий молодыми высококвалифицированными кадрами. Установлено, что большинство отечественных предприятий РЭП не обладают конкурентоспособной на мировом рынке продукцией и компетенциями для ее продвижения.

Важнейшая задача, стоящая перед РЭП, – повышение конкурентоспособности радиоэлектронной продукции. Ключевое направление решения указанной задачи – комплексное технологическое, информационное и кадровое перевооружение предприятий отрасли. Приоритетными направлениями ее развития в ближайшие годы должны стать: обеспечение технологической независимости в области производства конкурентоспособной продукции гражданского и военного назначения; активизация инвестиционной деятельности; внедрение и поддержание военных и гражданских базовых и критических технологий; модернизация радиоэлектронных производств с учетом перспектив развития технологий минимум на 7-10 лет вперед; совершенствование кадрового состава и наращивание интеллектуального потенциала предприятий РЭП; институциональное совершенствование радиоэлектронной промышленности на базе формирования и развития крупных научно-производственных структур.

Ключевую роль в обеспечении эффективности указанных мер, с нашей точки зрения, может сыграть более широкое применение контроллинга в деятельности предприятий РЭП. К наиболее важным проблемам, на решение которых может быть ориентирован контроллинг применительно к российским предприятиям РЭП, можно отнести следующие: недостаточная «прозрачность» системы учета затрат; низкий уровень ответственности и недостаточная мотивация персонала, отсутствие нацеленности на снижение уровня затрат и повышение эффективности деятельности предприятия; недостаточная скорость получения фактической информации о текущей деятельности филиалов; несовершенство системы внутренней финансовой отчетности с точки зрения решения управленческих задач; недостаточная финансовая дисциплина линейных подразделений; недостаточная эффективность процедур плани-

рования доходов, расходов и финансовых потоков; недостаточная отлаженность системы первичного документооборота; неустойчивость рыночной конъюнктуры.

Статья разработана при финансовой поддержке РФФИ (проект № 14-18-00519)

Список литературы

1. Батьковский, А.М. Развитие радиоэлектронной промышленности России в 2008-2012 годах [Текст] / Б.Н. Авдонин, А.М. Батьковский, В.П. Божко // Вопросы статистики. 2013, № 10. – С. 81–86.
2. Батьковский, А.М. Оптимизация диверсификации производства в радиоэлектронной промышленности [Текст] / А.М. Батьковский, М.А. Батьковский, В.П. Божко // Вопросы радиоэлектроники, серия Электронная вычислительная техника (ЭВТ). 2014, № 1. – С. 185-194.

АНАЛИЗ ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЕЙ И ПАРАМЕТРОВ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В СИСТЕМЕ МОНИТОРИНГА

Батьковский А.М.

советник Генерального директора ОАО «ЦНИИ «Электроника»,
доктор экономических наук,
Россия, г. Москва

В статье на основе применения методов экономического анализа рассмотрены важнейшие объекты системы мониторинга программных мероприятий развития оборонно-промышленного комплекса – функциональности и параметры бизнес-процессов высокотехнологичных предприятий. При решении рассматриваемой задачи предложено использовать методологический подход, базирующийся на инструментарии нечеткой логики. Предложены критерии структуризации параметров, которые характеризуют функционирование высокотехнологичного предприятия. Разработаны алгоритмы определения состояния функциональностей и бизнес-процессов высокотехнологичных предприятий.

Ключевые слова: высокотехнологичные предприятия, бизнес-процесс, параметры, функциональности, оценка, алгоритм, процессы.

Исследование предприятия в качестве объекта системы оперативного мониторинга предполагает использование относительных показателей в соответствии с принципом гибкой классификации параметров. С целью оценки высокотехнологичного предприятия в системе мониторинга должен использоваться подход нечеткой логики. Классификация параметров, которые характеризуют функционирование высокотехнологичного предприятия, как объекта, который обладает большим количеством параметров, может быть перегруппирована в зависимости от выбранных классификационных признаков. Целесообразно структурировать параметры в соответствии со следующими критериями:

- критерий определения функциональностей предприятия;
- критерий определения бизнес-процессов предприятия.

Таким образом, может быть введено предположение, что количество функциональностей предприятия и его бизнес-процессов представляет собой величину α , при этом $\alpha \in N$.

После реформирования группы параметров, которые характеризуют функционирование предприятия, в разрезе бизнес-процессов и функциональности формируются новые группы параметров. В каждой группе показателей следует выделить нечеткие, четкие допустимы и четкие недопустимые совокупности состояний. Состояние функциональности или бизнес-процесса по определенному параметру в конкретный момент времени может быть рассчитано следующим образом [1, с. 130]:

$$\omega_{\alpha}^i(t_1) = \{ \{ I_{1\alpha}^i(t_1) \} \wedge \{ I_{2\alpha}^i(t_1) \} \wedge \{ I_{0\alpha}^i(t_1) \} \} \quad (1)$$

где $I_{2\alpha}^i(t_1)$ – четкое недопустимое состояние i -го параметра, принадлежащего ω_{α} в момент времени t_1 ; $I_{1\alpha}^i(t_1)$ – четкое допустимое состояние i -го параметра, принадлежащего ω_{α} в момент времени t_1 ; $I_{0\alpha}^i(t_1)$ – нечеткое состояние i -го параметра, принадлежащего ω_{α} в момент времени t_1 ; ω_{α} – совокупность параметров, отнесенных по результатам структуризации к характеристикам бизнес-процесса или функциональности α ; α – порядковый номер функциональности или бизнес-процесса, $\alpha \in N$.

Следовательно, определение состояния функциональности или бизнес-процесса α в соответствии с параметром i предполагает выбор состояний данного параметра из представленных совокупностей. В соответствии с принципом гибкой классификации, определение состояния функциональности или бизнес-процесса в агрегированном виде будет иметь вид:

$$\omega_{\alpha}(t_1) = \{ \{ I_{1\alpha}(t_1) \} \wedge \{ I_{2\alpha}(t_1) \} \wedge \{ I_{0\alpha}(t_1) \} \} \quad (2)$$

где $I_{1\alpha}(t_1)$ – совокупность параметров в четком недопустимом состоянии, принадлежащих ω_{α} в момент времени t_1 ; $I_{2\alpha}(t_1)$ – четкое допустимое состояние группы параметров, принадлежащих ω_{α} в момент времени t_1 ; $I_{0\alpha}(t_1)$ – нечеткое состояние группы параметров, принадлежащих ω_{α} в момент времени t_1 ; ω_{α} – совокупность параметров, отнесенных по результатам структуризации к характеристикам бизнес-процесса или функциональности α ; α – порядковый номер функциональности или бизнес-процесса, $\alpha \in N$.

Данное выражение показывает, что состояние конкретной функциональности или бизнес-процесса может быть описано с помощью параметров, состояние которых выражено в трех совокупностях, в соответствии с принципом гибкой классификации параметров, и учитывает допустимость и четкость состояний исследуемых параметров. Следовательно, в соответствии с состоянием параметров в конкретный момент времени, они группируются в совокупности и характеризуют состояние функциональности или бизнес-процесса в данный конкретный момент времени [2, с. 157]. Оценка состояния предприятия в агрегированном виде в разрезе всех функциональностей и бизнес-процессов будет иметь вид:

$$\omega(t_1) = \{ \{ I_1(t_1) \}, \{ I_2(t_1) \}, \{ I_0(t_1) \} \} \quad (3)$$

Следовательно, определение текущего состояния предприятия в конкретный момент времени представляет собой агрегированную оценку всей функциональности или бизнес-процессов предприятия в каждый конкретный момент времени в соответствии с состоянием исследуемых параметров (четкость и допустимость) в разрезе каждой функциональности или бизнес-процесса, в соответствии с принципом гибкой классификации параметров.

Статья разработана при финансовой поддержке РНФ (проект № 14-18-00519).

Список литературы

1. Батьковский, А.М. Внедрение контроллинга на предприятиях радиоэлектронного комплекса [Текст] / А.М. Батьковский, С.И. Боков, В.Д. Калачанов // Вопросы радиоэлектроники, серия Системы отображения информации и управления спецтехникой (СОИУ). 2013. № 2. – С. 125–151
2. Батьковский, А.М. Внедрение и развитие системы бюджетирования на предприятиях радиоэлектронного комплекса [Текст] / С.Ю. Балычев, А.М. Батьковский, С.И. Боков и др. // Вопросы радиоэлектроники, серия Системы отображения информации и управления спецтехникой (СОИУ). 2013. № 2. – С. 152–169

ИНСТРУМЕНТАРИЙ ОПТИМИЗАЦИИ ПРОЦЕССА ПРОИЗВОДСТВА ИННОВАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ В ОБОРОННО-ПРОМЫШЛЕННОМ КОМПЛЕКСЕ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА

Батьковский А.М.

советник Генерального директора ОАО «ЦНИИ «Электроника»,
доктор экономических наук,
Россия, г. Москва

В статье представлен экономико-математический инструментарий оптимизации процесса производства инновационной продукции предприятиями оборонно-промышленного комплекса в условиях экономического кризиса. Он предназначен для оптимизации управленческих решений, принимаемых на стадии серийного производства продукции, а не ее разработки. Данный инструментарий учитывает возможности сокращения планируемых объемов финансирования и сдвига сроков начала серийного производства новой инновационной продукции, что является весьма вероятным в кризисных экономических условиях, которые переживает в настоящее время российская экономика.

Ключевые слова: оборонно-промышленный комплекс, инновационная продукция, развитие, экономический кризис, инструментарий, оптимизация, производство.

Будущие чистые доходы от производства инновационной продукции равны разности выручки R_0 и прямых затрат за период серийного производства $Z_{dr}(V_0)$ [1, с. 118]. Поэтому необходимо сопоставить разность $[O_R - Z_{dr}(V_0)]$ и сумму требуемых инвестиций $\Delta I(t)$. Отношение ожидаемых чистых доходов за период производства к оставшейся сумме инвестиций можно рассматривать как индекс прибыльности этих инвестиций $\varepsilon(t)$:

$$\varepsilon(t) = \frac{O_R - Z_{dr}(V_O)}{\Delta I(t)} \quad (1)$$

Для анализа влияния возможной в кризисных условиях задержки выделения необходимых для производства инновационной продукции средств введем в модель величину этой задержки δD . Она сдвигает срок начала производства продукции D относительно минимально возможного значения:

$$D_{min} = D_O + D_T \quad (2)$$

$$D = D_{min} + \delta D = D_O + D_T + \delta D \quad (3)$$

Разумеется, максимально возможный сдвиг указанного срока заведомо не может превышать величину $(D_{sale} - D_{min})$ поскольку при большем его смещении начать продажи (поставки) нового изделия уже будет нецелесообразно по причине его морального устаревания. Эта задержка может выразиться в различном распределении требуемой суммы на увеличенный срок – от полного прекращения финансирования до момента $(t + \delta D)$ и последующего возобновления финансирования по графику до равномерного «растягивания» оставшейся суммы вложений на увеличившийся период времени. С финансовой точки зрения эти варианты неравнозначны, поскольку текущая стоимость денег падает по мере отдаления временного горизонта их вложения. Неравнозначны они и с точки зрения развития инновационного потенциала предприятия ОПК. Без учета этих соображений и при условии, что до момента t задержек финансирования не было, оставшаяся сумма требуемых инвестиций $\Delta I(t)$ не зависит от задержки, в то время как объемы продаж и чистые доходы за период производства изделий сокращаются по мере сдвига сроков выхода продукции на рынок:

$$\frac{\partial V_O}{\partial D} < 0; \quad \frac{\partial}{\partial D} [O_R - Z_{dr}(V_O)] < 0. \quad (4)$$

Если ранее уже имели место задержки, то необходимо соответствующим образом скорректировать и величины $I(t)$, $\Delta I(t)$, вводя соответствующие задержки в формулы (5), (6).

Общую прибыль от реализации инновационного проекта создания наукоемкой продукции PRB можно найти как разность чистых доходов за период ее продажи (поставки) и суммарных инвестиций в ОКР и ТПП:

$$PRB = O_R - Z_{dr}(V_O) - (S_O + S_T) \quad (5)$$

Ее можно измерить как разность между уровнем чистых доходов за период продаж и требуемым объемом инвестиций в момент окончания поисковых НИР ($S_O + S_T = \Delta I(0)$). Поэтому задержки выделения средств даже на один год существенно сокращают ожидаемую прибыль от реализации проекта.

Следует отметить, что многие исходные параметры данной модели в момент принятия решения о поддержке проекта либо о его прекращении достоверно не известны [2, с. 78]. Прежде всего, это касается момента времени выхода на рынок продукции конкурентов, поскольку их инновационные разработки также подвержены техническим и другим рискам. Но, как показывает проведенный анализ, задержка принятия решения априори снижает эффективность проекта – неважно, выйдет ли конкурент на рынок со своей продукцией раньше или позже. Поэтому даже в условиях неполноты информации экономи-

чески не целесообразно затягивать принятие решения по продолжению проекта. В крайнем случае, можно провести экспресс-анализ пессимистического сценария, согласно которому конкурент выйдет на рынок уже в ближайшее время. Если проект окажется эффективным, то необходимо принимать все меры для скорейшего освоения производства нового наукоемкого изделия. Это положение необходимо учитывать при совершенствовании механизма управления инновационным развитием ОПК [3, с. 54].

При реалистичных исходных данных эффективность «поддерживающих» инвестиций на поздних предпроизводственных стадиях ЖЦИ очень высока – вложенные средства дают многократно большую отдачу ($\varepsilon(t) \gg 1$). Индекс прибыльности этих вложений возрастает по мере приближения к моменту, когда можно приступить к производству и продаже (поставкам) новой продукции.

Статья подготовлена при финансовой поддержке РНФ (проект № 14-18-00519).

Список литературы

1. Батьковский, А. М. Развитие теории и практики управления предприятиями высокотехнологичного комплекса [Текст] / Б.Н. Авдонин, А.М. Батьковский, М.А. Батьковский и др. – М.: МЭСИ, 2013. – 366 с.
2. Батьковский А.М. Прогнозирование и моделирование инновационного развития экономических систем [Текст] А.М. Батьковский. – М.: онтоПринт, 2011. – 202 с.
3. Батьковский, А.М. Управление инновационным развитием предприятий радиоэлектронной промышленности [Текст] / А.М. Батьковский. – М.: онтоПринт. 2011. – 248 с.

КОМПЛЕКСНАЯ ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ОБОРОННО-ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА

Батьковский А.М.

советник Генерального директора ОАО «ЦНИИ «Электроника»,
доктор экономических наук,
Россия, г. Москва

В статье представлены методологические основы и инструментарий комплексной оценки деятельности высокотехнологичного предприятия оборонно-промышленного комплекса. Они предназначены для создания систем мониторинга и контроллинга деятельности данных предприятий. Разработан инструментарий оценки эффективности реализации инновационного проекта в соответствии с различными этапами жизненных циклов продукции.

Ключевые слова: оборонно-промышленный комплекс, высокотехнологичные предприятия, комплексная оценка, мониторинг, контроллинг.

Представляется, что формирование системы контроллинга на высокотехнологичных предприятиях оборонно-промышленного комплекса должно осуществляться с учетом требований управленческого учета, оперативного

планирования, стратегического планирования, контроля, координации и надзора. Следовательно, существует необходимость в использовании функционально-операционного контроллинга, в качестве общего подхода для всего высокотехнологического предприятия, и проектного контроллинга для каждого инвестиционного научного проекта отдельно.

Подобный подход к формированию системы контроллинга должен предполагать подсистему внешнего контроллинга, которая характеризуется особенностями внешней социально-экономической среды. Формирование системы контроллинга должно учитывать реализацию управления, контроля и координации в разрезе отдельных проектов и предприятия в целом.

Ввиду того, что высокотехнологические предприятия осуществляют производство инновационной наукоемкой продукции, для них весьма характерна одновременная реализация нескольких проектов. При этом разные проекты могут иметь разные источники финансирования, ресурсного обеспечения, каждый проект находится на разных этапах реализации, которые осуществляются определенными структурными подразделениями промышленного предприятия (департаментами). В связи с этим предлагаемая система контроллинга предполагает следующие элементы: вертикальный контроллинг (функционально-операционный); горизонтальный контроллинг (проектный); контроллинг внешней социально-экономической среды.

С целью реализации комплексной системы контроллинга следует сформировать систему основных показателей в соответствии с ключевыми требованиями, которым должна отвечать система контроллинга научно-производственных предприятий. Сформированная система показателей должна учитывать текущую ситуацию предприятия, результаты реализации научно-производственных проектов, деятельности всего предприятия и формировать общие выводы относительно финансового состояния предприятия с учетом влияния внешних факторов. Показатели единой системы должны быть актуальными, динамичными, компактными, прогнозными и соответствовать требованиям анализа путем сравнения соответствующих показателей.

Оценку эффективности реализации инновационного проекта в соответствии с различными этапами жизненных циклов продукции, предлагается осуществлять путем дискретно-нелинейной свертки выбранных показателей в разрезе групп следующим образом:

$$\Phi_{\eta} = \left\{ \prod_{n=1}^B \omega_{n\eta} \right\} \times \left\{ \sum_{n=1}^B \gamma_{n\eta} \lambda_{n\eta} \varphi_{n\eta} \right\}, \quad (1)$$

где $\varphi_{n\eta}$ – n -й контролируемый показатель η -й группы показателей; $\lambda_{n\eta}$ – весовой коэффициент значимости показателя $\varphi_{n\eta}$; $\gamma_{n\eta}$ – коэффициент нелинейности; $\omega_{n\eta}$ – характеристика баланса показателей в группе; B – число показателей в η -й группе.

При осуществлении горизонтального контроллинга, весовой коэффициент значимости $\varphi_{n\eta}$ может быть рассчитан с учетом конкретного этапа реа-

лизуемого проекта, а для функционально-операционного (вертикального) контроллинга – в соответствии с этапом реализуемой стратегии предприятия. Коэффициент γ следует рассчитывать в следующем порядке: если $\varphi_{n\eta} \geq \varphi_{\eta o}$, то $\gamma_{n\eta} = 1$; если $\varphi_{n\eta} \in [\varphi_{\eta_{\min}}, \varphi_{\eta o}]$, то $\gamma_{n\eta} = 0.8$; если $\varphi_{n\eta} \in [\varphi_{\eta_{\mu}}, \varphi_{\eta_{\min}}]$, то $\gamma_{n\eta} = 0.4$; если $\varphi_{n\eta} < \varphi_{\eta_{\mu}}$, то $\gamma_{n\eta} = 0$

$$\Phi_{\eta} = \left\{ \prod_{n=1}^B \omega_n \right\} \times \left\{ \sum_{n=1}^B \gamma_n \lambda_n \varphi_n \right\}, \quad (2)$$

где $\varphi_{\eta o}$ - желаемое значение η -го показателя; $\varphi_{\eta_{\mu}}$ – критическое значение η -го показателя.

Выбранная характеристика балансовых показателей $\omega_{n\eta}$ отражает степень их разбалансированности за временной промежуток осуществления контроля. Таким образом, если $\Delta\gamma_{n\eta}$ считать изменением значения показателя $\gamma_{n\eta}$ (в период между осуществлением контроля), баланс показателей $\omega_{n\eta}$ можно рассчитать как среднеквадратическое отклонение:

$$\omega_{n\eta} = \nu_{n\eta} (\Delta\gamma_{n\eta}) \quad (3)$$

Приведенный показатель целесообразно использовать в процессе разработки процедуры принятия решений, направленных на устранение отклонений показателей эффективности, которые характеризуют реализацию проектов и функционирование научно-производственных предприятий с разработанной системой целевых показателей эффективности деятельности высокотехнологичного предприятия [1, с. 169].

Статья разработана при финансовой поддержке РНФ (проект № 14-18-00519).

Список литературы

1. Батьковский, А.М. Теоретические основы и инструментарий управления долгосрочным развитием высокотехнологичных предприятий [Текст] / Б.Н. Авдонин, А.М. Батьковский, В.П. Божко и др. – М.: МЭСИ. 2011. – 282 с.

МОДЕЛЬ ПРОЦЕССА РАЗРАБОТКИ ИННОВАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ В ОБОРОННО-ПРОМЫШЛЕННОМ КОМПЛЕКСЕ

Батьковский А.М.

советник Генерального директора ОАО «ЦНИИ «Электроника»,
доктор экономических наук,
Россия, г. Москва

В статье представлена модель процесса разработки инновационной продукции, осуществляемого предприятиями оборонно-промышленного комплекса. Она учитывает жизненный цикл данной продукции, возможности конкурентов, потребительский спрос на создаваемую продукцию, прогнозируемый объем продаж данной продукции, объемы необходимых инвестиций и планируемую выручку от реализации рассматриваемой продукции. Применение данной модели на практике позволит повысить эффективность разработки инновационной продукции в оборонно-промышленном комплексе.

Ключевые слова: оборонно-промышленный комплекс, инновационная продукция, модель, оптимизация, эффективность, производство, развитие.

Если предприятие оборонно-промышленного комплекса (ОПК) разрабатывает новый тип продукта, то необходимо учитывать, что в какой-то момент времени D^F с аналогичным продуктом может выйти на рынок отечественный конкурент. Допустим, в начальный момент времени $t = 0$ данное предприятие ОПК завершит поисковые научно-исследовательские работы (НИР) и будет готово приступить к опытно-конструкторским работам (ОКР) и технологической подготовке производства (ТПП). Минимальные продолжительности ОКР и ТПП обозначим D_O и D_T , а их стоимости, соответственно, S_O и S_T (возможности форсирования НИР, ОКР или ТПП за счет увеличения объема финансирования не рассматриваются). Указанное изделие выйдет на рынок по окончании НИР, ОКР и ТПП в момент $D \geq D_O + D_T$ с момента окончания поисковых НИР. Если $D < D^F$, то рассматриваемое предприятие ОПК получит временное преимущество перед конкурентами и будет монопольно присутствовать на рынке в течение $|D - D^F|$ лет. В дальнейшем предприятие ОПК и его конкурент могут конкурировать друг с другом, занимая на рынке доли κ и $\kappa^F = 1 - \kappa$, соответственно. При этом если кто-то из них столкнется с эффектом блокировки, то он может посчитать невыгодным продолжение проекта и прекратит производство данного изделия [1, с. 48].

Предположим среднегодовой спрос на изделия данного типа составляет b_{mn} на российском рынке и b_{con} – на международном рынке, а цена изделия, соответственно – r_{mn} и r_{con} . Длительность периода продаж изделий данного типа до появления принципиально новых типов подобных изделий обозначим D_{sale} . Ожидаемый объем продаж изделий V_O , вышедших на рынок в момент D , и выручка предприятия ОПК O_R за весь жизненный цикл изделия (ЖЦИ) будут выражаться следующими зависимостями:

$$V_O(D) = \begin{cases} b_{mn} \cdot (D^F - D) + \kappa \cdot b_{con} \cdot (D_{sale} - D^F), & D < D^F \\ \kappa \cdot b_{con} (D_{sale} - D), & D \geq D^F \end{cases} \quad (1)$$

$$O_R(D) = \begin{cases} r_{mn} \cdot b_{mn} \cdot (D^F - D) + \kappa \cdot r_{con} \cdot b_{con} \cdot (D_{sale} - D^F), & D < D^F \\ \kappa \cdot r_{con} \cdot b_{con} (D_{sale} - D), & D \geq D^F \end{cases} \quad (2)$$

Как правило все инвестиции делаются на предпроизводственных стадиях ЖЦИ, а в период производства и продажи изделий предприятие ОПК несет прямые затраты – материальные издержки и затраты на оплату труда. Предположим, что удельные материальные затраты предприятия ОПК на единицу продукции составляют u_{mt} , удельные затраты на оплату труда для первого экземпляра изделия – $u_{tr}(1)$, а темп обучения его работников, занятых в данном производстве, равен χ . В этом случае сумма прямых затрат предприятия ОПК за период производства изделия Z_{dr} может быть определена с помощью следующей зависимости:

$$Z_{dr}(V_O) = u_{mt} \cdot V_O + u_{tr}(1) \cdot \sum_{j=1}^{V_O} (1 - \chi)^{\log_2 j} \quad (3)$$

Если этапы ОКР и ТПП финансируются без задержек, то требуемый для разработки рассматриваемого изделия поток инвестиций i в году t может быть представлен в следующем виде:

$$i(t) = \begin{cases} \frac{S_o}{D_o}, & t < D_o \\ \frac{S_T}{D_T}, & D_o \leq t < D_o + D_T \\ 0, & t \geq D_o + D_T \end{cases} \quad (4)$$

До начала производства нового изделия предприятие ОПК уже вложило средств $I(t)$ и еще требуется средств $\Delta I(t)$. Значения данных показателей определяются с помощью следующих формул:

$$I(t) = \sum_{d=1}^t i(t) = \begin{cases} \frac{S_o}{D_o} \cdot t, & t < D_o \\ S_o + \frac{S_T}{D_T} (t - D_o), & D_o \leq t < D_o + D_T \\ S_o + S_T, & t \geq D_o + D_T \end{cases} \quad (5)$$

$$\Delta I(t) = S_o + S_T - I(t) = \begin{cases} S_T + S_o \cdot \frac{D_o - t}{D_o} \cdot t, & t < D_o \\ S_T \cdot \frac{D_o + D_T - t}{D_T}, & D_o \leq t < D_o + D_T \\ 0, & t \geq D_o + D_T \end{cases} \quad (6)$$

Когда поисковые НИР завершены предприятие ОПЕ принимает решение о продолжении или завершении проекта создания нового образца продукции в период $t \in (0; D)$. Будущие чистые доходы в этот период равны разности выручки R_o и прямых затрат за период серийного производства $Z_{dr}(V_o)$. Поэтому для принятия решения о продолжении (или завершении) проекта создания нового образца продукции необходимо сопоставить разность $[O_R - Z_{dr}(V_o)]$ и оставшуюся сумму требуемых инвестиций $\Delta I(t)$. Если $O_R - Z_{dr}(V_o) > \Delta I(t)$ то продолжение проекта создания нового образца продукции целесообразно.

Статья подготовлена при финансовой поддержке РНФ (проект № 14-06-00018).

Список литературы

1. Батьковский, А.М. Прогнозирование и моделирование инновационного развития экономических систем [Текст] / А.М. Батьковский. – М.: ОнтоПринт, 2011. – 202 с.

ОПЕРАТИВНЫЙ КОНТРОЛЛИНГ НА ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБОРОННО-ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА

Батьковский А.М.

советник Генерального директора ОАО «ЦНИИ «Электроника»,
доктор экономических наук,
Россия, г. Москва

В статье определены основные функции оперативного контроллинга на высокотехнологичных предприятиях оборонно-промышленного комплекса и его информационное обеспечение. Дано авторское определение рассматриваемого экономического термина. Выявлены принципы организации оперативного контроллинга на высокотехнологичных предприятиях. Рассмотрены параметры, которые описывают состояние предприятия в системе контроллинга.

Ключевые слова: оборонно-промышленный комплекс, высокотехнологичные предприятия, оперативный контроллинг, инновационное развитие.

Роль оперативного контроллинга на высокотехнологичном предприятии оборонно-промышленного комплекса (ОПК) определяется в зависимости от его целей и функций. Существуют различные подходы к определению функций оперативного контроллинга: анализ и оценка текущего финансово-экономического состояния высокотехнологичного предприятия; оценка долгосрочной перспективы деятельности на базе оперативных финансово-экономических расчетов, связанных с решением стратегических задач; информационно-консультационная поддержка управленческих решений, которой соответствует функция анализа деятельности предприятия; консультирование управленческого персонала при разработке управленческих решений; оценка результатов.

Установлено, что основой для системы оперативного контроллинга являются данные информационного поля предприятия. Система оперативного контроллинга проводит их мониторинг и оперативно генерирует информацию о деятельности предприятия. Указанная информация при этом анализируется, систематизируется и интерпретируется, выявляются факторы, оказывающие негативное влияние на эффективность и устойчивость деятельности высокотехнологичного предприятия, и требующие их оперативного решения.

Информационное поле показателей работы предприятия является общей базой для деятельности его различных структур, а также с определенными ограничениями используется внешними структурами. Главным образом указанные структуры получают информацию от внутренних служб предприятия, связанных с первичной документацией его работы, но часть информации приходит из самой информационной системы.

На основе анализа сущности, роли, функций и задач оперативного контроллинга, предлагается следующее определение: под оперативным контроллингом на высокотехнологичном предприятии следует понимать функционирующую в режиме реального времени систему оценки параметров деятель-

ности предприятия, генерирующую информацию для принятия обоснованных оперативных управленческих решений и осуществления консультативной поддержки управленческих кадров предприятия.

Принципы, в соответствии с которыми осуществляется разработка системы показателей оперативного контроллинга, являются методологическими основами для осуществления ее совершенствования. Одним из основных принципов, можно считать принцип гибкости, который касается формирования классификации выбранных параметров, которые отражают особенности функционирования предприятия. В соответствии с выбранным моментом времени, функционирование высокотехнологичного предприятия можно описать параметрами, которые находятся в различных состояниях. Принцип гибкости предполагает определение следующих групп состояний: четкие и нечеткие; допустимые и недопустимые. В определенный конкретный момент времени состояние параметра выражается в виде соответствующего показателя. Параметр – это определенная характеристика исследуемого процесса или объекта. Показатель представляет собой уровень, величину или другой измеритель, в соответствии с которым можно сделать выводы о состоянии и изменении параметров, которые описывают промышленное предприятие. Использование расчетов с целью определения показателей является способом оценки выявленных состояний исследуемых параметров. В результате осуществления оценки состояния параметра, который описывает состояние предприятия, может быть сделан вывод о допустимости или недопустимости состояния исследуемого параметра. Определение критериев, в соответствии с которыми делаются данные выводы, осуществляется в соответствии с границами допустимости либо недопустимости параметров, разработанными в рамках системы оперативного контроллинга [1, с. 132].

Нечеткие состояния параметров представляют собой невозможность однозначного определения в конкретный момент времени допустимости или недопустимости состояния исследуемых параметров. В ситуации, когда показатель состояния параметра является и допустимым, и недопустимым, состояние параметра также является нечетким. В зависимости от состояния параметров можно выделить их группы: – допустимые четкие состояния (I_1); – недопустимые четкие состояния (I_2); – нечеткие состояния (I_0). Определение состояния предприятия РЭП по параметру может осуществляться путем оценки и мониторинга в соответствии с конкретным параметром:

$$\omega^i(t_1) = \{ \{ I_1^i(t_1) \} \wedge \{ I_2^i(t_1) \} \wedge \{ I_0^i(t_1) \} \}, \quad (1)$$

где $I_1^i(t_1)$ – допустимое четкое состояние выбранного параметра в конкретный момент времени; $I_2^i(t_1)$ – недопустимое четкое состояние выбранного параметра в конкретный момент времени; $I_0^i(t_1)$ – нечеткое состояние выбранного параметра в конкретный момент времени; i – порядковый номер выбранного параметра, $i \in N$.

Статья разработана при финансовой поддержке РНФ (проект № 14-18-00519).

Список литературы

1. Батьковский, А.М. Внедрение контроллинга на предприятиях радиоэлектронного комплекса [Текст] / А.М. Батьковский, С.И. Боков, В.Д. Калачанов // Вопросы радиоэлектроники, серия Системы отображения информации и управления спецтехникой (СОИУ). 2013. № 2. – С. 125–151.

ОПТИМИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРОГРАММ ИНТЕГРИРОВАННЫХ СТРУКТУР ОБОРОННО- ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА В УСЛОВИЯХ ИЗМЕНЕНИЯ ЦЕЛЕЙ ВОЕННОГО СТРОИТЕЛЬСТВА

Батьковский А.М.

советник Генерального директора ОАО «ЦНИИ «Электроника»,
доктор экономических наук,
Россия, г. Москва

В статье разработан инструментарий оптимизации производственных программ интегрированных структур оборонно-промышленного комплекса, соответствующий современным условиям их развития. Он позволяет соизмерить положительный эффект от концентрации и специализации производства однородных изделий с текущими и долгосрочными затратами на их создание.

Ключевые слова: оборонно-промышленный комплекс, интегрированные структуры, производственные программы, оптимизация, инструментарий, эффективность.

Преобразования производства продукции в интегрированных структурах оборонно-промышленного комплекса (ИС ОПК) направлены на то, чтобы получать экономический эффект благодаря действию комплекса следующих основных факторов: концентрации ресурсов на важнейших направлениях расширенного воспроизводства; реализации больших возможностей по отстаиванию своих интересов на зарубежных рынках; улучшения качества менеджмента (управленческих технологий и кадрового состава). Однако ИС ОПК остро поставило задачу оптимизации процессов концентрации и специализации производства на предприятиях интегрированных структур с целью снижения себестоимости создаваемой ими продукции. Экономическая сущность данной задачи состоит в соизмерении положительного эффекта от концентрации и специализации производства однородных изделий с текущими и долгосрочными затратами на их создание. Ее решение возможно на основе экономико-математического моделирования размещения заказов Министерства обороны РФ и других заказчиков с учетом технологической однородности планируемой к производству продукции и производственных возможностей предприятий – изготовителей. Основные возможные методические подходы, необходимые для решения данной задачи представлены в [1, с. 90].

Инструментарий оптимизации процессов концентрации и специализации производства продукции в ИС ОПК должен предусматривать использование различных моделей, учитывающих специфику планирования произ-

водства военной и гражданской продукции. При оценке оптимальности производственных программ интегрированных структур ОПК с учетом концентрации и специализации производства продукции предполагается, что концентрация и специализация должны привести к повышению оптимальности производственных программ, предприятий, входящих в состав ИС, и росту эффективности деятельности интегрированной структуры. Вместе с тем, чтобы сделать обоснованный вывод об оптимальности производственной программы ИС ОПК необходимо учесть различные факторы, влияющие на результаты ее деятельности, иметь достоверную финансово-экономическую информацию и инструментарий анализа данной программы. При оценке оптимальности производственной программы ИС ОПК необходимо, с нашей точки зрения, найти переменные y_{ji} , характеризующие производство j -ой продукции, создаваемой на i -ом ее предприятии, которые максимизируют целевую функцию:

$$F(y_{ji}) = \sum_{j=1}^n \sum_{i=1}^m c_{ji} y_{ji} \quad (1)$$

при условии:

$$\sum_{j=1}^n z_{rji} y_{ji} \begin{cases} \leq \\ = \\ \geq \end{cases} v_{ri}; \begin{cases} r = \overline{1, \varepsilon}, \\ i = \overline{1, k} \end{cases} \quad (2)$$

$$y_{ji} \geq 0, j = \overline{1, 2, \dots, n}; i = \overline{1, 2, \dots, k} \quad (3)$$

где $F(y_{ji})$ – значение целевой функции по критерию оптимальности, c_{ji} – стоимость единицы j -ой продукции, создаваемой на i -ом предприятии интегрированной структуры; v_{ri} – объем r -го производственного ресурса, которым располагает i -ое предприятие ИС ОПК в планируемом периоде; z_{rji} – нормы расхода r -го ресурса на выпуск единицы (комплекта) j -ой продукции на i -ом предприятии ИС ОПК; k – количество предприятий в ИС ОПК.

Система ограничений (2)-(3) отражает условия по наличию и использованию разных производственных ресурсов на предприятиях ИС ОПК. При этом в нее могут включаться уравнения, предусматривающие как полное, так и частичное использование ресурсов, то есть неравенства типа:

$$\sum_{j=1}^n z_{r_1ji} y_{ji} \leq v_{r_1i} \quad (4)$$

Для приведения уравнения (4) к канонической форме необходимо ввести уравнивающие переменные y_{nk+r_1i} , характеризующие величину неиспользуемой части ресурса r_1 на i -ом предприятии интегрированной структуры – y_{nk+r_1i} . Тогда условие (4) примет следующий вид:

$$\sum_{j=1}^n z_{r_1ji} y_{ji} + y_{nk+r_1i} = v_{r_1i}; \begin{cases} r_1 = \overline{1, \varepsilon_1} \\ i = \overline{1, k} \end{cases} \quad (5)$$

В неравенства типа $\sum_{j=1}^n z_{r_2ji} y_{ji} \geq v_{r_2i}$ необходимо ввести уравнивающую переменную y_{nk+r_2i} , характеризующую дополнительную величину ресурса r_2 , на i -ом предприятии ИС ОПК сверх объема v_{r_2i} , требуемую для обеспе-

чения оптимального варианта производственной программы. Тогда условие (5) примет следующий вид:

$$\sum_{j=1}^n z_{r_2ji} y_{ji} + y_{nk+r_2i} = v_{r_2i}, \begin{cases} r_2 = \overline{1, \varepsilon_2} \\ i = \overline{1, k} \end{cases} \quad (6)$$

Полученная модель (1)-(6) позволяет оценить оптимальность производственной программы ИС ОПК в условиях концентрации и специализации производства продукции на ее предприятиях.

Статья подготовлена при финансовой поддержке РНФ (проект № 14-18-00519).

Список литературы

1. Батьковский, А.М. Интеграция предприятий радиоэлектронного комплекса с целью активизации их инновационной деятельности: теория и практика. [Текст] / А.М. Батьковский // Вопросы экономики и права. 2010, № 12. – С. 90-94.

ПАРАМЕТРЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Батьковский А.М.

советник Генерального директора ОАО «ЦНИИ «Электроника»,
доктор экономических наук,
Россия, г. Москва

В статье представлены методологические основы и инструментарий анализа параметров функционирования высокотехнологичного предприятия. Предложена гибкая классификация параметров функционирования высокотехнологичного предприятия на основе использования относительных показателей. Разработаны алгоритмы оценки соотношений выделенных совокупностей исследуемых параметров функционирования высокотехнологичного предприятия. Предложенные алгоритмы могут быть использованы в процессе формирования показателей, используемых в оперативном контроллинге высокотехнологичного предприятия.

Ключевые слова: высокотехнологичные предприятия, параметры, анализ, функционирование, алгоритмы, параметры.

Одной из особенностей принципа гибкой классификации параметров функционирования высокотехнологичного предприятия можно считать использование относительных показателей [1, с. 69]. Формирование параметров функционирования предприятия, которое обладает большим количеством характеристик, позволяет определить соотношение выделенных совокупностей исследуемых параметров функционирования высокотехнологичного предприятия [2, с. 364]. Данную ситуацию можно выразить следующим образом:

$$\omega_{1\alpha}^{\bullet}(t_1) = \frac{KI_{1\alpha}(t_1)}{K\omega_{\alpha}} * 100\% \quad (1)$$

$$\omega_{2\alpha}^{\bullet}(t_1) = \frac{KI_{2\alpha}(t_1)}{K\omega_{\alpha}} * 100\% \quad (2)$$

$$\omega_{0\alpha}^{\bullet}(t_1) = \frac{KI_{0\alpha}(t_1)}{K\omega_{\alpha}} * 100\% \quad (3)$$

где: $\omega_{1\alpha}^{\bullet}(t_1)$, $\omega_{2\alpha}^{\bullet}(t_1)$, $\omega_{0\alpha}^{\bullet}(t_1)$ – соотношение совокупностей параметров к общему количеству параметров функционирования, выраженные в процентах; $KI_{1\alpha}(t_1)$ – количество параметров, которые принадлежат ω_{α} в момент времени t_1 , которые находятся в четком допустимом состоянии; $KI_{2\alpha}(t_1)$ – количество параметров, которые принадлежат ω_{α} в момент времени t_1 , которые находятся в четком недопустимом состоянии; $KI_{0\alpha}(t_1)$ – количество параметров, которые принадлежат ω_{α} в момент времени t_1 , которые находятся в нечетком состоянии; $K\omega_{\alpha}$ – количество параметров, отнесенных по результатам структуризации к характеристикам бизнес-процесса или функциональности α ; α – порядковый номер функциональности или бизнес-процесса, $\alpha \in N$.

В результате обобщения выражений, описанных выше (1, 2, 3) совокупность будет иметь вид:

$$\omega_1^{\bullet}(t_1) = \frac{KI_1(t_1)}{K\omega} * 100\% \quad (4)$$

$$\omega_2^{\bullet}(t_1) = \frac{KI_2(t_1)}{K\omega} * 100\% \quad (5)$$

$$\omega_0^{\bullet}(t_1) = \frac{KI_0(t_1)}{K\omega} * 100\% \quad (6)$$

где: $\omega_1^{\bullet}(t_1)$, $\omega_2^{\bullet}(t_1)$, $\omega_0^{\bullet}(t_1)$ – соотношение совокупностей параметров к общему количеству параметров функционирования в процентном виде; $KI_1(t_1)$ – количество параметров, которые принадлежат ω в момент времени t_1 , которые находятся в четком допустимом состоянии; $KI_2(t_1)$ – количество параметров, которые принадлежат ω в момент времени t_1 , которые находятся в четком недопустимом состоянии; $KI_0(t_1)$ – количество параметров, которые принадлежат ω в момент времени t_1 , которые находятся в нечетком состоянии; $K\omega$ – количество параметров функционирования.

Предложенные алгоритмы целесообразно использовать в процессе формирования показателей, используемых в оперативном контроллинге, в соответствии с принципом гибкой классификации параметров. Внедрение системы контроллинга на высокотехнологичном предприятии должно осуществляться с учетом соответствующей системы методов и подходов, позволяющих минимизировать негативные последствия для функционирования предприятия и обеспечить максимальную эффективность в кратчайшие сроки [3, с. 235].

Указанный подход представляется чрезвычайно важным и отражает возможность влияния контроллинга на работоспособность предприятия, систему управления в целом и изменение качества существующих механизмов управления на предприятии. Эффективное комплексное решение практической задачи внедрения контроллинга на высокотехнологичном предприятии предполагает тщательную подготовку, включающую выбор и применение

соответствующих методов внедрения изменений без критических последствий для эффективности функционирования предприятия [4, с.14].

Статья разработана при финансовой поддержке РФФИ (проект № 14-06-00018).

Список литературы

1. Батьковский, А.М. Теоретические основы и инструментарий управления долгосрочным развитием высокотехнологичных предприятий [Текст] / Б.Н. Авдонин, А.М. Батьковский, В.П. Божко и др. – М.: МЭСИ. 2011. – 282 с.
2. Батьковский, А.М. Оптимизация программных мероприятий развития оборонно-промышленного комплекса [Текст] / А.М. Батьковский, М.А. Батьковский А.В. Фомина и др.: под ред. А.М. Батьковского и А.В. Фоминой. – М.: Тезаурус, 2014. – 504 с.
3. Батьковский, А.М. Управление развитием высокотехнологичных предприятий наукоемких отраслей промышленности [Текст] / А.В. Фомина, Б.Н. Авдонин, А.М. Батьковский, М.А. Батьковский: под ред. А.В. Фоминой. – М.: Креативная экономика, 2014. – 400 с.
4. Батьковский, А.М. Формирование системы интегрированного контроллинга на предприятиях радиоэлектронной промышленности [Текст] / А.М. Батьковский, С.И. Боков // Электронная промышленность. 2014, № 4. – С.13-24.

РАЗВИТИЕ МИРОВОГО РАДИОЭЛЕКТРОННОГО КОМПЛЕКСА

Батьковский А.М.

советник Генерального директора ОАО «ЦНИИ «Электроника»,
доктор экономических наук,
Россия, г. Москва

В статье на основе применения методов экономического анализа и статистики исследованы роль и закономерности развития мирового радиоэлектронного комплекса. Выявлено, что он является одним из базовых элементов современной промышленности и оказывает огромное влияние на развитие мировой экономики. Определены основные модели организации радиоэлектронного производства в зарубежных странах в различные исторические периоды и используемые в них типовые модели инновационной политики.

Ключевые слова: радиоэлектронный комплекс, развитие, модели, организация производства, инновационное развитие.

Концентрируя наиболее передовые идеи, высокие технологии и качественные человеческие ресурсы, радиоэлектронный комплекс в существенной мере определяет облик современного мира. Внедрение высоких технологий, автоматизация производства, расширение применения вычислительной техники и средств связи свидетельствуют об огромном потенциале комплекса и его определяющем значении для эффективного развития и обеспечения экономической, социальной и военной безопасности государств в XXI веке. Одной из ключевых особенностей мирового радиоэлектронного комплекса можно считать более высокие темпы роста по сравнению с другими отраслями (в среднем 8% в год по данным за последние 30 лет) [1, с. 29].

Проведенный исторический анализ тенденций в мировой радиоэлек-

тронной промышленности показал, что на ранних этапах она развивалась преимущественно за счет крупных, вертикально интегрированных компаний (Integrated Device Manufacturer – IDM). Основные тенденции, повлиявшие на развитие мировой радиоэлектронной промышленности и определившие в существенной степени ее текущее состояние заключаются в следующем: приоритет сокращения сроков вывода новых продуктов на рынок и гибкости производств, обусловленный быстрыми изменениями в спросе и постоянным повышением требований эффективности; увеличение значения концентрации на основных компетенциях, связанное с постоянно возрастающей сложностью и капиталоемкостью новых разработок, общая тенденция к усилению модульности электроники, а также повышение требований к эффективности функционирования предприятий; возрастающее значение кооперации в осуществлении исследований и разработок, производстве, маркетинге.

Результатом обозначенных процессов явилось формирование типичных моделей функционирования компаний, для каждой из которых характерны свои специфические ключевые факторы успеха. К указанным моделям относятся: разработчики продукции; дизайнеры; контрактные разработчики; контрактные сборщики и тестировщики; контрактные производители электронных компонентов или сборщики и тестировщики готовой продукции; вертикально интегрированные компании.

В настоящее время наблюдается сформировавшаяся тенденция группировки компаний в соответствии с описанной классификацией по различным странам в соответствии с уровнем и темпами развития их промышленности, спецификой национальной политики в области инноваций, национальными особенностями, историческими предпосылками и рядом других факторов. Обобщенными моделями, применяемыми различными предприятиями и государствами. При производстве радиоэлектронной продукции различными предприятиями в разных государствах используются следующие модели: диверсифицированный разработчик и производитель радиоэлектроники с высокой добавленной стоимостью; производитель массовой радиоэлектроники и компонентов; сборщик массовых конечных устройств.

Проведенный анализ показал, что большая часть государств, добившихся успехов в развитии своего высокотехнологичного сектора, осуществляли обоснованную государственную политику с целью реализации определенной модели инновационного развития [2, с. 8]. При этом можно выделить четыре основные модели развития инноваций: азиатскую, скандинавскую, американскую, израильскую, ключевые характеристики которых представлены в таблице.

Таблица

Основные модели инновационной политики на национальном уровне

Название модели	Общая характеристика модели
Азиатская модель	Привлечение иностранного бизнеса за счет создания комфортных условий (дешевая рабочая сила, качественная инфраструктура)
Скандинавская модель	Интенсивное развитие приоритетных для государства направлений, ориентация на экспорт наукоемкой высокотехнологичной продукции

Американская модель	Тесное взаимодействие образовательных учреждений с крупным бизнесом и государством на основе рыночной инициативы
Израильская модель	Государственная поддержка инновационного развития малого и среднего бизнеса на основе государственного заказа и различных программ поддержки. Высокая доля оборонной составляющей.

Исторический опыт свидетельствует, что проблемы реформирования и повышения эффективности национальных высокотехнологичных секторов экономики решались различными странами на основе применения разных подходов. Анализ данного опыта свидетельствует, что наибольших успехов добивались государства, применявшие комплексный подход к ее решению, основанный на приоритете инновационной составляющей и формировании эффективных национальных инновационных систем.

Статья разработана при финансовой поддержке РФФИ (проект № 14-18-00519).

Список литературы

1. Батьковский, А.М. Совершенствование инструментария анализа и прогнозирования развития предприятий радиоэлектронной промышленности [Текст] / Б.Н. Авдонин, А.М. Батьковский, М.А. Батьковский и др. – М.: онтоПринт. 2012. – 228 с.
2. Батьковский, А.М. Экономические стратегии развития предприятий радиоэлектронной промышленности в посткризисный период [Текст] / Б.Н. Авдонин, А.М. Батьковский – М.: Креативная экономика. 2011. – 512 с.

ЗАДАЧИ РАЗВИТИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РАДИОЭЛЕКТРОННОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Батьковский М.А.

ведущий научный сотрудник ФГУП «МНИИРИП»,
кандидат экономических наук,
Россия, г. Мытищи

В статье рассмотрены основные проблемы и задачи развития инвестиционной деятельности предприятий радиоэлектронной промышленности в условиях системного преобразования оборонно-промышленного комплекса, изменения целей военного строительства и развития кризисных явлений в российской экономике. Определены основные формы реализации указанных задач и приоритетные направления инвестиционной деятельности предприятий радиоэлектронной промышленности. Выявлены важнейшие мероприятия, направленные на разработку и внедрение новых технологий, изделий и услуг, соответствующих мировому уровню, а также улучшение основных показателей эффективности деятельности предприятий отрасли.

Ключевые слова: радиоэлектронный комплекс, развитие, модели, инновационное развитие, инвестиционная деятельность, эффективность.

Важнейшая задача, стоящая перед радиоэлектронной промышленно-

стью (РЭП) в условиях системного преобразования оборонно-промышленного комплекса (ОПК) России – повышение конкурентоспособности и инновационности продукции, создаваемой предприятиями отрасли. В сложившейся ситуации в ближайшие годы предприятия РЭП должны осуществить комплексную модернизацию, без которой невозможно решить проблему обеспечения производства вооружения и военной техники конкурентоспособной радиоэлектронной продукцией, которая в современных образцах оружия составляет до 70% от их стоимости.

В настоящее время предприятия радиоэлектронной промышленности испытывают острую необходимость в инвестициях на обновление основных фондов, расширение производства и внедрение новых технологий. Для ускорения модернизации предприятий отрасли на качественно новой технико-технологической основе необходимо обеспечить эффективное использование инвестиционных ресурсов. При этом высокий уровень физического износа основных фондов требует привлечения значительных инвестиционных средств.

Стратегическим направлением развития радиоэлектронной промышленности является переход ее на инновационный путь развития на основе повышения инновационной активности предприятий, а также разработки и внедрения новых технологий с целью увеличения объемов производства продукции и завоевания новых секторов рынка. Модернизация радиоэлектронной промышленности подразумевает создание современной научно-производственной инфраструктуры разработки и производства радиоэлектронных средств и стратегически значимых систем с использованием российской электронной компонентной базы нового технического уровня; повышения эффективности деятельности предприятий; расширения объемов производства массовой радиоэлектронной продукции; опережающего развития вертикально интегрированных структур; внедрения автоматизированного проектирования электронной компонентной базы и радиоэлектронной аппаратуры. Для решения поставленных задач разработаны и внедрены современные механизмы государственного управления и государственно-частного партнерства, которые позволяют организовать инвестиционное обеспечение процесса модернизации отрасли.

Основной формой реализации инвестиционной политики государства в отрасли являются целевые и государственные программы, которые позволяют на основе программно-целевого метода комплексно и системно решать поставленные задачи. Предприятия отрасли участвуют в реализации 6 программ, основными направлениями которых являются техническое перевооружение и реконструкция действующих радиоэлектронных производств, а также создание базовых центров системного проектирования. На период 2012-2015 гг. запланировано выделение более 100 млрд. рублей государственных инвестиций в модернизацию предприятий радиоэлектронной промышленности [1, с. 401].

Одним из приоритетных направлений инвестиционной деятельности РЭП в современных условиях является создание отраслевой сети дизайн-

центров, с помощью которых сейчас создаются многие виды инновационной продукции. Это направление деятельности в самое ближайшее время получит мощную поддержку в рамках разрабатываемой программы создания дизайн-центров.

Инвестиционная политика действующих в отрасли интегрированных структур реализуется через программы инновационного развития холдингов, которые позволяют объединить деятельность предприятий с целью повышения эффективности разработки, производства и реализации инновационной продукции. Указанные программы сформированы на среднесрочный период (5-7 лет) с учетом государственных приоритетов научно-технологического развития. Они включают мероприятия, направленные на разработку и внедрение новых технологий, изделий и услуг, соответствующих мировому уровню, а также улучшение основных показателей эффективности деятельности предприятий, в том числе:

- повышение производительности труда (не менее 5% ежегодно) до достижения значений, характерных для аналогичных зарубежных компаний;
- существенную (не менее 5 % ежегодно) экономию энергетических ресурсов, как в процессе производства, так и при эксплуатации производимой продукции;
- улучшение потребительских свойств производимой продукции;
- значительное (более 10%) уменьшение себестоимости выпускаемой продукции (услуг) [2, с. 148].

Доклад подготовлен при финансовой поддержке РНФ (проект № 14-18-00519).

Список литературы

1. Батьковский, М.А. Финансовое оздоровление и развитие предприятий радиоэлектронного комплекса в период посткризисного восстановления и модернизации российской экономики [Текст] / Б.Н. Авдонин, А.М. Батьковский, М.А. Батьковский и др. – М.: Креативная экономика. 2010. – 472 с.
2. Батьковский, А.М. Экономические стратегии развития предприятий радиоэлектронной промышленности в посткризисный период [Текст] / Б.Н. Авдонин, А.М. Батьковский. – М.: Креативная экономика. 2011. – 512 с.

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ, ОСУЩЕСТВЛЯЕМЫХ ПРЕДПРИЯТИЯМИ ОБОРОННО-ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА

Батьковский М.А.
ведущий научный сотрудник ФГУП «МНИИРИП»,
кандидат экономических наук,
Россия, г. Мытищи

В статье определены основные требования к методике оценки инвестиционных проектов, которые осуществляют предприятия оборонно-промышленного комплекса. Выявлена целевая направленность указанных требований. На основе применения методов экономического анализа и моделирования разработана методика оценки инвестиционных

проектов, реализуемых предприятиями оборонно-промышленного комплекса. Она базируется на алгоритме оценки инвестиционной деятельности предприятий, который состоит из двух этапов оценки всех инвестиционных проектов, рассматриваемых к реализации, и этапа выбора из них оптимальных проектов.

Ключевые слова: оборонно-промышленный комплекс, развитие, инвестиционные проекты, методика, алгоритм, предприятия, оценка.

Оценка инвестиционных проектов, реализуемых предприятиями оборонно-промышленного комплекса (ОПК) должна, по нашему мнению, базироваться на общепринятых показателях и учитывать специфику инвестиционных процессов, осуществляемых в военно-ориентированных отраслях. Необходимо, чтобы методика оценки инвестиционной деятельности предприятий оборонно-промышленного комплекса отвечала следующим основным требованиям:

- обеспечивала максимальный уровень корректности всех используемых данных;
- учитывала все наиболее значимые факторы, оказывающие влияние на инвестиционную деятельность;
- обеспечивала требуемый уровень наглядности для ее пользователей;
- позволяла быстро корректировать изменяемые данные, что особенно важно при применении вычислительной техники и современных программ;
- позволяла использовать ее при оценке различных инвестиционных проектов, реализуемых на разных предприятиях ОПК.

С учетом вышеперечисленных требований для решения рассматриваемой задачи целесообразно использовать методику, базирующуюся на трех-этапном алгоритме оценки инвестиционной деятельности предприятий ОПК. Указанный алгоритм состоит из двух этапов оценки всех инвестиционных проектов, рассматриваемых к реализации на предприятии оборонно-промышленного комплекса, и этапа выбора из них оптимальных проектов, т.е. оптимизации инвестиционного портфеля предприятия [1, с. 145]. На первом этапе на основании анализа соотношения прогнозируемых доходов и расходов проекта рассчитываются основные показатели эффективности проекта. На втором этапе оценки производится определение влияния на инвестиционный проект факторов риска. Сначала производится выбор показателей, которые будут в дальнейшем использоваться как вспомогательные для подсчета балльной оценки (показатели чистой текущей стоимости, срока окупаемости, чувствительности, индекса рентабельности инвестиций и др.). Далее выбирается основной показатель, к которому будет привязана вся дальнейшая оценка.

Затем выполняется ранжирование факторов по различным уровням, выявляются интервалы их изменения и цена деления при единичном приращении выбранного показателя. Проекту, который будет реализовывать предприятие ОПК, присваивается начальная балльная оценка, зависящая от величины значения основного рассматриваемого показателя. Алгоритм расчета

данной величины может строиться по-разному. Данный показатель можно определять с учетом величины ставки рефинансирования Центрального Банка РФ. Она позволяет сравнить доходность альтернативных вариантов вложения финансовых средств. При этом итоговая балльная оценка проекта, имеющего индекс рентабельности, равный ставке рефинансирования Центрального Банка РФ, в зависимости от выбранных интервалов становится равной нулю при максимальной отрицательной величине всех учитываемых факторов. Затем с помощью экспертных балльных оценок выполняется оценка воздействия факторов риска на проект. Средневзвешенная оценка по каждому значимому фактору умножается на ранг в соответствии с классификацией, построенной на втором этапе, и рассчитывается итоговая балльная оценка каждого фактора (табл. 1).

Таблица 1

**Рекомендации по применению балльных оценок влияния
некоторых факторов при оценке инвестиционных проектов**

Фактор	Рекомендации
Емкость рынка	Балльная оценка = 0, если имеется возможность полного заполнения рынка производимой предприятием продукцией (отклонения в разные стороны, соответственно +/-).
Новизна продукции	Балльная оценка = 0 для продукции, находящихся в стадии роста своего жизненного цикла.
Количество конкурентов	Балльная оценка = 0 в точке движения к олигополии и в точке, где начинаются признаки монополии. Совершенная или несовершенная конкуренция, а также монополия имеют большое отрицательное значение балльной оценки.
Перспективы рынка	Балльная оценка = 0 в случае возможности заполнения.
Ассортимент продукции конкурентов	Балльная оценка = 0 при одинаковом с основными конкурентами ассортименте создаваемой продукции.
Платежеспособность покупателей	Балльная оценка может быть только ≤ 0 при разном уровне платежей на данном рынке.
Квалификация кадров	Балльная оценка = 0 при равномерном распределении работников по требуемым специальностям уровням квалификации.
Парк оборудования	Балльная оценка = 0 при средней степени изношенности оборудования.
Возможность брака	Балльная оценка может быть только ≤ 0 и равна нулю при величине брака в пределах установленного норматива.
Расположение конкурентов	Балльная оценка всегда $>$ или $= 0$ (равна в случае, если конкуренты находятся в той же области).

Статья разработана при финансовой поддержке РНФ (проект № 14-18-00519).

Список литературы

1. Батьковский, А.М. Методика оценки эффективности инвестиционной программы финансового оздоровления и инновационного развития предприятия РЭК [Текст] / А.М. Батьковский // Радиопромышленность. – 2011. Выпуск 1. – С. 142–154.

МОДЕЛЬ ОПТИМИЗАЦИИ ПЛАНА ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБОРОННО-ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА

Батьковский М.А.

ведущий научный сотрудник ФГУП «МНИИРИП»,
кандидат экономических наук,
Россия, г. Мытищи

В статье представлен экономико-математический аппарат решения важнейшей задачи управления деятельностью предприятий оборонно-промышленного комплекса. Определены и формализованы основные условия деятельности данных предприятий, которые оказывают определяющее влияние на формирование плана производства продукции. Основным критерием при формировании оптимального плана производства продукции на предприятиях оборонно-промышленного комплекса определена максимизация их прибыли в плановом периоде (при условии обеспечения в полной мере потребностей заказчиков в создаваемой продукции).

Ключевые слова: производство, план, продукция, модель, оптимизация, предприятия, оборонно-промышленный комплекс.

Ограничения модели оптимизации плана производства продукции на предприятиях оборонно-промышленного комплекса (ОПК) должны отражать условия деятельности предприятия в плановом периоде (количественные и ценовые потребности рынка; имеющиеся конкурентные преимущества и недостатки продукции; возможности предприятия и др.). Основными из них являются:

1. Ограничение на величину производственной мощности предприятия:

$$\sum_{i=1}^n V_i * C_i \leq M_0^{\text{факт}} * k_i \quad (1)$$

где: V_i – планируемый объем производства i -го вида продукции, $i=1, \dots, n$; C_i – прогнозная цена на i -ый вид продукции; $M_0^{\text{факт}}$ – производственная мощность по данным за текущий период; k_i – коэффициент, учитывающий ожидаемый уровень инфляции в стране.

2. Ограничение на величину материальных ресурсов по каждому виду сырья и комплектующих:

$$\sum_{i=1}^n H_i^j * V_i \leq P^j \quad j=1 \dots k \quad (2)$$

где: P^j – максимально возможная величина j -го вида материальных ресурсов; H_i^j – норматив затрат j -го вида материальных ресурсов на производство единицы i -го вида продукции; V_i – плановый (прогнозный) объем производства i -го вида продукции, $i=1, \dots, n$.

3. Ограничение на фонд заработной платы предприятия:

$$\frac{\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^i [V_i * (t_{штij} + n_{рмij} * t_{пзij})]}{F_{\text{д}} * k_{\text{вн}}} * \overline{z}_{\text{план}} \leq \Phi 3П_{\text{факт}} * k_i \quad (3)$$

где: $\PhiЗП_{факт}$ – фактический фонд заработной платы в текущем году; $Z_{план}$ – прогнозная среднегодовая заработная плата 1-го работника предприятия; $t_{штij}$ – время, необходимое на изготовление единицы i -го вида продукции по j -ой операции; n_{PMij} – количество рабочих мест; $t_{ПЗij}$ – время подготовительного и заключительного периодов производственного процесса; $F_{Д}$ – действительный фонд рабочего времени; $k_{\text{вн}}$ – коэффициент выполнения нормы выработки.

4. Ограничение на изменения рыночной конъюнктуры:

$$\frac{V_{ij}}{V_{ij} * A_j} \leq \Delta V_{ij}; \quad i=1, \dots, n \quad (4)$$

где: V_{ij} – прогнозный объем производства i -го вида продукции с учетом j -го фактора рыночной конъюнктуры; V_{ij}' – прогнозная величина оптимального объема производства i -го вида продукции без учета изменений рыночной конъюнктуры; A_j – коэффициент торможения, или показатель удельного веса j -го параметра рыночной конъюнктуры в общем влиянии на изменение оптимального объема производства i -го вида продукции; $\Delta V_{ij}'$ – величина изменения оптимального объема производства i -го вида продукции под влиянием изменения j -го фактора конъюнктуры рынка.

Непосредственно величина изменения оптимального объема производства под влиянием изменения факторов рыночной конъюнктуры ΔV_{ij} определяется в зависимости от типа рынка и конкретного фактора рыночной конъюнктуры.

Методологические основы формирования оптимального плана производства продукции на предприятиях ОПК разработаны в [1, с. 38; 2, с. 65; 3, с. 127]. Основным критерием формирования оптимального плана деятельности предприятия ОПК является максимизация его прибыли в плановом периоде:

$$\Pi = \sum_{i=1}^n V_i * C_i - \sum_{i=1}^n V_i * S_{\text{перемен}} - S_{\text{пост}} \rightarrow \max \quad (5)$$

Критерий максимизации прибыли в полной мере отвечает основной цели предприятия ОПК – повышению экономической эффективности ее производственной деятельности.

В результате осуществления процедур (1) – (5) формируется план производства, наилучшим образом удовлетворяющий условиям производства и внутренним ресурсам предприятия оборонно-промышленного комплекса, прибыль от выполнения которого имеет максимальную величину [4, с. 12].

Статья разработана при финансовой поддержке РНФ (проект № 14-18-00519).

Список литературы

1. Батьковский, М.А. Теория и методология разработки стратегии развития предприятия [Текст] / А.М. Батьковский, М.А. Батьковский, И.В. Булава и др. – М.: Изд-во Международная академия оценки и консалтинга. 2009. – 278 с.
2. Батьковский, М.А. Стратегии развития высокотехнологичных предприятий [Текст] / М.А. Батьковский, М.А. Бендигов, С.Е. Закутнев и др.: под редакцией Батьковского М.А. – М.: Изд-во «Печатный двор «На Алексеевской», 2004. – 476 с.

3. Батьковский, М.А. Развитие теории и практики управления предприятиями высокотехнологичного комплекса [Текст] / Б.Н. Авдонин, А.М. Батьковский, М.А. Батьковский и др. – М: Изд-во МЭСИ. 2013. – 365с.

4. Батьковский, М.А. Анализ и прогнозирование развития предприятия в условиях кризиса [Текст] / М.А. Батьковский, М.А. Булава И.В., Мингалиев К.Н. // Экономический анализ: теория и практика. 2010. № 1. – С. 12-21.

ОПТИМИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОЙ ПРОДУКЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБОРОННО-ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА

Батьковский М.А.

ведущий научный сотрудник ФГУП «МНИИРИП»,
кандидат экономических наук,
Россия, г. Мытищи

В статье разработаны методологические основы и экономико-математический инструментарий оптимизации производства высокотехнологичной продукции, создаваемой на предприятиях оборонно-промышленного комплекса. Формализация данной задачи позволила разработать экономико-математическую модель указанной оптимизации, которая может быть применена при формировании программ и планов развития военного производства. Использование предлагаемой модели позволяет включать в планы те мероприятия, реализация которых повышает эффективность производства.

Ключевые слова: высокотехнологичное производство, оборонно-промышленный комплекс, предприятия, развитие, модели, оптимизация, продукция.

Необходимым условием постановки задачи оптимизации плана производства высокотехнологичной продукции на предприятиях оборонно-промышленного комплекса (ОПК) является многовариантность способов реализации структурных элементов плана (мероприятий, работ). В качестве генератора реализуемых вариантов этих элементов могут служить затратные модели и методы формирования вариантов реализации отдельных мероприятий, входящих в состав плана [1, с.136; 2, с. 122]. Сформулируем задачу оптимизации плана производства высокотехнологичной продукции следующим образом. Пусть P – вектор показателей целевой направленности и эффективности результатов производства в плановом периоде, которые могут быть определены количественно, E – матрица норм (экспертных оценок) эффективности вклада отдельных мероприятий, реализуемых в плановом периоде в достижение производственных целей предприятия. Обозначим: X – вектор интенсивностей использования вариантов реализации отдельных мероприятий в плановом периоде, $0 \leq X \leq 1$; C – вектор затрат (в стоимостной форме) на реализацию вариантов мероприятий плана; A_i – матрицы норм затрат соответственно финансовых $i = 1$, материальных $i = 2$, инвестиционных $i = 3$ ресурсов на реализацию плана, а B_i – векторы объемов этих ресурсов; $\Omega = \{\omega_v\}$ – вектор приоритетов отдельных проектов, ω^* – барьерный управляющий параметр, задаваемый лицом, принимающим решение (ЛПР), $\omega^* \in \Omega$.

Экономическую сущность решения рассматриваемой задачи можно сформулировать как определение такого набора вариантов реализации планируемого комплекса мероприятий (с учетом их приоритетов), который обеспечивает достижение целей предприятия при минимальном уровне затрат:

$$C \cdot X \rightarrow \min \quad (1)$$

при следующих ограничениях:

– по безусловному достижению целевых установок плана:

$$E \cdot X \geq P \quad (2)$$

– по финансовым, материальным и инвестиционным ресурсам предприятия:

$$A_i \cdot X \leq B_i, \quad i = 1, 2, 3 \quad (3)$$

– по обязательному включению в план одного из вариантов полной реализации планируемых мероприятий:

$$X = 1 \quad \text{для } \omega \geq \omega^* \quad (4)$$

Следует учитывать, что варианты реализации отдельных мероприятий плана, не взаимоувязаны по календарным срокам их начала и окончания, т.е. отсутствует полная корректность решения рассматриваемой задачи, поскольку не формализована четкая последовательность выполнения мероприятий плана во времени [3, с.14]. Введение детерминированных временных связей по всем мероприятиям плана существенно усложняет данную модель, увеличивает размерность и трудоемкость построения ее технологической матрицы. Поэтому получение эффективного решения только методами математического программирования для реальной технологии планирования высокотехнологичного производства недостаточно, т.к. за рамками оптимизации остаются некоторые существенные вопросы согласования мероприятий плана, которые прорабатываются главным образом в исходных вариантах их жизненных циклов [4, с.178]. Для учета данного обстоятельства и принимая во внимание, что модель (1) – (4) является линейной частично с целочисленными булевыми и с непрерывными переменными при дальнейшем решении данной задачи можно использовать алгоритмы, реализующие, например, метод ветвей и границ, который позволяет решать смешанные задачи целочисленного и непрерывного линейного программирования, причем количество булевых переменных и скорость счета отвечают требованиям интерактивной технологии планирования.

Статья разработана при финансовой поддержке РФФ (проект № 14-18-00519).

Список литературы

1. Батьковский, М.А. Методология и инструментарий управления инновационной деятельностью экономических систем в условиях транснационализации экономики и ее неустойчивого посткризисного развития [Текст] / А.М. Батьковский, М.А. Батьковский, В.П. Божко, и др. – М.: Изд-во МЭСИ. 2010. – 472 с.
2. Батьковский, М.А. Оценка экономической устойчивости предприятий оборонно-промышленного комплекса [Текст] / А.М. Батьковский, М.А. Батьковский, С.В. Гордейко, А.П. Мерзлякова. // Аудит и финансовый анализ, 2011 г., № 6. – С.120-126

3. Батьковский, М.А. Анализ и прогнозирование развития предприятия в условиях кризиса [Текст] / М.А. Батьковский, Булава И.В., Мингалиев К.Н. // Экономический анализ: теория и практика. 2010. № 1. – С. 12-21.

4. Батьковский, М.А. Анализ влияния рыночной конъюнктуры на развитие предприятий радиоэлектронной промышленности. [Текст] / А.М. Батьковский, М.А. Батьковский, А.П. Мерзлякова. // Вопросы радиоэлектроники. Серия Общетехническая (ОТ). – 2011. – Выпуск 5. – С. 177–188.

ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБОРОННО-ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА ЕГО ПРИБЫЛИ И ЧИСТЫХ АКТИВОВ

Батьковский М.А.

ведущий научный сотрудник ФГУП «МНИИРИП»,
кандидат экономических наук,
Россия, г. Мытищи

В статье предложена методика оценки финансового состояния предприятия оборонно-промышленного комплекса, базирующаяся на анализе его чистых активов и прибыли. Данная методика предназначена для использования на предприятиях, имеющих акционерную форму собственности. В ней реализован подход, рекомендуемый для определения устойчивости предприятий, желающих участвовать в реализации проектов, имеющих общегосударственное, региональное и межрегиональное значение, с использованием бюджетных ассигнований Инвестиционного фонда Российской Федерации.

Ключевые слова: оборонно-промышленный комплекс, анализ, предприятие, финансовое состояние, модели, прибыль, чистые активы.

Гарантией успешного развития предприятий оборонно-промышленного комплекса (ОПК), выступающих катализатором инновационной модернизации российской экономики, является их финансовая устойчивость, на которую оказывают влияния различные факторы: положение предприятий на рынке; выпуск пользующейся спросом продукции; степень зависимости от внешних кредиторов и инвесторов; наличие неплатежеспособных дебиторов и др. Для оценки финансовой устойчивости предприятий ОПК – акционерных обществ используются различные показатели, однако в современных условиях необходимо дальнейшее развитие инструментария ее оценки с учетом специфики их производственно-хозяйственной деятельности, которая ориентирована в первую очередь на удовлетворение потребностей государства, а не рынка (70% создаваемой ими продукции потребляется государством). Данное обстоятельство сужает возможности использования в ОПК многих регуляторов хозяйственной деятельности предприятий, которые ориентированы на использование в условиях свободного рынка [1, с. 54].

Одним из основных источников финансирования деятельности предприятий ОПК является оплата продукции, создаваемой по государственному оборонному заказу. Поэтому для объективного анализа финансовой устойчивости предприятий ОПК, имеющих акционерную форму собственности,

предлагается методика, в которой реализован подход, рекомендуемый для определения устойчивости предприятий, желающих участвовать в реализации проектов, имеющих общегосударственное, региональное и межрегиональное значение, с использованием бюджетных ассигнований Инвестиционного фонда Российской Федерации. Данный подход экономически целесообразен, т.к. предприятия оборонно-промышленного комплекса должны соответствовать критериям, определенным в этом документе, и, кроме того, перечень показателей финансовой устойчивости, представленный в нем, представляется наиболее полным и подходящим для оценки ее текущего состояния и прогнозирования.

В качестве основного метода определения финансовой устойчивости предприятий ОПК – акционерных обществ нами предлагается использовать анализ абсолютных показателей ее оценки [2, с. 38]. В качестве абсолютных показателей финансовой устойчивости данных предприятий следует применять показатель величины чистых активов (*ЧА*) и показатель прибыли до вычета расходов по процентам, уплаты налогов и амортизационных отчислений (*EBITDA*).

Чистые активы – один из наиболее значимых показателей финансово-хозяйственной деятельности, используемый в широком диапазоне. Величина чистых активов предприятий ОПК рассчитывается по данным бухгалтерского баланса на основании «Порядка оценки стоимости чистых активов акционерных обществ» по следующей формуле:

$$ЧА = (A - Зук) - (До + Ко - Дбп) \quad (1)$$

где: *ЧА* – чистые активы; *A* – активы по балансу; *Зук* – задолженность учредителей по взносам в уставный капитал; *До* – долгосрочные обязательства; *Ко* – краткосрочные обязательства; *Дбп* – доходы будущих периодов.

При положительном значении величины чистых активов выполняется минимальное условие финансовой устойчивости предприятия ОПК – акционерного общества. Рекомендуемое значение показателя чистых активов устанавливается большим нуля: $ЧА > 0$.

EBITDA (Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization) – аналитический показатель, равный объёму прибыли до вычета расходов по процентам, уплаты налогов и амортизационных отчислений. Данный показатель позволяет определить эффективность деятельности предприятия ОПК независимо от его задолженности перед различными кредиторами и государством, а также от метода начисления амортизации. Он может быть рассчитан на основе финансовой отчётности предприятия для оценки прибыльности основной деятельности предприятия ОПК на основе данных форм №1 и №5 бухгалтерской отчетности:

$$EBITDA = B - Cc - Kp - Up + Ao \quad (2)$$

где: *EBITDA* – прибыль до вычета расходов по процентам, уплаты налогов и амортизационных отчислений; *B* – выручка; *Cc* – себестоимость; *Kp* – коммерческие расходы; *Up* – управленческие расходы; *Ao* – амортизационные отчисления.

При положительном значении показателя *EBITDA* выполняется мини-

мальное условие финансовой устойчивости предприятия ОПК. Рекомендуемое значение показателя *EBITDA* устанавливается большим нуля: $EBITDA > 0$.

Статья разработана при финансовой поддержке РНФ (проект № 14-18-00519).

Список литературы

1. Батьковский, М.А. Финансовое оздоровление и развитие предприятия. [Текст] / С.Ю. Балычев, М.А. Батьковский, Ю.Е. Хрусталеv. – М.: Гипростроймост. 2003. – 245 с.
2. Батьковский, М. А. Финансовое оздоровление и развитие предприятий радио-электронного комплекса в период посткризисного восстановления и модернизации российской экономики [Текст] / Б.Н. Авдонин, А.М. Батьковский, М.А. Батьковский и др. – М.: Креативная экономика. 2010. – 472 с.

ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБОРОННО-ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА НА ОСНОВЕ ОТНОСИТЕЛЬНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

Батьковский М.А.

ведущий научный сотрудник ФГУП «МНИИРИП»,
кандидат экономических наук,
Россия, г. Мытищи

В статье представлен инструментарий оценки финансового состояния предприятий оборонно-промышленного комплекса, который базируется на применении наиболее известных относительных показателей данной оценки. Используемые в методике коэффициенты оценки наиболее приемлемы к решению рассматриваемой задачи на предприятиях оборонно-промышленного комплекса.

Ключевые слова: оценка, оборонно-промышленный комплекс, относительные показатели, коэффициенты, предприятия, оценка, финансовое состояние

В качестве относительных показателей оценки финансовой устойчивости предприятия ОПК рекомендуется использовать показатели, характеризующие его способность отвечать по своим долгосрочным обязательствам и показатели эффективности его деятельности [1, с. 68].

Оценка способности предприятий оборонно-промышленного комплекса отвечать по своим долгосрочным обязательствам осуществляется путем расчета следующих показателей:

1) коэффициент финансовой устойчивости ($ДI$), показывающий удельный вес источников финансирования, которые могут быть использованы длительное время:

$$ДI = (K + З + Дбн + P) / A \quad (1)$$

где $ДI$ – коэффициент финансовой устойчивости; K – капитал и резервы; $З$ – займы и кредиты; $Дбн$ – доходы будущих периодов; P – резервы предстоящих расходов; A – активы.

Рекомендуемое значение коэффициента $ДI \geq 0,4$, что свидетельствует о том, что, хотя бы 1/3 источников финансирования предприятия ОПК – долгосрочные.

2) коэффициент финансовой зависимости ($D2$), характеризующий зависимость от внешних источников финансирования (т.е. какую долю во всей структуре капитала занимают заемные средства):

$$D2 = (D_o + K_o - Z_y + D_{bn} + P) / \Pi \quad (2)$$

где $D2$ – коэффициент финансовой зависимости; D_o – долгосрочные обязательства; K_o – краткосрочные обязательства; Z_y – задолженность перед учредителями; D_{bn} – доходы будущих периодов; P – резервы предстоящих расходов; Π – пассивы.

Рекомендуемое значение данного коэффициента должно быть меньше 0,8, т.е. обязательства должны занимать менее 80% в структуре капитала предприятия оборонно-промышленного комплекса. Данный коэффициент не рассчитывается, если значение собственного капитала ($СК$) отрицательное, таким образом, условием расчета данного показателя является: $СК > 0$.

3) коэффициент инвестирования ($D3$), характеризующий долю долгосрочных источников финансирования при формировании внеоборотных активов:

$$D3 = Ba / (K + D_k) \quad (3)$$

где $D3$ – коэффициент инвестирования; Ba – внеоборотные активы; K – капитал и резервы; D_k – долгосрочные кредиты и займы.

Рекомендуемое значение рассматриваемого коэффициента должно быть меньше 2, т.е. не менее половины внеоборотных активов необходимо формировать за счет долгосрочных источников финансирования: $D3 < 2$.

4) коэффициент финансирования ($D4$), позволяющий определить, какая часть деятельности предприятия ОПК финансируется за счет собственных средств:

$$D4 = (K + D_{bn} + P) / (D_o + K_o - D_{bn} - P) \quad (4)$$

где $D4$ – коэффициент финансирования; K – капитал и резервы; D_{bn} – доходы будущих периодов; P – резервы предстоящих расходов; D_o – долгосрочные обязательства; K_o – краткосрочные обязательства.

Рекомендуемое значение указанного коэффициента должно быть больше 0,25, что характеризует отношение собственного капитала предприятия ОПК к заемному капиталу. Коэффициент $D4$ не рассчитывается, если значение собственного капитала отрицательное, т.е. условием его расчета является $СК > 0$.

5) коэффициент отношения прибыли до вычета расходов по процентам, уплаты налогов и амортизационных отчислений ($EBITDA$) к уплачиваемым процентам ($D5$). Он характеризует способность предприятия ОПК – акционерного общества отвечать по обязательствам по уплате процентов по кредитам и займам:

$$D5 = EBITDA / Pr \quad (5)$$

где $D5$ – коэффициент отношения прибыли к уплачиваемым процентам; $EBITDA$ – прибыль до вычета расходов по процентам, уплаты налогов и амортизационных отчислений; Pr – проценты к уплате.

Рекомендуемое значение $EBITDA > 1$.

6) коэффициент отношения величины долгосрочных кредитов и займов

к величине прибыли до вычета расходов по процентам, уплаты налогов и амортизационных отчислений (*EBITDA*) (*Дб*). Он характеризует способность предприятия ОПК выполнять свои обязательства по долгосрочным кредитам и займам в перспективе, исходя из текущего размера прибыли до вычета расходов по процентам, уплаты налогов и амортизационных отчислений:

$$Дб = Дк / EBITDA \quad (6)$$

где *Дб* – коэффициент отношения величины долгосрочных кредитов и займов к величине прибыли; *Дк* – долгосрочные кредиты и займы.

Рекомендуемое значение данного коэффициента не устанавливается.

Статья разработана при финансовой поддержке РНФ (проект № 14-18-00519).

Список литературы

1. Батьковский, М.А. Совершенствование анализа финансовой устойчивости предприятия [Текст] / А.М. Батьковский, М.А. Батьковский, С.В. Гордейко // Аудит и финансовый анализ. – 2011. – № 5. – С. 67–73

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБОРОННО-ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА

Батьковский М.А.

ведущий научный сотрудник ФГУП «МНИИРИП»,
кандидат экономических наук,
Россия, г. Мытищи

В статье рассмотрена важная научно-практическая задача оценки финансовой деятельности предприятия оборонно-промышленного комплекса. Определены методические подходы, которые следует использовать при решении рассматриваемой задачи. Представлена система показателей оценки финансовой деятельности предприятия оборонно-промышленного комплекса. Даны алгоритмы расчета указанных показателей и их рекомендуемые количественные значения.

Ключевые слова: оборонно-промышленный комплекс, оценка, предприятия, финансовая деятельность, показатели, алгоритмы.

Оценка эффективности финансовой деятельности предприятия оборонно-промышленного комплекса (ОПК) осуществляется на основе ряда федеральных и ведомственных нормативно-методических документов [1, с. 1; 2 с. 1]. Для оценки эффективности финансовой деятельности предприятия ОПК целесообразно использовать методические подходы, представленные в [3, с. 23; 4, с. 35; 5, с. 125]. Предлагается рассчитывать следующие показатели, которые должны оцениваться в динамике:

1) коэффициент текущей ликвидности (*Лл*), отражающий, в какой степени все краткосрочные обязательства предприятия ОПК обеспечены оборотными активами:

$$Лл = Ва / [(Ko - (P + Дбn)], \quad (9)$$

где *Лл* – коэффициент текущей ликвидности; *Ва* – внеоборотные активи-

вы; Ko – краткосрочные обязательства; P – резервы предстоящих расходов; $Дбн$ – доходы будущих периодов.

Рекомендуемое значение данного коэффициента: $ЛП \geq 1$.

2) рентабельность продаж, отражающая удельный вес прибыли на рубль выручки от реализации:

$$P1 = П / В * 100\%, \quad (10)$$

где $P1$ – рентабельность продаж; $П$ – прибыль (убыток) от продаж; $В$ – выручка.

3) рентабельность активов (экономическая рентабельность), отражающая удельный вес прибыли на 1 рубль имущества:

$$P2 = ЧП / А * 100\%, \quad (11)$$

где $P2$ – рентабельность активов; $ЧП$ – чистая прибыль (убыток); $А$ – активы.

4) рентабельность собственного капитала, отражающая эффективность использования предприятием ОПК собственного капитала:

$$P3 = ЧП / (K + Дбн + P), \quad (12)$$

где $P3$ – рентабельность собственного капитала; $ЧП$ – чистая прибыль (убыток); K – капитал и резервы; $Дбн$ – доходы будущих периодов; P – резервы предстоящих расходов.

5) рентабельность основной деятельности, характеризующая удельный вес прибыли на 1 рубль затрат:

$$P4 = ЧП / Сс * 100\%, \quad (13)$$

где $P4$ – рентабельность основной деятельности; $ЧП$ – чистая прибыль (убыток); $Сс$ – себестоимость.

Указанные показатели оценки финансовой устойчивости позволяют контролировать и прогнозировать важнейшие показатели, характеризующие финансовые результаты деятельности предприятий ОПК – акционерных обществ [6, с. 68]. Более того, положительные значения коэффициентов дают возможность рассчитывать предприятиям на участие в крупных государственных проектах, что означает получение большего объема заказов на продукцию, выпуск новых видов изделий и приобретение современного оборудования, а также господдержку в случае финансовых трудностей [7, с. 225]. Особенно актуально решение данной задачи в современных кризисных условиях развития российской экономики.

Доклад подготовлен при финансовой поддержке РНФ (проект № 14-18-00519).

Список литературы

1. Приказ ФСФО РФ № 16 от 23 января 2001 года «Об утверждении Методических указаний по проведению анализа финансового состояния организаций».

2. Приказ Министерства регионального развития Российской Федерации от 17.04.2010 № 173 «Об утверждении Методики расчета показателей абсолютной и относительной финансовой устойчивости, которым должны соответствовать коммерческие организации, желающие участвовать в реализации проектов, имеющих общегосударственное, региональное и межрегиональное значение, с использованием бюджетных ассигнований Инвестиционного фонда Российской Федерации».

3. Батьковский, М.А. Финансовое оздоровление предприятий в условиях рецессии и посткризисного развития российской экономики: теория и инструментарий [Текст] / А.М. Батьковский, М.А. Батьковский, К.Н. Мингалиев и др. – М.: МАОК, 2010. – 352 с.
4. Батьковский, М.А. Управление финансовой устойчивостью предприятий [Текст] / А.М. Батьковский, М.А. Батьковский, С.Ю. Балычев, В.П. Божко // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. 2013. № 4. – С. 33–37.
5. Батьковский, М.А. Финансовое оздоровление и развитие предприятия [Текст] / М.А. Батьковский, С.Ю. Балычев, Ю.О. Хрусталева. – М.: Гипростроймост. 2003. – 245 с.
6. Батьковский, М.А. Совершенствование анализа финансовой устойчивости предприятия [Текст] / А.М. Батьковский, М.А. Батьковский, С.В. Гордейко // Аудит и финансовый анализ. – 2011. – № 5. – С. 67–73.
7. Батьковский, М.А. Финансовое оздоровление предприятий в условиях рецессии и посткризисного развития российской экономики: теория и инструментарий [Текст] / А.М. Батьковский, М.А. Батьковский, И.В. Булава, К.Н. Мингалиев – М.: Международная академия оценки и консалтинга. 2010. – 339 с.

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ, ВЫПУСКАЕМОЙ ПРЕДПРИЯТИЯМИ ОБОРОННО-ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА

Батьковский М.А.

ведущий научный сотрудник ФГУП «МНИИРИП»,
кандидат экономических наук,
Россия, г. Мытищи

В статье разработан экономико-математический инструментарий формирования прогнозов качества продукции, создаваемой предприятиями оборонно-промышленного комплекса. Предложен критерий оценки уровня качества данной продукции и выявлено важнейшее условие повышения указанного уровня. Представлена модель определения времени замены используемых в производстве технологий.

Ключевые слова: оборонно-промышленный комплекс, предприятия, продукция, качество, прогнозирование, модели, инструментарий.

При прогнозировании повышения качества продукции, выпускаемой предприятиями оборонно-промышленного комплекса (ОПК) для определения обобщенного показателя качества находится средневзвешенная арифметическая (геометрическая) зависимость относительных значений единичных свойств продукции (q) и их соответствующая весовость (α):

$$TQ = \sum_{n=1}^N \alpha_n q_n \quad (1)$$

или

$$TQ = \prod_{n=1}^N \alpha_n q_n \quad (2)$$

где: N – количество свойств.

Меру приближения реально обеспечиваемого полезного результата оцениваемой продукции к его потенциально возможной величине следует

рассматривать как критерий оценки уровня качества, который характеризуется следующим выражением:

$$QL = \frac{S^P - \Delta S^P}{S^P} \rightarrow \max; \quad \Delta S^P = (K_{CV} - K_{QL}) \times S^P \quad (3)$$

где: QL – уровень качества новой продукции; S^P – потенциальная экономия, обеспечиваемая у конкретного потребителя; ΔS^P – недополученная экономия (потери) из-за недостаточного развития свойств продукции; K_{CV} – коэффициент потребительной стоимости; K_{QL} – коэффициент качества выпускаемой новой продукции. Приняв, что при выпуске n -ой единицы продукции мы имеем прибыль, равную P_n , легко установить значение экономии от повышения качества продукции высокотехнологичного предприятия:

$$S_{QL} = \sum_{n=1}^N P_n K_{AVn} \quad (4)$$

где: N – количество видов продукции; K_{AVn} – дополнительный выпуск продукции одного вида.

Второй и третий факторы связаны со снижением расхода ресурсов (материальных, энергетических, трудовых и др.):

$$S_R = \sum_{n=1}^N V_n^R C_n^R \quad (5)$$

где: N – количество видов ресурсов; V_i^R – снижение расхода одного вида ресурса; C_i^R – цена единицы одного вида ресурса. Установив структуру полезного результата, вызванного повышением качества, можем получить трансформированный вид рассматриваемого критерия:

$$QL = \frac{(S_{QL}^P + S_R^P) - (\Delta S_{QL}^P + \Delta S_R^P)}{S_{QL}^P + S_R^P} \rightarrow \max \quad (6)$$

где: S_{QL}^P и S_R^P – повышенная возможная экономия в результате прироста прибыли и снижения расхода ресурсов; ΔS_{QL}^P и ΔS_R^P – необеспеченная экономия в результате снижения объема прибыли и увеличения расхода ресурсов.

Для повышения качества производимой продукции предприятия ОПК должны регулярно модернизировать (заменять) используемую технологию [1, с. 27]. Поэтому необходима сравнительная оценка конкурентоспособности различных технологий, то есть определение точки перехода предельных издержек к большему количеству изменений их объема при том, что издержки на единицу дополнительно произведённой продукции будут уменьшаться:

$$MC = \frac{TC}{Q} \quad (7)$$

где: MC – предельные издержки; TC – суммарные валовые издержки; Q – соответствующее количество произведённой продукции.

Представим точку минимального значения предельных издержек:

$$Z = MC_t - MC_{t+1} > 0 \quad (8)$$

$$Z = MC_{\min} \quad (9)$$

где: Z – точка (момент времени), определяющая необходимый срок за-

мены технологии и оборудования предприятия; $MC_{\min}$ – минимальное значение предельных издержек; t – точка интервала времени, соответствующая определенному объему, выпускаемой предприятием продукции; MC_t – средние переменные издержки в точке t ; $t+1 > t$ – период времени, больший чем t , тогда:

$$Z_t = ATC_t - ATC_{t+1} > 0 \quad (10)$$

$$Z_t = ATC_{\min} \quad (11)$$

где: Z_t – точка (момент времени), определяющая необходимый средний срок замены предприятием, используемой техники и технологии; $ATC_{\min}$ – минимальные средние общие издержки; ATC_t – средние общие издержки в точке t ; t – точка (момент времени) из интервала времени; $t+1$ -следующая за t точка (момент времени) времени. Расчёт точки X и X_r с позиции предельной и средней производительностью труда приводит к точному обоснованию использования данной (или иной) технологии.

Статья разработана при финансовой поддержке РФФИ (проект № 14-18-00519).

Список литературы

1. Батьковский, А.М. Методические основы разработки стратегий инновационного развития предприятий [Текст] / М.А. Батьковский // Материалы 11 Всероссийского симпозиума «Стратегическое планирование и развитие предприятий». Секция 2. – М.: ЦЭМИ РАН, 2010. – С. 27-28.

РОЛЬ ТЕХНОЛОГИЙ В РАЗВИТИИ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Батьковский М.А.

ведущий научный сотрудник ФГУП «МНИИРИП»,
кандидат экономических наук,
Россия, г. Мытищи

В статье рассмотрена роль технологий в развитии высокотехнологичных предприятий. Определена экономическая значимость высокотехнологичных предприятий в экономике. Предложено рассматривать высокотехнологичное предприятие как институциональную форму эффективного взаимодействия науки и производства. Представлены критерии оценки технологий. Выявлены основные инструменты, способствующие повышению качества факторов производства на высокотехнологичном предприятии и оказывающие влияние на его конкурентоспособность.

Ключевые слова: высокотехнологичные предприятия, развитие, технологии, анализ, эффективность, факторы, оценка, критерии.

Эффективность использования технологии меняется в соответствии со следующими закономерностями: в начальный период, когда предприятие начинает вкладывать средства в разработку технологии (фаза зарождения), рост затрат превышает рост получаемых результатов; затем, в фазе роста

происходит скачкообразное улучшение результатов – они растут быстрее затрат. В дальнейшем, по мере инвестирования дополнительных средств в технологию (фаза зрелости), эффективность снижается – темпы роста затрат превышают темпы роста результата. На этом этапе технология достигает своего предела, а ее дальнейшее совершенствование становится экономически нецелесообразным. На фазе спада возникает необходимость замены данной технологии на новую [1, с. 136].

Значительное усиление роли технологий и их бурное развитие – основная причина возникновения высокотехнологичных предприятий (ВТП), поскольку ВТП – это институциональная форма, обеспечивающая эффективное взаимодействие научно-технических институтов и хозяйствующих субъектов.

Несмотря на особую значимость ВТП в экономическом развитии, единого определения высокотехнологичного предприятия до настоящего времени не существует. С одной стороны, ВТП рассматривается как предприятие, определенная доля продукции которого производится с использованием высоких технологий. Однако до настоящего времени нет общепринятой точки зрения по поводу количественной оценки этой доли. Так, например, к высокотехнологичным предприятиям в некоторых источниках предлагается относить те, которые не менее половины продукции производят с использованием высоких технологий. При этом технологии должны оцениваться по следующим критериям: новизна технологии, технический уровень и преимущества технологии по сравнению с аналогами, удельная материалоемкость, удельная энергоемкость, срок окупаемости, удельная добавленная стоимость, соответствие стандартам и др. [2, с. 58].

При втором подходе высокотехнологичным предприятием называется то, в котором показатель наукоемкости создаваемой продукции превышает ориентировочно 5,5 %. Кроме того, при оценке продукции должны учитываться технический уровень продукции по сравнению с аналогами, патентная защищенность, сертификация, ориентация на развитие экспорта, импортозамещение и другие факторы [3, с. 43].

Любое ВТП стремится к повышению операционной эффективности производства с целью более эффективного по сравнению с конкурентами выполнения сходных видов деятельности. В результате ВТП приобретает конкурентные преимущества, с учетом которых оно должно определять стратегию своего развития. Следовательно, высокотехнологичное предприятие должно быть ориентировано, в первую очередь, на улучшение показателей операционной эффективности своей деятельности, которая обуславливает развитие конкуренции.

В основе улучшения показателей операционной эффективности лежат факторы производства. Основными инструментами, способствующими повышению качества факторов производства высокотехнологичного предприятия и оказывающими влияние на его конкурентоспособность, являются следующие:

1. Состояние финансовых ресурсов ВТП, определяющее изменение других факторов производства: производственных мощностей; квалифика-

ции персонала и др. Показатели, определяющие финансовые ресурсы предприятия характеризуют источники его конкурентных преимуществ, от величины которых во многом зависит место высокотехнологичного предприятия на рынке.

2. Уровень развития технологии предприятия, характеризующий все виды используемых технологических процессов, – один из главных источников снижения издержек производства, обеспечивающий конкурентные преимущества ВТП. Все виды технологических процессов имеют уровень развития, соответствующий определённому периоду деятельности высокотехнологичного предприятия. В совокупности они образуют технологию ВТП. При этом, чем выше уровень технологии предприятия, тем ниже объём его издержек и больше норма прибыли.

3. Уровень управления предприятием, выражающий соответствие технологии ВТП условиям его деятельности, которые подразделяются на внутреннее и внешние. Важнейшим внешним условием является общий уровень развития технологии в отрасли. Основное внутреннее условие – сроки замены технологии на конкретном предприятии.

Статья разработана при финансовой поддержке РГНФ (проект № 14-02-00060).

Список литературы

1. Батьковский, М.А. Теоретические основы и инструментарий управления долгосрочным развитием высокотехнологичных предприятий [Текст] / Б.Н. Авдонин, А.М. Батьковский, М.А. Батьковский и др. – М.: МЭСИ. 2011. – 282 с.
2. Батьковский, М.А. Совершенствование инструментария анализа и прогнозирования развития предприятий радиоэлектронной промышленности [Текст] / Б.Н. Авдонин, А.М. Батьковский, М.А. Батьковский и др. – М.: онтоПринт. 2012. – 228 с.
3. Батьковский, М.А. Развитие теории и практики управления предприятиями высокотехнологичного комплекса [Текст] / Б.Н. Авдонин, А.М. Батьковский, М.А. Батьковский и др. М: МЭСИ. 2013. – 365с.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ МЕХАНИЗМА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ РЕГИОНА

Голоушкина Е.Н.

аспирантка Сибирского федерального университета,
Россия, г. Красноярск

В работе проанализированы различные подходы отечественных авторов к вопросам разработки механизма устойчивого развития энергетической отрасли. Предложена авторская формулировка понятия «механизм устойчивого развития энергетического комплекса региона» с учетом временного аспекта и структурной составляющей топливно-энергетического комплекса.

Ключевые слова: механизм, устойчивое развитие, регион, энергетический комплекс.

Одним из условий успешного развития и функционирования любой отрасли промышленности является четкое описание механизма и методов ее устойчивого развития.

Вопросы, касающиеся разработки механизмов развития энергетической отрасли, инструментов и методов эффективного управления топливно-энергетическим комплексом были рассмотрены многими отечественными авторами. Нами были изучены работы таких авторов, как Бороухин Д.С., Лозенко В.К. и Агеева М.К., Чернышева А.В. Авторами рассмотрены механизмы экономического воздействия стимулирования использования возобновляемых источников энергии, вопросы создания механизма устойчивого развития предприятий топливно-энергетического комплекса, алгоритм его реализации и адаптации, развитие организационных механизмов управления энергоэффективностью.

Однако, на наш взгляд вопросы, касающиеся разработки механизма устойчивого развития проработаны не в полной мере. Так, например, до сих пор не разработано понятие механизма устойчивого развития топливно-энергетического комплекса региона. Таким образом, анализ используемых механизмов формирования устойчивого развития и разработка такого механизма является крайне актуальными задачами, в связи с недостаточностью проработанности теоретических и практических аспектов механизма формирования устойчивого развития энергетической отрасли.

Чернышев А.В. в своей работе раскрывает основные механизмы экономического воздействия стимулирования использования возобновляемых источников энергии, к которым относит: ускоренную амортизацию оборудования, субсидирование инвестиций для ВИЭ, использование специальных зеленых сертификатов для энергии от ВИЭ, подготовка и повышение квалификации специалистов, занятых в сфере производства энергии на основе ВИЭ, выявление спроса на электроэнергию с оценкой перспектив использования ВИЭ и другие [4, с. 163]. На наш взгляд, предложенную автором позицию вряд ли можно назвать механизмом, а скорее мерами стимулирования использования возобновляемых источников энергии, так как автором не рассмотрена структурная составляющая и временной аспект (то есть предложенные меры никаким образом не упорядочены). Автор не достаточно полно раскрывает основные механизмы воздействия стимулирования возобновляемых источников энергии, не упоминая, например, о таких мерах воздействия на управление эффективностью использования ВИЭ, как, например, совершенствование нормативно-правовой базы, как на федеральном, так и на региональном уровнях. Не смотря на это, автором уделено достаточно большое внимание экономическим мерам стимулирования использования ВИЭ, что на наш, взгляд, вносит достаточно большой вклад в науку.

Лозенко В.К. и Агеев М.К. рассматривают вопросы решения организационных проблем, развития организационных механизмов управления энергоэффективностью, являющегося ключевым фактором инновационного прогресса в управлении энергоэффективностью. К организационным механизмам системой управления энергоэффективностью по мнению авторов относятся: создание новой нормативно-методической базы управления энергоэффективностью, внедрение системы показателей

энергоэффективностью, использование механизма внутреннего аудита системы управления энергоэффективностью и ее дальнейший анализ. Авторами механизм управления энергоэффективностью представлен в виде четырех составляющих: развитие, функционирование, мониторинг и контроль [1, с. 59]. На наш взгляд, авторами достаточно полно раскрыт механизм управления энергоэффективностью, так как включает в себя и алгоритм построения системы управления энергоэффективностью, и структурную составляющую. Однако организационный механизм предложен исходя из международных стандартов. На наш взгляд, подход к построению механизма энергоэффективностью исходя лишь из мировых стандартов не совсем верен, так как энергетический комплекс нашей страны имеет свои специфические особенности (например, большая протяженность территорий, суровый климат в некоторых регионах, особенности транспортной системы), которые необходимо учитывать для построения эффективного механизма управления отраслью.

Бороухин Д.С. рассматривает сущность механизма устойчивого развития предприятий электроэнергетики ТЭК, концептуальные подходы к устойчивому развитию предприятий электроэнергетики ТЭК, анализ состояния устойчивого развития предприятий электроэнергетики ТЭК. В работе предложен механизм устойчивого развития предприятия электроэнергетики ТЭК на основе сценарных условий развития и контроля за внешними и внутренними факторами, который предусматривает проведение оценки пороговых значений коэффициента устойчивого развития в определенный момент времени [2, с.194]. На наш взгляд, авторами предложен правильный механизм оценки устойчивого развития энергетического комплекса исходя из коэффициента устойчивого развития в определенный момент времени. Однако автором не предложен механизм устойчивого развития предприятий электроэнергетики, не выработан алгоритм и последовательность действий для эффективного управления отраслью, структурный аспект лишь косвенно обозначен автором. В работе он упоминает об организационно-управленческой, технологической, маркетинговой, финансовой составляющих, не раскрывая их сути.

В «Энергетической Стратегии России на период до 2030 года» приведены разнообразные механизмы развития энергетической отрасли России [5]. Однако предложенные механизмы, на наш взгляд, рассмотрены не в полном объеме. В частности, не предложены механизмы решения экологических, научных, социальных проблем развития энергетической отрасли, а так же проблем, связанные с использованием человеческого капитала и человеческим фактором.

Таким образом, в современной литературе уже описаны следующие механизмы: рыночный механизм формирования устойчивого развития энергетического комплекса; государственный; механизм финансирования энергетической отрасли; организационно-экономический и инновационный механизмы.

Несмотря на это, теоретические, практические и методические аспекты

формирования механизма устойчивого развития, принципы его обоснования изучены не в полной мере. Кроме того, в современной литературе рассматривается какой-либо конкретный механизм устойчивого развития топливно-энергетического комплекса, например, организационно-управленческий или финансовый. Таким образом, не сформирован целостный комплексный механизм, который включал бы в себя различные составляющие, такие как экономический, законодательный, научный, технический, технологический, организационный, социальный и многие другие блоки. Кроме того, не уделено должное внимание формированию механизма устойчивого развития топливно-энергетического сектора на региональном уровне.

В экономическом словаре понятие «механизм» определяется следующим образом: последовательность состояний, процессов, определяющих собой какое-либо действие, явление; система, устройство, определяющее порядок какого-либо вида деятельности; внутреннее устройство (система звеньев) машины, прибора, аппарата, приводящее их в действие [3, с. 188]. На наш взгляд, предложенное определение практически невозможно соотнести с экономическим или хозяйственным механизмом устойчивого развития предприятия или отрасли.

На основе изученной литературы нами было дано авторское определение механизма устойчивого развития энергетического комплекса региона. Под механизмом устойчивого развития энергетического комплекса региона необходимо понимать систему взаимосвязанных методов и инструментов воздействия на хозяйственную деятельность энергетической отрасли, определяющих последовательность экономических процессов, необходимых для эффективного функционирования, стабильной работы и развития предприятий топливно-энергетического комплекса региона.

На устойчивое развитие энергетического комплекса прямо или косвенно влияет множество различных факторов, а для создания благоприятных условий развития топливно-энергетического комплекса необходим определенный механизм, учитывающий особенности развития энергетической отрасли того или иного региона.

По нашему мнению, механизм устойчивого развития энергетического комплекса региона должен обязательно включать законодательные, экономические и организационно-управленческие аспекты эффективного управления энергетическим комплексом регионов, учитывать человеческий фактор и способствовать инновационному развитию отрасли.

Список литературы

1. Агеев, М.К. Развитие организационных механизмов – ключевой фактор инновационного прогресса в управлении энергоэффективностью [Текст] / М.К.Агеев, М.К.Лозенко // Контроллинг. – 2012. – №43. – С.56-61.
2. Бороухин, Д.С. Экономическое обеспечение устойчивого развития системы электроэнергетики в условиях модернизации экономики России [Текст] / Д.С.Бороухин // Вестник МГТУ. – 2011. – том 14, №1. – С.187-194.
3. Райзберг, Б.А. Современный экономический словарь [Текст] / Под общ. ред. Б.А. Райзберга // М.: ИНФРА-М, 2007. – С.511.

4. Чернышев, А.В. Стимулирование использования возобновляемых источников энергии и факторы, препятствующие развитию нетрадиционной энергетике в России [Текст] / А.В.Чернышев // Известия СПУЭФ. – 2013. – №5(83). – С.160-163.

5. Энергетической стратегии России на период до 2030 года: Утверждена Распоряжением Правительства РФ от 13.11.2009 года N 1715-р // Справочно-правовая система «Консультант плюс»: [Электронный ресурс] / Компания «Консультант плюс».

ОЦЕНКА КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Гончарова С.С.

студентка магистратуры

Ставропольского государственного аграрного университета,

Россия, г. Ставрополь

В статье коммерческая деятельность рассматривается в качестве одного из приоритетных направлений развития торгового предприятия. Также особое внимание уделяется основным инструментам, которые необходимы для оценки коммерческой деятельности фирмы.

Ключевые слова: коммерческая деятельность, товарооборот, экономическая эффективность, ассортимент, стимулирование спроса, товарное предложение.

Коммерческая деятельность торгового предприятия предусматривает выполнение комплекса торгово-организационных операций и управление ими, а также направлена на решение ряда задач по изучению процессов реализации продукции, являющихся важным элементом оперативного исследования, как на уровне отдельной фирмы, так и региона.

Комплекс задач коммерческой деятельности субъектов потребительского рынка необходимо рассматривать через удовлетворение потребностей населения, которые, в свою очередь, оказывают влияние на поведение предпринимателей при заключении сделок, организации сбыта и продажи товаров, формировании ассортиментной и ценовой политики. Для углубленного исследования влияния коммерческой работы организации на результаты ее деятельности можно использовать систему основных составляющих ее оценки, которая могла бы служить одним из вариантов самооценки коммерческой работы любого торгового предприятия [1].

Первый блок показателей характеризует планируемый рост товарооборота предприятия, изменения в его структуре на основе товарного предложения, объем планируемого валового дохода, товарных запасов, качество товара, товарооборачиваемость. Эти показатели составляют основу планов закупки товаров, выбора поставщиков, определения условий поставки, ассортимента, сроков, цен и расчетов с поставщиками. К ним относятся: индекс роста товарооборота, индекс выполнения плана закупок, индекс валового дохода, коэффициент допустимого уровня качества товаров, ритмичность поступления товаров по ассортименту.

Группу показателей второго блока целесообразно использовать при оценке соответствия объема и структуры спроса товарному предложению, к ним можно отнести: степень обновления ассортимента, коэффициент завершенности покупки, объем и структура неудовлетворенного спроса, рентабельность рекламных мероприятий и соответствие объема и структуры товарного предложения объему и структуре покупательского спроса.

Экономическая эффективность коммерческой деятельности характеризует результативность управления коммерческой работой, как конкретного предприятия, так и совокупности предприятий на определенной территории. Четвертый блок системы оценки включает следующие показатели: прирост валового дохода от коммерческих операций, прирост прибыли, соотношение доходов и расходов по закупке и реализации товаров.

Для получения максимального эффекта от деятельности предприятия важно постоянно проводить работу по совершенствованию коммерческой деятельности, которая включает мероприятия по совершенствованию информационной обеспеченности. С этой целью в любой фирме необходимо вести компьютерный учет товаров на складе, контрагентов, контролировать исполнение договорных обязательств со стороны покупателя и со стороны продавца, изучить спрос целевой аудитории, их желание и готовность приобрести данный товар. Для обеспечения эффективности управления товарными запасами целесообразно применять логистические принципы при определении потребности в закупаемых товарах, что приведет к минимизации расходов их на транспортировку и хранение [2].

Повышению эффективности коммерческой деятельности по закупкам товара будет способствовать эффективный выбор поставщиков, сотрудничество с которыми обеспечит максимальную выгоду и минимальный риск. Также повышение эффективности оптовых продаж обеспечивается за счет совершенствования ценовой политики фирмы, применения средств рекламы и стимулирования продаж, которые включают в себя применение скидок за покупку определенного количества товара, за предоплату, за продвижение товара, также предоставление отсрочки платежа постоянным клиентам.

Разработка и реализация мер по повышению эффективности торговых организаций имеет большое народнохозяйственное значение. Сфера оптовой торговли создает многочисленные рабочие места, способствует развитию рынков товаров и услуг, а также вносит немалый вклад во внутренний валовой продукт. Так, на долю оптовой торговли приходится 19,1% в ВВП России и 20,3% налоговых поступлений и сборов в бюджет страны [4].

Список литературы

1. Виноградова, С.Н. Коммерческая деятельность / С.Н. Виноградова, О.В. Пигунова. – Мн. : Высшая школа, 2009.
2. Войтоловский, Н.В. Комплексный экономический анализ предприятия / Н.В. Войтоловский, А.П. Калинина. – СПб. : Питер, 2010.
3. Ермакова, Н.Ю. Состояние и проблемы развития малого предпринимательства в Ставропольском крае / Н.Ю. Ермакова, А.С.Христенко, Т.Ю. Фролова // В сборнике: Актуальные проблемы развития предпринимательства. – 2013. – С. 61-66.

4. Ермакова, Н.Ю. Состояние и тенденции малого бизнеса в Ставропольском крае / Н.Ю Ермакова // В сборнике: Проблемы и перспективы развития современного предпринимательства. – 2011. – С. 38-41.

5. Ермакова, Н.Ю., Захарченко, А.А Проблемы региональной и муниципальной систем поддержки развития малого предпринимательства. / Н.Ю.Ермакова и др. // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2009. – № 24. – С. 164-167

6. www.mavriz.ru

КРЕДИТНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ РЫНКА

Горшкова Л.Н.

аспирант кафедры «Финансов и кредита» Красноярского аграрного университета,
Россия, г. Красноярск

В статье кредитное обеспечение сельскохозяйственных предприятий в условиях рынка рассматриваются проблемы и пути решения в восстановлении производственного потенциала сельского хозяйства, преодоления его экономического и технологического отставания, технической модернизации и перехода на инновационный путь развития, вопросы привлечения в отрасль инвестиций, процесс финансирования которых для большинства сельскохозяйственных товаропроизводителей затруднён из-за дефицита собственных средств.

Ключевые слова: кредит, сельскохозяйственные институты, аграрный сектор, отрасль, воспроизводство, товаропроизводитель, заемщик, кредитор.

Общей предпосылкой восстановления производственного потенциала сельского хозяйства, преодоления его экономического и технологического отставания, технической модернизации и перехода на инновационный путь развития является привлечение в отрасль инвестиций, процесс финансирования которых для большинства сельскохозяйственных товаропроизводителей затруднён из-за дефицита собственных средств. В связи с этим в сельском хозяйстве значительно повышается роль внешних, прежде всего возвратных источников финансирования. Являясь частью национальной финансовой системы, система сельскохозяйственного кредитования выступает важнейшей специфической сферой, функционирование которой обеспечивает аккумуляцию временно свободных денежных средств и их перераспределение в соответствии с потребностями сельскохозяйственных товаропроизводителей в формировании денежных фондов на различных стадиях и этапах производства, распределения, обмена и потребления продукции.

Базовые институты системы сельскохозяйственного кредитования характеризуют исторически устойчивые, постоянно воспроизводящиеся в практике кредитные отношения, определяют направленность коллективных и индивидуальных действий кредиторов и заёмщиков, а институциональные формы – установленные способы организации специфических кредитных отношений в аграрной сфере, в которых проявляется порядок взаимодействия сельскохозяйственных товаропроизводителей, кредиторов, государства, других субъектов [1, с. 132].

Указанные категории позволяют рассматривать институциональные и функциональные элементы системы сельскохозяйственного кредитования как её фундаментальные структуры, функционирование которых происходит через конкретные институциональные формы, воплощающие как установленные правила, регламентирующие поведение субъектов системы, так и фактические механизмы взаимодействия, характеризующие степень выполнения этих правил и их эффективность для кредиторов и заёмщиков. Коммерческие банки, кредитные кооперативы, другие финансово-кредитные учреждения (как институциональные элементы), банковская, кооперативная и другие формы кредита (как функциональные элементы) являются в совокупности базовыми институтами кредитной системы в сельском хозяйстве.

Институциональные формы кредитной системы – это прямое или опосредованное внешнее выражение ее базовых институтов, и именно они должны исследоваться [2, с. 546]. Все элементы системы должны быть предельно открытыми и понятными, нести равную ответственность за будущий результат. Кредитование представляет собой систему, действие которой обусловлено экономическими законами стоимости, денежного обращения, спроса и предложения.

Каждому этапу развития экономики соответствует своя кредитная система. Одним из важнейших инструментов государственного регулирования аграрного сектора экономики является льготное кредитование. В соответствии с потребностями текущей экономической политики государство изменяет условия предоставления льготных кредитов. Их выдача осуществляется с целью создания оптимальных условий деятельности для хозяйств, не располагающих достаточными объемами собственных или заемных средств. Часто льготы предоставляются в рамках целевых программ, отражающих приоритеты государственной политики [3, с. 46].

Необходимо совершенствовать кредитный процесс как средство достижения устойчивого экономического роста на базе использования инновационных технологий. А обеспечение заемными средствами аграрных формирований, в свою очередь, будет стимулировать развитие рыночных отношений в целом. Но при этом следует учесть, что кредитование как метод финансовой поддержки сельского хозяйства может быть эффективным только в устойчивых платежеспособных хозяйствах.

Система сельскохозяйственного кредита должна обладать необходимой гибкостью и маневренностью. Необходимо разработать такой механизм взаимоотношений бюджета с АПК, который кардинально изменил бы назначения бюджетных средств, выделяемых на финансирование АПК, чтобы они стимулировали производство сельскохозяйственной продукции, увеличение поголовья скота, выхода продукции животноводства, снижение себестоимости продукции. Механизмы, способствующие улучшению финансового положения сельского хозяйства могут быть различны. Главными из них являются – установление новых принципов взаимоотношений сельскохозяйственных товаропроизводителей с предприятиями перерабатывающей промышленности, взаимоотношения между сельскими товаропроизводителями и

предприятиями, перерабатывающими полученную продукцию, должны строиться на договорных отношениях с определением ответственности сторон» [2, с.14].

Список литературы

1. Балабанов И. Г. Организационно-экономические основы финансово-кредитного механизма и общие теоретические вопросы развития кредита. – Москва, 2010. – 232 с.
2. Броневецкий, П. Государственное кредитование сельского хозяйства: российский опыт /П. Броневецкий // Родина. – 2011. -№1. – С. 44-47.
3. Хандруев А. А. Основы системы сельскохозяйственного кредитования и особенности её функционирования в условиях рыночной экономики. Москва, 2010. – 546 с.

СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ И ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РОСТА ЦЕН НА ЖИЛЬЕ В Г. ВОРОНЕЖЕ

Животягина Н.И.

ФГБОУ ВПО «Воронежская государственная лесотехническая академия»,
к.э.н., доцент,
Россия, г. Воронеж

Забудьков В.А.

студент ФГБОУ ВПО «Воронежская государственная лесотехническая академия»,
Россия, г. Воронеж

Элемент недвижимости в рыночной экономике занимает совершенно особое место, так как он выступает в качестве средств производства, предмета или объекта потребления. Недвижимость выступает основой личного существования для граждан и служит базой для хозяйственной деятельности и развития предприятий и организаций всех форм собственности. В России происходит активное формирование и развитие рынка недвижимости и все большее число граждан, предприятий и организаций участвует в операциях с недвижимостью. В данной статье рассмотрены основные факторы, влияющие на рост цен на жилую недвижимость в г. Воронеже.

Ключевые слова: недвижимость, управление объектами недвижимости, статистический анализ рынков.

Прежде чем приступить к раскрытию обозначенной темы, хотелось бы остановиться более подробно на ключевом понятии в рассматриваемой проблеме. Сам термин «недвижимость» появился в российском законодательстве при Петре I. Однако в ныне действующих законодательных актах ещё не проведено чёткое разграничение о том, что же всё-таки считать движимым и недвижимым имуществом. Перечень объектов недвижимости приведён в ст. 130 ГК РФ. К недвижимым вещам (недвижимое имущество, недвижимость) относятся земельные участки, недра, обособленные водные объекты и всё, что прочно так или иначе связано с землёй; то есть имеются в виду объекты, перемещение которых невозможно без причинения последним существенного ущерба, сюда же принято относить леса, многолетние насаждения, здания, сооружения. Что же касается недвижимых вещей, то сюда относятся также

подлежащие государственной регистрации воздушные и морские суда, суда внутреннего плавания, космические объекты. Но в то же время законом к недвижимым вещам могут быть отнесены и другие виды имущества. Например, предприятие в целом как имущественный комплекс признаётся недвижимостью (ст. 132 ГК РФ).

В современных условиях нашей страны риэлтерские фирмы все более активно переходят в своей экономической деятельности на принципы целевого маркетинга. Опыт показывает, что массовое производство продукции с одинаковыми потребительскими свойствами не оправдывает себя. Согласно известному закону Парето только 20% потребителей покупают 80% данного вида продукции. Отсюда следует, что производителю и продавцу нужно найти ту самую группу потребителей (сегмент), которая входит в эти 20%.

Выявление потенциальных групп потребителей товара, или другими словами сегментация рынка, является одним из основных направлений маркетинговой деятельности, позволяющая аккумулировать средства предприятия на определенном направлении своего бизнеса. Считаем нужным остановиться на самом законе Парето, вследствие чего часть информации окажется упущена, и картина сделается неполной. Оптимальность по Парето сводится к тому, что эффективность системы основывается на том, что значение каждого частного показателя не может быть улучшено без ухудшения состояния другого.

На рынке недвижимости сегментация может быть произведена по целому ряду признаков: географическому положению, физическим характеристикам, функциональному назначению объектов или даже по комплексу признаков. Например, в практике риэлтерских фирм широко используется следующая сегментация объектов, представленных на вторичном рынке жилья, – старый фонд после капитального ремонта, сталинские дома, хрущёвки, брежневки, панельные дома 60-70-х гг., панельные дома 80-90-х гг., кирпичные дома. При всей кажущейся неопределённости и расплывчатости определения характеристик объекты, принадлежащие к тому или иному сегменту, обладают чёткими признаками: тип материала, район расположения, качество перекрытий, характеристики комнат и вспомогательных помещений и др.

В современных условиях жилую недвижимость можно классифицировать по уровню жилых объектов: стандартное или массовое жильё, жильё повышенной комфортности, и так называемое «элитное» жильё. Эта классификация условна и основные факторы, которые принимаются во внимание – это комфортность и эксклюзивность объекта, наличие дополнительных удобств и услуг, расположение и, как следствие, цена.

Последние научные исследования в сфере недвижимости выявили ещё один комплексный постпродажный фактор. Он связан с тем, что кроме создания, развития и продажи объекта недвижимости, в дальнейшем он также нуждается в управлении не только в плане технической эксплуатации, но

также регулировании последующих жилищно-коммунальных отношений на уровне государства и собственника (покупателя).

На рынке недвижимости задействовано достаточно много различных специалистов. Однако делать вывод о насыщении рынка профессиональными участниками пока еще рано. Распределение фирм по территории крупного города также неравномерно. Следует иметь в виду, что большинство фирм работает в целом по городу, а их местонахождение определяется транспортной доступностью и показателями движения населения. Таким образом, наличие специалистов в сфере недвижимости также способствует расширению сегментации соответствующего рынка.

Одним из важнейших факторов рынка жилья является состояние жилищных условий населения, которое характеризуется такими показателями, как: жилищный фонд, его движение, капитальный ремонт и реконструкция, благоустройство жилищного фонда, обеспеченность населения жильем.

Среди проблем, стоящих перед российским обществом, экономикой и государством одной из важных и сложных является проблема обеспечения населения страны качественным и доступным жильем. Решение данной проблемы возможно исключительно при комплексном изучении взаимосвязанных факторов, определяющих состояние общества, уровень жизни населения, социальный климат, стратегию социально-экономического развития России.

Статистика, представленная сотрудниками «INFOLINE» и «Воронежские квартиры», свидетельствует о росте предложений и спроса на жилье на примере г. Воронежа.

В декабре 2014 г. цена жилой недвижимости Воронежа поднялась на 0,1%. Общий индекс INFOLINE на конец последнего месяца 2014 года равнялся 47 453 руб./кв. м, прирост составил 41 руб./кв. м. За 2014 г. жильё подорожало на 2,9%, или на 1322 руб./кв. м. В 2013 году рост стоимости за аналогичный период составил только 1,9%, или 838 руб./кв. м.

В декабре новостройки показали даже некоторое снижение цены – на 0,2%, что в денежном выражении равняется -74 руб./кв. м. С начала года стоимость нового жилья поднялась на 1534 руб./кв. м, что составляет 3,5%. Стоит отметить, что многие новые квартиры в декабре значительно подорожали, но в общем ажиотаже не все продавцы успели изменить цены.

Вторичный рынок жилья Воронежа за декабрь вырос на 0,6%, что в денежном выражении составило 305 руб./кв. м. С начала 2014 года стоимость недвижимости в данном сегменте рынка увеличилась на 3,6%, или на 1727 руб./кв. м.

В итоге 1-комн. квартира площадью 40 кв. м в течение 2014 года поднялась в цене в новостройке – на 61360 руб.; во «вторичке» – на 69080 руб. Такое изменение цены свидетельствует о высоком спросе покупателей г. Воронежа на относительно дешевое вторичное жилье, которое имеет суммарно меньшую стоимость за счет небольшой площади. Средняя стоимость 1 кв. м. однокомнатной квартиры в 2014 г. в новостройке составила 47479 руб., во

«вторичке» – 52836 руб. Аналогичная тенденция прослеживается и для 2-х и 3-х-комнатных квартир.

С точки зрения материалов, из которых построены дома, стабильной популярностью пользуются кирпичные дома. Рост цен в 2014 г. составил 4,1%, а в панельных домах – 1,6%. В зависимости от типажа наибольший рост цен наблюдался на «хрущевки» (5,4%). Средняя цена за 1 кв. м. составила 48024 руб. Наименьший рост цен наблюдается для «современных» квартир (2,6 %). Средняя цена за 1 кв. м. составила 47032 руб.

Рынком жилья в 2014 году управляли внешние и макроэкономические факторы. Военные действия на востоке Украины, международные санкции, уход капитала, снижение цен на нефть – всё оказывало влияние на стоимость квадратных метров. С одной стороны, денег на рынке стало меньше, с другой – недвижимость вновь интересна частным инвесторам.

Рынок жилья сотрясало два раза: первый – весной 2014 года, когда разгорелся конфликт на Украине. В этот период времени многие люди покупали квартиры для себя, опасаясь каких-либо серьезных политических и экономических перемен. То есть возникшая ситуация подтолкнула отложенный спрос.

Второй этап – это ноябрь-декабрь 2014 года, когда курс рубля начал снижаться по отношению ко всем мировым валютам. Данный процесс оказал гораздо большее влияние на рыночную ситуацию, так как затронул не только обычных граждан, желающих улучшить свои жилищные условия, но и частных инвесторов.

Стоит отметить, что рублёвые цены поднялись не столь значительно, как могли в данной ситуации. Более того: если сравнить с ростом доллара, они остались практически на прежнем уровне. В обозримой перспективе динамика рынка недвижимости будет разноплановой и зависящей преимущественно от макроэкономических факторов.

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод о том, что рынок недвижимости находится в постоянной динамике, анализ которой способствует повышению конкурентоспособности на конкретном сегменте и всего рынка в целом.

Список литературы

1. Щербаков А.И., Золотарев И.И., Щербакова Н.А. Основы экономики недвижимости: Учебное пособие. – Новосибирск: НГАСУ, 2012. – 124
2. Гражданский Кодекс РФ. Части 1,2. Официальный текст. – М.: Издательско-торговая фирма Кодекс, 2013. – 496 с.
3. Тенденция изменения цены на недвижимость в Воронеже. Декабрь 2014 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vrnkv.ru>.
4. Орехова А.С. Статистическое исследование рынка жилой недвижимости Российской Федерации. 2012 год. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dissercat.com>.

ПРИМЕНЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ МЕТОДОВ УЧЕТА ЗАТРАТ И КАЛЬКУЛИРОВАНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ В РОССИЙСКОЙ ПРАКТИКЕ УЧЕТА

Замбржицкая Е.С.

ФГБОУ ВПО «МГТУ им. Г.И. Носова», к.э.н., доцент,
Россия, г. Магнитогорск

Щепотьева Е.Ю.

студент-магистрант 2 курса ФГБОУ ВПО «МГТУ им. Г.И. Носова»,
Россия, г. Магнитогорск

Точилкина В.П.

студент 5 курса ФГБОУ ВПО «МГТУ им. Г.И. Носова»,
Россия, г. Магнитогорск

В статье рассмотрены существующие методы учета затрат и калькулирования себестоимости продукции. Выявлены факторы, сдерживающие внедрение современных методов калькулирования в практике российских предприятий. Определены перспективы и возможности применения этих методов на российских предприятиях.

Ключевые слова: предприятие, управленческий учет, метод, калькулирование, себестоимость, международные стандарты.

Рыночные отношения требуют постоянного совершенствования, как самого производственного процесса, так и механизма управления им. Управленческий учет является фундаментом, обеспечивающим достижение данной цели. Основой для принятия эффективных управленческих решений является себестоимость производства единицы продукции [1], тем самым учет затрат и калькулирование себестоимости продукции считается одним из важнейших разделов управленческого учета [2].

Российская нормативная база основных видов деятельности производства, таких как нефтепереработка, добыча газа, лесопромышленный комплекс, сельское хозяйство и др., предполагает методические указания по применению определенных методов учета затрат и калькулирования себестоимости (табл. 1). Тем самым в практике российских предприятий самыми распространенными считаются четыре метода учета затрат на производство по отдельным объектам учета: позаказный, попроцессный, попередельный, нормативный (рис. 1).

Таблица 1

Методы учета затрат и калькулирования себестоимости продукции основных отраслей производства в российской практике

Область применения	Методы учета затрат	Нормативный документ
Промышленные предприятия в целом [3]	Нормативный, попередельный, позаказный.	«Основные положения по планированию, учету и калькулированию себестоимости продукции на промышленных предприятиях» (утв. Госпланом СССР, Госкомцен СССР, Минфином СССР, ЦСУ СССР 20.07.1970) (ред. от 17.01.1983)
Хлебоприемные и зерноперерабатывающие предприятия	Попередельный метод с применением элементов нормативного учета в части расходования сырья.	«Методические рекомендации по бухгалтерскому учету и отчетности на хлебоприемных и зерноперерабатывающих предприятиях» (утв. Минсельхозом)
Нефтеперерабатывающие и нефтехимические предприятия	Попередельный метод с использованием важнейших элементов нормативного метода.	Приказ Минтопэнерго РФ от 17.11.1998 N 371 (ред. от 12.10.1999) «Об утверждении Инструкции по планированию, учету и калькулированию себестоимости продукции на нефтеперерабатывающих и нефтехимических предприятиях»
Предприятия по добыче газа	Попередельный метод с использованием отдельных элементов нормативного метода.	«Методические рекомендации по планированию, учету и калькулированию себестоимости продукции на предприятиях по добыче газа» (утв. Минтопэнерго РФ 20.12.1994)
Предприятия лесопромышленного комплекса	Нормативный, попроцессный, попередельный, позаказный.	«Отраслевые особенности состава затрат, включаемых в себестоимость продукции на предприятиях лесопромышленного комплекса» (утв. Минэкономики РФ 19.10.1994) (с изм. от 26.12.2002) (вместе с "Методическими рекомендациями (инструкцией) по планированию, учету и калькулированию себестоимости продукции лесопромышленного комплекса", утв. Минэкономики РФ 16.07.1999)
Молочное и мясное скотоводство	Позаказный, попередельный, пофазный (по периодам производства), котловой, нормативный.	«Методические рекомендации по бухгалтерскому учету затрат и выхода продукции в молочном и мясном скотоводстве» (утв. Минсельхозом РФ)
Полиграфические предприятия	Нормативный, попроцессный, попроцессно-позаказный, директ-костинг, котловой.	«Методические рекомендации по вопросам планирования и учета затрат на производство и реализацию продукции (работ, услуг) на полиграфических предприятиях» (согласовано МПТР России 25.11.2002)
Предприятия речного транспорта	Нормативный, попередельный, позаказный.	«Отраслевая инструкция по планированию, учету и калькулированию себестоимости продукции (работ, услуг) на промышленных предприятиях речного транспорта» (утв. Минтранс России 26.07.1994 N ВА-6/256)
Сельскохозяйственные предприятия	Простой, позаказный, попередельный, попроцессный, котловой, нормативный.	Приказ Минсельхоза РФ от 06.06.2003 N 792 «Об утверждении Методических рекомендаций по бухгалтерскому учету затрат на производство и калькулированию себестоимости продукции (работ, услуг) в сельскохозяйственных организациях»



Рис. 1. Общепринятые в российской практике методы учета затрат и калькулирования себестоимости продукции

В последнее время в практике российских предприятий наряду с традиционными находят свое применение и такие методы, как директ-костинг, стандарт-костинг, Just in Time, ABC-костинг и др. Адаптация зарубежной практики к отечественной практике становится возможной в виду начала сближения российского бухгалтерского учета с Международными стандартами. Тем самым, адаптированные на данный момент методы учета затрат и калькулирования себестоимости можно ранжировать по масштабу использования на практике следующим образом (рисунок 2):

- 1) директ-костинг – 51%;
- 2) стандарт-костинг – 36%;
- 3) Just in time – 7%;
- 4) ABC-метод – 4%;
- 5) другие – 2%.

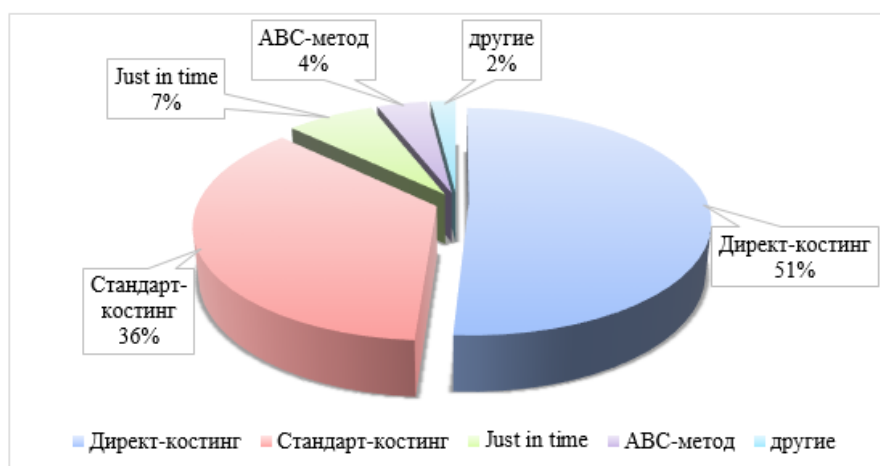


Рис. 2. Ранжирование по масштабу применения в российской практике зарубежных методов учета затрат

Таким образом, можно сделать вывод о том, что на данный момент в России применимо большее количество методов учета затрат и калькулирования себестоимости продукции [4] (рисунок 3). Россия находится на стадии освоения и внедрения директ-костинга, стандарт-костинга, Just in Time, ABC-костинга, в то время как зарубежные компании уже применяют современные методы учета затрат и калькулирования себестоимости такие, как ФСА, тар-

гет-костинг, кайзен-костинг и другие методы, ориентированные на развитые информационные системы и управленческий учет (рисунок 4).

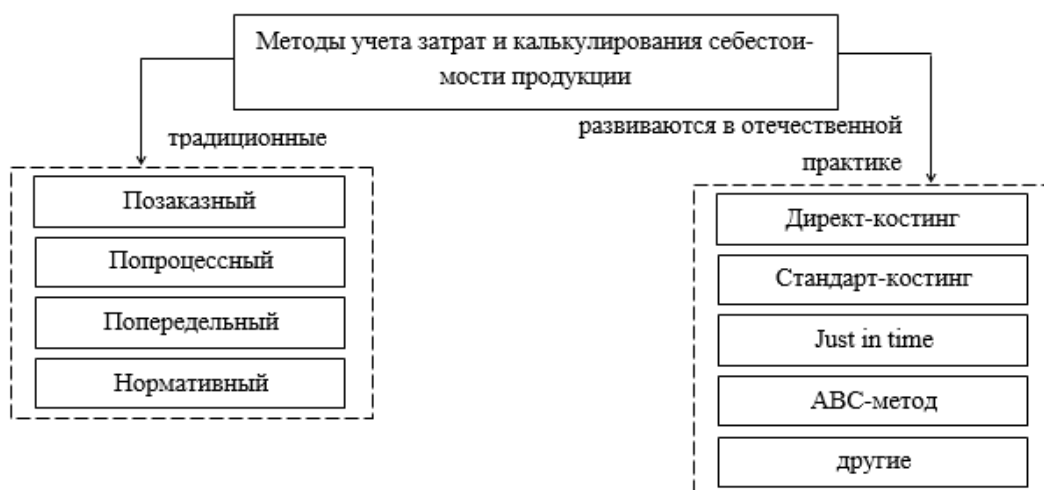


Рис. 3. Применяемые в России в настоящее время методы учета затрат и калькулирования себестоимости продукции

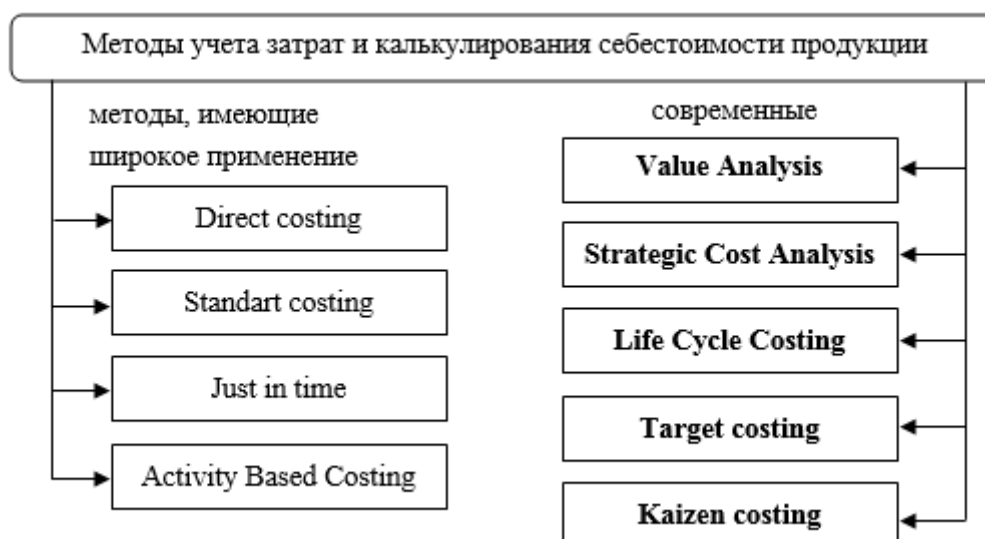


Рис. 4. Методы учета затрат и калькулирования себестоимости в зарубежных странах

Сложность в применении современных методов учета затрат и калькулирования себестоимости заключается на принципах построения бухгалтерского учета в России и менталитете руководителей предприятий и их работников (таблица 2).

Таблица 2

Сравнительный анализ применения современных методов учета затрат и калькулирования себестоимости за рубежом и в российской практике

Современный метод	Характеристика метода	Применение за рубежом	Применение в отечественной практике
Value Analysis	Суть метода – рассмотрение объекта не в его конкретной форме, а как совокупность функций, которые он должен выполнять. Каждая функция анализируется с позиции возможных принципов и способов	Применяется во многих промышленно развитых странах, в которых основным ориентиром является удовлетворение потребностей потребителя. Данный метод являет-	Имеются лишь теоретические разработки и методические материалы по применению данного метода в машиностроении, электронной, электротехнической, угольной промышленности и других

	исполнения с помощью совокупности специальных приемов. Оценка вариантов построения объекта производится по критерию, учитывающему степень выполнения и значимость функций, а также размер затрат, связанных с их реализацией на всех этапах жизненного цикла.	ся перспективным методом экономического анализа, который позволяет успешно использовать передовые приемы и элементы инженерно-логического и экономического анализа. Предприятия имеют возможность изучать не только конкретные потребности заказчиков, но и глубже анализировать количественную и качественную стороны этих потребностей, перестраивать под них производство.	отраслях народного хозяйства.
Strategic Cost Analysis	Согласно данного метода деятельность фирмы трактуется как цепь образования потребительной стоимости (последовательность операций по созданию стоимости изделия). Каждое звено цепи рассматривается как с позиции ее необходимости в производственном процессе, так и с позиции потребляемых ею ресурсов. Затем определяется cost driver (кост-драйвер) — управляющий фактор, т.е. параметр, который характеризует стоимость выполнения конкретной операции. Путем контроля кост-драйверов и перестройки цепи образования стоимости предполагается достичь устойчивого преимущества над конкурентами.	Возможно применение практики целевой себестоимости, исходящей из маркетинговых оценок емкости рынка и конкурентоспособной цены.	Российская практика ведения бухгалтерского учета построена на принципе затратного ценообразования. Недостаточное понимание сущности маркетинга: предприятия ориентируются на сбытовой аспект: если товар продаётся, значит ничего менять не нужно.
Life Cycle Costing	Суть метода состоит в том, что затраты [5] определяют применительно не к деятельности предприятия за ряд периодов, а на производство и продажу конкретного продукта в течение всего его жизненного цикла и в дальнейшем сопоставляют с соответствующими доходами. Плановые затраты определяются	Постоянные маркетинговые исследования состояния рынка и позиции на нем продукции/услуг иностранного предприятия позволяют применять LCC-метод.	

	по каждой стадии жизненного цикла продукта (без разделения на периоды или с разделением по ним). Для выявления результатов разработки и вывода нового продукта на рынок затраты по этапам жизненного цикла аккумулируются нарастающим итогом.		
Target costing [6]	Предполагается предварительная установка цены на основе маркетинговых исследований. Производственный процесс, начиная с замысла нового продукта, несет инновационный характер: -разрабатывается пробный проект, -в проект вносятся изменения до тех пор, пока сметная себестоимость не превысит целевую, -конечный проект передается в производство. Обязательно тесное взаимодействие между разными подразделениями и работниками. Коллектив является единой командой, осведомленной и воспринявшей цель своей совместной работы, действующей как единое целое.	За рубежом нет приверженности к затратному ценообразованию. Маркетинг развивается последовательно (производственная концепция, сбытовая, маркетинговая, концепция социально-этического маркетинга), что позволяет безболезненно осуществить данную характеристику метода. Предприятия ориентированы на постоянное усовершенствование производства. Бухгалтерский учет ориентирован не на государство, а на инвесторов, собственников, банкиров, менеджеров и т.д. Взаимодействие между разными подразделениями и работниками четко отлажено. Причины: -производительность зависит от технического уровня производства и от квалификации работника, что говорит о их компетентности и о понимании своего дела; -менталитет людей направлен на то, что каждый работник добросовестно и вовремя делает свое дело и того же ждет от других (наличие строгого распределения обязанностей); -существуют многооб-	Российская практика ведения бухгалтерского учета построена на принципе затратного ценообразования. Недостаточное понимание сущности маркетинга: предприятия ориентируются на сбытовой аспект: если товар продаётся, значит ничего менять не нужно. Бухгалтерский учет развивался в России как учет государственный. В настоящее время национальная государственная инновационная политика находится в стадии формирования. В России работник привык трудиться, что называется, «из-под палки» (менталитет людей), ввиду этого бухгалтерских учет основан на принципах личной и коллективной ответственности. Принцип приоритета формы над содержанием значительно замедляет процесс взаимодействия между подразделениями и работниками, и предприятия в целом в отношении других организаций (например, налоговой). Принцип примата административных правоотношений мешает работнику быть ответственным перед другими работниками, что делает производственный коллектив разрозненной системой (каждый делает свою работу так, чтобы удовле-

		разные формы материального и морального поощрения и другое.	творить требования начальства, действует принцип – «каждый сам за себя», нет мотивации развития производства).
Kaizen costing	Тремя краеугольными камнями эффективной системы управления затратами являются таргет-костинг, кайзен-костинг и функция поддержки достигнутой себестоимости. Таргет-костинг и кайзен-костинг – концепции предназначены для снижения уровня отдельных статей затрат и себестоимости конечного продукта в целом до некоторого приемлемого уровня, но: -таргет-костинг решает данную задачу на стадии планирования и разработки; -кайзен-костинг – на стадии производства.	Возможность внедрения системы управления затратами таргет-костинг дает основу для применения метода кайзен-костинг. Зарубежные компании достигают намеченных результатов по мере совершенствования самого процесса производства, которому отдается приоритет.	Сложности внедрения кайзен-костинг так же, как и при таргет-костинг, состоят в принципах построения бухгалтерского учета и менталитете людей. В России становятся популярными такие методы, как директ-костинг, стандарт-костинг и др., которые используются в основном для регулирования затрат и оценки результативности. Применение кайзен-костинга не актуально, ввиду направленности учета на результат, без уделения особого внимания самому процессу достижения цели.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что большинство российских предприятий пока не могут полностью перенять зарубежный опыт, а уже адаптированные методы не в полной мере соответствуют потребностям собственников и инвесторов. Развитие информационных систем делает применяемые в российской практике методы учета затрат еще более несовершенными по сравнению с мировой практикой управленческого учета. Однако Россия в последнее время пересматривает отношение к бухгалтерскому учету (Федеральный закон от 06.12.2011 N 402-ФЗ (ред. от 04.11.2014) «О бухгалтерском учете»), постепенно перестраивает его под Международные стандарты финансовой отчетности с целью сближения стандартов учета и привлечения иностранных инвесторов. Данное направление развития бухгалтерского учета в России в перспективе должно обеспечить возможность применения передового опыта зарубежных стран и в части внедрения современных методов учета затрат и себестоимости продукции.

Список литературы

1. Данилов Г.В., Рыжова И.Г., Войнова Е.С. Системы учета и распределения затрат на базе современных информационных технологий: Учеб. пособие. Магнитогорск: ГОУ ВПО «МГТУ», 2011. 123 с.
2. Замбрицкая Е.С., Балбарин Я.Д. К вопросу о понятии «система управления затратами» // Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития №14 – 2014. – С. 90-98.

3. Замбужицкая Е.С., Калинина Т.В., Щепотьева Е.Ю. Понятие и сущность системы управления затратами промышленного предприятия: сравнительный анализ существующих подходов // Бухгалтерский учет, финансы и статистика: теория и практика. Сборник материалов международного научного е-симпозиума. Россия, г. Москва, 28-30 августа 2014 г. [Электронный ресурс] / под ред. проф. В.Я. Цветкова. – Электрон. текст. дан. (1 файл 2,2 Мб). – Киров: МЦНИП, 2014. – 155 с. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). – ISBN 978-5-00090-027-7. – Загл. с этикетки диска. С.23-35.

4. Замбужицкая Е.С., Щепотьева Е.Ю. К вопросу о классификации методов учета затрат и калькулирования себестоимости // Актуальные проблемы современной науки, техники и образования: материалы 72-й международной научно-технической конференции / под ред. В.М. Колокольцева. – Магнитогорск: Магнитогорск. гос. техн. ун-та им. Г.И. Носова, 2014. Т.2. С.242-245.

5. Замбужицкая Е.С., Калинина Т.В., Щепотьева Е.Ю. Понятия «затраты», «расходы», «издержки»: сходства и различия // Экономика и политика: научный журнал / под ред. Н.Р. Бальнской. – Магнитогорск, 2014. №2 (3). С.58-63.

6. Замбужицкая Е. С. Современные системы учета затрат и особенности их применения в деревообрабатывающей / Е. С. Замбужицкая, Е. Ю. Щепотьева, В. П. Точилкина // Молодой ученый. – 2015. – №1. – С. 212-217.

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПОНЯТИЙ «ТРАНСФЕРТНАЯ ЦЕНА» И «ТРАНСФЕРТНОЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ»

Замбужицкая Е.С.

ФГБОУ ВПО «МГТУ им. Г.И. Носова», канд. экон. наук, доцент,
Россия, г. Магнитогорск

Маковчук И.В.

магистрант гр.ЗЭЭМ-13 ФГБОУ ВПО «МГТУ им. Г.И. Носова»,
Россия, г. Магнитогорск

В статье рассмотрены существующие подходы к определению понятий «трансфертная цена» и «трансфертное ценообразование». Предложена их классификация, определены основные классификационные признаки. Сформулированы авторские определения указанных понятий с точки зрения управленческого учета.

Ключевые слова: трансфертная цена, трансфертное ценообразование, управленческий учет, понятийный аппарат, классификация.

Современные условия хозяйствования российских предприятий предполагают активное развитие управленческих инновационных технологий, которое невозможно без уточнения понятийного аппарата. Одними из таких понятий в управленческом учете являются «трансфертная цена» и «трансфертное ценообразование».

Вопросы становления и развития трансфертного ценообразования нашли свое отражение в трудах ряда отечественных и зарубежных ученых, таких как Вахрушина М.А., Пашкус В.Ю., Заикин А.А., Алборов Р.А., Семяновский А.А., Волков А.В., Мезенцева Т.М., Саенко К. С., Палий В.Ф.,

Ивашкевич В.Б., Дж. Доунс и Гудман Дж. Элиот, Р. Энтони, Дж. Рис, К. Друрри и другие.

В современной теории и практике управленческого учета подходы к определению понятий «трансфертная цена» и «трансфертное ценообразование» до сих пор остаются неоднозначными. Поэтому для понимания сущности указанных экономических понятий необходимо построение классификации существующих подходов к их определению.

Классификация (классифицирование) (от лат. classis – разряд и лат. facere – делать) – «особый случай применения логической операции деления объема понятия, представляющий собой некоторую совокупность делений (деление некоторого класса на виды, деление этих видов и т.д.)» [1].

Методики построения классификаций в общем виде основываются на следующих основных этапах:

- 1) определить множество объектов классификации;
- 2) установить признак классификации (при этом, если признаки классификации зависимые, то строится дерево классификации, если независимые, то строится матрица классификации);
- 3) для каждого признака определить измерительную шкалу и допустимые значения признака.

Разнообразие мнений основных специалистов в области трансфертного ценообразования представлено в таблице.

Таблица

Существующие подходы к понятию «трансфертная цена»

Автор	Подход к определению	Сфера применения цены
Бескаровайный Е.Л.	Варьирование контрактной ценой по отношению к ее рыночным значениям	Сделки между связанными компаниями, совместными предприятиями
Рябов А.В.		
Мельник Д.Ю.		
Драчеева Е.Л.		
Либман А.М.		
Закон «О государственном контроле при применении трансфертных цен»	Цена, которая отличается от объективно формирующейся рыночной цены при совершении сделок	
Герасименко В.	Разновидность оптовой цены	
Автор	Подход к определению	Сфера применения цены
Вахрушина М.А.	Внутренняя расчетная цена, по которой происходит продажа товаров или услуг	В рамках одного юридического лица
Пашкус В.Ю.		
Заикин А.А.		
Алборов Р.А.		
Семяновский А.А.		
Волков А.В.	Условная, расчетная цена на продукцию (услуги) одного центра ответственности, передаваемая другому центру ответственности	
Мезенцева Т.М.		
Саенко К.С.		
Палий В.Ф.		

Автор	Подход к определению	Сфера применения цены
Р. Энтони	Цена используемая для определения стоимости продукции (товаров или услуг), передаваемой центром прибыли другим центрам ответственности внутри компании	В рамках одного юридического лица
Дж. Рис		
К. Друри		
Дж. Доунс	Цена, взимаемая одним отделом комплексной организации сделок между отделами данной организации	
Гудман Дж. Элиот		
Eden	Цена торговых сделок, неудовлетворяющих «правилу вытянутой руки», по передаче товаров, технологий или услуг	Сделки в транснациональных корпорациях, независимых компаниях
Loren		
Х. Дитгер	Действующие в рамках концерна стоимостные оценки (нормативы стоимости) продукции и услуг	
Х. Харальд		
Егеров Д.В.	Цена, применяемая при обмене товарами между подразделениями в разных странах	

Основным этапом любой классификации является определение классификационных признаков. Для целей классификации существующих подходов к определению понятия «трансфертная цена» можно предложить следующие признаки (рисунок):

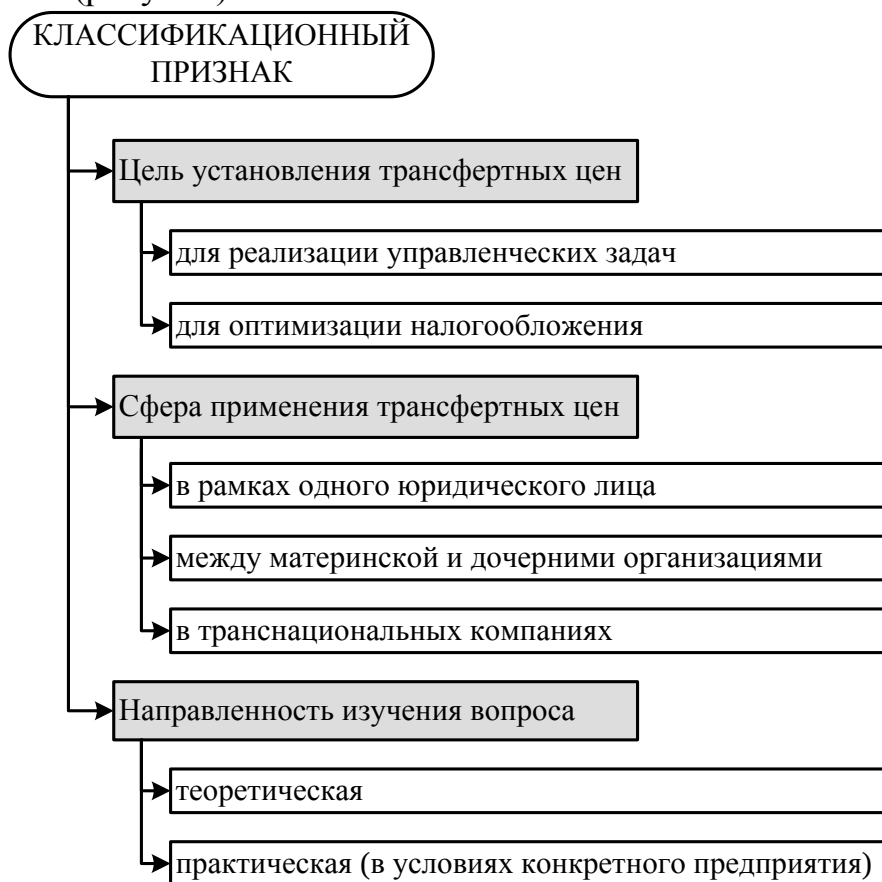


Рис. Предлагаемый перечень классификационных признаков

Таким образом, различия в целях установления трансфертных цен, сферах их применения и направленности изучения вопроса приводят к трактовке одного и того же понятия с разных точек зрения.

Наиболее значимой для управления современными компаниями является классификация по целям установления трансфертных цен.

В зависимости от целей установления трансфертных цен можно выделить цели для минимизации налогообложения и для решения управленческих задач [2]. Исследования, рассматривающие комплекс управленческих задач, представляют вопросы, связанные с установлением трансфертных цен для достижения оптимального уровня производства и оптимального уровня стимулирования менеджмента, а также осуществления внутреннего контроля прибыльности подразделений корпорации. При этом авторы выделяют следующие задачи построения системы трансфертного ценообразования:

- обеспечение руководителей подразделений информацией, необходимой для принятия обоснованных экономических решений;
- оценка и анализ экономических показателей деятельности подразделений;
- целенаправленное перераспределение прибыли между подразделениями для решения стратегических задач развития бизнеса;
- эффективное распределение обязанностей между подразделениями и координацией их деятельности. Применение механизма трансфертного ценообразования позволяет выработать своеобразный критерий оценки деятельности различных подразделений компании.

Изучение всего многообразия подходов к раскрытию категории «трансфертная цена» и объединение их с целью выработки универсального подхода позволило сформулировать определение трансфертной цены и трансфертного ценообразования. Предлагается под трансфертной понимать цену предоставления ресурсов отдельными центрами ответственности или взаимозависимыми лицами, включающую в себя компонент прибыли и влияющую на рентабельность каждого подразделения (входящей в холдинг компании) и общий размер прибыли компании (холдинга) в целом.

Под трансфертным ценообразованием предлагается понимать гибкий управленческий инструмент, входящий в систему управленческого учета, который может быть применен в любой компании или группе компаний в качестве технологии взаимодействия структурных единиц, инструмент оперативного анализа и обоснования перспективных управленческих решений не только краткосрочного, но и стратегического характера.

Список литературы

1. Философский словарь / Под ред. И.Т. Фролова. – 4-е изд. – М.: Политиздат, 1981. – 445 с.
2. Вахрушина М.А. Бухгалтерский управленческий учет [Текст] / М.А. Вахрушина. – М. : Омега-Л; Высш. шк., 2007. – 528 с.
3. Друри К. Управленческий учет для бизнес-решений [Текст] / К. Друри. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 655 с.

4. Замбержицкая Е.С., Маковчук И.В., Налоговый и управленческий аспект трансфертного ценообразования в рамках промышленных холдинговых структур // Экономика и политика: научный журнал / под ред. Н.Р. Бальной. – Магнитогорск, 2014. №2 (3). С.69-74

5. Ивашкевич В.Б. Бухгалтерский управленческий учет [Текст] / В.Б. Ивашкевич. – М. : Экономистъ, 2003. – 618 с.

ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА В ОРГАНИЗАЦИИ (НА МАТЕРИАЛАХ ОАО «КОНЦЕРН ЭНЕРГОМЕРА»)

Ивашова Е.М.

студентка магистратуры

Ставропольского государственного аграрного университета,
Россия, г. Ставрополь

В данной работе рассматривается проблема ценовой политики в организации (на материалах ОАО «Концерн Энергомера»). В ней отражены выбор общей ориентации в ценовой политике, методы установления цен, а также задачи анализа ценовой политики.

Ключевые слова: ценовая политика, позиции организации, ценовая ориентация.

Ценовая политика организации оказывает долговременное (положительное или отрицательное) воздействие на функционирование предприятия, от уровня цен во многом зависят достигаемые финансовые результаты [5].

Суть целенаправленной ценовой политики в экономике предприятия предполагает установление цен на товары, позволяющие варьировать ими в зависимости от ситуации на рынке, для овладения максимально возможной долей, добиться запланированного объема прибыли и успешно решать все стратегические и тактические задачи. Актуальность темы заключается в том, что с правильно выбранной ценовой политикой предприятие добивается поставленных целей. В рамках ценовой политики частные решения (взаимосвязь цен на товары в пределах ассортимента, использование скидок, варьирование ценами, обеспечение оптимального соотношения своих цен и цен конкурентов, формирование цен на новые товары и т.д.) увязываются в единую интегрированную систему [4].

Ценовая политика используется для достижения таких целей как: максимизации рентабельности продаж, максимизации рентабельности всех активов предприятия, максимизации рентабельности чистого собственного капитала предприятия, стабилизации цен, прибыльности и укрепления рыночной позиции.

Активная ценовая политика предприятия признается успешной в том случае, если она позволяет: улучшить свои позиции на конкурентном рынке отрасли, увеличить чистую прибыль предприятия [4].

ОАО «Концерн Энергомера» – быстроразвивающийся многоотраслевой промышленный холдинг, стабильно занимающий лидирующие позиции в различных секторах рынка в России и в мире, с численностью работающих 5 000 чел. [2].

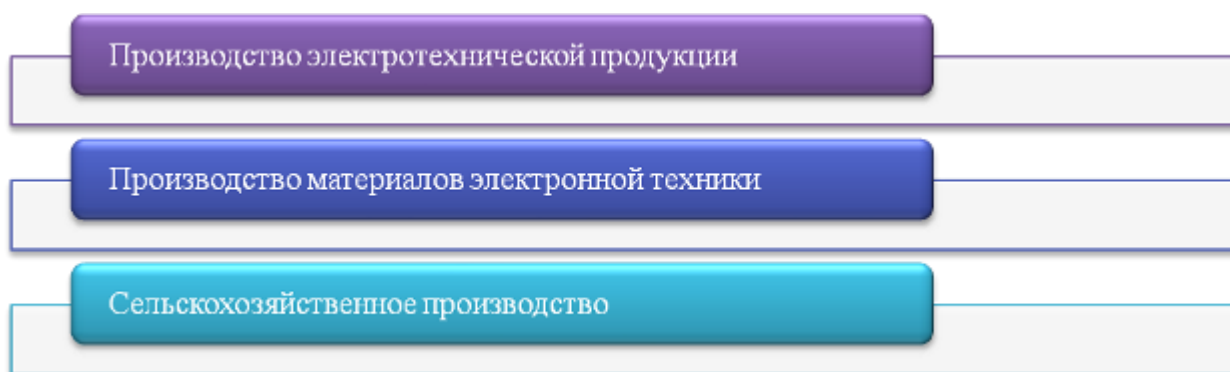


Рис. Основные направления деятельности ОАО «Концерн Энергомера»

Предприятие осуществляет свою деятельность не только на территории РФ, но и на территории стран СНГ, Европы, в странах Северной и Южной Америки. ОАО «Концерн Энергомера» является глобальным лидером в нескольких сегментах мирового рынка, контролируя по итогам 2013 г. около 30% и 11% на рынках сапфира для оптоэлектронного применения и металлизационных паст соответственно. Более 60% продукции экспортируется в 25 стран мира.

Хорошо понимая потребности и ожидания заинтересованных сторон высшее руководство ОАО «Концерн «Энергомера» строит открытые отношения с потребителями, поставщиками, персоналом, партнерами, инвесторами, акционерами, опираясь на принципы деловой этики, тем самым поддерживая конкурентную среду и одновременно создавая условия для долгосрочного партнерства.

К одной из главных задач ОАО «Концерн Энергомера» относится разработка эффективной ценовой политики на основе контроля, разработки рекомендаций, анализа, расчета и корректировки текущих цен для обеспечения прочной адаптации предприятия к колебаниям рыночной конъюнктуры, ценовой политики к изменениям внешней среды и внутренних факторов, с целью получения рентабельности хозяйственной деятельности предприятия.

Цены обеспечивают предприятию запланированную прибыль, конкурентоспособность продукции, спрос на нее. Через цены реализуются конечные коммерческие цели, определяется эффективность деятельности всех звеньев производственно-сбытовой структуры предприятия.

ОАО «Концерн «Энергомера» устанавливает цены только после серьезного анализа последствий принятых решений и разработки ценовой политики и стратегии. В зависимости от изменений цен на мировом и внутреннем рынке ОАО «Концерн «Энергомера» ежегодно пересматривает свою ценовую политику.

Таким образом, ценовая политика предприятия заключается в том, чтобы устанавливать цены на продукцию, позволяя предприятию овладеть максимально возможной долей рынка, добиться запланированного объема прибыли, т.е. успешно решать все стратегические задачи.

Список литературы

1. Абрютина М.С. Ценообразование в рыночной экономике: учебник / М.С. Абрютина. – М.: «Дело и Сервис», 2010.

2. Булатов А.С. Экономика: Учебник / А.С. Булатов. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Экономистъ, 2012.
3. Ермакова Н.Ю. Необходимость оценки бизнеса в рыночных условиях / Н.Ю. Ермакова // Сборник научных трудов Sworld. – 2013. Т. 42. № 4. – С. 41-43.
4. Оценка стоимости: ценные бумаги, бизнес, инвестиции / Банникова Н.В., Ермакова Н.Ю., Костюченко Т.Н., Лисова О.М., Гладилин А.А., Милаевская С.С.- Ставрополь, 2010.
5. Сайт www.energomera.ru – ОАО «Концерн Энергомера».

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ В БИБЛИОТЕЧНОЙ СФЕРЕ

Игумнова Е.О.

Специалист 1 категории МБУК «Библиотека Автограда»,
Россия, г.о. Тольятти

В статье рассмотрена специфика предоставления библиотечных услуг и проблемы управления данным процессом, обозначено понятие качества библиотечно-информационных услуг и представлена петля качества библиотечного обслуживания.

Ключевые слова: управление, качество, сфера услуг

В настоящее время общество характеризуется непрерывными динамичными изменениями, происходящими во всех сферах деятельности, в том числе и в библиотечном деле. Развитие современных информационных технологий и обостряющаяся конкуренция обуславливают проблему уровня библиотечного обслуживания и качества предоставляемых услуг. Однако, на данный момент в российском библиотековедении эта проблема недостаточно разработана. Очевидно, что важнейшим условием успешного развития современных библиотек является оказание конкурентоспособных качественных услуг.

Понятие «качество» трактуется различными специалистами по-разному. В международном стандарте ИСО 9000—2001 «Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь» качество описывается как «последовательное соответствие продукта или услуги заданному набору стандартов и ожиданий». В ГОСТ Р ИСО 9000-2005 понятие «качество» определяется как «степень соответствия присущих характеристик требованиям» [1].

Качество библиотечно-информационных услуг определяется как «совокупность свойств (параметров) услуг, процессов и условий их предоставления, обеспечивающих удовлетворение соответствующих потребностей пользователей в данном виде обслуживания» и качество библиотечно-информационной услуги определяется как «совокупность свойств (параметров) услуги, обеспечивающих ее способность удовлетворять определенные (обусловленные или предполагаемые) потребности пользователя в соответствии с его запросами и ожиданиями» [5].

Качество определяется рядом его составляющих, образующих так называемую петлю качества. Петля качества — это замкнутая последовательность мер, определяющих качество товаров (услуг) или процессов на этапах их производства и реализации.

Качество создается и поддерживается на всех этапах петли качества, начиная с исследования потребностей и рыночных возможностей, т.е. с маркетинга, и заканчивается совершенствованием, улучшением, корректировкой библиотечной деятельности (рисунок)

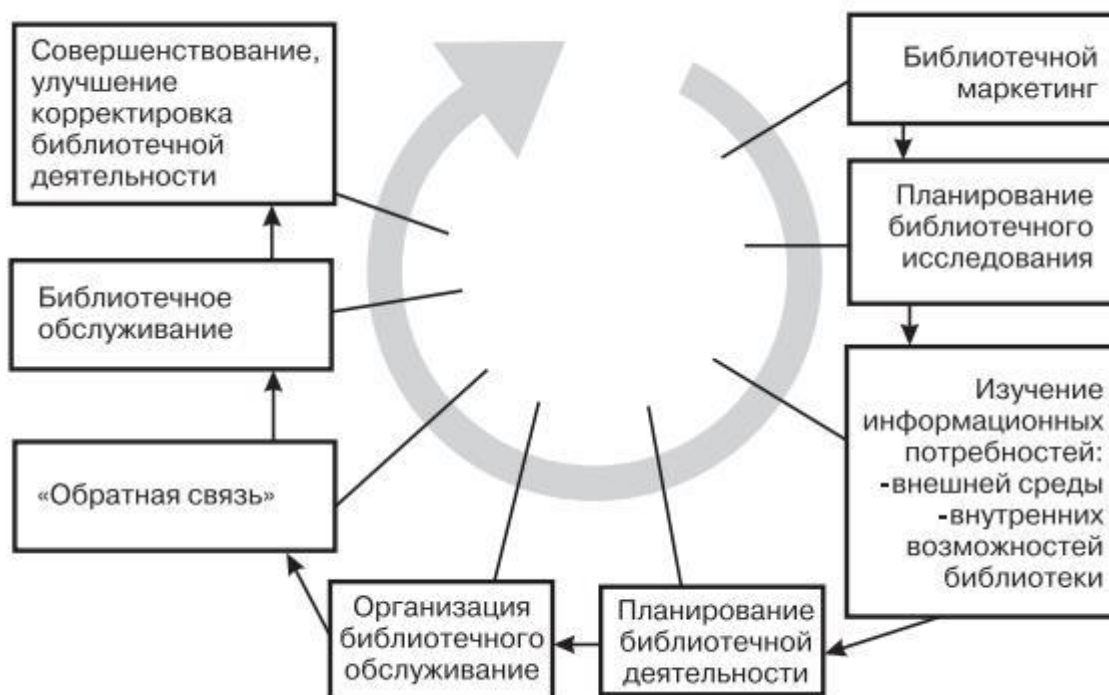


Рис. Петля качества библиотечного обслуживания

Достаточно не уделить качеству должного внимания на каком-то одном из этапов, как страдает качество всего информационного продукта/услуги, падает имидж библиотеки – создателя данной продукции, доверие к нему со стороны потребителей информации.

Создать качественный информационный продукт/услугу с минимальными затратами или повысить качество уже существующих услуг возможно только при наличии в организации, в том числе и в сфере культуры, комплексной системы менеджмента качества [3].

Менеджмент качества библиотеки – это система методов, средств и видов деятельности, направленных на выполнение требований и ожиданий читателей и пользователей библиотеки к качеству работы самой библиотеки и ее продукции. Менеджмент качества в библиотечной деятельности представляет собой разработанную и внедренную в практику работы единую (для определенного вида библиотек) политику, методологию и методику работы библиотеки, отвечающую предъявляемым на определенном, современном этапе времени требованиям различных категорий читателей к качеству ин-

формационных продуктов/услуг, а также к качеству сервиса, способам и формам предоставления данных информационных продуктов/услуг.

Управление качеством включает все функции общего руководства по разработке политики в области качества, установления целей, полномочий и ответственности, а также процессы планирования, контроля и обеспечения качества, с помощью которых в рамках системы качества происходит реализация данных функций. Структура менеджмента качества состоит из следующих видов (направлений управленческой деятельности по реализации основных функций менеджмента): планирование качества, обеспечение качества, контроль качества [4].

При стабильной работе организации, когда каждый из сотрудников, во-первых, представляет себе цели организации, во-вторых, понимает, что эти цели реалистичны и измеримы, усиливается и влияние всех заинтересованных сторон на фирму, так как от успехов фирмы зависит и их благополучие. Данные положения менеджмента качества положены в основу стандартов системы управления качеством, входящих в серию ИСО 9000. Уникальность стандартов ИСО серии 9000 состоит в том, что они не предлагают абсолютно измеримых критериев качества для каждого вида продукции и оказываемых библиотечных услуг, а задают лишь методологию функционирования системы качества, которая, в свою очередь, должна обеспечивать высокое качество продукции и услуг, производимых предприятием, иными словами – обеспечивать высокую степень удовлетворенности потребителей.

Таким образом, работу по повышению уровня качества библиотечных услуг, на наш взгляд, необходимо вести на основе основных положений концепции Всеобщего менеджмента качества, внедренного в деятельность библиотек, непрерывного комплексного управления качеством услуг на всех этапах петли качества и внедрения стандартов серии ИСО 9000.

Список литературы

1. Барабанова О.А. Семь инструментов управления качеством : учеб. пособие / О.А. Барабанова, В.А. Васильев, П.В. Москалев. – Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2007.
2. Дубровина, Л. А. Модернизация библиотек на основе менеджмента качества : учеб.-метод. пособие / Л. А. Дубровина, А. И. Кочетов. – М., 2004. – 84 с.
3. Ерохина Л. И., Скорниченко Н. Н. Маркетинговый подход к исследованию существующих методик оценки качества обслуживания потребителей сервисными услугами//Школа университетской науки: парадигма развития. -2010. – № 1. – Т. 1. – С. 121-126.
4. Сосунова Л.А., Рябова Е.В. Функциональное управление развитием сферы услуг//Российское предпринимательство. -2013. -№ 8 (230). -С. 133-142.
5. Фекличева, Н. Ю. Менеджмент качества : технология предпринимательства в представлении информационно-библиотечных услуг / Н. Ю. Фекличева // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2006. – № 7. – С. 58–64.

РЕЗЕРВЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ

Илющенко М.Н.

магистрант экономического факультета
Ставропольского государственного аграрного университета,
Россия г. Ставрополь

В статье рассматриваются основные направления повышения эффективности использования основных средств предприятия, грамотное использование которых позволит предприятию расширить свое производство, повысить рентабельность производства и уровень капитала.

Ключевые слова: основные средства, производство, производственные фонды, средства труда.

Повышение уровня эффективного использования основных средств является важной составляющей для любой организации. Неэффективное использование средств приводит к сокращению объемов производства и реализации, что в последствии уменьшает доходы предприятия. Правильное решение этой проблемы определит место предприятия в промышленном производстве, его экономическое состояние и конкурентные преимущества на современном рынке.

Каждое предприятие с разной формой образования и видом деятельности постоянно должно осуществлять мониторинг движения своих основных средств, состав, состояние и эффективность их использования. Полученная в результате информация дает возможность организации выявить направления и новые источники повышения эффективности использования основных средств, а также своевременно выявить и минимизировать негативные отклонения, которые в будущем могут серьезно повлиять на успешную деятельность предприятия.

Основные фонды отличаются высокой стоимостью и большой продолжительностью эксплуатации, в результате научно-технического прогресса происходит относительно динамичное изменение их технического состояние, что в дальнейшем приводит к их обесцениванию. В результате чего формируются определенные требования к характеру приобретаемых основных средств и к их эксплуатации [4].

Система направлений по улучшению использования основных средств может быть представлена по трем направлениям.

1. Техническое совершенствование средств труда:

- осуществление мероприятий по дальнейшему совершенствованию и развитию ремонтной базы предприятия, по повышению качества ремонта, технического осмотра оборудования;
- реконструкция производственных помещений, позволяющих более эффективно осуществлять техническое содержание оборудования;
- применение современной оргтехники, позволяющей вести учет ре-

лизации работ, услуг, инвентарных единиц в реальном режиме времени;

- выявление неиспользуемого оборудования и помещений, вовлечение в процесс производства излишних основных средств, расширение объема производства на имеющихся производственных мощностях и площадях;

- развитие изобретательства и рационализации.

2. Повышение уровня организации и управления производством:

- уменьшение издержек предприятия путем приобретения основных средств в лизинг;

- внедрение новейших технических, программных, системных продуктов с целью повышения качества управления и контроля за производством;

- материальное, моральное стимулирование сотрудников;

- осуществление мероприятий по дальнейшему совершенствованию мастерства основных работников производства.

3. Увеличение времени работы основных средств:

- ликвидация простоев оборудования за счет сдачи неиспользуемых средств в аренду (простаиваемые склады, автомобили и др.)

- ликвидация неэффективных простоев основных фондов (оборудования, транспорта) за счет повышения квалификации обслуживающего персонала, что приведет к сокращению времени на техническое обслуживание и ремонт;

- ликвидация потери рабочего времени за счет более активной маркетинговой политики предприятия [1].

Улучшение использования основных средств в значительной мере способствует решению проблемы сокращения разрыва в сроках физического и морального износа, ускорения темпов обновления основных средств.

На сегодняшний день внедрение автоматизированной системы управления производством на предприятии позволит в большей мере улучшить планирование работы оборудования, его загрузки, определить направления экономного использования материальных и трудовых ресурсов, устранения потерь на производстве и т.д.[2] Однако, должный эффект от всех предложенных мероприятий можно достичь только благодаря квалифицированному, максимальному и осмысленному труду работающего персонала.

Таким образом, невозможно переоценить значение эффективного использования основных средств. Грамотное использование основных средств способствует увеличению производства, повышению отдачи производственного потенциала, снижению себестоимости, росту рентабельности производства и капитала предприятия.

Список литературы

1. Акулич, В.В. Методика анализа основных средств / В.В. Акулич // Планово-экономический журнал. – 2012. №7. – 30–35 с.

2. Антикризисное управление: бухгалтерский учет и финансовый анализ / Трухачев В.И., Банникова Н.В., Гвоздиков А.В., Ермакова Н.Ю., Костюченко Т.Н., Костюкова Е.И. и др. – Ставрополь, 2003. – 152 с.

3. Куликова, Г. А. Анализ основных фондов в промышленном производстве / Г. А. Куликова // Бухгалтерский учет – 2010. – №22.–73–76 с.

4. Оценка стоимости: ценные бумаги, бизнес, инновации, инвестиции / Н.Ю. Ермакова, Н.В. Банникова, Т.Н. Костюченко, О.М. Лисова, С.С. Милаевская. – Ставрополь : Изд-во СтГАУ «АГРУС», 2010. – 368 с.

ВИРУСНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК МЕТОД СТИМУЛИРОВАНИЯ СПРОСА В СФЕРЕ УСЛУГ

Кабанова О.С.

и.о. директора департамента классического банкинга ООО КБ «Эл банк»,
Россия, г. Тольятти

В данной статье рассматривается такой способ стимулирования спроса в сфере услуг, как вирусный маркетинг, основные этапы процесса разработки вирусной кампании, а также даётся характеристика преимуществ и недостатков вирусного маркетинга.

Ключевые слова: стимулирование, спрос, вирусный маркетинг, услуги

Для каждого предприятия сферы обслуживания одной из главных задач является стимулирование и формирование спроса на услуги с целью увеличения их объёмов, повышения эффективности и роста прибыли, которые являются результатом деятельности предприятия.

Стимулирование спроса представляет собой систему мер, которые призваны увеличить покупательский спрос, ускорить его и интенсифицировать. Это некие мероприятия, акции и действия, которые порождают в потребителях дополнительную мотивацию к приобретению услуг в самое короткое время. Оно становится особенно актуальным, когда на рынке присутствует много конкурирующих услуг с примерно одинаковыми свойствами, когда услуга только завоевывает рынок или необходимо стимулировать спрос в определённые периоды (например, при сезонном спаде или наоборот в моменты интенсивного спроса).

Мероприятия по стимулированию спроса состоят в предложении коммерческой выгоды тем, кто приобретает услугу на оговоренных условиях. Обычно стимулирование спроса предполагает определенные способы побуждения к покупке, например, такие как:

- сезонное снижение цен;
- абонементное обслуживание;
- оказание нескольких видов услуг в комплексе по сниженным ценам;
- бонусные скидки (скидки предоставляются постоянным клиентам) и др. [3].

Одним из методов стимулирования спроса в современных условиях является вирусный маркетинг.

Вирусный маркетинг – это воздействие на целевую аудиторию, продвижение товаров и услуг за счет и силами самой целевой аудитории, добровольно (осознанно или не осознанно) участвующей в распространении информации о маркетинговом предложении. Рекламная коммуникация так влия-

яет на человека, что он «заражается» идеей распространения той или иной услуги (товара), тем самым становясь её активным рекламоносителем [1].

Сам термин «вирусный маркетинг» появился в США. Первым это словосочетание употребил профессор Гарвардской школы бизнеса Д. Рэйпорт в статье «Вирусный маркетинг», которая была опубликована в журнале «Fast Company» в декабре 1996 года [2]. Данный термин означает распространение от человека к человеку в рамках целевой группы, которое ложится в основу всей идеи "вирусного" процесса. Оригинальную информацию, идею в виде готового маркетингового сообщения (ролика, текста) вирусно передают друг другу в виде рекомендуемых ссылок. При этом передаваемая информация не воспринимается как навязчивое рекламное обращение, а ассоциируется, скорее, с развлечением.

В последнее время вирусный маркетинг находит все большее применение в связи с развитием интернет-технологий: большая скорость передачи данных позволяет пользователям легко обмениваться различной информацией; способствует распространению вирусного маркетинга и растущая популярность различных онлайн сообществ, блогов, социальных сетей.

Секрет вирусного маркетинга заключается, прежде всего, в том, что он использует привычку людей делиться информацией. Считается, что клиент, который удовлетворён товаром или сервисом, об этом расскажет примерно трём своим знакомым, а тот, кто недоволен – приблизительно десяти. Вирусный маркетинг базируется именно на этой особенности человеческого поведения.

Вирусный маркетинг играет значительную роль и в сфере услуг. Ведь если товар перед покупкой можно осмотреть и каким-то образом протестировать на качество, то об услуге, за которой человек обращается впервые, представление он зачастую имеет очень общее, а потому советуется с окружающими, имеющими в этом опыт.

Анализ публикаций, которые посвящены теории и практике вирусного маркетинга, позволил выделить следующие основные этапы разработки вирусной кампании:

1. Создание творческой концепции (идеи вируса). На данном этапе происходит поиск новой, безумной, на первый взгляд, идеи, который целесообразно осуществлять методом «мозгового штурма».

2. Производство вируса. Самый распространенный формат вируса – видеоролик. Однако границы вирусного маркетинга постоянно расширяются, а форматы становятся все более разнообразными.

3. Распространение. Вирус размещается в узлах коммуникации пользователей Интернета: блогах, социальных сетях, форумах, чатах и т.д. Всё это делается главным образом для того, чтобы вирус распространился в нужном направлении и достиг целевой аудитории рекламодателя.

4. Отчет. Самым простым и распространенным способом отследить эффективность «вируса» является встраивание специальной системы аудита, которая подсчитывает количество посещений web-сайта, пересылов, кликов, и т.д. Эффективность вируса также оценивается по таким показателям, как

количество контактов с аудиторией и количество ссылающихся ресурсов; примерная оценка уровня вовлеченности (количество комментариев к публикациям); отношение аудитории (соотношение позитивных / негативных комментариев) [4].

Существенным недостатком, является то, что повышение спроса после применения вирусного маркетинга имеет относительно непродолжительное время жизни и затем вновь снижается до минимума.

И всё же, на сегодняшний день вирусный маркетинг – это одна из удачных находок, так как имеет наилучший показатель соотношения цены и качества среди других коммуникативных инструментов стимулирования спроса, следовательно, и лучшую эффективность при вложении денежных средств в продвижение. Это перспективная технология, которую с успехом применяют многие предприятия. Грамотно выстроив обратную связь со своими клиентами, такие предприятия внимательно слушают их пожелания и активно внедряют их, повышая тем самым потребительский интерес. При таком подходе вирусный маркетинг может стать по-настоящему эффективным инструментом стимулирования спроса.

Список литературы

1. Зварич Э. Отличия скрытого маркетинга от вирусного и партизанского // Рекламодатель: теория и практика. – 2010. – № 5. – С. 56-61.
2. Козлов Д. В. Вирусный маркетинг: формат имеет значение // Интернет – маркетинг. – 2008. – № 4. – С. 228-234.
3. Скорниченко Н.Н. Анализ основных подходов к стимулированию спроса на продукцию в современных экономических условиях//Экономика и управление: новые вызовы и перспективы. 2011. № 2. С. 345-348.
4. Скорниченко Н.Н., Назаров А.С. Использование вирусного маркетинга для повышения эффективности деятельности инновационной организации//Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Сер.: Экономика. -2008. -№ 4. -С. 185-189.

ПРОБЛЕМЫ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАНИЯ В СФЕРЕ СЕРВИСА

Кабанова О.С.

и.о. директора департамента
классического банкинга ООО КБ «Эл банк»,
Россия, г.о. Тольятти

В статье исследована сущность клиентоориентированной политики предприятия. Рассмотрены этапы ее формирования. Определена значимость клиентоориентированной политики для предприятия сферы сервиса.

Ключевые слова: сфера сервиса, клиентоориентированность, клиентоориентированная политика

В современных условиях интерес к вопросу клиентоориентирования в сфере сервиса очевиден. Причиной тому является всевозрастающая конкуренция на рынке, которая выравнивает предложения предприятий сферы

услуг по цене, качеству и ассортименту и, таким образом, заставляет их искать новые способы конкурентной борьбы.

Клиентоориентированная политика – это комплекс мероприятий предприятия, нацеленный на извлечение дополнительной прибыли, за счет достижения потребительской удовлетворенности и потребительской лояльности. Главная цель клиентоориентированности – повышение эффективности бизнес – процессов, направленных на привлечение и удержание клиентов – в маркетинге, продажах, сервисе и обслуживании, независимо от канала, через который происходит контакт с клиентом. [1]

Клиентоориентированная философия или клиентинг (предложение превышает спрос) характеризуется тем, что тенденции рынка направлены на постоянное увеличение предложения, и наступает момент, когда агрессивные методы перестают приносить предприятию ожидаемый и окупаемый эффект. Предложения конкурентов постепенно выравниваются по цене, качеству и ассортименту, сопоставимыми становятся также и вложения в продвижение товаров и услуг. Предложение начинает превышать спрос, и акцент смещается в сторону потребителей. Теперь, клиенту недостаточно просто качественной услуги по приемлемой цене – он выберет то предприятие сферы сервиса, где ему предложат «бонус» за готовность к сотрудничеству (за покупку). Такая философия отличается принципиально новым подходом к работе с клиентом и, соответственно, к организации бизнеса.

Повышение степени клиентоориентированности предприятий сферы сервиса сложный и неоднозначный процесс, требующий системного подхода. Изменения в этой связи затрагивают все предприятие – его ментальность, систему коммуникаций, систему работы с клиентом, основные бизнес-процессы, систему управления [2]. Разработка клиентоориентированной политики включает несколько этапов.

Этап 1. Определение узких мест и выявление ресурсов. Для выбора маркетинговой стратегии начать следует с анализа соотношения спроса и предложения в сегменте, в котором работает предприятие.

Этап 2. Анализ клиентской базы. На этом этапе необходимо получить ответы на вопросы: «Кто Ваши клиенты?» и «Есть ли в компании категории, группы клиентов, принципы их группировки».

Этап 3. Разработка дифференцированных программ работы с клиентами. Для каждой группы клиентов должна быть разработана собственная программа, максимально учитывающая потребности клиентов внутри группы.

Этап 4. Управление программами лояльности. При этом важно выстроить не только внешние, но и внутренние коммуникации, которые повышают конкурентоспособность и способствуют росту доходов предприятия. Следовательно, речь уже идет не только о внешнем, но и о внутреннем клиентинге. [3]

Этап 5. Оценка эффективности клиентоориентированной политики. Для того чтобы оценить эффективность клиентоориентированной политики рассчитывается прибыльность каждой группы клиентов за весь цикл взаимодействия с компанией.

Для предприятий сферы сервиса клиентоориентированность означает принятие, в первую очередь, маркетинговой философии управления, когда все решения оцениваются не только с точки зрения их выгодности для предприятия, но и с точки зрения влияния на удовлетворенность потребителей. Клиентоориентированность основана на формировании философии и организационной культуры с позиции маркетинговых коммуникаций. Помимо этого, необходимо общее понимание всем персоналом ответственности перед клиентом, постоянная работа по выявлению его потребностей, решению его проблем, и, что особенно важно, предвосхищение его потребностей. Ассортиментная политика предприятия сферы сервиса должна быть нацелена на предложение клиентам услуг, максимальным образом соответствующих реальным желаниям клиента. У персонала должно быть сформировано клиентоориентированное поведение – поведение, направленное на установление и поддержание отношений с клиентами для получения необходимого результата как в краткосрочном, так и в долгосрочном периоде.

Переход на клиентоориентированность требует разработки стандартов обслуживания клиентов. При создании стандартов клиентоориентированности необходимо учитывать следующие факторы:

- 1) стандарты должны опираться на ожидания клиента (если ключевые клиенты подразделяются на сегменты, то стандарты для них могут различаться);
- 2) стандарты должны учитывать специфику бизнеса;
- 3) принятые стандарты должны соблюдаться всеми сотрудниками, а не только работниками, непосредственно взаимодействующими с клиентами;
- 4) стандарты должны быть понятны каждому работнику и применимы в реальных ситуациях;
- 5) стандарты необходимо регулярно пересматривать.

Безусловно, стандарты делают рабочий процесс понятным для персонала, минимизируют временные затраты руководителей на адаптацию новых сотрудников, но с их помощью невозможно перевоспитать сотрудников с точки зрения их отношения к клиентам, поэтому нужно изначально отбирать подходящих кандидатов и развивать у них навык клиентоориентированности.

Таким образом, переход на концепцию продвижения комплексного решения проблем клиента будет способствовать развитию предприятия и росту его потенциала. Подводя итог, подчеркнем, что в основе клиентоориентированного подхода лежит концепция маркетинга отношений, где ведущую роль играет установление, поддержание и развитие взаимоотношений с клиентами, у персонала необходимо развивать знания, умения, навыки, ценности, установки и мотивацию, что в конечном итоге будет способствовать достижению бизнес-целей предприятия сферы сервиса.

Список литературы

1. Крюкова А.А., Кузьмин Е.В. Разработка концепции комплексного управления клиентами // Вестник СГЭУ: ежемесячный журнал. – 2011. – № 7. – С. 61-65.

2. Куликова З.В. Об управлении лояльностью // Сборник трудов Седьмой Всероссийской Научно-практической конференции «Проблемы практического маркетинга в сфере сервиса». – М.: МГУС, 2010.

3. Скорниченко Н.Н. Анализ основных подходов к стимулированию спроса на продукцию в современных экономических условиях // Экономика и управление: новые вызовы и перспективы. 2011. № 2. С. 345-348.

4. Сулейменова Б. М. Система продвижения товаров и услуг как один из инструментов комплекса маркетинга // Маркетинг в России и за рубежом. – 2008. – №4. – С. 76–84.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫХ ОТРАСЛЕЙ ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Каплюк Е.В.

ассистент кафедры экономики предприятия
Южного федерального университета,
Россия, г. Таганрог

Краснянский А.С.

студент кафедры экономики предприятия
Южного федерального университета,
Россия, г. Таганрог

Тихонина А.В.

студентка кафедры экономики предприятия
Южного федерального университета,
Россия, г. Таганрог

В статье рассматривается общее состояние высокотехнологичных отраслей промышленности России, определена их роль в экономическом развитии, выявлены тенденции, проблемы и пути решения.

Ключевые слова: высокотехнологичные отрасли, инновационная экономика, аэрокосмическая промышленность, радиоэлектронная промышленность, медицинская промышленность, химико-фармацевтическая отрасль.

Развитие высокотехнологичного комплекса промышленности России является одной из важнейших задач, решение которой является условием перехода к инновационной экономике и основой экономической безопасности. Комплекс высокотехнологичных отраслей экономики включает в себя аэрокосмическую промышленность, радиоэлектронную промышленность, производство ЭВМ, офисного оборудования и программного обеспечения (ПО), а также промышленность средств связи, медицинскую технику, прецизионную и оптико-электронную технику, химико-фармацевтическую отрасль, также, особое место занимает оборонно-промышленный комплекс, который обладает большим научно-техническим и промышленным потенциалом [1].

Не смотря на лидирующее место по количеству космических пусков за ушедший год, Российская аэрокосмическая промышленность находится в шатком состоянии. Во-первых, большую роль играет устаревшая техника и технологии, во-вторых, в 2014 году произошло снижение спроса на продукцию аэрокосмических предприятий промышленности, в-третьих, снизилась доступность инвестиционных ресурсов. Аэрокосмическая промышленность РФ на данный момент требует модернизации основных фондов производителей авиационной и космической техники.

Состояние радиоэлектронной промышленности на конец 2014 года благоприятное. Объединенная приборостроительная корпорация увеличила рост производства на 25% благодаря запуску в серийное производство новых типов продукции. Также стоит подчеркнуть начало сотрудничества в разрезе радиоэлектронной промышленности с Китаем. Объем отгруженной продукции на экспорт увеличилась по сравнению с 2013 годом на 16,5 млн. долларов. Наблюдается общая тенденция роста в данной отрасли.

Отрасль медицинской техники, как и химико-фармацевтическая отрасль претерпевает сложные времена. Доля экспорта двух этих отраслей очень мала, варьируется от 7 до 15%. Отрасль медицинской техники нуждается в модернизации высокотехнологичного производства, для этого необходимо более 5 лет для подготовки специалистов данной области, также необходимо обновление основных фондов, не стоит забывать и о привлечении средств благодаря реализации инновационных комплексных проектов [2]. Увеличивается доля зарубежной медицинской техники в учреждениях здравоохранения. Это, в свою очередь, приумножает зависимость учреждений здравоохранения на импортные расходные материалы, запасные части, с увеличением курса евро и доллара это увеличивает в разы государственные расходы. В целом, данная отрасль требует больших затрат, т.к. доля на рынке постоянно сокращается, слабое техническое оснащение не дает в полной мере разрабатывать конкурентоспособные продукты. Химико-фармацевтическая отрасль также проигрывает в конкуренции сильным, более оснащенным сырьем зарубежным производителям. Доля на рынке также заметно сокращается. Отрасли необходимы новейшие инновационные разработки, которые требуют больших затрат [3]. Влияние курса доллара и евро благоприятно влияет на импортозамещение лекарственных препаратов внутри страны, но от этого доля препаратов новейших инновационных разработок только уменьшается. Итак, нужно уменьшить отставание фармацевтических препаратов за счет увеличения технического уровня производственных мощностей для возможности быть конкурентоспособными в данной отрасли, также требуется достаточное государственное стимулирование предприятий химико-фармацевтической отрасли для разработки новейших инновационных продуктов.

В заключении, можно сказать, что комплекс высокотехнологичных отраслей промышленности требует больших финансовых затрат для увеличения конкурентоспособности, разработки новейших инновационных

продуктов и услуг, улучшения технического оснащения предприятий и привлечение высококвалифицированных кадров. Также отметим, что развитие высоких технологий в России, является приоритетной задачей, способной решить ряд проблем, что неоднократно подчеркивалось правительством страны: усиление научно-технического потенциала страны, повышение количества исследований по стратегически важным направлениям, снижение оттока высококвалифицированных специалистов и интеллектуальной собственности.

Список литературы

1. Бендигов М.А., Фролов И.Э. Высокотехнологичный сектор промышленности России: состояние, тенденции, механизмы инновационного развития. – М.: Наука, 2007.
2. Теребова С.В., Мазилев Е.А. Структура промышленности региона: состояние и проблемы целенаправленного изменения [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/struktura-promyshlennosti-regiona-sostoyanie-i-problemy-tselenapravlenno-izmeneniya>
3. Фролов И.Э. Возможности и проблемы модернизации российского высокотехнологичного комплекса [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.gosbook.ru/node/40402>

СТРУКТУРА РЫНКА ЗЕРНА В СТАВРОПОЛЬСКОМ КРАЕ

Козлова Н.В.

магистрант экономического факультета
Ставропольского государственного аграрного университета,
Россия. г. Ставрополь

В статье рассматривается состояние и тенденции развития рынка зерна Ставропольского края, представлена динамика валового сбора основных сельскохозяйственных культур в хозяйствах всех категорий.

Ключевые слова: рынок зерна, валовое производство, сельскохозяйственные культуры.

Рынок зерна занимает важное место в продовольственном рынке страны, что определяется стратегической важностью зерна в обеспечении экономической безопасности и конкурентоспособности российского государства. Россия остается одной из крупнейших зернопроизводящих стран мира, даже после сокращения и медленного роста производства зерна в кризисный период. В Российской Федерации сосредоточено 6% мировых посевов зерновых культур, а производство зерна в стране составляет около 3,3% мирового [1].

Ставропольский край в российском рейтинге по валовому производству зерна занимает третье место, обеспечивая около семи процентов всей этой продукции в стране, овощей – седьмое, подсолнечника – восьмое, сахарной свеклы – девятое. Ставрополье стабильно входит в пятерку основных зерновых регионов России.

В Ставропольском крае на долю зерновых культур приходится 75%

общей посевной площади. В 2013 году зерновые культуры были посеяны на площади 2284,5 тыс. га, что на 6,5% выше уровня 2011 г. Увеличение площади под зерновыми культурами позволило сельхозтоваропроизводителям края получить в 2013 году 7,2 млн.тонн зерна. Однако из-за снижения урожайности с 39,0 ц/га до 31,2 ц/га сельскохозяйственные товаропроизводители недополучили более 1 млн.тонн зерна (таблица).

Таблица

**Валовой сбор сельскохозяйственных культур в хозяйствах всех категорий
по Ставропольскому краю**

Показатели	2011		2012		2013		2013 в % к 2011
	тыс.т.	%	тыс.т.	%	тыс.т.	%	
Зерно в первоначальном весе	8369,1	100,0	4957,5	100,0	7117,9	100,0	85,0
в весе после доработки	8185,9	97,8	4836,1	97,6	6962,0	97,8	85,0
- пшеница озимая	6810,6	81,4	3495,4	70,5	5354,2	75,2	78,6
- ячмень озимый	436,7	5,2	246,8	5,0	532,5	7,5	121,9
- ячмень яровой	113,3	1,4	125,7	2,5	112,2	1,6	99,0
- кукуруза	526,9	6,3	691,3	13,9	848,7	11,9	161,1
- овес	37,1	0,4	42,1	0,8	38,3	0,5	103,2
- просо	43,5	0,5	44,5	0,9	23,4	0,3	53,8
- гречиха	3,6	0,0	5,0	0,1	3,1	0,0	86,1
зернобобовые, всего	378,1	4,5	298,9	6,0	190,1	2,7	50,3

Важнейшими зерновыми культурами являются пшеница и кукуруза. На их долю суммарно приходится более 81,0% от посевной площади зерновых. Из приведенных данных видно, что в 2013 г. произведено 5,3 млн.тонн озимой пшеницы, что составляет 75% от общего валового сбора зерновых культур. За исследуемый период наблюдается отрицательная динамика валового сбора пшеницы и проса, но положительная динамика ячменя, кукурузы и овса [4]

Таким образом с 2011 года ситуация в зерновой отрасли края изменилась в сторону ухудшения. Это подтверждает объективную необходимость дальнейшего усиления господдержки зерновой отрасли. Принципы такого участия могут быть следующими: ответственность государства за формирование и развитие зернового рынка, выражающаяся в его регулировании; отслеживание тенденций развития зернового рынка, позволяющего предотвращать развитие негативных процессов и их отрицательные последствия; формирование единой системы регулирования зернового рынка; развитие системы стимулирования роста объемов производства зерновых культур и конечной продукции зернового производства [3].

По нашему мнению, с учетом анализа фактического состояния, сложившегося на зерновом рынке края, зерновая политика должна быть направлена на осуществление структурной перестройки зернового производства в направлении максимальной ориентации его на нужды потребителей зерна и продуктов его переработки. Тем более это диктуется как колебанием уро-

жайности, так и существенным сокращением объемов реализации зерна по наиболее выгодным для сельхозпроизводителей каналам реализации [2].

Исследование основных показателей рынка зерна позволило сделать вывод о том, что его современное состояние определяется комплексом социально-экономических, экологических, организационных и технологических проблем, для решения которых возникает объективная необходимость воздействия на рынок зерна со стороны государства. В перспективе рынок зерна должен превратиться в систему, оптимально сочетающую в себе механизмы рыночного саморегулирования и государственного воздействия.

Список литературы

1. Белкина, Е.Н., Козлова Н.В. Анализ конъюнктуры рынка зерна Ставропольского края / Е.Н. Белкина, Н.В. Козлова // Экономика и управление организации, комплексами на основе инновационного подхода, материалы международной научно-практической конференции, Издательство Калмыцкого университета, 2014. – С.379-383.
2. Банникова, Н.В., Костюченко, Т.Н., Ермакова, Н.Ю. Методика стратегического планирования развития регионального агропродовольственного комплекса / Н.В.Банникова, Т.Н. Костюченко, Н.Ю. Ермакова // Вестник Калмыцкого университета, 2007. – № 4. – С. 92-99.
3. Ермакова Н.Ю., Долбня А.А. Сущность устойчивого развития предприятий агробизнеса / Ермакова Н.Ю., Долбня А.А. // Вестник АПК Ставрополя, 2011. – № 4. – С. 70-72.
4. www.mcx.ru

ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ РАСХОДОВ МУНИЦИПАЛЬНОГО БЮДЖЕТА НА СОЦИАЛЬНУЮ ПОЛИТИКУ

Колесник С.А.

доцент кафедры МКиД Института сферы обслуживания и предпринимательства (филиала) ДГТУ, канд. техн. наук, доцент,
Россия, г. Шахты

Фатеева С.В.

профессор кафедры Менеджмент Института сферы обслуживания и предпринимательства (филиала) ДГТУ, д-р филос. наук, профессор,
Россия, г. Шахты

В статье на основе принципов эффективного использования бюджетных средств проведен анализ распределения бюджетных ассигнований на примере муниципального образования города Шахты Ростовской области.

Ключевые слова: бюджетное финансирование, социальная политика, социальное обеспечение населения.

Вопрос эффективного использования бюджетного финансирования рассматривается как острая экономическая проблема современной России. Для ее успешного решения вводится ряд мероприятий по контролю и анализу

результативности исполнения основных статей расходования бюджетных средств: мониторинг, аудит, привлечение к ответственности, введение лимитов бюджетных обязательств, развитие системы электронного документооборота и др.

Эффективное использование бюджетных средств предполагает соблюдение принципа прозрачности бюджетного процесса на стадии исполнения бюджета, который согласно ст. 36 Бюджетного кодекса Российской Федерации [1] реализуется через: обязательное опубликование в средствах массовой информации утвержденных бюджетов и отчетов об их исполнении;

- обязательную открытость для общества и средств массовой информации проектов бюджетов;

- обеспечение доступа к информации, размещенной в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на едином портале бюджетной системы Российской Федерации; стабильность и (или) преемственность бюджетной классификации Российской Федерации, а также обеспечение сопоставимости показателей бюджета отчетного, текущего и очередного финансового года.

При этом основным направлением расходования бюджетных средств является финансирование социальной сферы и социальной политики государства. В соответствии с Бюджетным кодексом РФ [1] мероприятия в области социальной защиты граждан относятся к расходам, совместно финансируемым из федерального бюджета, бюджетов субъектов РФ и бюджетов муниципальных образований. Социальные программы субъектов РФ, как правило, являются дополнением федеральных программ в области социальной защиты граждан. Финансирование учреждений социальной сферы осуществляется за счет средств бюджета того уровня государственной власти и местного самоуправления, в чьем ведении они находятся. Расходование бюджета на социальную политику подразумевает оплату социальных услуг, предоставляемых гражданам пожилого возраста и инвалидам на дому и в учреждениях социального обслуживания, а также затраты на социальную помощь малообеспеченным гражданам, осуществление молодежной политики, выплату пенсий военнослужащим, пенсий и пособий работникам правоохранительных органов. Но основным источником удовлетворения большей части необходимых потребностей населения определенной территории являются региональные бюджеты Российской Федерации. К одной из основных групп расходов относится финансирование социально-культурных мероприятий, относящихся к приоритетным направлениям бюджетных расходов. Следует также отметить, что и на муниципальные бюджеты возлагается часть финансирования социальной политики, зачастую превосходящую все остальные статьи расходования бюджетных средств. Основная проблема состоит в обеспечении муниципальными органами власти наполняемости муниципального бюджета в силу их дефицитности и общегосударственной тенденцией «старения» населения. Особенно это становится заметно в муниципальных образованиях, на которых в прошлом большая часть населения была занята в угольной отрасли, таких как г. Шахты, г. Гуково, г. Новошахтинск и др.

Так, например, согласно принятому Городской Думой бюджету г. Шахты на 2013 год доходная его часть составила 4 895 359,1 тыс. рублей [2]. В соответствии с изменениями остатков средств на счетах по учету средств бюджета, равными 104 213,4 тыс. рублей, расходная часть бюджета на конец года составила 4 999 572,5 тыс. рублей. Вместе с тем, Постановлением мэра г. Шахты [3] утвержден бюджет за 9 месяцев 2014 года по доходам в сумме 3 429 807,4 тыс. рублей и по расходам в сумме 3 288 307,4 тыс. рублей (с превышением доходов над расходами в сумме 141 500,0 тыс. рублей), при изначально запланированной годовой доходной части бюджета, равной 5 495 632,8 тыс. рублей. Анализ распределения бюджетных ассигнований бюджетов за исследуемые периоды подтвердил, что расходы на социальную политику занимают лидирующие позиции по объемам расхода денежных средств. Так, в 2013 году расходы на социальную политику, равные 2 134 904,6 тыс. рублей, составили 42,7 % от общего объема бюджетных ассигнований, в то время как в 2014 году соответствующие расходы составили 2 512 407,1 тыс. рублей, что соответствует 45,7% от общего объема бюджета города.

Таблица 1

Анализ распределения бюджетных ассигнований бюджета г. Шахты, в тыс. рублей

Наименование	Разделы	2013 год	2014 год
Общегосударственные вопросы	01	226 729,1	233 906,3
Национальная безопасность и правоохранительная деятельность	03	16 128,1	19 008,2
Национальная экономика	04	622 693,7	291 795,8
Жилищно-коммунальное хозяйство	05	313 490,8	399 230,1
Охрана окружающей среды	06	507,2	549,2
Образование	07	1 457 698,8	1 754 899,5
Культура, кинематография	08	99 040,8	115 774,4
Здравоохранение	09	106 261,6	63 354,6
Социальная политика	10	2 134 904,6	2 512 407,1
Физическая культура и спорт	11	20 607,0	103 172,6
Средства массовой информации	12	1 510,8	1 535,0
Всего расходов		4 999 572,5	5 495 632,8

Распределение бюджетных ассигнований по разделу «Социальная политика» по основным подразделам представлено в табл. 2.

Таблица 2

Распределение бюджетных ассигнований бюджета г. Шахты по разделу «Социальная политика» по основным подразделам, в тыс. рублей

Наименование	Подразделы	2013 год	2014 год
Пенсионное обеспечение	1001	7 832,2	12 085,0
Социальное обслуживание населения	1002	103 123,6	121 233,2
Социальное обеспечение населения	1003	1 846 256,6	2 148 200,7
Охрана семьи и детства	1004	117 196,8	163 464,3
Другие вопросы в области социальной политики	1006	60 495,4	67 423,9
Всего по разделу		2 134 904,6	2 512 407,1

Основная часть бюджетных ассигнований бюджета г. Шахты за исследуемый период по разделу «Социальная политика» отнесена к подразделу

«Социальное обеспечение населения», составила в 2013 году 1 846 256,6 тыс. рублей и в 2014 – 2 148 200,7 тыс. рублей, или 86,5 % и 85,5% соответственно от общего объема денежных средств рассматриваемого раздела.

Не смотря на то, что муниципальные органы власти берут на себя достаточно большой удельный вес по финансированию социальной сферы на своих территориях, анализ показывает, что без дополнительного участия регионального бюджета в финансовой поддержке таких муниципальных образований не обойтись. Особую значимость данный тезис приобретает в современных условиях: кризисная ситуация в масштабах всей экономики России, сокращение расходов Федерального Бюджета на финансирование производственной сферы при «социально ориентированном» бюджете, централизация налоговых поступлений с последующим «перераспределением» на муниципалитеты, инфляционные процессы и т.д. Остается надеяться, что принятая «Антикризисная программа» Правительством РФ учтет «чаяния» не только всех субъектов РФ, но и отдельно взятых муниципальных образований.

Список литературы

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации: Федер. закон Рос. Федерации от 31.07.1998. N 145-ФЗ (ред. от 28.12.2013, с изм. от 03.02.2014) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2014). Статья 36. Принцип прозрачности (открытости) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.consultant.ru> © КонсультантПлюс, 1992-2014
2. Решение №478 47-го заседания городской Думы города Шахты «О внесении изменений в решение городской Думы города Шахты «О бюджете города Шахты на 2013 год и на плановый период 2014 и 2015 годов»». – Принято 26 декабря 2013 года [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://shakhty-gorod.ru>
3. Постановление мэра г. Шахты от 15.10.2014г. №6444 «Об утверждении отчета об исполнении бюджета города Шахты за 9 месяцев 2014 года» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://shakhty-gorod.ru>

ОРГАНИЗАЦИЯ ИНФОРМАЦИОННО-КОНСУЛЬТАЦИОННЫХ СЛУЖБ В АПК

Крупина А.Г.

магистрант направления подготовки «Экономика фирмы и отраслевых рынков» Ставропольского государственного аграрного университета,
Россия, г. Ставрополь

В статье особое внимание уделяется изучению сущности информационно-консультационной деятельности в аграрном секторе, рассмотрены основы организации ИКС в Ставропольском крае.

Ключевые слова: региональные и районные ИКС, информационно-консультационная служба, АПК, НТП.

Информационно-консультационной службой называется организация, которая предоставляет товаропроизводителям необходимую им информацией, повышает уровень их знаний для выбора решений, способствующих эффективному ведению производства; также помогает проанализировать про-

блемы, повышать ответственность за принимаемые решения; работает как трансформирующий орган, переводя результаты научных исследований в рекомендации для практики; ориентирует НТП на выбор актуальной научной проблемы [1].

Главной целью информационно-консультационной службы является повышение уровня устойчивости агропромышленного комплекса на основе данных достижений науки, передового производственного опыта, технологической и рыночной информации, доведения до хозяйствующих субъектов. Основными работниками на этой службе являются специалисты-консультанты, хорошо знающие законодательство, владеющие рыночными методами хозяйствования, хорошо ориентирующимся в сельском хозяйстве. Также они должны быть коммуникабельны, обладать соответствующими навыками в общении и подготовке управленческих решений. Пользователями информационно-консультационных услуг являются агропромышленные организации, сельскохозяйственные, крестьянские (фермерские) хозяйства, органы государственного управления АПК, население [3].

На данный момент районные и региональные ИКС (центры), предоставляют сельскохозяйственным товаропроизводителям (клиентам) следующие виды услуг:

- информационное обслуживание по различным вопросам (о новых технологиях, оборудовании, породах животных, перспективных сортах и др.);
- консультирование по всем направлениям деятельности АПК (организационно-экономическим, правовым вопросам, технологическим и производственным проблемам);
- организация обучающих семинаров, конференций сельских товаропроизводителей;
- внедрение достижений НТП и передового опыта;
- оказание помощи при разработке и составлении бизнес-планов, разработке программы выхода из кризиса, реформировании предприятий и введении бухгалтерского учета;
- предоставление коммерческой информации и приобретения различных материальных ценностей, консультации по вопросам сбыта продукции;
- создание базы данных по сельхозпредприятиям по основным вопросам их деятельности.

Структура информационно-консультационной службы АПК имеет три уровня организации: федеральная, региональная, районная (межрайонная) структуры ИКС.

В Ставропольском крае находится 52 региональных и 309 районных и 20 межрайонных центров. Деятельность ИКС АПК края направлена на удовлетворение интересов сельхозтоваропроизводителей в информационных и консультационных услугах. В крае информационно – консультационные службы являются методическим центром и координатором работы по организации деятельности ИКС на районном уровне на базе средних профессиональных учебных заведений. Консультационная служба издает методические

пособия для полевых консультантов, проводит семинары на региональном и районном уровнях, организует демонстрационные поля по экологически безопасным технологиям. Так, в 2014 году сельхозтоваропроизводителям края оказано более 19 тысяч консультаций, проведено 3,5 тыс. обучающих семинаров, издано и распространено 60 шт учебно-методической литературы.

Инновационная деятельность информационно-консультационной службы направлена на содействие активизации инновационных процессов в АПК и совершенствование механизмов внедрения технологий и разработок. В 2014 г. для обеспечения занятости безработных граждан и развития предпринимательства в сельской местности разработано 5 типовых бизнес-планов и подготовлены методические рекомендации, посвященные организации собственного дела. В рамках выполнения целевых программ «Начинающий фермер» и «Развитие семейных животноводческих ферм» рассмотрено и профинансировано 13 бизнес-планов [2].

Таким образом, информационно-Консультационная Служба (ИКС) в аграрном секторе и перерабатывающей промышленности АПК играет главную роль в предпринимательской деятельности, развитии производства, продаже сельхозпродукции.

Список литературы

1. Семин, А. А. Формирование и эффективность региональных информационно-консультационных центров / А. А. Семин // АПК: экономика и управление. – 2012. № 6 С.62-67.
2. Ермакова, Н. Ю. Роль информационно-консультационных служб в развитии малых форм аграрного предпринимательства / Н. Ю. Ермакова, О.М. Лисова, А.В. Тенищев, М.Е. Гуреева // Экономика и предпринимательство. – 2013. – № 11-2 (40-2). – С. 250-254.
3. Ермакова Н.Ю. Цымбаленко Ю.В. Направления информатизации предпринимательской деятельности / Н.Ю. Ермакова, Ю.В. Цымбаленко // Сборник научных трудов Sworld. – 2013. – Т. 45. № 4. – С. 36-38.
4. www.mshsk.ru

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ОПЛАТЫ ТРУДА

Кузнецов С.А.

преподаватель

ФГБОУ ВПО «Воронежская государственная лесотехническая академия»,
Россия, г. Воронеж

Забудьков В.А.

студент ФГБОУ ВПО «Воронежская государственная
лесотехническая академия»,
Россия, г. Воронеж

Рано или поздно каждому экономическому субъекту приходится столкнуться с проблемой трудоустройства. Порой крайне трудно бывает найти именно ту работу, которая бы пришлась человеку по душе. Но это ещё не всё. Зачастую все конфликты между работодателем и потенциальным кандидатом на предполагаемую должность камнем пре-

ткновения выступает вопрос о системе начисления заработной платы, которая в свою очередь выступает главным стимулирующим эффектом при осуществлении профессиональной деятельности. В представленной статье будет рассмотрен механизм совершенствования системы оплаты труда.

Ключевые слова: труд, оплата труда, система начисления заработной платы, международное разделение труда.

Вопросы уровня оплаты труда волнуют подавляющее большинство населения страны и нет необходимости доказывать значения преобразований в оплате труда и в ожидаемых результатах реформирования экономики, отраслей социальной сферы, государственной модернизации. Вряд ли возможно говорить о позитивных итогах реформ в налоговой, пенсионной и жилищно-коммунальной сферах, если не провести адекватных изменений в политике заработной платы.

В настоящее время в оплате труда и ее организации в России накопилось много острых проблем и недостатков. Своей актуальностью выделяются пять наиболее крупных и острых проблем в оплате труда:

Задержки с выплатой заработной платы (от одного месяца в более благополучных районах, до года и более в противоположных в этом смысле городах и районах России);

Низкая воспроизводственная функция оплаты труда (в настоящее время минимальная заработная плата, установленная государством, составляет не более 25% от уровня физиологического прожиточного минимума). И это далеко не полный перечень проблем, которые имеют место быть во взаимоотношениях работодателя и работника. Не последнюю роль здесь играет международное разделение труда. Остановимся на этом более подробно. На современном этапе существования мирового хозяйства развивающиеся страны (РС) занимают видное место. На них приходится 70% мирового населения, 20% ВВП, а также большая доля зарубежных инвестиций в их экономику. Они активно вовлечены в международные экономические отношения. И для того, чтобы яснее понять их роль и перспективы, необходимо проанализировать место и роль развивающиеся стран в международном разделении труда [1].

Главное изменение в экономическом развитии РС, которое произошло к настоящему времени, есть возрастание уровня целостности производственного процесса и постепенный перевод его на национальную экономическую базу – тенденция, разумеется, условная, исходя из разного уровня их развития. Укрепился контроль РС над своими ресурсами в отличие от недавнего прошлого, когда он принадлежал Западу. Важную роль здесь играют государственные финансово – экономические институты, призванные обслуживать воспроизводственный процесс. Это позволило в определенной мере регулировать иностранный капитал, постепенно включать бывшие местные автономные производственные анклавы в национальные системы межотраслевых связей. Были укреплены или заново созданы такие звенья воспроизводства, как тяжелая промышленность, банки, производственные инфраструкту-

ра, системы подготовки кадров и образования, развития система обслуживания. В общем, “третьего пути” развития не получается – развивается в общем и целом достаточно классическая схема рыночной социально-экономической системы – альтернативы пока не просматривается, хотя в каждой стране имеются свои особенности.

Существенной чертой экономического развития в РС является то, что он перекрывается устойчивой тенденцией роста населения. Эта тенденция не может не вести в целом ряде случаев к ухудшению положения трудящихся масс. И вообще, надо отметить, что демографический фактор является по сути главным внутренним фактором, диктующим специфику экономического роста этой группы стран последние десятилетия. Он оказывает сильное давление на структуру рынка, занятость, производство. Это давление сказывалось по следующим двум направлениям.

Заработная плата – это цена рабочей силы, соответствующая стоимости предметов потребления и услуг, которые обеспечивают воспроизводство рабочей силы, удовлетворяя материальные и духовные потребности работника и членов его семьи. Под системой оплаты труда понимается определенная взаимосвязь между показателями, характеризующими меру (норму) труда и меру его оплаты в пределах и сверх норм труда, гарантирующая получение работником заработной платы в соответствии с фактически достигнутыми результатами труда (относительно норм) и ценой его рабочей силы, согласованной между работником и работодателем [2].

Одним из принципиальных требований к системам оплаты на предприятиях является то, чтобы они обеспечивали равную оплату за равный труд. Это в свою очередь, требует, чтобы показатели, используемые для учета результатов труда, давали возможность оценивать как количество, так и качество труда наемных работников и установить соответствующие этим показателям нормы количества и качества труда.

Формы и системы заработной платы устанавливают связь между величиной заработка и количеством, качеством труда и обуславливают определенный порядок и ее начисления в зависимости от организационных условий производства и результатов труда.

Исторически получили широкое распространение две основные формы оплаты труда: повременная заработная плата и сдельная заработная плата.

Повременная заработная плата – это такая оплата труда, которая зависит от фактически отработанного на производстве времени с учетом квалификации работника [3].

Повременная заработная плата исторически первой применялась на промышленных предприятиях. Выгода этой формы для предпринимателей состояла в том, что они, пользуясь высоким уровнем безработицы, могли повышать количество рабочих часов в день, снижая часовую оплату.

По повременной форме оплачивается деятельность части рабочих и большинства служащих, в том числе руководителей и специалистов. Рабочие по повременной форме оплачиваются те, которые заняты на трудно нормируемых и ненормируемых работах (например, контроль и управление техноло-

гическим процессом). Следует более подробно остановиться на способах совершенствования оплаты труда работников на предприятии.

В начале экономической реформы многие предприятия оказались в ситуации, неблагоприятной для организации эффективной системы оплаты. Либерализация цен снизила у работника стимул к повышению индивидуального результата труда, а у предпринимателя – стимул к наращиванию прибыли. Этому же способствует налоговый механизм вместе с механизмом создания внебюджетных фондов [4].

Прежде всего необходимо стремиться, чтобы тарифы, а по возможности и вся заработная плата были бы скорректированы на рост цен если не 1:1, то в той пропорции, какую максимально позволяет спрос на продукцию предприятия при повышении им цен. Отставание темпов роста зарплаты от темпов роста цен ведет в первую очередь к сужению потребительского спроса и к дальнейшему снижению объемов производства, компенсация которого осуществляется за счет нового роста цен. Индексация заработной платы, по возможности максимально компенсирующая рост цен, позволяет сохранить стимулирующую роль заработной платы. Опыт стран с рыночной экономикой показывает, что сейчас правильно организовать заработную плату на предприятии невозможно без ее основного элемента — нормирования труда. Оно позволяет установить соответствие между объемом затрат труда и размером его оплаты в конкретных организационно-технических условиях. Однако в начале реформы, когда необходимо было осуществить коренное изменение организации оплаты труда, проблеме нормирования стало уделяться значительно меньше внимания как со стороны органов управления экономикой, так и практических работников. Распространялось мнение, что в условиях перехода к рыночным отношениям нормы утрачивают свое значение, поскольку они выполняют главным образом функцию регулирования заработной платы. И надо заметить, что в данное время необходимо так строить систему оплаты труда, чтобы она была непосредственным двигателем высокой производительности и рентабельности предприятия; необходимо добиться такого баланса, чтобы хорошо работающий персонал получал достойную зарплату и в то же время совсем плохо работающие были вынуждены уйти и быть замененными на более добросовестных, но все это должно происходить таким образом, чтобы предприятие не осталось совсем без кадров и в то же время происходил достаточный «естественный» отбор. Добиться такого баланса представляется довольно непростой задачей, учитывая финансовые сложности, сопровождающие сейчас практически каждое предприятие. Поэтому в первую очередь на предприятиях необходимо позаботиться, чтобы в службах управления персоналом и системой заработной платы всегда находились высококвалифицированные специалисты. Это как бы первая ступень к оздоровлению предприятия. Следующее слово – за этими специалистами [4].

Безусловно, невозможно в одной работе охватить весь спектр проблем, которые существуют в такой наиважнейшей сфере, как оплата труда работников. Справедливость в данном вопросе стоит на первом месте. Поэтому недооценивать эффективной начисления заработной платы крайне губитель-

но; ведь заработная плата – это источник жизни каждого из нас. А как известно, каждый человек – это мир, который вносит свою лепту в картину мирового сообщества. А элементы мозаики данной панорамы и конечный результат-это уже прерогатива каждого человека в отдельности!

Список литературы

1. Кузнецов С.А. Анализ уровня заработной платы – важнейшего стимулирующего фактора инновационной деятельности//Современная экономика: проблемы, тенденции, перспективы. -2011. -№4. -С. 13-18.
2. Кузнецов С.А. Мотивация и стимулирование работников в сфере предпринимательской деятельности. // Лесотехнический журнал. 2012. № 1. С. 122-130.
3. Кузнецов С.А. Недостатки системы мотивации в России как следствие несовершенной системы управления персоналом. // Современные проблемы науки и образования. 2011. № 6. С. 207-207.
4. Совершенствование системы оплаты труда – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bibliofond.ru>.-Заголовок с экрана.

ИЗМЕНЕНИЕ БАЗИСА ПОСТАВКИ В БИЗНЕС МОДЕЛИ ОРГАНИЗАЦИИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЭКСПОРТНО-ИМПОРТНОЙ КОМПАНИИ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ТРАНСФЭР»)

Кулумбегов М.М.

студент кафедры экономики промышленности и организации предприятий
Института проблем энергетической эффективности, Национальный
исследовательский университет Московский энергетический институт
(НИУ «МЭИ»), Россия, г. Москва

Табачный Е.М.

доцент кафедры экономики промышленности и организации предприятий
Института проблем энергетической эффективности,
Национальный исследовательский университет Московский
энергетический институт (НИУ «МЭИ»), к.т.н., доцент,
Россия, г. Москва

В статье изменения базиса поставки в бизнес модели организации внешнеэкономической деятельности рассматривается модернизация бизнес модели за счет реинжиниринга бизнес – процессов. Вследствие чего компании удастся оптимизировать свою деятельность, определить, как она работает и как ей следует работать. Представлено экономическое обоснование необходимости изменения базиса поставки.

Ключевые слова: бизнес модель, бизнес-процесс, экспорт, импорт, базис поставки.

Международная торговля – это процесс купли – продажи между покупателями и продавцами в разных странах, который включает в себя экспорт и импорт товаров.

Компания ООО «Трансфэр» специализируется в области оснащения предприятий различных отраслей промышленности современным высоко-

технологичным оборудованием: оборудование для молочного животноводства, оборудование для пищевой промышленности, упаковочное оборудование, насосное оборудование и компоненты, шланги и уплотнения. Среди контрагентов данной организации есть как иностранные поставщики, так и иностранные покупатели. Основной перечень товара компания импортирует из Франции [1].

Деятельность компания ООО «Трансфэр» очень сложна, включает множество организационных, функциональных процессов. Эти процессы взаимосвязаны, влияют друг на друга и определяют эффективность экспортно-импортной деятельности фирмы. На сегодняшний момент существующая бизнес-модель и схемы организации бизнес-процессов далека от совершенства и требует реинжиниринга бизнес процессов.

Бизнес-процесс – это цепочка действий, в которых применяются ресурсы предприятия для модернизации с целью определенного результата для полного удовлетворения потребностей потребителей.

Реинжиниринг бизнес-процессов – это оптимизация деятельности компании, с целью определить, как компания работает и как компании следует работать.

Для сокращения длительности поставки товара на склад через границу РФ, а так же минимизации логистической составляющей в себестоимости продукции, было решено изменить базис поставки, модернизировав бизнес модель по импорту на предприятии.



Рис. Диаграмма Ганта после моделирования бизнес модели

Для достижения данного плана при выборе базиса поставки «DAP» вместо «DAT» компания ООО «Трансфэр Проект» упростила операцию импорта, убрав лишние звенья в бизнес – модели. Исключили отправку доверенности в транспортную компанию, исключен заказ российского транспорта, уменьшен риск порчи товара при импорте, за счет отмены погрузки и выгрузки товара на СВХ. Машина отправляется на склад ответственного хранения «С колес». На практике, когда импортные компании заказывают транспорт на СВХ, это не означает, что наша компания получит первыми товар. На СВХ не работает логистическая концепция «Точно в срок». Они придерживаются концепции FIFO ("первым пришел, первым вышел"). Другими сло-

вами, если машину заказать в 9.00, она заберет товар в 18.00 или на следующее утро. Хранение товара на СВХ оплачивается посуточно. Следовательно, была уменьшена длительность цикла доставки товара за счет отправки машины «с колес» на склад ответственного хранения после выпуска ДТ на товары.

За счет изменения базиса поставки бизнес модели по импорту товара «Трансфэр Проект» удалось снизить цену реализации на товары в среднем на 1,6-1,87% за счет снижения затрат на логистику на территории Российской Федерации. Экономия затрат составила 12 204 руб за поставку. В практике деятельности компании насчитывается в среднем около 4 поставок по МС в месяц, 48 поставок в год. Следовательно, экономия компании составляет 48 817 руб в месяц, 585 807 руб в год.

При внедрении новой бизнес модели по импорту при базисе поставке «DAP» и на поставки по оборудованию, у которых только закупочная стоимость составляет от 3 до 11 млн рублей. Предприятию удастся экономить на логистике примерно 1,87% от этой суммы, то есть больше 1,5 миллиона рублей в год.

Экономический эффект импорта, экономическую эффективность сделки и рентабельность к издержкам до модернизации и после модернизации бизнес модели одинаково положительны при базисах поставки «DAT» и «DAP», однако изменение экономического эффекта импорта после реструктуризации бизнес модели составило + 10 176 руб и изменение R на + 1,47%.

Список литературы

1. ООО «Трансфэр» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.transfaire.ru>

ИННОВАЦИОННАЯ АКТИВНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ РОССИИ

Кулыгина Е.Н.

аспирант кафедры менеджмента и государственного управления
Института экономики и предпринимательства ННГУ им. Лобачевского,
Россия, г. Нижний Новгород

В статье инновационная активность предприятий рассматривается в качестве одного из приоритетных факторов развития промышленности государства. Инновационное развитие является наиболее перспективным способом хозяйствования в современных условиях. Развиваясь инновационным путем, предприятие вынуждено совершенствовать свою производственную базу, систему материально-технического обеспечения, оптимизировать структуру сбыта продукции, адаптируя их к изменениям.

Ключевые слова: инновационное развитие, инновационная активность, инновации на производстве.

Инновационное развитие является наиболее перспективным способом хозяйствования в современных условиях, который базируется на непрерыв-

ном поиске и использовании новых методов и сфер реализации потенциала предприятия в условиях изменчивой внешней среды.

Развиваясь инновационным путем, предприятие вынуждено совершенствовать свою производственную базу, систему материально-технического обеспечения, оптимизировать структуру сбыта продукции, адаптируя их к изменениям. Одновременно с этим происходит перестройка организационных структур управления, приобретают опыт и расширяют знания работники и руководители, отлаживается система взаимодействия с экономическими партнерами, создается и укрепляется имидж предприятия. В связи с этим растет инновационный потенциал, расширяются адаптационные способности предприятия к изменениям внешней среды, что, в свою очередь, может позволить реализовать новые возможности, обеспечивая устойчивое развитие предприятия.

Ключевая проблема российской экономики осталась неизменной с советского периода – низкая технологическая оснащенность производства. Задача модернизации производства в советский период решалась за счет административной мобилизации ресурсов внутри страны наряду с определенными импортными закупками оборудования при сохранении общей изоляции экономической системы. В настоящее время единственным способом модернизации является прямая интеграция российской экономики и мировое хозяйство. Как показывает зарубежный опыт передача технологий, а также вливание иностранных инвестиций в технологическое переоснащение производства происходят лишь тогда, когда экономическая система страны настолько интегрирована в экономический процесс зарубежных стран, что возникающая и связи с этим взаимозависимость повышает заинтересованность стран-доноров в экспорте технологий и инвестиций [4].

Последний финансово-экономический кризис обнажил острые проблемы перехода российской экономики на инновационный путь развития. Несмотря на то, что курс на подобное развитие был заявлен на высоком правительственном уровне уже более шести лет назад, особых подвижек и этой области не наблюдается. Если сравнить нашу страну не только с высокоразвитыми, но и развивающимися государствами, то достижения отечественной экономики в данной сфере выглядит весьма скромно.

Имея довольно хорошие стартовые условия. Россия, находясь на ресурсной стадии развития, в ближайшей перспективе не станет лидером в инновационном плане. Хотя некоторые положительные тенденции, а повышении эффективности экономики у нашей страны есть. В 2008-2010гг. наметилась положительная тенденция в динамике финансирования и проведения прикладных научных исследований. Об этом свидетельствуют следующие данные:

- финансирование исследований (в реальном выражении) выросло более чем на 50%;
- количество выданных резидентам патентов увеличилось на 20%;
- увеличился экспорт высокотехнологичной продукции в 2010 г по сравнению с 2008 г в 1,3 раза;

- экспорт в секторе услуг в сфере высоких технологий увеличился в три раза [3].

Для развития инновационного сектора экономики в странах со средним уровнем доходов важны не только собственные технологические разработки, но и приобретение и адаптация современных зарубежных технологий. В этом плане большое значение имеют прямые иностранные инвестиции и импорт капитальных товаров. Прямые иностранные инвестиции в 2008-2010гг. в обрабатывающие отрасли увеличилось почти в два раза. Инвестиционный импорт рос в этот период и среднем примерно на 30% в год [2].

Вырос индекс технологической готовности, включающий в том числе использование передовых технологий, адаптацию фирм к новым технологиям, передачу технологий прямыми инвесторами.

Однако эти тенденции мало что меняют в неблагоприятной ситуации в инновационной среде (включая науку и инновационные производства).

В России до сих пор число предприятий, осуществляющих инновационную деятельность, является незначительным. В 2011г. их удельный вес составлял 9,4%. Тогда как в Германии – 73 %. Бельгии – 58%, Эстонии – 47%, в Чехии – 41%. В РФ государственную помощь на внедрение технологических инноваций получают не более 1 % предприятий. В Австрии – 18%, Италии – 14%, Нидерландах – 13%, Германии – 9%.

В нашей стране мала доля высокотехнологичной продукции в совокупном экспорте – 2%. Из них собственно научные исследования и разработки составляют 0,4%. Особенно критичным это положение выглядит при сравнении с другими странами. Так, например, в Китае доля высокотехнологичной продукции в совокупном экспорте составляет 17 %, в Германии – 16%, во Франции – 20%, в США -28%. Доля нашей страны в мировых затратах на НИОКР сократилась за 1997-2007 гг. на 5 %. В то же время Китай увеличил свою долю в затратах на НИОКР на 103 %, Турция – на 79%, ЮАР – на 40%.

Ухудшение позиций нашей страны на фоне других государств в области НИОКР и инновационной деятельности в ряде аналитических документов объясняется нехваткой финансовых ресурсов, возникшей, по причинам экономического кризиса, снижения цен на углеводородное сырье, трудностей трансформационных процессов и т.д. В действительности недостаточное финансирование инновационной деятельности является результатом иных предпочтений, иной шкалы ценностей у наших предпринимателей. Низкий технико-технологический уровень предприятий не рассматривается ими как важное направление инвестиций.

Обсуждая причины сложившейся ситуации, представители всех экономических школ сходятся во мнении, что дело в практической государственной экономической политике.

В настоящее время уже нет сомнений в необходимости активных государственных действий в качестве условия инновационного развития экономики. Однако только инвестиционно-инновационной активности государства вряд ли будет достаточно. Инновационный рост предполагает широкое использование технико-технологических, организационно-управленческих и

других нововведений по всем общественном хозяйстве. Государство в рыночной экономике имеет ограниченные возможности воздействия неэкономических субъектов. Без предпринимательства вряд ли достижим экономический рост [1].

Предпринимательство соединяет средства труда и рабочую силу и определяет тип экономического роста – экстенсивный или интенсивный, осуществляемый на основе инноваций. При отсутствии заинтересованности в инновационном пути развития у предпринимательства государственные меры в этом направлении будут давать весьма скудные результаты.

Список литературы

1. Астапов К.Л. Законодательные основы государственного регулирования инновационной деятельности // Законодательство и экономика. 2012. № 1.
2. Индикаторы инновационной деятельности: 2012: стат. сб. – М.: Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2012. – 472 с. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.hse.ru/primarydata/ii2012>(дата обращения 26.01.2015).
3. Суша Г.З. Экономика предприятия: учеб. пособ. – М.: Новое знание, 2012. – 384 с.
4. Яшин С.Н., Кошелев Е.В., Макаров С.А. Анализ эффективности инновационной деятельности. СПб.: БХВ, 2012 год, 288 с.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СТАВРОПОЛЬСКОМ КРАЕ

Максименко М.В.

магистрант 2 курса экономический факультет
Ставропольский государственный аграрный университет,
Россия, г. Ставрополь

В данной работе рассматриваются государственные программы и фонды поддержки малого предпринимательства в Ставропольском крае.

Ключевые слова: малое предпринимательство, государственная поддержка.

Малое предпринимательство является одним из ведущих секторов экономики, во многом определяющим темпы экономического роста, состояния занятости населения, структуру и качество валового национального продукта. Значение малого и среднего предпринимательства в рыночной экономике велико. Без малого предпринимательства рыночная экономика не может ни функционировать, ни развиваться. Малый бизнес в рыночной экономике – это один из ведущих секторов, который определяет структуру и качество ВВП, темпы экономического роста. Доля малого бизнеса в ВВП составляет 25%.

Малый бизнес обеспечивает необходимую мобильность в условиях рынка. Он способен не только быстро реагировать на изменение спроса и «быстро заполнять ниши, образующиеся в потребительской сфере, но и сравнительно быстро окупаться, создавать атмосферу конкуренции» [3].

Малое предпринимательство – это не только существенная составляющая и массовая субъектная база цивилизованного рыночного хозяйства, но и неотъемлемый элемент присущего ему конкурентного механизма.

Однако конкурентные преимущества в малых предприятиях обеспечиваются в основном за счет высокой интенсификации труда и продолжительности рабочего дня, а также низкой по сравнению с крупным бизнесом оплатой ресурсов. Отличительной чертой российского малого предпринимательства продолжает оставаться высокая доля «теневого» сектора. Согласно проведенным исследованиям, теневой оборот в малых предприятиях составляет 31-32% [2]. В связи с этим малое предпринимательство имеет крайне неустойчивый и высоко рисковый характер. Поэтому без активной поддержки со стороны государства малый бизнес не может существовать.

В Ставропольском крае утверждена краевая целевая программа «Поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства в Ставропольском крае на 2012-2015 годы». Меры государственной поддержки предусмотрены для малого бизнеса на разных стадиях жизненного цикла: зарождения, становления, роста и зрелости. В связи с этим в крае создан «Гарантийный фонд поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в Ставропольском крае», «Фонд микрофинансирования», «Управляющая компания инвестиционного и инновационного развития Ставропольского края», «Бизнес-инкубатор малого и среднего бизнеса», «Венчурный фонд». Предусмотрена грантовая поддержка на создание бизнеса до 300 тыс. руб. и инновационных компаний до 500 тыс. руб.

Объем финансирования мероприятий по поддержке малого и среднего бизнеса согласно краевой целевой программе составит 384 млн.руб. (таблица).

Таблица

**Объем финансирования мероприятий краевой целевой программы
«Поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства в
Ставропольском крае на 2012-2015 годы», тыс.руб.**

Источник средств	2012	2013	2014	2015	Итого
Бюджет Ставропольского края	76000,0	79000,0	81000,0	84000,0	320000,0
Бюджеты муниципальных районов и городских округов	1875,0	3000,0	3375,0	3250,0	11500,0
Средства юридических и физических лиц, определяемых на конкурсной основе	13162,5	13162,5	13162,5	13162,5	52650,0
Всего					384150,0

Кроме этого программой предусматриваются меры по имущественной, правовой, информационной и образовательной поддержке субъектов малого и среднего предпринимательства. Расчеты показывают, что с увеличением направлений поддержки малого бизнеса как на федеральном, так и региональном уровне растет количество малых предприятий.

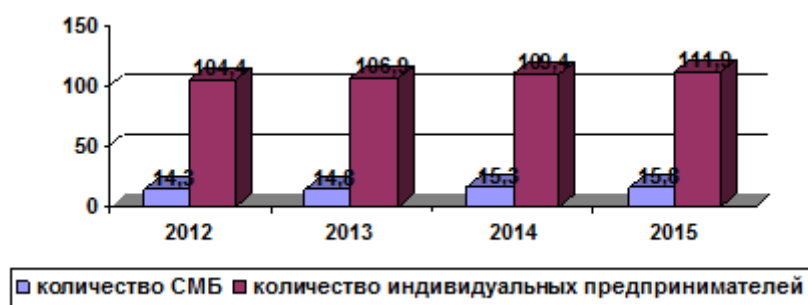


Рис. Увеличение количества субъектов СМП в Ставропольском крае по итогам реализации целевой программы, тыс.ед

Таким образом, в условиях конкурентной борьбы малый бизнес вынужден постоянно развиваться и адаптироваться к меняющимся условиям рынка, что предъявляет повышенные требования к уровню знаний предпринимателей, ресурсной базе, использованию инноваций. В этих условиях для развития предпринимательства, повышения его значимости в экономике края необходимо создание и реализация мер по его государственной поддержке.

Список литературы

1. Ермакова, Н.Ю., Захарченко, А.А Проблемы региональной и муниципальной систем поддержки развития малого предпринимательства. / Н.Ю.Ермакова и др. // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2009. – № 24. С. 164-167
2. Ермакова, Н.Ю. Состояние и тенденции малого бизнеса в Ставропольском крае / Н.Ю. Ермакова // В сборнике: Проблемы и перспективы развития современного предпринимательства. – 2011. – С. 38-41.
3. Ермакова, Н.Ю., Христенко, А.С., Фролова, Т.Ю. Состояние и проблемы развития малого предпринимательства в Ставропольском крае / Н.Ю.Ермакова и др. // В сборнике Актуальные проблемы развития предпринимательства. – 2013. – С. 61-66.
4. Лоскутова, М.В. Малое предпринимательство как основа социально ориентированной рыночной экономики / М. В. Лоскутова, С. В. Владимирова // Экономические науки. – 2008. – № 4. – С. 115–118.

О НЕКОТОРЫХ ВОПРОСАХ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО БИЗНЕСА

Мандрощенко О.В.

профессор кафедры «Налоги и налогообложения» Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, д.э.н, доцент,
Россия, г. Москва

В статье рассматриваются достоинства и недостатки специального налогового режима – упрощенной системы налогообложения, которая широко используется предприятиями малого бизнеса. Обоснование алгоритма расчета резерва на обновление материально-технической базы и включение этих сумм в состав расходов позволит предприятиям безубыточно обновлять основные фонды.

Ключевые слова: упрощенная система налогообложения, малый бизнес, расходы, выручка, процентная ставка.

Малый бизнес является неотъемлемой частью современной рыночной экономики. Все более широкое признание получает способность предприятий малого бизнеса вносить существенный вклад в повышение конкурентоспособности целых отраслей. В этой связи одним из наиболее эффективных государственных рычагов поддержки и стимулирования предпринимательской деятельности является формирование налоговой политики, обеспечивающей создание благоприятных условий для функционирования бизнеса различной размерности.

Согласно действующему законодательству, предприятия малого бизнеса могут работать по традиционной системе налогообложения и применять специальные налоговые режимы. По мнению большинства представителей малого предпринимательства, добросовестное исполнение обязанностей налогоплательщика заведомо влечет нерентабельность и убыточность бизнеса. Данная проблема особенно актуальна для начинающих бизнесменов, которые после уплаты налогов не способны справиться с высокой конкуренцией на рынке.

Упрощенная система налогообложения (УСН) – одна из наиболее распространенных среди малых предприятий, поскольку имеет ряд преимуществ по сравнению с традиционной системой налогообложения. В качестве объекта могут выступать доходы (облагаемые по ставке 6%), а также доходы, уменьшенные на величину расходов (облагаемые по ставке 15%).

Однако, несмотря на неоспоримые преимущества, данный режим обладает и рядом недостатков. К их числу можно отнести следующие:

1. Превышение лимита годового дохода в 60 млн. руб. потенциально влечет за собой обязанность по восстановлению данных бухгалтерского и налогового учета и уплате соответствующих налогов.

2. Неэффективный порядок отнесения расходов на приобретение (создание, изготовление, создание) основных средств и нематериальных активов в период применения упрощенной системы налогообложения.

Гражданское и налоговое законодательство имеет значительно различающиеся критерии отнесения предприятий к разряду малых. Так, проанализировав основные положения законодательной базы, можно сделать вывод, что УСН заведомо предназначена лишь для микропредприятий, потому как в соответствии с Федеральным законом Российской Федерации от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» к разряду «микро» относятся предприятия с выручкой не превышающей 60 млн.руб., что соответствует критериальному значению применения упрощенной системы налогообложения. Опасение бизнеса превысить законодательно установленные лимиты автоматически дестимулирует развитие малого предпринимательства. В связи с этим целесообразно привести в соответствие нормы гражданского и налогового законодательства и увеличить порог, позволяющий использовать данный специальный налоговый режим.

Наиболее рациональным решением является повышение допустимого значения выручки, используемого в целях налогообложения, до уровня, установленного Федеральным законом №209-ФЗ и Постановлением Правительства Российской Федерации №556, а именно, до 400 млн. рублей. Однако, во избежание попыток уклонения от налогообложения компаниями, пытающимися завуалировать предпринимательскую деятельность под малый бизнес, необходимо привнести в налоговое законодательство изменения и в части ограничения средней численности персонала (до 100 человек включительно), что максимально сблизит налоговое и гражданское законодательство.

Развитие предприятий малого сектора экономики имеет в целом тенденцию роста. Однако темпы прироста обеспечиваются лишь за счет стабильного роста количества микропредприятий. Количество же малых предприятий неуклонно снижается вследствие негативного влияния кризисных явлений. Проанализировав отраслевую структуру малого бизнеса, можно сделать вывод, что значительную долю занимают фондоемкие предприятия – около 1/3 от общего числа, но доля их оборота в общем объеме незначительна.

В ходе анализа выявлено, что в порядок применения упрощенной системы налогообложения целесообразно внести ряд корректировок в части признания расходов для целей исчисления налоговой базы.

Согласно статье 346.16 Налогового кодекса РФ в качестве расходов, уменьшающих полученные доходы при определении налоговой базы, признаются расходы на приобретение, сооружение и изготовление основных средств, а также на достройку, дооборудование, модернизацию, реконструкцию и техническое перевооружение основных средств. Порядок определения расходов зависит от момента ввода основных средств в эксплуатацию: по основным средствам, приобретенным в период применения упрощенной системы, расходы признаются в полном объеме после их фактической оплаты; по основным средствам, приобретенным до перехода на упрощенную систему налогообложения – стоимость списывается согласно нормам, установленным НК РФ.

Такой порядок признания расходов крайне невыгоден для фондоемких предприятий. Это связано с тем, что при приобретении основных средств, расходы на их приобретение включаются в полном объеме после их фактической оплаты, заведомо присваивая организациям статус убыточных, тем самым лишая их возможности для реинвестирования прибыли в дальнейшее развитие.

Оптимальным решением данной проблемы может стать создание «Резерва на обновление материально-технической базы» на обязательной основе. Такая мера позволит предпринимателям, накопив необходимую сумму денежных средств, полноценно развивать бизнес, что также способствует повышению рентабельности предприятий и в перспективе увеличит налоговые поступления в бюджет государства.

Изначально необходимо определиться с выбором базы для расчета суммы отчислений в предлагаемый резерв. Выбирая между такими показателями, как выручка и прибыль, наиболее целесообразным является размер вы-

ручки, это связано с тем, что зачастую финансовый результат от осуществления деятельности отрицателен, что заведомо лишает предприятия возможности производить систематические отчисления.

Предположим, что на начало года было зарегистрировано 1629 тыс. предприятий малого бизнеса, в их числе 1400 тыс. микропредприятий и 229 тыс. малых. Выручка малого бизнеса составила 18 925 000 млн. руб., стоимость собственных основных фондов – 3 088 960 млн.руб. Поскольку субъекты малого бизнеса в некотором роде имеют инновационную направленность, а потому, принадлежащие им основные фонды, устаревают значительно быстрее, за счет морального износа, нежели физического. По мнению ряда аналитиков, наиболее эффективным является обновление основных фондов раз в пять лет. Иными словами, коэффициент амортизации должен составлять около 20% в год. На основе вышеприведенных данных, рассмотрим расчет оптимальной процентной ставки отчислений в резерв на обновление материально-технической базы (таблица).

Таблица

**Расчет оптимальной процентной ставки отчислений в резерв
на обновление материально-технической базы**

№	Показатель	Расчет	Результат
1	Сумма обновления основных средств за год, руб.	$3\,088\,960\,000\,000 \times 20\%$	= 503 498
2	Средняя выручка, приходящаяся на 1 предприятие, руб.	$\frac{18\,925\,000\,000\,000}{1\,227\,000}$	= 15 423 798
3	Процентная ставка отчислений в резерв, исходя из средней выручки на 1 предприятие	$\frac{503\,498}{15\,423\,798} \times 100\%$	≈ 3,3%
4	Процентная ставка отчислений в резерв, исходя из ныне действующего порогового значения выручки при применении УСН	$\frac{503\,498}{60\,000\,000} \times 100\%$	≈ 0,8%
5	Процентная ставка отчислений в резерв, исходя из предлагаемого порогового значения выручки при применении УСН	$\frac{503\,498}{400\,000\,000} \times 100\%$	≈ 0,1%

Согласно полученным результатам очевидна тенденция снижения процентной ставки вследствие увеличения размера выручки. Однако, учитывая тот факт, что наибольшие объемы выручки имеют такие отрасли экономики, как розничная и оптовая торговля, которые не являются фондоемкими, целесообразно введение регрессивной шкалы процентных ставок отчислений в резерв. Проанализировав расчеты, оптимальным значением является диапазон от 0,1% до 4%, в зависимости от величины выручки.

Подводя итог вышеизложенному, можно утверждать, что введение «Резерва на обновление материально-технической базы» будет выгодно как ма-

лым предприятиям, так и государству. С одной стороны, предприятия получают возможность включать в расходы, учитываемые при определении налоговой базы, суммы отчислений в резерв, тем самым законным путем уменьшать налоговую базу, что позволит полноценно осуществлять текущую предпринимательскую деятельность. С другой стороны, государство получит стабильно развивающийся малый бизнес, деятельность которого в дальнейшем будет способствовать увеличению поступлений в бюджет.

Список литературы

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть 2.
2. Мандрощенко О.В. Основные направления оптимизации налогообложения инвестиционной деятельности малых предприятий: Монография. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2010
3. Мандрощенко О.В. Влияние налоговой политики на эффективность инвестиционной деятельности малых предприятий: Монография. – М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2010.

К ВОПРОСУ О ПОВЫШЕНИИ ЗНАЧИМОСТИ МЕСТНЫХ НАЛОГОВ В ФОРМИРОВАНИИ БЮДЖЕТОВ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ

Муравьева Н.Н.

доцент кафедры финансов и кредита Волжского гуманитарного института (филиала) ФГАОУ ВПО «ВолГУ», кандидат экономических наук,
Россия, г. Волжский

Пронина Т.В.

студентка направления «Экономика» профиль «Финансы и кредит»
Волжского гуманитарного института (филиала) ФГАОУ ВПО «ВолГУ»,
Россия, г. Волжский

В данной статье проведен анализ формирования доходной части бюджета г. Волжского с выявлением проблем обеспечения его финансовой независимости в связи с незначительным объемом поступлений местных налогов. Предложен ряд мер, направленных на повышение значимости местных налогов в формировании бюджетов муниципальных образований.

Ключевые слова: местные бюджеты, налоговые доходы, местные налоги, налоговая самостоятельность бюджетов.

Одним из важнейших инструментов осуществления экономической политики государства всегда были и продолжают оставаться налоги. Особенно наглядно это проявляется на современном этапе, когда в условиях сузившихся возможностей государства оказывать воздействие на экономические процессы налоги становятся реальным рычагом государственного регулирования экономики. В связи с отменой ряда региональных и большинства местных налогов, очень важным является вопрос о дополнительном финансировании

местных бюджетов, по причине того, что доля местных налогов слишком мала, для самостоятельного функционирования муниципалитетов на эти средства. Поэтому формирование доходной части местных бюджетов осуществлялось и продолжает осуществляться в основном не за счет собственных доходов, а путем отчисления от регулирующих налогов и субсидий вышестоящих бюджетов. Соответственно, проблема расширения собственной доходной базы бюджетов местных органов самоуправления остается исключительно актуальной.

Финансовая независимость местных бюджетов зависит, в первую очередь, от размера той доли, которую составляют в них собственные доходы. Чем больше указанная доля и меньше доля дотаций из других бюджетов, тем очевидно большее влияние оказывают местные налоги на благополучие муниципального образования и тем больше показатель налоговой самостоятельности бюджета. Однако доля собственных налогов в доходной части местных бюджетов незначительна, что подтверждается анализом, проведенным на основании данных о налогах, поступивших в бюджет городского округа – г. Волжский за период с 2011 по 2013 гг.

Налоговые доходы бюджета г. Волжского с их разделением на группы: собственные (местные) налоги и налоги, закрепленные за бюджетом согласно федеральному законодательству, представлены в табл. 1.

Таблица 1

Разделение налоговых доходов бюджета г. Волжского на собственные и закрепленные за 2011-2013 гг., млн. руб. [2]

Показатели	2011 г.	2012 г.	2013 г.
Собственные налоги всего, в т.ч.:	500,15	499,99	458,04
ЕНВД	188,87	198,56	170,33
Налог на имущество физ. лиц	10,55	34,38	39,93
Земельный налог	300,73	267,05	246,35
Налог, взимаемый в связи с применением ПСН	-	-	1,43
Закрепленные налоги всего, в т.ч.:	1383,37	1267,53	1160,83
НДФЛ	1321,2	1249,03	1139,79
ЕСХН	0,49	2,58	4,15
Государственная пошлина	61,68	15,92	16,89
Всего налоговых доходов	1883,52	1767,52	1618,87
Доля собственных налогов в налоговых доходах	26,6%	28,3%	28,3%

Так, за анализируемый период наблюдается снижение поступлений налогов в городской бюджет (на 6,2 % в 2012 г. и на 8,4% в 2013 г.). При этом, несмотря на то, что снизились поступления от всех категорий налогов, наибольшее влияние на доходную базу бюджета оказало именно снижение поступлений от НДФЛ (на 5,46% в 2012 г. и еще на 8,75% в 2013 г.), что свидетельствует о низком уровне диверсифицированности структуры налоговых доходов и зависимости бюджета от данного налога. То есть некоторое увеличение удельного веса собственных налогов связано, в первую очередь, с общим снижением налоговых поступлений.

Соотношение совокупных налоговых доходов и собственных налогов городского бюджета за 2011-2013 гг. наглядно представлено на рисунке.

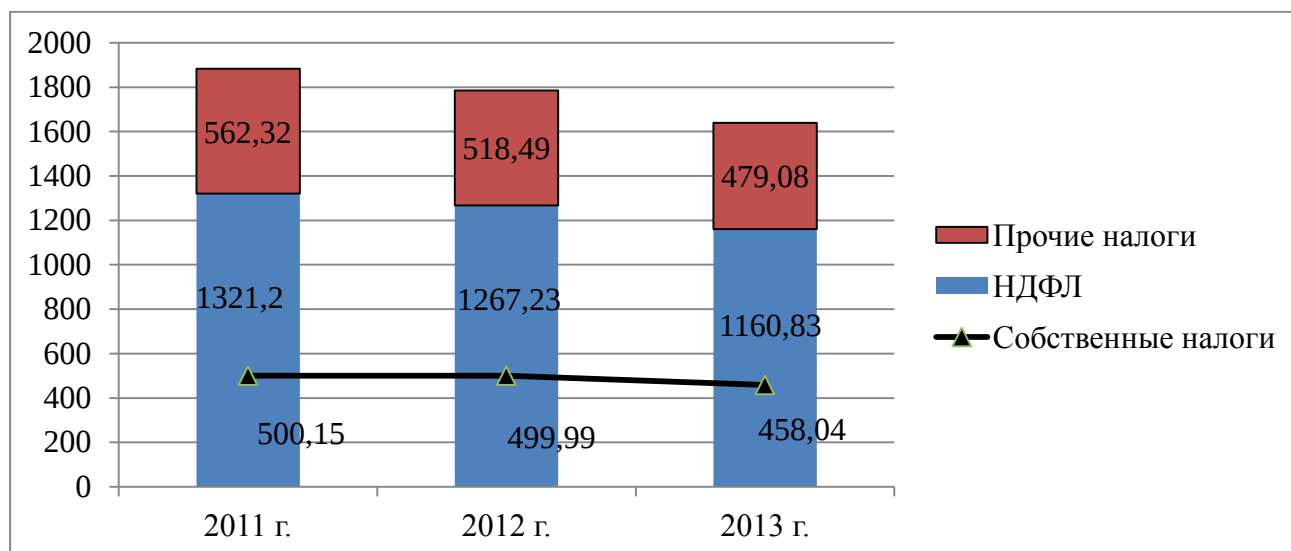


Рис. Соотношение совокупных налоговых доходов и собственных налогов городского бюджета г. Волжского за 2011-2013 гг., млн. руб.

Снижение налоговых доходов бюджета повлекло за собой необходимость повышения безвозмездных поступлений от бюджетов вышестоящих уровней (табл. 2).

Таблица 2

Динамика общих доходов городского бюджета за 2011-2013 гг. [2]

Показатели	2011 г.	2012 г.	Изменение (+/-)	2013 г.	Изменение (+/-)
Налоговые доходы	1883,52	1767,52	-116	1618,87	-148,65
Неналоговые доходы	717,32	682,83	-34,49	568,52	-114,31
Безвозмездные поступления	1715	1872,2	+157,2	2463	+590,8

Повышение доли в доходных источниках бюджета г. Волжского безвозмездных поступлений, рост заимствований для погашения дефицита бюджета и, соответственно, увеличение муниципального долга, свидетельствуют о наличии:

- низкой ресурсной базы для пополнения собственных доходов;
- несовершенной системы межбюджетных отношений и зависимости местного бюджета от безвозмездных поступлений;
- проблем с реальными источниками и стимулами для развития точек роста.

Источником проблем выступает тот факт, что местные органы власти в настоящее время не обладают достаточными полномочиями в управлении налоговыми отчислениями – они не в состоянии самостоятельно сформировать даже половину своих доходов. Фактически единственные рычаги влияния на величину налоговых поступлений, имеющиеся сегодня у местных властей, – это те немногие параметры по земельному налогу и налогу на имущество физических лиц, которые они могут определять. Однако и по местным налогам имеется обширный перечень федеральных налоговых льгот, не име-

ющих экономического эффекта и сокращающих размер налогооблагаемой базы по местным налогам.

Рассмотрим потери консолидированных местных бюджетов Волгоградской области в 2011-2013 гг. от предоставления федеральных льгот по местным налогам (табл. 3).

Таблица 3

Суммы уплаченных местных налогов и предоставляемых по ним федеральных и местных налоговых льгот за период 2011-2013 гг., тыс. руб.

Показатели	2011 г.	2012 г.	2013 г.
1. По земельному налогу, уплаченному юридическими лицами			
Сумма налога, подлежащая уплате в бюджет	1507744	1521409	1489626
Сумма налога, не поступившая в бюджет в связи с предоставлением налогоплательщикам льгот, всего, в т.ч.:	1033452	1341807	1349984
- по федеральным льготам;	48188	167291	104378
- по местным льготам	985264	1172002	1244943
2. По земельному налогу, уплаченному физическими лицами			
Сумма налога, подлежащая уплате в бюджет	253899	282471	321670
Сумма налога, не поступившая в бюджет в связи с предоставлением налогоплательщикам льгот, всего, в т.ч.:	19516	25364	27334
- по федеральным льготам;	1263	469	494
- по местным льготам	18253	24895	26840
3. По налогу на имущество физических лиц			
Сумма налога, подлежащая уплате в бюджет	279959	394429	479918
Сумма налога, не поступившая в бюджет в связи с предоставлением налогоплательщикам льгот, всего, в т.ч.:	187895	239444	307704
- по федеральным льготам;	186293	231510	289454
- по местным льготам	1602	1460	1428

На основании данных табл. 3 были рассчитаны потери консолидированных местных бюджетов Волгоградской области за 2011-2013 гг. от предоставления федеральных и местных льгот по местным налогам. Результаты данных расчетов представлены в табл. 4.

Таблица 4

Потери местных бюджетов Волгоградской области от предоставления льгот по местным налогам за 2011-2013 гг., тыс. руб.

Показатели	Сумма льготы, тыс. руб.			% от суммы налога, подлежащей уплате в бюджет		
	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.
Федеральные льготы						
Земельный налог	49451	167760	104872	2,81	9,30	5,79
Налог на имущество физ. лиц	186293	231510	289454	66,54	58,69	60,31
Итого	235744	399270	394326	11,55	18,16	17,21
Местные льготы						
Земельный налог	1003517	1196897	1271783	56,96	66,35	70,21
Налог на имущество физ. лиц	1602	1460	1428	0,57	0,37	0,30
Итого	1005119	1198357	1273211	49,23	54,51	55,57
% федеральных налоговых льгот в общей сумме льгот по местным налогам	19,00	24,99	23,65	-	-	-

Таким образом, потери местных бюджетов Волгоградской области от предоставления федеральных льгот по местным налогам составили в среднем более 60% по налогу на имущество физических лиц и от 2,8 до 9,3% по земельному налогу. При этом федеральные налоговые льготы по местным налогам занимают весьма значительную долю в общей сумме льгот, причем, за анализируемый период она имеет тенденцию к увеличению, а это реальные выпадающие доходы местных бюджетов региона (в т.ч. и г. Волжского).

Таким образом, можно выделить две основные группы проблем, препятствующие обеспечению финансовой самостоятельности как местных бюджетов в целом, так и бюджета г. Волжского, в частности:

- 1) недостаточное обеспечение собственными доходами для выполнения возложенных функций на местный уровень самоуправления;
- 2) значительное ограничение местных органов власти по управлению элементами местных налогов и налогов, доходы от которых поступают в местный бюджет.

Исходя из вышесказанного, представляется целесообразным отменить предоставление федеральных льгот по местным налогам, при необходимости компенсируя их прямыми субсидиями (например, за счет сокращения безвозмездных поступлений из областного бюджета).

Кроме того, местные налоги имеют свой потенциал развития, прежде всего, потому, что и земельный налог, и налог на имущество физических лиц относятся к категории имущественных налогов. Следует отметить, что формирование имущественными налогами финансовой базы местных бюджетов сложилось исторически и обусловлено, прежде всего, тем, что имущество имеет четкую территориальную принадлежность. Это упрощает администрирование соответствующего налога на уровне городов или поселений (за счет возможности эффективной организации количественного учета объектов налогообложения, повышения точности оценки налоговой базы и контроля за полнотой и своевременностью уплаты налога) и в итоге повышает заинтересованность городских властей в наиболее полном его поступлении в местный бюджет.

Так, что касается налога на имущество физических лиц, то изменение принципов его взимания с 01.01.2015 г. (прежде всего, тот факт, что объектом налогообложения становится не инвентаризационная, а кадастровая стоимость имущества, которая гораздо выше) должно послужить существенно увеличению поступлений от данного налога в городской бюджет. Увеличение поступлений земельного налога в рамках действующего законодательства возможно лишь за счет активизации мероприятий по выявлению собственников земельных участков, регистрации их в качестве налогоплательщиков, а также оказания содействия в оформлении прав собственности на земельные участки.

Налоги, взимаемые в рамках специальных налоговых режимов, а именно: единый налог на вмененный доход (ЕНВД), единый сельскохозяйственный налог (ЕСХН), а также налог, взимаемый в рамках патентной системы налогообложения (ПСН), являются теми налогами, которые также служат ис-

точниками пополнения местного бюджета (отчисляются в местный бюджет по нормативу 100%). То есть, данные налоги фактически выступают местными налогами. В связи с этим, необходимо пересмотреть порядок формирования их налоговой базы и исчисления, что могло бы также послужить резервом увеличения доходной базы местных бюджетов.

Так, отличительной особенностью ЕСХН является его схожесть с упрощенной системой налогообложения: также предоставляется право переноса убытка на будущее в течение 10 лет и налоговая база рассчитывается как доход за вычетом фактически произведенных расходов. Однако при исчислении единого налога в рамках упрощенной системы налогообложения (УСН) предусматривается наличие минимального налога в размере 1%, который налогоплательщик уплачивается, независимо от того, получена ли по итогам налогового периода прибыль или сформирован убыток. При исчислении ЕСХН этого не предусмотрено. В связи с этим представляется целесообразным вести расчет налоговой базы по ЕСХН по аналогии с УСН, включая исчисление минимального налога, что послужит дополнительным налоговым источником для доходной базы бюджетной системы.

Что касается ЕНВД, то права местных органов власти по этому налогу ограничены: фактически только применение корректирующего коэффициента К₂ и конкретизация отдельных видов деятельности, подпадающих под уплату данного налога. Размеры же базовой доходности определены в Налоговом кодексе РФ, т.е. на федеральном уровне, а на сегодняшний день это становится экономически неоправданным, так как не дает объективной оценки различных возможностей организаций и индивидуальных предпринимателей при получении доходов. То есть, для некоторых налогоплательщиков ЕНВД оказывается слишком либеральным, а муниципальный бюджет недополучает часть потенциально возможных доходов. Экономически более эффективной для местного бюджета является ПСН, однако ее развитие в настоящее время ограничено в связи с установлением добровольного перехода на эту систему налогообложения, так как в большинстве случаев величина налоговой базы оказывается выше по сравнению с ЕНВД.

Соответственно, в данном случае основным направлением реформирования должен стать отказ от использования ЕНВД и обязательный переход на патентную систему по отдельным видам деятельности, конкретные виды которых устанавливаются на местном уровне, что также привело бы к росту налоговых платежей в местный бюджет.

Таким образом, для повышения финансовой самостоятельности бюджетов муниципальных образований за счет собственных налогов необходимы следующие меры. Во-первых, предоставление местным органам власти больших возможностей для управления всеми элементами данных налогов. Это позволит на местном уровне: 1) отказаться от экономически необоснованных федеральных налоговых льгот по налогу на имущество физических лиц и земельному налогу; 2) самостоятельно устанавливать налоговую базу по ЕНВД и ЕСХН. Во-вторых, в перспективном периоде отказ от ЕНВД в пользу ПСН и введение обязательного характера последней.

Список литературы

1. Ермакова, Е.А. Подходы к определению финансовой самостоятельности местных бюджетов России / Е.А. Ермакова, О.В. Болякина // Финансы и кредит. – 2012. №12. С. 2-8.
2. Исполнение налоговых и неналоговых доходов бюджета городского округа – г. Волжский за 2013 г. URL: http://kspvol.ru/zak/zaklyuchenie_na_otchet_ob_ispolnenii_byudzheta_gorodskogo_okruga_gorod_volzhsii_volgogradskoi_oblasti_za_2013_god.html
3. Кузнецова, О.С. Резервы увеличения финансовой устойчивости доходной базы местных бюджетов / О.С. Кузнецова // Экономика, предпринимательство и право. – 2012. – № 5 (16). – С. 9-17.
4. Пронина, Л.И. О разграничении налоговых полномочий и увеличении доходов местных бюджетов / Л.И. Пронина // Финансы. – 2011. – № 5. – С. 31-35.

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В СФЕРЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Оленникова О.В.

аспирант кафедры экономической теории и прикладной экономики
Международной Академии Бизнеса и Управления,
Россия, г. Москва

В статье уделяется внимание актуальной проблеме повышения качества обслуживания в сфере розничной торговли, за счет грамотной системы мотивации торгового персонала. Автор уточняет сущность понятия “мотивация”, адаптирует его применительно к сфере розничной торговли; акцентирует внимание на необходимости достижения сбалансированности интересов непосредственно продавцов товаров и услуг, менеджеров по продажам и высшего управленческого аппарата для достижения эффективной работы всех участников торгового процесса.

Ключевые слова: мотивация, розничная торговля, сфера торговли, торговый персонал, качество услуг, эффективность.

Рынок труда в системе розничной торговли характеризуется рядом специфических особенностей: во-первых, отмечается высокий уровень смены кадров, это главным образом относится к категории торгово-оперативного персонала: продавцы, кассиры, продавцы-консультанты, во-вторых, присутствует высокий уровень конкуренции на рынке труда, в-третьих, наблюдается низкая социальная престижность торговых профессий в обществе. Частая смена торгово-оперативного персонала воспринимается руководством предприятий розничной торговли как норма, объясняемая низким имиджем сферы торговли.

Предприятия торговли направляют значительные средства на внедрение новых прогрессивных технологий, на установку нового торгового оборудования, при этом недостаточно внимания уделяется человеческим ресурсам. Одна из возможностей уменьшения процента обновления персонала – это эффективная система мотивации, которая ведет к развитию корпоративного

духа, увеличивает лояльность сотрудников организации, и как следствие, приводит к повышению производительности труда.

Под мотивацией торгового персонала понимается его заинтересованность в выполнении определенных задач за соответствующее материальное и нематериальное вознаграждение со стороны работодателя. Функция мотивации ориентирована на использование побудителей человеческой активности (потребности, интересы, желания) для эффективного управления сотрудниками ради достижения целей организации [8, с.228]. Грамотная и достойная мотивация побуждает выполнять сотрудников торгового предприятия свою работу с более эффективно. Как следствие, компания развивается и растет. Мотивированный сотрудник способен оказывать покупателям качественные услуги по продаже товаров. И наоборот, недостаточно мотивированный сотрудник, не в состоянии продвигать товары и услуги компании. По этой причине, можно утверждать, что мотивация персонала должна обозначать главную задачу торгового менеджмента, цель которого достижение высокого уровня качества обслуживания в сфере розничной торговли. Лояльность покупателей к магазину во многом связана с тем, насколько комфортны условия для выбора и совершения покупок. Поэтому роль работников торгового зала, обеспечивающих эти условия, имеет первостепенное значение.

Разработка и внедрения грамотной системы мотивации требует существенных затрат организации. Система мотивации складывается из двух блоков: материального и нематериального стимулирования. Нематериальное стимулирование направлено на повышение лояльности сотрудников к компании. Под нематериальными приемами мотивации понимаются такие поощрения, которые не выдаются сотруднику в виде наличных или безналичных денежных средств, но часто требуют инвестиций со стороны компании. Нематериальное стимулирование дает возможность компании выразить признательность и благодарность сотрудникам за их эффективный труд.

Эффективность системы мотивации зависит от соблюдения руководством торгового предприятия следующих принципов мотивации:

- установление четких целей и задач;
- разумное соотношение поставленной цели и вознаграждения за результат выполненной работы;
- оптимальное сочетание материальных и нематериальных методов стимулирования;
- гласность и наличие обратной связи.

Выделяют три группы нематериальных приемов мотивации:

1) не требующие инвестиций со стороны компании (похвала; карьерный рост; поздравления с праздниками; включение торгово-оперативного персонала в процесс разработки управленческих решений);

2) требующие инвестиций компании и распределяемые безадресно (питание персонала за счет компании; улучшение материально-технического обеспечения условий труда; организация медицинского обслуживания; обучение персонала за счет компании; организация корпоративных мероприятий);

3) требующие инвестиций компании и распределяемые адресно (материальная помощь при определенных семейных обстоятельствах; предоставление ссуды; отдых за счет организации; оплата компанией обучения конкретного сотрудника) [7, с.25].

Персонал, выбравший профессию, связанную с продажами, преимущественно ориентирован на материальные стимулы, соответственно, в розничной торговле особое внимание уделяется материальному вознаграждению. Эффективность материальной системы мотивации торгового персонала зависит от факторов, индивидуальных для каждой компании, таких как:

- ассортиментная политика предприятия;
- тактика продаж, особенности управления продажами;
- распределение должностных обязанностей внутри отдела продаж и между отделами;
- культура обслуживания.

К основным целям продавца и менеджера по продажам относятся:

- 1) выполнение плана по продажам;
- 2) выполнение стандартов обслуживания клиентов (клиент-ориентированный подход в обслуживании);
- 3) детальное знание ассортимента и качественных характеристик товаров.

Наиболее распространенной системой денежной мотивации в розничной торговле является система сдельной оплаты труда. Данная система предполагает, что существенная часть ежемесячного дохода торгового персонала напрямую зависит от фактических результатов его работы. Кроме фиксированного оклада продавец и менеджер по продажам получают определенные проценты от личного или коллективного объемов продаж. Такая система обладает рядом преимуществ как для персонала, так и для торгового предприятия в целом:

- интересы сотрудников напрямую связываются с интересами компании;
- сотрудники знают, по каким показателям оценивается результат их работы, что способствует более эффективному труду;
- уровень доходов сотрудников в значительной степени определяется результатами их собственных усилий;
- у сотрудников есть видимая перспектива развития;
- производится "естественный отбор" наиболее трудолюбивых и способных сотрудников.

Для розничного торгового предприятия фиксированная часть дохода (оклад) продающего сотрудника обычно составляет менее 50% от ежемесячного дохода, переменная часть дохода состоит из коммерческого процента от объема личных или коллективных продаж и бонуса за выполнение определенного плана продаж, установленного руководством компании. При личном проценте от объема продаж существует риск разладов в коллективе и снижение качества обслуживания покупателей. При коллективном проценте

от объема продаж существует риск, что не все сотрудники будут качественно работать, а объем продаж будет обеспечиваться лидерами, что также приведет к конфликтным ситуациям.

Более эффективной для компании, на наш взгляд, является система мотивации торгового персонала в зависимости от личного объема продаж, при условии, что торговая компания выплачивает бонусы продавцам и менеджерам по продажам от выполнения планов продаж, установленных как для каждого сотрудника лично, так и для отдела продаж в целом. Для качественного функционирования системы, необходимо построить ее следующим образом:

- разделить между сотрудниками группы товаров или отделы для того, чтобы каждый работник знал свою зону ответственности;
- в кассовой или специализированной программе ввести функцию с фиксированием продавцов при каждой продаже;
- поощрять лучшего сотрудника по итогам месяца дополнительными бонусами с целью стимулирования остальных сотрудников;
- премировать всех сотрудников при выполнении общего плана продаж, чтобы весь коллектив работал на общий результат, несмотря на конкуренцию.

Для многих организаций розничной торговли оптимальной премиальной системой является вариант, при котором сотрудникам начисляется процент от объема продаж всего коллектива, так как не предоставляется возможным разграничить клиентов и зафиксировать продажи за конкретным сотрудником. Для таких предприятий полезно устраивать периодические соревнования по продажам:

- Лучший продавец по продаже конкретной торговой марки;
- Лучший продавец по количеству проданных позиций в чеке;
- Лучшая продажа (по самой большой сумме от продаж).

Одним из важных факторов финансовой мотивации является дополнительная премия при выполнении и перевыполнении плана. Руководству розничного торгового предприятия следует устанавливать реально достижимые планы продаж на каждый месяц, в зависимости от опыта работы в предыдущие годы, сезонности товара, времени года и других специфических особенностей. Для расчета бонуса от выполнения плана продаж используется плановый коэффициент. Он равняется единице, если сотрудник или коллектив выполнили установленный план; если план выполнен не полностью, то коэффициент будет меньше единицы. Так при выполнении плана на 80% коэффициент равняется 0,8. На этот коэффициент следует умножать личные (или коллективные) проценты от продаж, выплачиваемые в компании. Например, при выполнении плана на 100% сотрудники зарабатывают фиксированные проценты от объема продаж (в системе розничной торговли обычно от 3 до 10%), при перевыполнении более, чем на 10% коэффициент составляет 1,1.

При построении системы оплаты также важно ориентировать сотрудников на долгосрочную работу в компании (премия за выслугу лет) и повы-

шению компетентности (индексация оклада в соответствии с повышением квалификации).

В условиях высококонкурентного рынка прибыль розничного торгового предприятия напрямую зависит от качества обслуживания клиентов. Эффективный контакт клиентов с продавцами в результате успешной покупки создает чувство удовлетворения у покупателя. Большая часть потребителей оценивает работу розничного торгового предприятия именно по взаимоотношениям с персоналом.

Для того чтобы сотрудники были заинтересованы в высоком качестве оказания услуг, необходимо разработать и внедрить систему обучения, контроля и поощрения сотрудников. Данная система должна включать в себя все действия продавца и менеджера по продажам во время работы с клиентом. Должны быть четко сформулированы действия сотрудников на всех этапах продажи, начиная с речевых шаблонов и заканчивая алгоритмами действий в нестандартных ситуациях. Нужно обучить всех сотрудников стандартам обслуживания клиентов и провести аттестацию на знание данных стандартов. Результаты аттестации могут быть привязаны к премии или нематериальному поощрению.

Каждая компания использует уже существующие или разрабатывает свои варианты повышения мотивации сотрудников. При формировании эффективной системы мотивации необходимо использовать соответствующие методы стимулирования. Данные методы должны способствовать тому, чтобы торговый персонал ориентировался на достижение целей и задач компании. Соответственно, методы должны быть понятными, объективными и «прозрачными» для всего персонала.

Основные методы стимулирования торгового персонала представлены в таблице.

Задачи	Методы стимулирования
Увеличение объема продаж	Фиксированный процент от объема продаж Установление минимального уровня объема продаж Платежная матрица бонусов за перевыполнение плана продаж. В зависимости от величины перевыполнения плана определяется размер бонуса (согласно плановому коэффициенту)
Продвижение отдельных видов продукции	Дополнительный процент от продаж конкретного вида продукции Процент от превышения плана продаж по данному продукту Премия
Повышение профессионального уровня персонала	Система разрядов при начислении оклада, тарифно-квалификационная сетка Премия, назначаемая по результатам аттестации
Выполнение стандартов качества обслуживания	Депремирование за нарушение стандартов качественного обслуживания потребителей Премирование сотрудников, получивших положительные отзывы от покупателей
Развитие лояльности персонала и снижение текучести кадров	Увеличение премии за выслугу лет
Стимулирование персонала, обеспечивающего процесс продаж	Распределение между сотрудниками премии, выделяемой на отдел продаж, на основании расчета коэффициента трудового участия

Увеличение количества новых клиентов	Премия за нового привлеченного клиента Процент от объема продаж новым клиентам
Развитие корпоративной культуры и сплоченности коллектива	Нематериальные методы стимулирования (похвала всех сотрудников отдела продаж, организация корпоративных мероприятий)

Сочетая различные методы мотивации при построении общей системы, следует учитывать, что нематериальные методы мотивации действуют тогда, когда сотрудники удовлетворены материально.

Список литературы

1. Бакшт К.А. Построение бизнеса услуг: с «нуля» до доминирования на рынке. – СПб.: Питер, 2012. – 496 с.
2. Веселов А. Организация работы отдела продаж: системный подход / А. Веселов, М. Горбачев. – Ростовн/Д: Феникс, 2013. – 175 с.
3. Веснин В.Р. Менеджмент: учеб. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Проспект, 2007. – 502 с.
4. Кантарович С. Как управлять персоналом в розничной торговле? [электронный ресурс]. – <http://www.otiss.ru>.
5. Кент Т. Розничная торговля / Т. Кент, О.Омар; Пер.с англ. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 719 с.
6. Колодник Д. Розничный магазин: как удвоить продажи / Д. Колодник, Д. Подольский. – СПб.: Питер, 2013. – 160 с.
7. Кошелев А.Н. Эффективная мотивация торгового персонала. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2013. – 224 с.
8. Огорков А.А. Управление организацией: учебник. – М.: Эксмо, 2006. – 512 с.
9. Сафин А. 111 способов повысить продажи без увеличения затрат. – СПб.: Питер, 2012. – 304 с.
10. Федеральная служба государственной статистики [электронный ресурс]. – <http://www.gks.ru>.
11. Флеминг Дж. Управление качеством услуг: Метод Human sigma/Джон Флеминг, Джим Асплунд; Пер.с англ. – М.: Альпина бизнес Букс, 2009. – 218 с.

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО ЭМБАРГО НА РЫНОК МЯСА СВИНИНЫ И КУРЯТИНЫ РОССИИ

Палаткин И.В.

зав. кафедрой прикладной экономики ФГБОУ ВПО «Пензенский государственный технологический университет», д.э.н., профессор, член-корреспондент
Международной Академии науки и практики организации производства,
Россия, г. Пенза

Чех К.Ю.

главный специалист
ОАО «Корпорация развития Пензенской области»,
Россия, г. Пенза

В статье оцениваются влияние введения эмбарго на импорт отдельной сельскохозяйственной продукции, страной происхождения которой являются страны, поддерживающие санкции против России (на примере свинины и курятины).

Ключевые слова: эмбарго, свинина, курятина, импорт, производство.

В конце 2013-начале 2014 года на Украине произошел политический кризис, который привел к масштабным общественно-политическим изменениям на территории Автономной Республики Крым и Севастополя в феврале – марте 2014 года. В середине марта 2014 года, после того как Россия признала итоги общекрымского референдума, поддержала одностороннее провозглашение независимости Республики Крым и приняла её предложение о вхождении в состав России, США и Евросоюз, Австралия, Новая Зеландия и Канада ввели в действие первый пакет санкций. В дальнейшем расширение санкций происходило еще два раза.

В ответ на это, 6 августа Указом Президента России «О применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации» был запрещён ввоз на территорию РФ «отдельных видов» сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, страной происхождения которых является государство, принявшее решение о введении экономических санкций в отношении российских юридических и (или) физических лиц или присоединившееся к такому решению (Президент России, 2014). Конкретный перечень товаров, в отношении которых вводятся ограничения, определило правительство РФ (Правительство России, 2014). В список входят мясные и молочные продукты, рыба, овощи, фрукты и орехи. Ниже предлагается оценить последствия введения эмбарго для рынка куриного и свиного мяса России.

Объем производства свинины с 2006 года увеличился более чем в 3 раза (Росстат, б.д.), при этом изменяется структура производства по категориям хозяйств: за 2010-2013 года производство мяса в хозяйствах населения снизилось на 258 тыс. тонн (25%) а в сельскохозяйственных предприятиях увеличилось на 760 тыс. тонн (62%). Объем производства мяса птицы с 2006 года увеличился более чем в 2,6 раза, при этом более 95% произведенного мяса птицы составляет мясо кур, аналогичная структура и в импорте мяса птицы – доля некуриного мяса составляет 3,1-6,5%.

За 11 месяцев 2014 года объем производства свинины превысил аналогичный показатель прошлого года на 282 тыс. тонн (12,4%) и уже превысил объем производства за 2013 год (Рис. 1).

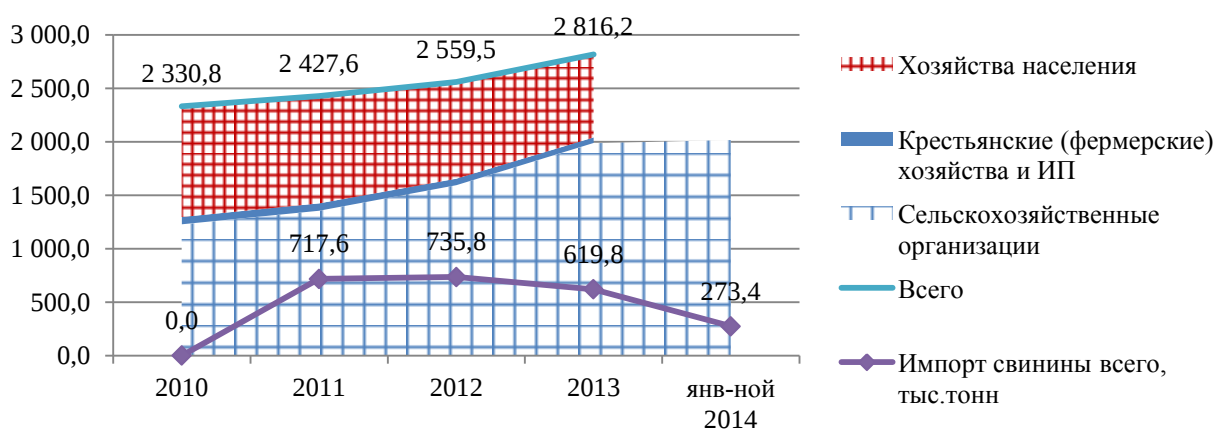


Рис. 1. Производство свинины в России в убойном весе и импорт, тыс.тонн

С 2010 по 2013 год объем производства мяса птицы в сельскохозяйственных предприятиях вырос на 944 тыс. тонн (37%), объем импорта вырос на 34 тыс. тонн (7%). За январь-ноябрь 2014 года объем производства куриного мяса выше на 7,2% аналогичного периода прошлого года (Рис. 2).

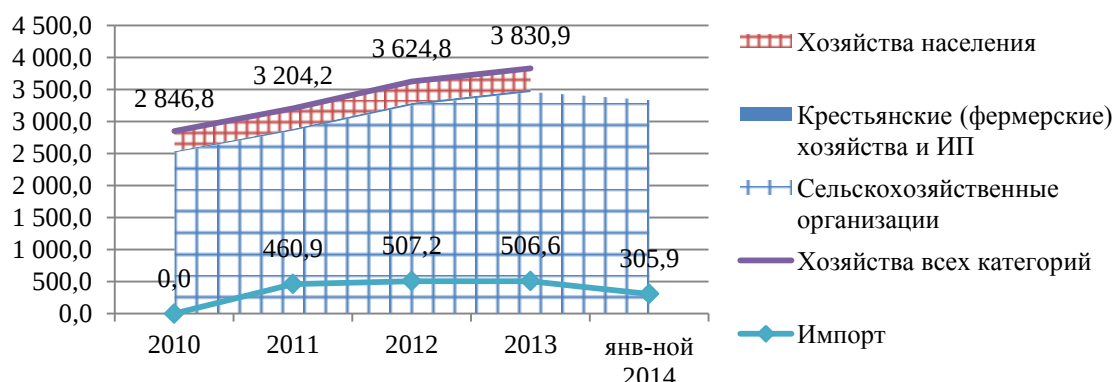


Рис. 2. Производство и импорт мяса птицы в убойном весе в России, тыс. тонн

Данный рост обусловлен увеличением потребления мяса и мясной продукции населением и замещением импорта продукцией собственного производства. Объем произведенной продукции животноводства в организованных хозяйствах оценивается в 1006 млрд. рублей в год и растет на 20% ежегодно.

В то же время снижается импорт свинины свежей и мороженной: с 2011 по 2013 год импорт снизился на 98 тыс. тонн (13,6%) и составил 620 тыс. тонн, а за 11 месяцев 2014 года объем импорта свинины свежей и мороженной составил 273 тыс. тонн. Кроме этого, наблюдается значительное снижение импорта куриного мяса с 507 тыс. тонн в 2013 году до 306 тыс. тонн за 11 месяцев 2014 года (ФТС, б.д.).

Таким образом, если в 2011 году объем импорта свинины составлял 53% от объема производства в сельскохозяйственных предприятиях, то за 11 месяцев 2014 года данный показатель составил уже 14%. А доля импортного куриного мяса снизилась с 17 до 15% от объема производства в сельскохозяйственных предприятиях. То есть происходит замещение импорта собственным производством в сельскохозяйственных предприятиях.

Эффектом от сокращения импорта стал рост и последующая стабилизация потребительских и импортных цен как на свинину (Рис. 3), так и на куриное мясо (кроме окорочков) (Рис. 4) и окорочка (Рис. 5) (Росстат, б.д.).

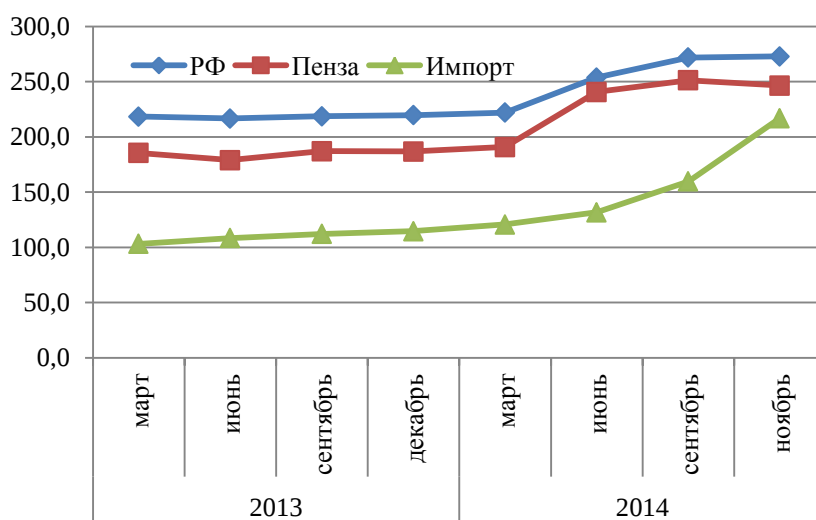


Рис. 3. Динамика средних потребительских цен на свинину (кроме бескостного мяса) и средних цен импорта свинины, руб./кг

Как видно, сокращение разницы между стоимостью импортного мяса и потребительскими ценами снижает рентабельность импорта.

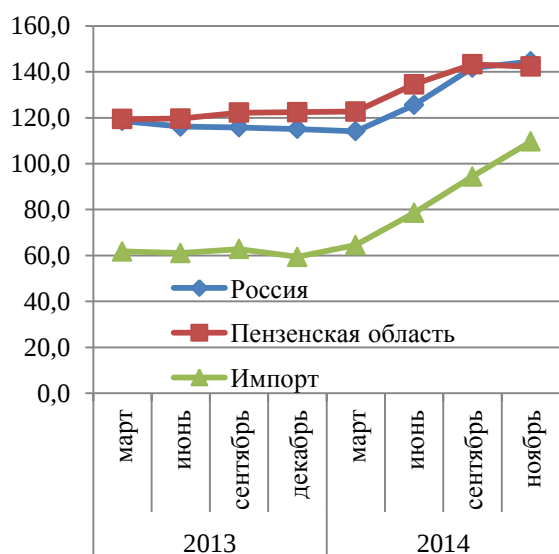


Рис. 4. Динамика средних потребительских цен на куриное мясо (кроме окорочков), руб./кг

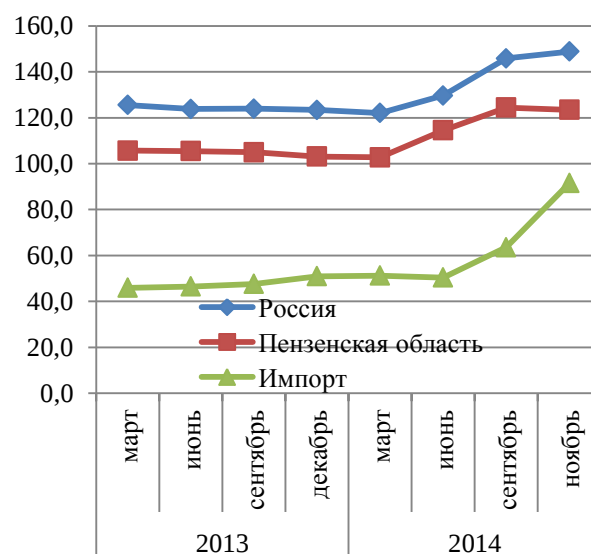


Рис. 5. Динамика средних потребительских цен на куриные окорочка, руб./кг

Однако, дефицит рынка, образовавшийся из-за резкого сокращения импорта свинины в 2014 году на 350 тыс. тонн (1 069 млн.долл), и курятины на 200 тыс. тонн (210,3 млн. долл) невозможно оперативно восполнить существующими мощностями производства. Потребуется увеличение, как поголовья, так и площадей животноводческих комплексов. В то же время, велика вероятность, что освободившиеся от снижения импорта средства будут направлены на развитие животноводства России, и, учитывая более чем двукратный рост курса иностранных валют к рублю, инвестиции в иностранной

валюте в настоящее время наиболее выгодны инвесторам так как требуется меньше валюты для реализации проекта.

Список литературы

1. Президент России. Указ о применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации // Президент России. 2014. URL: <http://kremlin.ru/news/46404> (дата обращения: 25.январь.2015).
2. Правительство России. О мерах по реализации Указа Президента Российской Федерации от 6 августа 2014 г. № 560 // Веб-сайт Правительства России. 2014. URL: <http://government.ru/media/files/41d4f8cdfeeb731522d2.pdf> (дата обращения: 25.январь.2015).
3. Росстат. Производство основных видов продукции в натуральном выражении с 2010 г.(в соответствии с ОКПД) (значение показателя за год) [Электронный ресурс] // Единая межведомственная информационно-статистическая система: [сайт]. URL: <http://www.fedstat.ru/> (дата обращения: 27.01.2015).
4. ФТС. Таможенная статистика внешней торговли [Электронный ресурс] // Таможенная статистика внешней торговли: [сайт]. URL: <http://stat.customs.ru/> (дата обращения: 27.01.2015).
5. Росстат. Средние потребительские цены на товары, реализуемые на розничных рынках [Электронный ресурс] // Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС): [сайт]. URL: <http://www.fedstat.ru/> (дата обращения: 27.01.2015).

ЗНАЧЕНИЕ ВЕРИФИКАЦИИ МОДЕЛИ ПРОГНОЗНОГО АНАЛИЗА

Погорелова Т.Г.

преподаватель ФГАОУ ВО «Южный Федеральный Университет»,
Россия, г. Ростов-на-Дону

В статье рассматривается важность проведения после расчетного этапа создания модели прогнозного анализа, этапа проверки. Верификация в прогнозном моделировании необходима для повышения качества принимаемых управленческих решений на основе точности прогнозного анализа.

Ключевые слова: прогнозный анализ, методы прогноза, моделирование, верификация.

Прогнозирование необходимо в составе планирования бизнеса. Часто, прогнозы формируются субъективно, с высокими затратами на групповые разработки. В теоретических руководствах по прогнозному анализу нередко можно найти показатели, в отношении которых неясны алгоритм расчета и его информационное обеспечение. Познавательная ценность подобных показателей весьма сомнительна [1].

Сбор данных для верификации модели считается неоправданно дорогим. Достоверные данные необходимы для проверки количественной модели, зависимой от компьютерных технологий. Моделирование используют, чтобы:

- понимать основной механизм образования временных рядов, которые включают в себя описания и объяснения изменений, сезонность, тенденции;
- прогнозировать бизнес по текущему состоянию;
- управлять системой, учитывая предполагаемые возможные экстренные обстоятельства.

Выбор и реализация подходящей методологии прогноза в статистическом прогнозировании всегда были важной задачей планирования и контроля для большинства экономических субъектов. Часто, финансовое благополучие всей операции полагается на точность прогноза, т.к. информация обычно используется, чтобы сделать взаимосвязанные бюджетные и оперативные решения в областях управления персоналом, закупок, маркетинга и рекламы, финансирования капитальных вложений и т.д. Например, любой значительный излишек или ошибка прогноза продаж может привести к чрезмерному обременению избыточными запасами, несущих затраты, либо создать упущенную выгоду от продаж недостающих запасов. Точный прогноз является менее трудоемким при условии устойчивого спроса: неизменный, растет или снижается с известной постоянной скоростью. И соответственно при падениях и взлетах величины продаж сложность задачи прогнозирования увеличивается.

Существует два подхода к финансовому прогнозированию:

- разъяснительный подход – оценка будущей стоимости основана на анализе факторов, которые предположительно будут влиять на будущие показатели;
- экстраполяционный подход – прогнозирование основано на заключении исследования показателей прошедшего периода, их динамики в течение заданного времени.

Например, мнение, что продажа детских игрушек увеличится с текущих уровней из-за проведенной рекламной кампании, а не близости к новому году, отражает различие между двумя подходами. Вполне возможно, что оба подхода приведут к созданию точных и полезных прогнозов, но следует понимать, что даже для умеренной требуемой точности, первый метод часто труднее осуществить, и проверить, чем второй.

Стандартная ошибка для стационарного временного ряда: выборочное среднее значение для временного ряда, не равно S / n , где S – стандартное отклонение выборки, n – продолжительность временного ряда [2].

Кроме стандартной ошибки проверяют и другие показатели эффективности прогнозирования. Если ошибка прогноза постоянна, то его распространение считается в пределах нормы. Учитывая это, можно построить и проанализировать контрольные карты, чтобы увидеть, есть ли необходимость пересмотра используемого метода прогнозирования. Для этого можно разделить сбыт в пределах норм на зоны, каждая зона с одним стандартным отклонением, то получаем примерный ожидаемый процент в каждой зоне от постоянного процесса.

Контрольным пределом, моделирования прогнозирования с достоверностью и обоснованием результатов, может быть одна или две стандартных ошибки, и любое значение за рамками контрольных пределов – это признак

необходимости пересмотреть процесс прогнозирования. Построенные ошибки прогнозов на этом графике, не только должны оставаться в контрольных пределах достоверности, они не должны показывать каких-либо очевидных закономерностей. Обоснование используется в целях установления достоверности модели и важно, чтобы метод, используемый для проверки, также был достоверным. Возможности временных рядов, могут быть выявлены путем изучения графика с прогнозируемыми значениями и их динамикой, моделированием прогнозного состояния.

Эффективным подходом верификации прогнозного моделирования является поддержание определенного количества показателей в расчетах модели и определенного количества показателей в проверке модели. Показатели, находящиеся в пределах достоверности, используют для расчета параметров модели, модель затем тестируют на проверочных показателях, если результаты удовлетворяют, то прогнозы формируют после окончания периодов расчета и проверки.

Как правило, данные за расчетный период используются, чтобы выбрать модель и рассчитать ее параметры. Достоверные прогнозы делают по имеющимся данным за временной период, начиная с конца. Показатели периода проверки выбирают из показателей расчетов. Можно отказаться от периода проверки в ходе прогнозного анализа и после выбора модели сразу формировать прогнозы. Эффективная модель должна иметь наименьшую погрешность в показателях, как в расчетном, так и в проверочном периодах, по сравнению с другими моделями, и выборочные показатели за оба периода должны быть аналогичны. Удержание показателей в целях проверки важный диагностический тест модели: он дает лучшее представление о достоверности, которую можно ожидать при прогнозировании будущего. В целях проверки, необходимо провести, по крайней мере, 20% показателей.

Список литературы

1. Ковалев В. В., Ковалев Вит. В., Финансовая отчетность. Анализ финансовой отчетности (основы балансоведения): учеб. пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2006. – 432 с.
2. Arsham H., What Are Models in Decision Making Process, NEWS AGE, March 5, 2003, Borno, Nigeria.

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА: СУЩНОСТЬ И МЕТОДЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ

Пономаренко А.А.

студентка магистратуры

Ставропольского государственного аграрного университета,
Россия, г. Ставрополь

В статье работе рассматривается сущность и методы конкурентного преимущества.

Ключевые слова: конкурентное преимущество, анализ преимуществ.

В настоящее время отечественные организации функционируют в изменяющихся рыночных условиях, поэтому необходимо применять

принципиально новые подходы к организации деятельности. Нестабильность конъюнктуры рынка, ужесточение конкурентной борьбы, уменьшение продолжительности жизненного цикла продукции усложняют процесс управления на предприятии, а перспективы развития становятся все менее предсказуемыми. В этой ситуации важным моментом выступает развитие существующих и создание новых конкурентных преимуществ организации.

Конкурентное преимущество — это система, обладающая какой-либо эксклюзивной ценностью, дающей ей превосходство над конкурентами в экономической, технической и организационной сферах деятельности, возможность более эффективно распоряжаться имеющимися ресурсами [3].

Как нет смысла в существовании предприятия без реализации своих продуктов и услуг, так нет рыночных возможностей без конкурентных преимуществ. Преимущества среди конкурентов делают предприятие стабильным и узнаваемым на рынке.

В современных условиях чтобы продвинуть товар или услугу на рынке используются основные методы конкурентной борьбы: ценовые, неценовые, недобросовестные методы конкуренции. Ценовые методы заключаются в том, чтобы снизить цену ниже, чем у конкурентов. Применяют метод снижения затрат производства и обращения, иногда организации применяют демпинг. Неценовые методы конкуренции в настоящее время являются более популярными во всех развитых странах мира. Суть их заключается: в повышении качества производимых товаров, улучшенное до и послепродажное обслуживание, применение технических новинок, а также в применении рекламы, направленной на то чтоб привлечь покупателей.

Недобросовестные методы конкуренции — это промышленный шпионаж, использование чужого товарного знака, подделка продукции конкурентов, перекупка специалистов фирм-конкурентов более высокой зарплатой и т.д.

Предприятие должно результаты деятельности сопоставлять с результатами конкурентов. При этом, основная задача предприятия состоит в том, чтобы быть лучше, чем конкретные конкуренты. В связи с этим предприятие должно знать свои конкурентные преимущества и определить, что поможет ему вырваться вперед и принести прибыль.

Факторы, определяющие конкурентные преимущества компании многочисленны и разнообразны по источникам и характеру своего проявления. Их можно объединить в следующие группы: инновационные, ресурсные, технологические и культурные. Проанализировать конкурентные преимущества можно по следующим этапам: определение миссии организации, т.е. основной общей цели организации, четко сформулированной причины ее существования[4], анализ области деятельности организации, определение стратегии фирм, разработка средств по повышению конкурентоспособности, анализ причин удержания конкурентных преимуществ фирмы, аудит и мотивация достижения запланированных результатов.

При движении вперед важно знать отправную точку, цели, которые планируется достичь в обозримом периоде, и отмечать достижения на пути к

цели.

Конкурентные преимущества должны быть: очевидны покупателю (выгодно отличать от аналогичных товаров и услуг конкурентов), значимыми для потребителя, неповторимыми конкурентами (единственными в своем роде), позволяющими получать прибыль.

Для достижения конкурентного преимущества необходимо:

- 1) изучать текущие потребности потенциальных покупателей;
- 2) развивать имеющийся потенциал;
- 3) внедрять современные технологии, которые позволяют снижать затраты, повышать производительность, повышать качество выпускаемой продукции;
- 4) использовать научные достижения по созданию новых товаров;
- 5) анализировать деятельность конкурентов, перенимая успешные идеи;
- 6) повышать квалификацию работников, развивать инициативность, заинтересованность в развитии фирмы;
- 7) оптимизировать систему управления.

Итак, конкурентные преимущества не являются вечными, чтобы быть конкурентноспособным предприятие должно постоянно совершенствовать все сферы деятельности уделяя внимание не только конкурентам, но потребителям и сотрудникам фирмы.

Список литературы

1. Ермакова, Н.Ю. Состояние и тенденции малого бизнеса в Ставропольском крае / Ермакова Н.Ю. // В сборнике: Проблемы и перспективы развития современного предпринимательства. – 2011. – С. 38-41.
2. Ермакова, Н.Ю. Состояние и проблемы развития малого предпринимательства в Ставропольском крае / Ермакова Н.Ю. и др. // В сборнике: Актуальные проблемы развития предпринимательства 2013. С. 61-66.
3. Ламбен, ЖЖ. Менеджмент, ориентированный на рынок. / ЖЖ. Ламбен, Р. Чумпитас, И. Шулинг// Питер, 2011. – С.720
4. Мазилкина, Е.И. Управление конкурентоспособностью. / Е.И. Мазилкина, Г.Г. Паничкина// Омега-Л, 2010. – С.328
5. Мескон, М. Основы менеджмента. / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури// Вильямс, 2013. – С.672.

ЧАСТНОЕ И КОРПОРАТИВНОЕ РОСТОВЩИЧЕСТВО: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА УПРАВЛЕНИЯ

Продолятченко П.А.

доцент кафедры «Экономика и управление» Российского государственного
гидрометеорологического университета, филиал г. Туапсе,
кандидат экономических наук,
Россия, г. Туапсе

В статье рассматриваются теоретические аспекты ростовщичества и степень влияния данного явления на состояние и развитие долгового рынка. Обосновывается необходимость государственного регулирования корпоративных сегментов рынка денежных

ссуд и кредитов и локализации частного «серого» ростовщичества. Управление ростовщическими процентами рассматривается как насущная потребность рыночной трансформации долгового рынка России.

Ключевые слова: долговой рынок, денежные займы, ростовщичество, частные займы, кредиты, банки, микрофинансовые организации.

В условиях рыночной трансформации все процессы, которые происходят на мировом рынке и в российской экономике, в той или иной степени отражаются на общих тенденциях развития финансовых рынков, в том числе долгового рынка России. В современных условиях хозяйствования можно выделить следующие основные тенденции, оказывающие влияние на систему заимствования денежных средств:

- глобализация денежных долговых потоков, позволяющая расширить долговой рынок, получать большую прибыль от долговых операций, но увеличивающая финансовые риски и пагубно влияющая на устойчивость системы заимствования;
- либерализация национального долгового рынка. В рамках данной тенденции происходит расширение и усиление конкурентной борьбы кредитных и финансовых организаций на рынке займов и кредитов;
- «создание сетевых структур тесно взаимосвязанных хозяйствующих субъектов на основе интеграции, что значительно повышает и развивает их технологические возможности и конкурентные способности на мировом и национальном рынках» [9, с. 1-2];
- образование и расширение парабанковской, латентной системы частных займов, трансформировавшейся в теневой, «черный» рынок частного ростовщичества;
- трансплантация культа потребительского поведения населения, поощрение развития потребительского кредитования, микрозаймов, стремительное сокращение сберегателей на фоне обесценения денежных накоплений как тезаврационных («матрасных»), так и инвестиционных (депозитных).

Рынок займов является наиболее динамично развивающимся сегментом долгового рынка, в значительной мере он характеризует состояние всего финансового рынка России. Состояние рынка займов – индикатор развития отечественной экономики. Такая характеристика связана, прежде всего, с тем, что в России складывается финансовая система, ориентированная на долговое финансирование (континентальная модель), а не на рынок ценных бумаг, составляющий основу долевого финансирования и систему институциональных инвесторов (англо-американскую модель). Поэтому изучение рынка займов с учетом тех тенденций, которые оказывают на него наиболее существенное влияние, является сверхактуальной задачей. Однако данный сегмент долгового рынка, несмотря на стремительное его развитие в последние годы, остается малоизученным и практически находится вне сферы внимания

государства¹. При этом наиболее закрытым для изучения является рынок займов частных граждан, который можно отнести к «серому» сегменту долгового рынка, носящему латентный, а порой и криминальный характер. По нашему убеждению, рассмотрение специфики, перспектив отдельных направлений и потоков рынка частных и корпоративных займов, особенно в их тесной взаимосвязи с таким «непроходящим» явлением, как ростовщичество, представляет большой интерес для отечественных ученых и практиков.

Можно утверждать, что в настоящее время в России существует четыре взаимосвязанных уровня системы заимствования денежных средств:

- банковская депозитно-кредитная система;
- система займов микрофинансовых организаций;
- система корпоративного заимствования;
- система частных займов.

На всех данных уровнях объектом отношений выступают долговые услуги, в основе которых лежит движение денежных средств на условиях возвратности, оговоренных договором займа. К субъектам отношений займа относятся инвесторы – собственники денежных средств, заемщики и заимодавцы. Последние чаще всего представляют собой финансовых посредников, выступающих как в роли инвесторов, так и в роли заемщиков (при необходимости). В зависимости от уровня институтов заимствования субъекты заемных отношений могут иметь различные характеристики. Так, например, во взаимоотношениях с кредитными организациями собственники денежных средств – сберегатели, размещая свои накопления в банке, чаще всего приобретают статус депозитора, при этом отношения займа регулируются депозитным договором (договором банковского вклада). Кредитная организация, привлекая в депозиты денежные средства сберегателей, по сути, является заемщиком, но в статусе депозитодержателя, который, размещая собственные и привлеченные финансовые ресурсы, чаще всего становится кредитором. В любом случае основными субъектами рынка займов являются частные или институциональные заемщики и заимодавцы, выступающие в роли продавцов и покупателей услуг займа. При этом продавцов займов, цена которых является чрезмерной (выше определенного законом максимума дозволенного процента или выше ставок ведущих субъектов долгового рынка), в современном экономическом обиходе принято считать ростовщиками. К классу ростовщиков относятся также субъекты рынка займов, незаконно «занимающиеся ростовщичеством как промыслом» [5, с. 34], т.е. предприниматели, получающие постоянные доходы от выдачи займов в том числе по «приемлемым» ставкам, без уплаты налогов по данному бизнесу (что практически может классифицироваться как незаконная банковская деятельность и незаконное предпринимательство).

Примечательно то, что современное российское законодательство не содержит определения понятия такого явления, как «ростовщичество». Весь-

¹ Хотя кредит и депозит являются частной формой займа, здесь они рассматриваются как отдельные категории.

ма неоднозначно и неполно трактуются понятия, связанные с данным явлением в различных терминологических словарях. Так, авторы «Толкового словаря русского языка» С.И. Ожегов и Н.Ю. Шведова дают следующее определение: «Ростовщик – человек, который дает деньги в рост, в долг под большие проценты» [6, с. 684]. А.Б. Борисов, составитель «Большого экономического словаря», и Б.А. Райзберг, автор «Современного социэкономического словаря», считают, что «ростовщичество – предоставление денежных ссуд, называемых ростовщическим кредитом, под высокий процент [3, с. 622], [8 с. 448]. Аналогично, но в более сжатой форме, определяется ростовщичество как «предоставление денежных ссуд под высокий процент» [1, с. 582] коллективом авторов и составителей «БОЛЬШОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СЛОВАРЯ» под редакцией А.Н. Азрилияна. В «Большом юридическом словаре» под редакцией профессора А.Я. Сухарева дается следующее определение: «Ростовщичество – предоставление денежных ссуд под очень высокий процент, в более широком смысле – извлечение незаконной имущественной выгоды путем заключения кабальной сделки с потерпевшим» [2, с. 656]. При характеристике ростовщичества используются также термины «завышенный», «чрезмерно высокий», «непомерный и незаконный» процент.

Однако, по нашему мнению, ни одно из приведенных определений ростовщичества не отражает сущность данного явления и не позволяет определить его границы. Критерии «большой», «очень высокий», «чрезмерный» процент иллюзорны и не определены. Кроме того, практически во всех определениях используется термин «ссуда» вместо «займа», что не корректно, т.к.:

- займ – это передача одной стороной в собственность другой стороне денег или других вещей с обязательством заемщика возвратить займодавцу такую же сумму денег или вещей, той же стоимости и такого же рода и качества, как те, что получены от займодавца (ст. 807 ГК РФ);
- ссуда – это передача вещей одной стороной в безвозмездное временное пользование другой стороне, которая обязуется вернуть ту же вещь в том же состоянии, в котором она ее получила, с учетом нормального износа, или в состоянии, обусловленном договором¹.

Понятие «ростовщический кредит» применимо только к деятельности кредитных организаций и его также нельзя подменять понятием «ссуда», т.к.:

- кредит – это предоставление банком или иной кредитной организацией денег заемщику в размере и на условиях, предусмотренных кредитным договором, по которому заемщик обязуется возвратить полученную сумму и уплатить по ней проценты (ст. 819 ГК РФ).

¹ В ГК РФ и банковском законодательстве термин «ссуда» не применяется. В то же время он широко используется в документах Банка России и литературе. Причем ни в том, ни в другом случае не обосновывается ни назначение его использования, ни то особое содержание, которое отличает ссуду от займа, кредита, депозита. Фактически эти термины традиционно, экономически и юридически необоснованно, используются как синонимы. Также, по сути, не корректно использование терминов «ссудный процент», «ссудный рынок» и т.п.

В приведенных словарях прослеживается общая тенденция попытки сужения границ ростовщичества, что фактически оправдывает такое опасное явление, «как предоставление денег в долг под проценты (в рост)», не называя его ростовщичеством. Суть ростовщичества в корысти в виде процента и она не меняется от того, считается ли он «чрезвычайно высоким», «большим» или «малым». Следовательно, любая процентная деятельность является ростовщичеством.

Примечательно то, что проблема ростовщичества, особенно частного ростовщичества, старательно замалчивается. Эта тема очень редко обсуждается учеными, практически игнорируется экономистами и юристами, ее не «поднимают» профсоюзные и общественные организации, не затрагивают законодатели и обходят правоохранители. О существовании глобальной ростовщической системы денежных займов между гражданами вроде бы все знают, но не замечают. Это сфера, которую не принято обсуждать, и тем более законодательно ограничивать. Поэтому не случайно то, что в таких современных изданиях, как «Новая экономическая энциклопедия» Е.Е. Румянцевой, «Бухгалтерский академический словарь» М.Ю. Медведева, «Финансово-кредитный энциклопедический словарь» под общей редакцией А.Г. Грязновой, нет упоминания о ростовщичестве.

Однако «замолчать» проблемы современного ростовщичества, в связи с усилением его влияния на состояние и перспективы развития долгового рынка и экономики в целом, не удастся. Изучение ростовщических процессов является многосложной и злободневной задачей для всего современного общества. Пока в этом направлении ощущаются в основном лишь усилия религиозных представителей. В исследованиях теории процента относительно такого явления, как ростовщичество, прослеживается два основных подхода:

- принцип социальной справедливости;
- принцип хозяйственной целесообразности.

Противопоставление данных принципов характерно для всей истории развития экономической науки, вплоть до современных нам исследований. Однако, по нашему мнению, позиция противопоставления данных принципов архаична и, как свидетельствует исторический опыт, не может привести к окончательному выбору одного из них. Полный запрет ростовщичества невозможен, однако эта деятельность должна быть подвергнута жесткому регулированию, в основе которого должна быть позиция сосуществования морально-этических принципов и реальной роли процента в экономике традиционного общества. Как справедливо отмечает профессор А.Н. Дубянский: «Анализ категории процента, пожалуй, как никакой иной экономической категории, представляет собой широкое поле для исследований на тему возможного сосуществования принципов социальной справедливости и экономической целесообразности» [4, с. 1].

По нашему мнению, понятие «ростовщичество» следует рассматривать в широком и узком значении. Так, в широком смысле ростовщичеством следует считать любое предоставление денежных займов в долг с уплатой процентов или с получением иного вознаграждения за услугу займа. В узком

смысле по аналогии с американской судебной практикой ростовщичество можно определить следующим образом: «взимание за пользование денежными средствами большего вознаграждения, чем максимальная процентная ставка, допустимая законом» [5, с. 36]. Если же такого ограничения ростовщического процента нет (как, например, в России), ростовщичество в узком смысле можно рассматривать как незаконную, латентную деятельность, связанную в выдачей займов и осуществляемую как промысел для получения доходов. Таким образом, ростовщичество как бы подразделяется на публичное (дозволенное, узаконенное) и теневое (незаконное). Определить степень законности сделок займа и признать ростовщическими операции по денежным займам в настоящее время непросто, но возможно. Трудности заключаются прежде всего в том, что современное гражданское, уголовное и административное российское законодательство не содержит норм, регулирующих ростовщическую деятельность. Так, например, УК РФ не содержит специального состава ростовщичества, вследствие чего выдача денежных займов может уголовно преследоваться лишь при доказательстве незаконной банковской деятельности, если это деяние принесло крупный ущерб гражданам, организациям или государству, либо сопряжено с извлечением доходов в крупном размере. По нашему убеждению, необходимы более четкие критерии законности ростовщической деятельности. Весьма полезен отечественный опыт уголовного ограничения указанной деятельности.

В начале прошлого века в Российской Империи ростовщичество считалось преступлением, особенно при «чрезмерности роста» – свыше 12% (в первоначальном варианте 6%) годовых. В «Уголовном уложении Российской Империи» (1903) приводятся следующие признаки ростовщических сделок: 1) если заемщик вынужден своими известными займодавцу стеснительными обстоятельствами принять крайне тягостные условия ссуды; 2) сокрытие чрезмерности роста включением его в капитальную сумму под видом неустойки, платы за хранение; 3) ссуда в виде промысла на чрезмерно обременительных условиях «сельским обывателям» за вознаграждение частью хлебом, а также скупка хлеба у крестьян по несоразмерно низкой цене при заведомо тяжелых обстоятельствах продавца. Ростовщики, чья вина была доказана, наказывались тюрьмой или исправительным домом [7, с. 127-128].

УК РСФСР 1926 г. (ст. 173) определял ростовщичество как «взимание процентов за данные займы деньги или имущество в размере, превышающем установленную законом предельную норму процентов по займу, в частности, также путем включения процентов в капитальную сумму долга, или удержания единовременного вознаграждения из получаемой заемщиком суммы, или установления пени и неустойки за просрочку платежа по займу, или в иной форме» [2, с. 656].

Некоторые попытки ограничения ростовщичества предпринимались и в современной истории Российской Федерации. Так, 15 января 2003 года депутат Государственной Думы РФ В.В. Жириновский выступил с предложением ввести статью в Уголовный кодекс РФ следующего содержания:

«Ростовщичество, то есть взимание процента за данные займы деньги, кредит или имущество в размере, превышающем 3% от суммы займа, кредита, оцененного имущества, или удержания единовременного вознаграждения из полученной суммы, или иного вознаграждения из полученной суммы более 3%, или установление пени и неустойки за просрочку платежа по займу, кредиту или иной скрытой формы платежа, наказывается лишением свободы или исправительными работами до одного года. Те же действия, совершаемые в виде промысла или с использованием стесненного положения заемщика, наказываются лишением свободы на срок до двух лет с конфискацией имущества или без таковой.

Предоставление в пользование средств производства, транспортных средств, скота за денежное или натуральное вознаграждение или на условиях отработки в размере 3% годовых при условии начисления ее на базе основного долга, исчисляемого на основе рыночных цен или стоимости замещения, наказываются лишением свободы на срок до одного года. Те же действия с использованием нужды или стесненного положения пользователя наказываются лишением свободы на срок до двух лет с конфискацией имущества или без таковой» [7, с. 319].

Несмотря на то, что проект был бы полумерой и не ликвидировал бы ростовщичество, он все равно не был принят, что указывает на то, что большинство депутатов Государственной Думы РФ представляют и защищают интересы ростовщиков в России. Законодательную инициативу В.В. Жириновского поддержали лишь 142 депутата.

Также без положительного решения осталось направленное в 2012 году в Министерство финансов РФ предложение Федеральной антимонопольной службы о введении понятия «ростовщический» процент по кредитам населению.

Центральный банк и Правительство Российской Федерации предпринимают определенные действия, направленные на регулирование процентных ставок, прежде всего через ставку рефинансирования (ключевую ставку). Ключевая ставка, устанавливаемая Банком России, является своеобразным масштабом для заемного процента. Согласно общему правилу за пользование чужими денежными средствами уплачивается процент, равный ключевой ставке, если иной размер процента не установлен законом или договором. Однако ключевая ставка не играет роль того «законного» процента, который может быть критерием при определении признаков ростовщичества. Ключевая ставка признана служить интегральным индикатором стоимости финансирования, которое коммерческие банки получают от Банка России. Однако стоимость рыночных заимствований для хозяйствующих субъектов и населения фактически оказывается существенно выше данного показателя, поскольку их кредиторами выступают коммерческие банки, а не Банк России. Заемный процент зависит от множества факторов, прежде всего от срока кредита, кредитного качества (кредитного рейтинга) заемщика и качества предоставленного обеспечения, характеризующих его кредитоспособность.

До недавнего времени Банк России не предпринимал серьезных мер по регулированию процентных ставок помимо влияния ставкой рефинансирования. Лишь в период финансового кризиса 2008-2009 гг. критическая ситуация на рынке финансовых заимствований привела к необходимости принятия административных мер воздействия на процентную политику банков. Однако эти меры коснулись лишь рынка депозитов.

С 1 октября 2008 года во исполнение Федерального закона от 13.10.2008 № 174-ФЗ «О внесении изменений в статью 11 Федерального закона «О страховании вкладов физических лиц» в банках Российской Федерации были введены ограничения на величину процентной ставки, которую кредитная организация определяет в договорах банковского вклада. При осуществлении надзорных действий в вопросе об ограничении уровня процентных ставок по вкладам физических лиц Банк России исходил из следующего: «Обеспечение доступа субъектов экономики к кредитным ресурсам банков является одним из важнейших условий оживления экономики страны. При этом решение данной задачи в существенной степени обеспечивается снижением стоимости кредитов. В свою очередь, стоимость кредитов зависит, в том числе, от стоимости привлекаемых банками ресурсов, включая вклады населения. В этих условиях сохранение отдельными банками высоких процентных ставок по вкладам является фактором формирования повышенного процентного риска и негативно влияет на их устойчивость, поскольку при этом, как правило, получаемые доходы не обеспечивают покрытия расходов банков по привлеченным вкладам. В результате снижается уровень защиты интересов вкладчиков и иных кредиторов банков» (письма ЦБРФ от 5 февраля 2010 г. № 15-6-1/465 и от 22 апреля 2010 г. № 04-15-2/1868 «Об ограничении процентных ставок по вкладам физических лиц»). На реализацию задачи ограничения депозитных ставок были также направлены положения письма Банка России от 29.07.2009 № 93-Т «О работе с банками, устанавливающими процентные ставки по депозитам физических лиц на уровне выше рыночных» и письма банка России от 28.10.2009 №133-Т «О работе с банками, привлекающими вклады физических лиц по ставкам, превышающим рыночные».

В основу политики ограничения ставок по депозитам положен расчет рыночного уровня средней процентной ставки по данным мониторинга десяти крупнейших кредитных организаций страны, в которых сосредоточено около 70% всех вкладов. В десятку банков, которые отслеживает Банк России, вошли Сбербанк, «ВТБ-24», «Банк Москвы», «Райффайзенбанк», «Газпромбанк», «Росбанк», «Альфа-банк», банк «Уралсиб», «Промсвязьбанк» и «МДМ банк». По мнению Банка России, средняя процентная ставка, рассчитанная по указанным банкам (многие из которых являются «квазигосбанками», имеющими доступ к дешевым кредитным ресурсам центрального банка и государства), вполне адекватно отражает величину рыночной процентной ставки. Центральный банк Российской Федерации настоятельно советует (рекомендует) руководству кредитных организаций рассматривать уровень

процентных ставок по депозитам физических лиц в размере на 1,5 процентных пункта выше средних в качестве ставок, при установлении которых процентный риск банка минимален. С октября 2012 года кредитным организациям не рекомендуется превышать максимальную ставку, выявленную в ходе мониторинга, на 2%. И хотя превышение рекомендуемого уровня процентных ставок по вкладам рассматривается «лишь как индикатор повышения уровня процентных рисков» и якобы не приводит к введению каких-либо санкций, невыполнение подобных «рекомендаций» влечет за собой проведение серьезной надзорной работы с банком. Несмотря на то, что срок действия мер по введению ограничения на величину процентной ставки по договорам банковского вклада, установленных пунктом 4 статьи 4 Федерального закона от 13.10.2008 № 174-ФЗ, формально истек 31 декабря 2010 года, надзорный блок Банка России продолжал в 2011-2014 гг. работу, направленную на обеспечение эффективного управления банками процентными рисками на основе сдерживания роста процентов по вкладам. В результате данной работы средняя максимальная ставка по депозитам в рублях в 2013 г. и начале 2014 г. не превышала уровня 9%. Что, впрочем, не привело к снижению процентных ставок по кредитам (займам), а лишь увеличило банковскую маржу.

Можно отметить и некоторые меры по регулированию процентных ставок по кредитам. Так, 27 января 2010 года Государственная Дума приняла Федеральный закон «О внесении изменений в статью 29 Федерального закона «О банках и банковской деятельности», который направлен на регулирование отдельных условий кредитных договоров между банками и клиентами. В соответствии с новым законом банки, в частности, лишаются возможности в одностороннем порядке увеличивать процентную ставку по договорам с заемщиками – физическими лицами, а также увеличивать или устанавливать комиссионное вознаграждение по операциям.

Отдельные возможности регулирования процентных ставок заложены в недавно принятом Федеральном законе от 21 декабря 2013 года № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)». В соответствии с данным законом Банк России в установленном им порядке ежеквартально рассматривает и публикует среднемесячные значения полной стоимости потребительского кредита (займа) по категориям потребительских кредитов (займов) отдельно для кредитных организаций, микрофинансовых организаций, кредитных потребительских кооперативов, сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов, ломбардов на основе представленных ими данных о значении полной стоимости потребительского кредита (займа). В сентябре 2014 года Банк России впервые опубликовал среднерыночные значения полной стоимости потребительских кредитов. Теперь у финансовых организаций есть ориентир процентной ставки, которую они не смогут поднимать больше, чем на одну треть от среднерыночных значений, определенных Банком России. Предполагалось ввести ограничения на стоимость кредитов для населе-

ния с 1 января 2015 года, и на первый квартал среднерыночные значения полной стоимости кредитов выглядели следующим образом.

Все кредиты, которые кредитные организации выдают населению, Банк России разделил на четыре группы: автокредиты; карточные кредиты; целевые потребительские кредиты на покупку определенного товара (POS-кредиты, предоставляемые в торговых точках) и необеспеченные кредиты.

Дешевле всего, по данным Банка России, россиянам обойдутся кредиты на приобретение автомобилей с пробегом не более 1000 км. С учетом того, что приобретаемое транспортное средство автоматически подпадает под залог, средняя стоимость такого кредита составит 15,24%. При этом максимальная ставка по таким кредитным сделкам не должна превышать 20,32%. Если у автомобиля пробег свыше 1000 км., средняя плата за кредит составит 23,41%, максимальная – 31,215%.

Ставка по карточным кредитам будет различаться в зависимости от лимита по карте. Для карт с наименьшим размером лимита не более 30 тыс. руб. ограничение по ставке наиболее льготное для кредитной организации. Среднее значение данной ставки – 25,962%, максимальное – 34,62% годовых. При лимите по карте свыше 300 тыс. рублей показатели соответственно составляют 16,811% и 22,41%.

Ограничения по ставкам в сегменте целевого потребительского кредитования колеблются не только в зависимости от размера кредита, но и от сроков кредитования. Так, при кредитовании на срок до одного года ставка по POS-кредиту объемом до 30 тыс. руб. не должна превышать 54,94% годовых (средняя 41,204%). При увеличении суммы кредита планка ограничений снижается. Аналогичная ситуация и в сегменте POS-кредитов на срок более одного года. Здесь самые щадящие для кредитной организации ограничения в кредитовании на сумму до 30 тыс. руб. – в этом случае лимит установлен на уровне 43,28% годовых, при среднем значении данной ставки 32,46%. Ставки устанавливаются по правилу: чем больше сумма кредита, тем ограничения для кредитной организации жестче.

В сегменте кредитования наличными без всякого залога принцип действия введенных ограничений такой же: чем меньше сумма кредита, тем выше ставка, которую кредитная организация может установить для заемщика. И так же, как в POS-кредитовании, действует странная логика: ограничения по стоимости кредитов на срок более года установлены гораздо более жесткие, чем для краткосрочных кредитов. При этом средние ставки по кредитам без залога ниже, чем при POS-кредитовании. За нецелевой кредит размером до 30 тыс. руб. и сроком до одного года установлена ставка 35,096% (максимальная ставка – 47,795%); по кредиту на сумму от 30 до 100 тыс. рублей размер ставки 24,464% (максимальная ставка – 32,61%); по кредиту на сумму от 100 до 300 тыс. рублей средняя ставка равна 21,636% (максимальная ставка – 28,84%); кредиты свыше 300 тыс. руб. будут выдаваться под 16,036% до 21,38% (максимальная ставка).

Впрочем, самые «крутые» банковские ставки, рассчитанные Банком России, кажутся мелочью по сравнению с тем, какой ценой россиянам будут обходиться займы микрофинансовых организаций. По подсчетам Банка России средняя ставка по микрозаймам на сумму до 30 тыс. рублей и на срок до одного месяца составит 688%, а максимальная – 914 % годовых. Трудно представить истинные масштабы и условия современной микрофинансовой деятельности, если даже такие размеры ограничений в совокупности с попытками направить деятельность микрофинансовых организаций в «цивилизованное русло» с раскрытием отчетности и установлением публичных правил выдачи займов вызывают протест со стороны ростовщического сообщества. В настоящее время многие игроки рынка, занимающиеся микрофинансированием, пытаются уйти от контроля государства и в массовом порядке переквалифицируются в индивидуальных предпринимателей.

В соответствии с Указанием Банка России от 18 декабря 2014 года №3495-У «Об установлении периода, в течение которого не подлежит применению ограничение значения полной стоимости потребительского кредита (займа)» ограничение полной стоимости потребительского кредита (займа) начнет применяться с 1 июля 2015 года.

Как будет работать предложенный механизм ограничения стоимости потребительских кредитов (займов), покажет время, но уже сейчас видно, что такое «регулирование» направлено на защиту интересов ростовщиков, оперирующих на рынке потребительских кредитов, тем более что предлагаемые Банком России процентные ставки примерно на треть превышают среднерыночные значения стоимости кредита – так что есть еще куда увеличивать ставки.

Следует отметить, что вышеупомянутые действия затрагивают не всю систему займов, а в основном лишь ее кредитный сектор во взаимодействии с населением. По-прежнему вне поля даже такого «слабого» регулирования находится большая часть корпоративного ростовщичества и весь «черный» рынок займов между гражданами. И значит, молох теневого ростовщического беспредела продолжает успешно действовать. В итоге: полное разорение, тюрьма, самоубийство, попытка скрыться – вот судьба многих заемщиков, воспользовавшихся услугами неформальных теневого заимодавцев.

Не следует забывать, что одной из основных задач права и государства, опирающегося на принципы справедливости, является недопущение ситуации эксплуатации должника кредитором, особенно когда этот кредитор является представителем теневого бизнеса, использующим ссудный промысел лишь для личного обогащения в ущерб интересам общества. Это необходимо как для обеспечения благосостояния населения, так и для реализации социально-экономической функции кредита и займа и развития легального долгового рынка. Игнорирование проблем частного, теневого ростовщичества и «серых» сегментов долгового рынка наносит невосполнимый ущерб общественным интересам и затрагивает интересы миллионов россиян. Подобный

«либерализм» совершенно не свойствен экономически развитым странам, где деятельность экономических субъектов долгового рынка жестко регламентируется, а ростовщичество преследуется как преступление, тем более это касается системы частных займов. В разных странах используются разнообразные механизмы ограничения ростовщической модели выдачи и взыскания займов, в частности запрет на увеличение долга по займам населения больше, чем в четыре раза, относительно основного долга. Весьма полезным в этом отношении может быть опыт законодательства таких стран, как Англия, Франция, Германия, США, серьезно ограничивающих возможности частного ростовщичества.

В решении вопросов регулирования ростовщической деятельности назрело время для принятия конкретных мер, ограничивающих объемы, сферу, возможности ростовщичества. Прежде всего, по нашему убеждению, необходимо:

- на основе выделения основных признаков ростовщичества, законодательно определить понятие «ростовщичество» и его основной критерий – «ростовщический» процент;
- разработать и принять антиростовщическое законодательство с мерами уголовного и административного наказания за его нарушение;
- запретить личное ростовщичество как предпринимательскую деятельность и преследовать по закону бизнес неформальных теневых займодавцев;
- ограничить корпоративное ростовщичество в процентном, суммовом и залоговом отношении, прежде всего в размерах невозможности взыскания сумм, кратных размеру основного долга;
- рассмотреть возможность регулирования процентных ставок через законодательно предусмотренный размер маржи с введением специального налога на маржу свыше установленного законом размера.

И делать это нужно безотлагательно, пока «черный» рынок займов, выпестованный теневыми ростовщиками, на фоне ослабления банковской системы и ее монополистически-уродливой трансформации, не стал доминирующим элементом российского общества. По нашему убеждению, в истории российского банковского дела наступило время принятия жестких регулирующих правил и действий со стороны полномочных государственных органов по ограничению ростовщических процентных ставок. Коммерческие банки и иные финансовые институты должны устанавливать проценты только в тех размерах, которые компенсируют их издержки, учитывают инфляцию и объективные риски, а также возможность получения прибыли, средней по отраслям экономики. Все что выходит за рамки «нормального» процента, отражает аморальную природу ростовщичества и подлежит более пристальному вниманию со стороны органов государственной власти и регулятора в лице Банка России. В России уже прошло время, когда можно было пола-

гаться только на невидимую руку рынка или на либеральные установки. Не замечать проблемы ростовщичества означает по существу действовать в интересах заимодавцев, чьи ростовщические аппетиты идут вразрез со стратегическими экономическими и национальными интересами, а порой носят чисто криминальный характер. Как справедливо отмечают С.Х. Тагаев и К.Х. Ибрагимов, по поводу ограничения такого явления, как ростовщичество, России и ее банковской системе «предстоит пройти тот же путь, что и аналогичным системам в более развитых странах. И если там осознали глубинные опасности ростовщичества, нет сомнения, что и в российской практике рано или поздно совершится так необходимый, назревший переход к новой системе регулирования отношений между банками и заемщиками, не допускающий проявлений ростовщичества» [9, с. 141]. Российская история и современный зарубежный опыт свидетельствует о том, что нормативное ограничение процентных ставок по займам «соответствует лучшим философским, каноническим и светским традициям, экономическим требованиям оптимальной сбалансированности интересов, моральным основам сохранения социальной стабильности в обществе» [9, с. 141].

Список литературы

1. БОЛЬШОЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ СЛОВАРЬ / Под ред. А. Н. Азрилияна. – 3-е изд. стереотип. – М.: Институт новой экономики, 1998 – 864 с.
2. Большой юридический словарь. 3-е изд., доп. и перераб. / Под ред. проф. А.Я. Сухарева. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 858 с.
3. Борисов А.Б. Большой экономический словарь. Издание 3-е. переработанное и дополненное. – М.: Книжный мир, 2010. – 860 с.
4. Дубянский А.Н. К вопросу об осуждении ростовщичества и процента в христианстве // Проблемы современной экономики №2, 2011. [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http:// www. m-ekonomy. ru](http://www.m-ekonomy.ru)
5. Иванов О.М. Нормативное ограничение стоимости кредита: запрет ростовщичества в законодательстве зарубежных стран [Текст] / О.М. Иванов // Банковское право. – 2011. – №2. С. 34-40.
6. Ожегов С.И. и Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений / Российская академия наук. Институт русского языка им. В.В. Виноградова. – 4-е изд., дополненное. – М.: Азбуковник, 1998. – 944 стр.
7. Пасынков А.С. Феномен ростовщичества: от Вавилона до глобальной финансовой системы. История, экономика, антропология. – СПб.: «Издательство «ДИЛЯ», 2014. – 348 с.
8. Райзберг Б.А. Современный социоэкономический словарь. М.: ИНФРА-М, 2010. – 626 с.
9. Тагаев С.Х., Ибрагимов К.Х. Проблемы ростовщичества в банковском деле: история и современность [Текст] / С.Х. Тагаев, К.Х. Ибрагимов // Аграрное и земельное право. – 2012. – №5. С. 133-141.
10. Эюбов Т.В. Проблемы развития и повышения устойчивости банковской системы в условиях рыночной трансформации // Проблемы современной экономики №4, 2011. [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http:// www.m-ekonomy. ru](http://www.m-ekonomy.ru)

ПРОИЗВОДСТВО ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ HYUNDAI SOLARIS В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ: ВЛИЯНИЕ ПРОЦЕССОВ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Пустыльник П.Н.

доцент кафедры основ производства и предпринимательства,
Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена,
канд. экон. наук, канд. техн. наук, доцент,
Россия, г. Санкт-Петербург

Смирнов А. М.

доцент кафедры основ производства и предпринимательства,
Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена,
канд. техн. наук, доцент,
Россия, г. Санкт-Петербург

Кужельная О.В.

доцент кафедры основ производства и предпринимательства,
Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена,
канд. техн. наук, доцент,
Россия, г. Санкт-Петербург

В статье рассмотрено влияние процессов глобализации на производство легковых автомобилей Hyundai Solaris в г.Санкт-Петербурге; отмечен уровень технологического развития завода, применяющего промышленных роботов для изготовления автомобилей, что формулирует новые требования к рынку труда.

Ключевые слова: организация производства, легковой автомобиль, глобализация.

Организация производства легковых автомобилей изменяется под влиянием процессов глобализации: от изготовления всех компонентов на одном предприятии до выделения базового технологического процесса с формированием группы заводов-поставщиков.

В качестве примера рассмотрим процесс изготовления легкового автомобиля Hyundai Solaris в г.Санкт-Петербурге (см. рис. 1) [1].

Краткое описание оборудования завода:

- А) в цехе штамповки кузовных деталей установлены четыре прессы;
- Б) в цехе сварки работают 52 робота-сварщика;
- В) в цехе окраски кузова находится автоматизированная линия окраски.

На заводе Hyundai, занимающего площадь 100 га (промышленная зона в п.Каменка), базовый технологический процесс объединяет четыре цеха и участок для тест-трека, а остальные производства распределены вне цехов. Производственная мощность завода равна 200 000 автомашин в год. Производительность труда позволяет изготавливать 42 автомобиля в час.

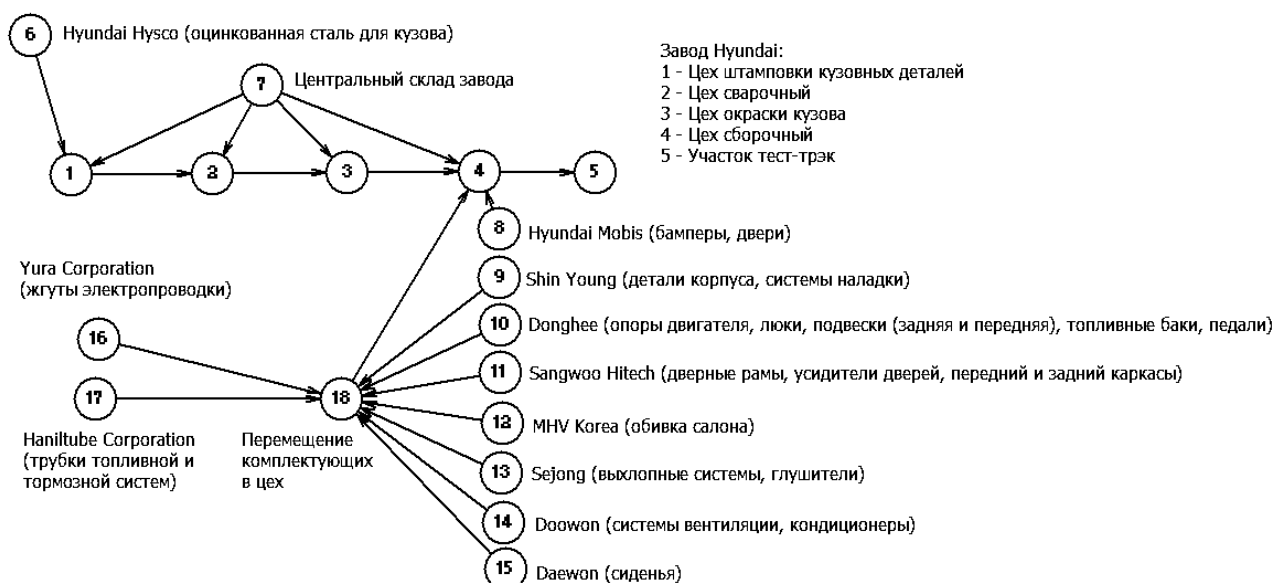


Рис. 1. Схема изготовления легкового автомобиля

На заводской территории расположены: центральный склад и заводы для поставки оцинкованной стали для кузова и по производству бамперов.

Для создания производственного комплекса было инвестировано 600 млн. долларов США (за 2008-2014 годы).

За пределами завода расположены поставщики различных комплектующих для производства легковых автомобилей Hyundai Solaris и Kia Rio.

Для обслуживания сложного технологического оборудования требуется персонал с соответствующими компетенциями.

В 2009 году проявился спад производства легковых автомобилей из-за кризисной ситуации 2008 года. Отметим, что для населения РФ кризисная ситуация 2008-2009 годов оказалась более значимой, чем кризисные ситуации 1991-1993 и 1998 годов. Данное предположение основано на динамике производства легковых автомобилей, так как загрузка производства зависит от объемов сбыта.

Это результат влияния процессов глобализации на производство легковых автомобилей в РФ.

Можно предположить, что в 2014 году статистическая отчетность покажет спад производства легковых автомобилей из-за сформировавшейся кризисной ситуации под влиянием санкций против России (см. рис. 2) [2].

Производство легковых автомобилей в РФ можно рассматривать как один из социально-экономических индексов, характеризующих покупательную способность населения РФ.

Сложное современное технологическое оборудование автомобилестроительных заводов предъявляет новые требования к профессиональной подготовке персонала, то есть к рынку труда.

Таким образом, промышленный кластер влияет на развитие федеральных государственных образовательных стандартов, как для высшего профессионального образования (ВПО), так и среднего профессионального образования (СПО).

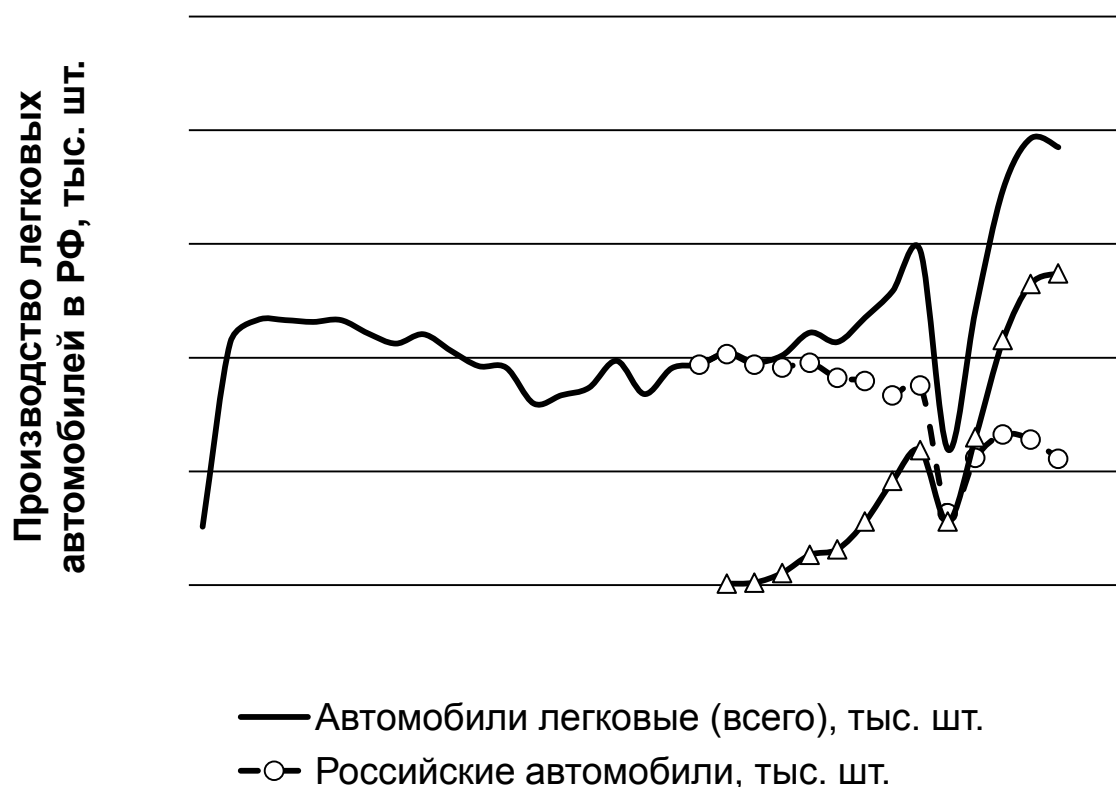


Рис. 2. Динамика производства легковых автомобилей в РФ

В различных учебных заведениях ВПО и СПО вводятся учебные дисциплины по робототехнике и 3D-технологии с целью формирования новых компетенций у выпускников. Это позволяет молодым специалистам находить работу на рынке труда. Но это влияние промышленности на систему образования повышает требования к преподавателям учебных заведений всех уровней. Следовательно, преподаватели обязаны постоянно повышать свою квалификацию.

Отметим, что технологическое образование, получаемое студентами РГПУ им. А.И. Герцена, развивает технологическое мышление у студентов, что позволяет им: а) использовать получаемые знания в реальных производственных ситуациях (рационализаторство); б) формулировать и решать возникающие проблемы в традиционных технологических системах (изобретательство) и т.д.

Выводы. Процессы глобализации производства легковых автомобилей привели к формированию автомобильного кластера в г.Санкт-Петербурге.

Организация современного производства основана на процессном подходе: выделение базового процесса.

Изменение требований к персоналу, набираемому на рынке труда, инициирует изменения федеральных государственных образовательных стандартов.

Список литературы

1. Производство Hyundai Solaris в России. [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://solaris-club.net/?pageid=plant> (дата обращения 26.01.2015).
2. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gks.ru/> (дата обращения 22.01.2015).

УПРАВЛЕНИЕ ЛОЯЛЬНОСТЬЮ ПОСРЕДНИКОВ В ВЕРТИКАЛЬНО-ИНТЕГРИРОВАННЫХ КАНАЛАХ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ

Румянцева В.С.

аспирант кафедры маркетинга и коммерции Московского государственного университета экономики, статистики и информатики (МЭСИ),
Россия, г. Москва

В данной статье рассматриваются вопросы формирования лояльности посредников в вертикально интегрированных каналах сбыта, показатели уровня их взаимодействия с производителем, возможные способы их мотивации и маркетинговой поддержки.

Ключевые слова: производители, посредники, маркетинговый канал, лояльность, мотивация.

Лояльность определяется как положительное отношение потребителей, партнеров, посредников по отношению к деятельности организации, её продуктам и услугам, имиджу организации, торговым маркам, логотипу и т.д. К одним из субъектов лояльности можно отнести посредников, которые взаимодействуют с производителем в качестве основных партнеров.

В соответствии с этим лояльность партнеров по маркетинговым каналам можно определить как их приверженность продуктам и стратегии производителя, проявляющуюся в регулярном выполнении взятых обязательств и формализованных стандартов обслуживания вне зависимости от ситуационных факторов и маркетинговых усилий других производителей (поставщиков).

К посредникам, рассматриваемых автором, относятся дистрибьюторы и дилеры. В таблице приведены оценочные показатели уровня взаимодействия в маркетинговом канале «производитель – дистрибьютор», «производитель – дилер».

Таблица

Оценочные показатели уровня взаимодействия производителей и посредников

Участники маркетингового канала	Оценочные показатели уровня взаимодействия в канале
Производитель-дистрибьютор	1. Деловая репутация. 2. Надежность поставок. 3. Стабильность ассортимента. 4. «Справедливость» цен. 5. Выполнение обязательств.
Производитель-дилер	1. Деловая репутация. 2. Качество товаров. 3. Уровень товарного спроса. 4. Имидж бренда. 5. Маркетинговая активность.

Для эффективного управления лояльностью посредников, необходимо постоянно удерживать и развивать их потенциал, помогать им повышать объемы продаж продукции и услуг, а также удовлетворять запросы клиентов, устранять конфликты и разногласия, взаимодействовать со всеми участника-

ми канала на основе обоюдной выгоды. На решение этих задач направлен комплекс мер по мотивации посредников и урегулированию конфликтов.

Традиционно различают экономические и неэкономические мотивационные стимулы. Экономическими стимулами для посредников являются мероприятия, осуществляемые производителем (поставщиком) и способствующие росту доходов посредника в случае выполнения им согласованных планов продаж: скидки; льготные условия оплаты, включая товарные кредиты, бонусы и премии за достижение высоких показателей сбыта; предоставление материальной помощи в виде финансовой поддержки рекламных и других кампаний, осуществляемых посредником на своей территории; бесплатное предоставление образцов продукции и рекламных материалов для поддержания и развития регионального спроса. К неэкономическим мотивационным стимулам можно отнести те, что не приносят посреднику быстрой дополнительной чистой прибыли, но способствуют его осознанию целей деятельности, предпринимаемых усилий, убежденности в том, что его работа адекватно оценивается партнером. В результате сама деятельность посредника воспринимается им как значимая и целесообразная, а партнеры по каналу – как достойные уважения. К неэкономическим мотивационным стимулам следует отнести техническую поддержку и обучение, информационное обеспечение, совместное планирование деятельности маркетингового канала, вовлечение посредника в корпоративную культуру производителя, награды посредников на ежегодных торговых конференциях.

Рассмотрим каждый из видов экономических и неэкономических стимулов.

Скидки, предоставляемые производителем посредникам, являются основным экономическим стимулом к сотрудничеству, поскольку формируют доходы посредника. Если производитель не может предоставить среднерыночный размер скидки (принятый на отраслевом рынке и в канале распределения), то его продукция будет восприниматься посредником как второстепенная, что повлечет низкую мотивацию в осуществлении усилий для ее продвижения на рынок.

Скидки используются для поощрения текущих продаж посредников.

Среди основных видов скидок выделяют скидки с объема, функциональные скидки и бонусы (премии). Скидки с объема (скидки за количество) стимулируют закупку большего количества продукции либо в рамках конкретного заказа, либо в течение определенного времени (накопительные скидки). Могут оказаться удобными для распространения товаров, требующих интенсивной дистрибуции и высокой доступности (товары массового спроса). Функциональные скидки – вознаграждение участников канала, предоставляющих особые услуги. Предложение функциональных скидок или компенсации услуг оказывается эффективным, когда продукту поставщика для успешного продвижения на рынке требуются дополнительные услуги поддержки (например, предоставление демонстрационного зала, установка, презентация товаров, консультирование покупателей и т. д.).

Бонусы или премии – дополнительное вознаграждение участников канала за выполнение и перевыполнение планов, согласованных с производителем. Как правило, бонусы выплачиваются в конце определенного периода и в большинстве случаев являются сильным экономическим стимулом для участников канала, поскольку их размер может быть очень высоким. Бонусы могут получать как фирма в целом, так и ее отдельные сотрудники, проявившие себя в течение года как хорошие продавцы.

Льготные условия оплаты. К льготным условиям оплаты относятся товарные кредиты, отсрочка или рассрочка платежа, предоставление товара на условиях консигнации и т.п. Льготные условия оплаты товара поставщику иногда являются более мощным стимулом для посредника, чем размер скидок. Если поставщик предлагает товар на условиях консигнации (оплата за фактически реализованный товар), его цена становится второстепенным фактором. Предоставление производителем товарных кредитов посреднику позволяет последнему увеличивать стоимость оборотных средств без привлечения банковских кредитов, что является экономически выгодным для посредника. Отсрочки и рассрочки фактически работают так же, как товарные кредиты, помогая посреднику экономить на собственных оборотных средствах, расплачиваясь с поставщиком за фактически реализованный товар.

Маркетинговая поддержка посредника. В рамках маркетинговой поддержки участников канала поставщик может полностью или частично финансировать рекламные кампании и промо-акции своей продукции, которые осуществляет посредник на рынках сбыта. В этом случае посредник обязан предоставлять поставщику счета на оплату рекламных услуг и отчеты об эффективности проведенных рекламных кампаний. Аналогичная техника поддержки практикуется и при организации посредником промо-акций на «своей» территории (на которой посреднику предоставлено исключительное или преимущественное право продажи товаров производителя). Как правило, расходы на акцию делятся между поставщиком и посредником поровну или в определенном соотношении по договоренности сторон. Помимо этого производитель снабжает участников маркетингового канала бесплатными рекламными материалами, сувенирами, пробными образцами продукции, каталогами и другими элементами, необходимыми для продвижения новой продукции или стимулирования сбыта традиционной продукции в местах продаж. Маркетинговая поддержка участников канала обычно осуществляется в рамках избранной производителем коммуникативной стратегии в канале. Эта стратегия определяет, каким образом и в какую сторону будет направлен основной коммуникативный поток, стимулирующий спрос на продукты и услуги в маркетинговом канале и обеспечивающий взаимодействие всех его участников.

Техническая поддержка и обучение участников маркетингового канала играет особо важную роль при реализации сложных потребительских товаров и продукции производственно-технического назначения. Она состоит в обучении персонала посредников техническим знаниям и навыкам, необходимым для эффективных продаж. Производитель демонстрирует качествен-

ные характеристики своих товаров, объясняет технологии их производства, доводит до участников канала информацию о принципах дифференциации продукции, развитии ассортимента, конкурентных преимуществах изделий, особенностях их эксплуатации. Часто обучение предполагает посещение предприятий, на которых производятся соответствующие товары. Обучение не только помогает посреднику эффективнее воздействовать на покупателя, но и позволяет убедиться самому в преимуществах продаваемых товаров, что способствует существенному повышению личной мотивации сотрудников посреднических фирм.

Информационное обеспечение также может стать важным фактором мотивации посредников. Информационная поддержка предполагает возмездную передачу программных продуктов, обеспечивающих связь с производителем и поддерживающих логистические и маркетинговые операции посредника; периодические рассылки информации о технических новинках (мировых и самого производителя), новостей с отраслевого рынка и т. п. Часто производители организуют внутренний сайт с авторизованным доступом на него официальных посредников. На подобном сайте посредник может получить самую новую информацию о деятельности производителя, изменениях ценовой политики, новых мотивационных программах.

Совместное планирование деятельности маркетингового канала. Вовлечение сотрудников посреднических фирм в процесс планирования деятельности канала является важным мотивационным стимулом, позволяющим сформировать лояльность и приверженность производителю и его продукции. В процессе совместного планирования деятельности маркетингового канала каждый его участник получает возможность высказаться относительно текущей эффективности его функционирования, преимуществ и недостатков используемой системы маркетинга и продаж, необходимости внедрения инноваций и по другим вопросам. Целью совместного планирования является выработка единой стратегии развития каналов, формирование планов продаж и маркетинговых планов.

По мнению автора, базовыми нематериальными ресурсами, влияющими на характер взаимодействия в вертикально-интегрированных каналах распределения, в конечном итоге, на рост прибыли, является власть в канале и доверие между бизнес-участниками, с одной стороны, и между ними и потребителями, с другой стороны. Как стратегия, направленная на использование власти, так и стратегия установления доверия, требуют реализации определённых усилий компаний в различных направлениях.

Чтобы поддерживать посредников и сформировать их лояльность, компания-производитель должна точно знать их потребности и проблемы, поскольку и покупатели, и партнеры заинтересованы в сотрудничестве с известными фирмами, имеющими хорошую репутацию на рынке, готовыми предложить лучшую по соотношению «цена-качество» продукцию и оперативно преодолеть возникшие трудности.

Следует также отметить, что ограничение на выбор методов формирования лояльности оказывают финансовые и маркетинговые ресурсы пред-

приятия. Одновременная реализация программ для посредников и потребителей требует от предприятия существенного объема денежных средств. Если бюджет предприятия на мероприятия по формированию лояльности ограничен, то целесообразно сначала оптимизировать деятельность канала сбыта. Разработка и применение комбинированных программ лояльности дает компании-производителю следующие выгоды:

- повышение уровня продаж за счет постоянных клиентов;
- возможность комбинированных продаж сопутствующих товаров;
- возможность дополнительных продаж новых товаров под торговой маркой компании-производителя;
- возможность привлечения постоянных клиентов и лояльных посредников к продвижению товаров компании

Для компании-производителя очевидна значимость формирования и поддержания лояльности, как конечных потребителей, так и посредников в каналах распределения. Выбор инструментов для поощрения их лояльного отношения зависит от целей компании и рынка, на котором она осуществляет свою деятельность. Лояльные к компании и ее брендам потребители, а также посредники в каналах распределения способны обеспечить компании-производителю эффективное функционирование в течение длительного периода времени.

Список литературы

1. Балашов К. Построение систем лояльности клиентов / К. Балашов // Маркетинг. – 2007. – № 2 (93). – С. 78–90.
2. Гершун А. Технологии сбалансированного управления / А. Гершун, М. Горский. – М.: ЗАО «Олимп-бизнес», 2005. – 416 с.
3. Длигач А. Почему уходят клиенты и как их остановить / А. Длигач // PR в России. – 2005. – № 2. – С. 17 – 24.
4. Куликова З.В. О целесообразности управления лояльностью / З.В. Куликова // Практический маркетинг. – 2004. – № 12 (94) – С. 6 – 9.

РОЛЬ ОБЪЕКТОВ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ В ФОРМИРОВАНИИ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОГО ТУРИСТСКОГО ОБРАЗА РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ УСАДЬБЫ МУХАНОВЫХ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ)

Скачков Р.А.

ассистент кафедры туризма и социально-культурного сервиса НИУ «БелГУ»,
Россия, г. Белгород

Дурова А.В.

студентка НИУ «БелГУ»,
Россия, г. Белгород

В статье рассматриваются вопросы формирования привлекательного образа региона для потенциальных туристов через сохранение культурно-исторического наследия. В качестве примера рассматривается наследие г. Белгорода и Белгородской области.

Ключевые слова: регион, культурное наследие, туристский образ, экскурсионно-рекреационная база

Сегодня в России всё большее внимание уделяется формированию положительного образа территории как туристского объекта для развития внутреннего туризма. Каждый регион стремится к созданию туристского бренда территории, что будет, в свою очередь, способствовать повышению эффективности экономики, её переориентации на сервисную направленность. В качестве одного из направлений формирования привлекательного туристского бренда региона может стать расширение экскурсионно-рекреационной базы через сохранение и реставрацию уже имеющихся объектов историко-архитектурного наследия.

Существует большое количество объектов историко-культурного наследия на территории региона, которые не могут быть включены в экскурсионные программы и находятся на грани исчезновения. Особенно это касается старинных усадеб и поместий, которые отражают собой историю, традиции, уклад жизни народа в ту или иную эпоху. К сожалению, большинство из них находятся в заброшенном состоянии, и существует угроза лишиться уникальных объектов культуры, которые могли бы расширить экскурсионно-рекреационную базу, а также увеличить туристский потенциал и привлекательность региона и страны в целом.

В условиях, являющимися благоприятными для привлечения внимания к объектам, позволяющим повысить потенциал развития внутреннего туризма, хотелось бы обратить внимание на объект, получивший в 2004 году статус объекта культурного наследия регионального значения, а именно усадьбу Мухановых, расположенную в 15 км от города Белгорода в п. Веселая Лопань.

Усадьба основана в 1902 году и принадлежит знаменитому роду Мухановых, который относится к древним благородным дворянским родам. Территория усадьбы состояла из большого особняка, парка, пруда, множества пристроек, конюшни, а также заводской территории [2, с. 7]. На сегодняшний день сохранилось главное здание, небольшая пристройка, парк и завод. Великолепный особняк Мухановых представитель неоготики и модерна уже более 20 лет как пустует, ветшает и поддается разграблению.

На сегодняшний день мы имеем возможность наблюдать за реставрацией усадьбы, начавшейся в начале 2011 года и продолжающейся до сих пор. Следует отметить, что реставрационные работы, идущие на объекте культурного наследия, несут в себе угрозу утери реально внешнего вида усадьбы и создания здания современного типа. Кирпич более пяти видов, отличная крепкая и аккуратная кладка, деревянные резные элементы, колонны, деревянные оконные рамы уникальной формы, а также внутренний интерьер с сохранившейся по сей день великолепной лепниной на потолках – все это заменяется современными материалами кардинально меняющими оригинальный вид здания.

Отдельно хотелось бы обратить внимание и на выделенный бюджет и временную заморозка работ. В 2011 году УКС Белгородской области были выделены денежные средства в размере 30 миллионов рублей на реконструк-

цию усадьбы Мухановых. Поскольку профиль объекта был изменён с музея на социальную гостиницу уже в ходе реставрации пришлось вносить изменение в проектно-сметную документацию [1, с. 17]. Следствием чего явилась временная заморозка работ и перераспределение средств на другие объекты, а статус, который получила гостиница, вычеркивает ее из списка потенциальных объектов экскурсионно-рекреационной базы региона.

По нашему мнению, именно сейчас важно привлечь внимание к данной проблеме, пока еще реставрационные работы выполнены лишь на половину и можно повлиять на изменение решения по присвоению статуса. Стоит отметить, что потенциал усадьбы Мухановых, как объекта экскурсионного показа, достаточно велик: усадьба расположена всего лишь в 15 км от города; в 10 минутах ходьбы от усадьбы находится «Реабилитационный центр для детей и подростков с ограниченными возможностями»; вековая усадьба сохранилась в хорошем состоянии; кроме главного здания сохранился парк и винокуренный завод; усадьба Мухановых имеет важное краеведческое значение.

Кроме того, любой исторический объект обладает экономическим потенциалом и является экономическим ресурсом. Мобилизация экономического ресурса, которым и выступает усадьба Мухановых, позволит в конечном счете обеспечить через повышение степени сохранности исторического объекта выявление его реальной коммерческой ценности для региона. Тем не менее, не стоит ожидать немедленной экономической отдачи от реставрации историко-культурного объекта в различных областях деятельности.

В конечном итоге, сохранение историко-культурного наследия региона проявится в широком круге не прямых выгод, которые станут достоянием всего регионального сообщества – доходы от управления культурным наследием, реставрации, туризма и его инфраструктуры.

Список литературы

1. Енин, А.Е., Молодых, М.С. Проблемы сохранения архитектурного наследия на примере загородных усадеб Черноземья [Текст] / А.Е. Енин, М.С. Молодых // Научный вестник Воронежского государственного архитектурно-строительного университета. – 2012. – № 2. – С. 132 – 141.
2. Пашкова С.И. Годы и люди [Текст] / С.И. Пашкова. – Белгород, 2001. – 129 с.

ОЦЕНКА СТРАТЕГИЙ И РЕЗУЛЬТАТОВ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ МЕБЕЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РФ

Сухоруков А.В.

докторант кафедры прикладной экономики и управления
инновациями Саратовского государственного технического университета
им. Гагарина Ю.А., канд. экон. наук,
Россия, г. Саратов

В статье рассматриваются некоторые проблемы, связанные с оценкой эффективности стратегии инновационного развития предприятий мебельной промышленности. В статье рассмотрены существующие подходы к оценке, выявлены их достоинства и недостат-

ки, выработан собственный подход, основанный на оценке влияния стратегии на изменение ключевых экономических показателей.

Ключевые слова: стратегическое управление, предприятие мебельной промышленности, инновационное развитие, инновационные стратегии предприятия, оценка, эффективность, рентабельность.

Говоря об оценке эффективности стратегии инновационного развития предприятия, следует определить, что мы собственно будем понимать под последней. Не проводя в рамках данной статьи глубокого теоретического обзора существующих подходов и понятий, автор статьи полагает, что стратегия инновационного развития предприятия представляет собой целостную совокупность принципов, направлений, методик, приемов и методов и управления различными видами ресурсов в целях полноценного обеспечения инновационного развития. Полноценное обеспечение инновационного развития, в свою очередь, означает создание такой научной, методической, информационной и ресурсной базы (кадровой, материально-технической, финансовой и т.д.), которая позволяет предприятию развиваться на основе различных видов инноваций и достигать поставленных в этой сфере стратегических и локальных целей. Стратегия инновационного развития тесно взаимосвязана с базовой и функциональными стратегиями предприятия и органично встраивается в общую систему стратегического управления. При этом, как было показано автором в статье [1], инновационные стратегии предприятий имеют как правило надфункциональный характер, поскольку реализация инноваций требует изменения в ряде стратегий, а в определенных случаях могут рассматриваться и в качестве базовых стратегий качественного опережающего роста.

Если говорить о количественной оценке эффективности стратегии, то она основана на известном принципе сопоставления результатов и затрат. Не рассматривая в комплексе проблему оценки всей стратегии, обратим внимание на проблему выбора критерия совокупности качеств и показателей, с помощью которых проводится оценка. Проблема выбора критерия заключается в первую очередь в том, что при значительном числе показателей, их круг, подлежащих конкретному анализу ограничен.

По мнению Е.А. Шишковой [2] в анализе необходимо использовать опосредованные показатели: коэффициенты полезного действия, качество, многомерный рост, стабильность, гибкость и адаптацию, готовность к организационным изменениям, эффективность применяемых механизмов стратегического управления и контроля и это в определенный момент, справедливо. Для комплексной оценки инновационного развития предприятия необходимо определить, насколько оно достигает поставленные цели и решает задачи инновационного развития. На определенных этапах инновационное развитие, не всегда обеспечивает высокий уровень прибыльности, сопряжено с высокими рисками. В этих условиях степень адаптивности предприятия, его способность к быстрым переменам, гибкость в принятии решений могут стать более значимыми промежуточными показателями эффективности реа-

лизации стратегии инновационного развития предприятия, чем ее прибыльность. Однако, конечным результатом успешной реализации стратегии, должно стать повышение прибыльности.

В данное время выработан ряд методов экономической оценки эффективности инновационной стратегии. Заметим сразу, что с помощью традиционных методов, оценка эффективности инновационного развития предприятия в целом и его стратегии, в частности, затруднена из-за отсутствия полноценной системы учета и отчетности, адекватно отражающей параметры инновационной деятельности. В отсутствие такой системы для получения оценочных критериев придется пользоваться преимущественно оценками экспертов и доступными методами экономического анализа.

Рассматривая вышеуказанные методы отметим, что ряд из них рассматривает в качестве экономического результата стратегии рост стоимости предприятия.

Недостатком такого подхода, ориентированного на отдачу от вложенного капитала, является отсутствие методики оценки взаимосвязи стоимости предприятия и эффективности инновационного развития. В частности, такие показатели, как рентабельность инвестиций (ROI), рентабельность вложенного капитала (ROCE), рентабельность чистых активов (RONA), рентабельность активов (ROA), не всегда коррелируют с достигнутыми показателями инновационного развития (коэффициент освоения новой техники, коэффициент освоения новой продукции, рентабельность текущих затрат инновационной деятельности и т.д.).

Недостатками подходов, основанных на показателе денежных потоков (чистый дисконтированный доход (ЧДД), индекс доходности дисконтированных инвестиций (ИДД), внутренняя норма доходности (ВНД), срок окупаемости дисконтированных инвестиций), является то, что они ориентированы на отдельные проекты и не дают картины инновационного развития по предприятию в целом, т.к. не позволяют в полной мере проследить влияние показателей инновационной деятельности на экономические показатели предприятия. Также сохраняется определенная сложность вычисления вышеуказанных показателей и наличие погрешности в расчете на горизонт планирования, присутствует доля субъективизма при определении ставки дисконтирования и приведении денежных потоков к единому моменту времени.

Одним из критериев оценки экономического роста предприятия является модель экономической добавленной стоимости (EVA). Следует заметить, что данный показатель все более широко применяется в качестве инструмента управления, поскольку он ориентирует разработку целей и задач развития предприятия и управленческий процесс в целом, которые принимают ключевые решения в сфере инновационного развития. модель экономической добавленной стоимости отражает разницу между достигнутой рентабельностью активов, созданных за счет привлеченного или заемного капитала, и стоимостью капитала (относительной величиной, характеризующей затраты на использование того или иного источника капитала к привлеченной из него сумме). Основная идея и экономический смысл показателя EVA для

предприятия состоит в том, что как собственные средства, так и заемный капитал при их инвестировании в различные сферы деятельности, должны обеспечивать норму прибыльности (рентабельности) на вложенный капитал, которая ожидается инвестором или учредителем предприятия. Норма обязательной прибыльности (рентабельности) – установленная минимальная ставка дохода, ожидаемая на инвестированный капитал с учетом существующих рисков и возможной прибыли инвестора от вложений в другие объекты. Т.е. такая ставка прибыльности была бы обеспечена инвестору, при размещении инвестиционных ресурсов в других альтернативных областях, характеризующихся сопоставимым уровнем риска сходным.

Главной целью управления стоимостью предприятия при использовании модели EVA является создание уровня экономической добавленной стоимости для инвесторов и учредителей, когда полученная чистая операционная прибыль превышает средневзвешенные затраты на используемый капитал. Т.е., выражаясь иными словами, добавленная стоимость возникает, когда рентабельность активов, обеспечиваемая в результате деятельности предприятия, превышает средневзвешенную стоимость инвестированного капитала.

Экономическая добавленная стоимость отражает соотношение между величиной используемого капитала и абсолютным денежным приростом, используемым инвесторами и учредителями предприятия. Она равна разности между рентабельностью капитала (собственного, заемного или привлеченного) и уровнем затратами на капитал.

Показатель EVA обладает определенными преимуществами перед бухгалтерской прибылью в качестве критерия оценки результатов деятельности предприятий. Хозяйствующие субъекты, создающие высокую экономическую добавленную стоимость должны обладать высоким потенциалом развития за счет заинтересованности учредителей и менеджмента. Показатель EVA является постоянным индикатором эффективности инвестиций (в том числе и в инновационное развитие): прирост прибыли от инвестиций должен быть достаточен для возмещения затрат на привлечение капитала. Показатель EVA таким образом должен стимулировать менеджмент предприятий к принятию обоснованных и сбалансированных инвестиционных и инновационных решений в процессе формирования и реализации стратегии инновационного развития.

Однако, существенным недостатком экономической добавленной стоимости является то, что она не в полной мере ориентирована на долгосрочный аспект. Показатель EVA по большей части определяется прибылью текущего года, что может побудить менеджмент к осуществлению проектов с быстрой отдачей и окупаемостью и не благоприятствует проектам, которые начинают давать отдачу позднее, что является препятствием для инновационного развития.

Поэтому целесообразно рассматривать эффективность реализации инновационной стратегии через оценку положительного влияния на изменения ключевых экономических показателей, которые должны произойти в соответствии с целями, предусмотренными стратегией. К таким изменениям

необходимо отнести: экономию различных видов текущих затрат за счет реализации инновационной стратегии (ИС) за период; получение дополнительной прибыли от реализации новой или усовершенствованной продукции, обусловливаемое ростом выручки и влиянием эффекта масштаба; повышение уровня рентабельности продукции и различных видов активов в результате реализации ИС; повышение производительности труда и изменение потребности в рабочей силе, повышение удельного веса выручки от инновационной деятельности в общей массе выручки за период реализации ИС; рост рентабельности инвестиций, направляемых на инновационное развитие, в т.ч. на формирование и реализацию ИС; изменение рентабельности инновационных активов, исчисленной по показателю чистой прибыли. Важно отметить, что исчисление показателей экономии различных видов ресурсов и прироста выручки и инвестиций за счет инновационной деятельности следует проводить с учетом текущих и капитальных затрат на реализацию инновационной стратегии. Последнее является непростой задачей и, как уже говорилось, требует отдельной оценочной процедуры. Еще раз подчеркнем, что набор анализируемых и оцениваемых показателей зависит от конкретных условий деятельности предприятия, полноты данных статистической и управленческой отчетности.

Список литературы

1. Сухоруков А.В., Некоторые теоретические проблемы формирования стратегий инновационного развития промышленных предприятий [Текст] /А.В. Сухоруков// Инновационная деятельность, 2013, № 2(25) – с. 29-38
2. Шишкова Е.А. Способы оценки эффективности реализации стратегии развития компании [Текст]/Е.А. Шишкова//Экономический журнал. Выпуск № 2 / том 26 / 2012 – с.111-118.

ОЦЕНКА ЭКОЛОГИЧЕСКИХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОСЛЕДСТВИЙ РАЗРАБОТКИ МЕСТОРОЖДЕНИЙ В РОССИЙСКОЙ АРКТИКЕ И ПРИПОЛЯРЬЕ

Толстоногов А.А.

доцент кафедры экономика промышленности Самарского государственного
технического университета, канд. экон. наук, доцент,
Россия, г. Самара

В статье рассматриваются экологические и экономические последствия разработки месторождений в Российской Арктике и Приполярье. Приводятся данные по затратам на восстановление окружающей среды после разливов нефти на объектах нефтедобычи расположенной на шельфе. Рассматривается ситуация с рекультивацией загрязненных земель. Оценивается вклад процесса сжигания попутного нефтяного газа в загрязнение атмосферы.

Ключевые слова: разливы нефтепродуктов, деградация ландшафта, месторождения, попутный нефтяной газ.

Ликвидация аварийных разливов нефти на Арктическом шельфе грозит масштабными издержками. Недостаточное финансирование мер по предупреждению и локализации аварийных разливов нефти российскими нефтяными компаниями уже привело к масштабному загрязнению окружающей среды Арктической зоны России. В одном только Ямало-Ненецком автономном округе из-за порывов трубопроводов нефтью загрязнена почти половина всех скважин. Основные причины – коррозия и технологические дефекты нефтепроводов, плохая организация работ по их техническому обслуживанию и сильная изношенность труб. В целом, состояние магистральных и межпромысловых нефтепроводов в Российской Арктике можно назвать критическим [1].

Содержание нефти в почвах Ямало-Ненецкого автономного округа в результате добычи, переработки и транспортировки нефти превышает допустимые нормативы во много раз. От загрязнения нефтепродуктами, большая часть которых попадает в воду при их транспортировке, серьезно страдают реки. Река Надым в результате нефтяного загрязнения полностью утратила промысловое значение, а реки Пур, Собь, Ево-Яха и другие рискуют лишиться нерестилищ в самом ближайшем будущем [2].

Примеры крупных аварий в Российской Арктике и Приполярье, которые привели к разливу нефтепродуктов и долговременному загрязнению, к сожалению имеют очень долгоиграющие последствия для экологии и экономики региона. Авария на Кумжинском газоконденсатном месторождении, которое находится в дельте реки Печора, произошла в ноябре 1980 г. и привела к выбросу газоконденсата, который фонтанировал из скважины в течение шести лет. Авария нанесла колоссальный ущерб нагульным площадям сиговых рыб. Аналогичная катастрофа произошла в марте 2012 года в Северном море, у берегов Шотландии: с нефтяной платформы французской компании Total произошла крупная утечка природного газа и конденсата. С началом нефтедобычи на Арктическом шельфе и ростом объемов морских нефтеперевозок загрязнение будет только усиливаться, что на практике подтверждается существующей практикой нефтегазовых компаний как на освоенных, так и на вновь открываемых месторождениях. Платформу «Приразломная» отбуксировали на место бурения в Баренцевом море, где предполагалось завершить ее достройку, не располагая ни планом ликвидации разливов нефти, не имея достаточных средств для компенсационных мероприятий, в то время как реальная стоимость ликвидации нефтяных разливов может достигать миллиардов долларов [5, с. 296].

Как показала катастрофа в Мексиканском заливе, расходы на очистку зоны разлива от нефти могут достигать трех миллиардов долларов, а на выплату компенсаций, в том числе за моральный ущерб, и финансирование многочисленных исследований – не менее восьми миллиардов долларов. Компания British Petroleum оценила издержки на ликвидацию последствий аварии в Мексиканском заливе более чем в сорок миллиардов долларов, на практике затраты несколько превысили заявленную сумму.

Оценки объемов нефтяных разливов в России колеблются от двух тысяч до двадцати миллионов тонн в год. По оценке Гринпис России, ежегодно в окружающую среду поступает около пяти миллионов тонн нефти и нефтепродуктов в год, что по объему примерно равно 6-7 авариям в Мексиканском заливе. Хотелось бы отметить, что стоимость ликвидации нефтяного разлива на Арктическом шельфе будет намного выше, прежде всего из-за удаленности поисковых и спасательных служб и неразвитой инфраструктуры. Издержки на ликвидацию последствий разливов делают проект экономически нецелесообразным, и только экономия на безопасности сможет решить эту проблему [6, с. 26, 7 с. 70].

Примерно схожая ситуация складывается при рекультивации загрязненных земель. Обычно рекультивация проводится лишь вдоль существующих дорог и не затрагивает территории, находящиеся за пределами придорожных участков. Нередко рекультивационные работы заменяет их имитация когда залитые нефтью участки посыпают песком, после чего нефть остается в почве, попадая сначала в грунтовые воды и реки и далее в арктические моря.

На основе снимков из космоса можно оценить примерный масштаб деградации ландшафта на территориях Усинского, Воейского (Республика Коми) и Харьягинского (Ненецкий автономный округ) нефтяных месторождений, в основном разрабатываемых компаниями «ЛУКОЙЛ» Total, StatoilHydro. Все они входят в список проблемных территорий, определенных Глобальным экологическим фондом ЮНЕП. При оценке негативного воздействия на спутниковых снимках дорог и другой нефтегазовой инфраструктуры ограничивался контур на расстоянии 250 метров в каждую сторону от объектов и по экспертной оценке, антропогенное воздействие на лесные экосистемы, находящиеся в 500-метровой буферной зоне вокруг дорог, можно считать значительным. Площадь нарушенных ландшафтов составила здесь около 0,1 миллиона гектар учитывая, что оцениваемые месторождения дают ежегодно около 10 миллионов тонн нефти, а, например, Германия за год потребляет примерно 120 миллионов тонн, то, чтобы обеспечить эту страну нефтепродуктами при рассматриваемой практике, придется пожертвовать территорией, площадью 1,2 миллиона гектар территория, превышающая 3% территории страны.

Нефтяная отрасль вносит существенный вклад в загрязнение атмосферы, в основном за счет сжигания попутного нефтяного газа в факельных устройствах. По статистике на этот вид загрязнений приходится около двух третей всего объема выброса загрязняющих веществ, что делает этот процесс основным источником загрязнения окружающей среды в нефтепромысловых регионах России. Совершенно очевидно, что решений проблемы снижения выброса загрязняющих веществ при реализации этого процесса утилизации является достаточно большой проблемой, и запланированные правительством нормы, практически полной полезной утилизации попутного нефтяного газа на всех своих месторождениях, в настоящее время выполняется не всегда [3, с. 42, 4 с. 37].

Промышленное освоение Арктики негативно сказывается на популяциях редких, в том числе занесенных в Красную книгу, арктических животных. Зачастую месторождения углеводородов своими границами совпадают или располагаются в непосредственной близости от зон, имеющих высокую биопродуктивность и рыбохозяйственную ценность. Угроза биологическому разнообразию также связана с расширением доступа на ранее незаселенные территории большого количества людей, занятых в развитии нефтегазового комплекса. Например, это стало одной из причин истощения рыбных запасов во многих реках и озерах Большеземельской тундры в Ямало-Ненецком автономном округе.

Положительным фактом, направленным на улучшение экологической ситуации можно считать ограничение добычи нефти только тем операторам, которые владеют эффективными технологиями сбора нефтепродуктов в ледовых условиях. С другой стороны по настоящему эффективных мероприятий на данный момент не существует, и для разработки Арктического шельфа необходимо будет находить наиболее оптимальные решения или рассматривать альтернативные проекты.

Чтобы предотвратить возможные разливы нефти, необходимо разрабатывать высокие стандарты безопасности для бурения и эксплуатации месторождений на Арктическом шельфе, соблюдение которых существенно увеличивает себестоимость эксплуатации месторождений и добычи нефти. При этом, очень высока вероятность того, что проекты просто не могут быть выполнены в полном соответствии с такими стандартами.

Вполне очевидно, что реализация экологических рисков из за высокой стоимости работ по их ликвидации, оказывают серьезное влияние на экономический эффект проектов реализации проекты по добыче углеводородов, а особенно на арктическом шельфе. Мероприятия направленные на снижение воздействия на экологию в конечном итоге окупятся, хотя и являются достаточно затратными.

Список литературы

1. [Электронный ресурс] <http://deepoil.ru/forum/index.php/topic,133.0.html>
2. [Электронный ресурс] <http://vz.ru/economy/2012/6/18/584292.html>
3. Агафонов, И.А. Тенденции развития предприятий нефтепереработки [Текст] / И.А. Агафонов // Вестник Самарского государственного технического университета. Серия: Экономические науки. – 2014.- – № 2 (12). – С. 39-46.
4. Агафонов, И.А., Кифоренко, И.К. Оценка инвестиций в формирование производственной структуры современного нефтеперерабатывающего завода [Текст] / И.А. Агафонов, И.К. Кифоренко // Вестник Самарского государственного технического университета. Серия: Экономические науки. – 2013. – № 1 (7). – С. 35-40.
5. Великанова, Т.В., Морозова, О.В. Применение экспертных оценок при оценке природных ресурсов [Текст] / Т.В. Великанова, О.В. Морозова // Проблемы современной экономики. – 2010.- № 2-1.- С. 295-298.
6. Косякова, И. В. Методологические основы формирования механизма экономического обеспечения экологической безопасности промышленных предприятий [Текст] : автореф. дис. д-ра экон. наук / И. В. Косякова. – Самара, 2007. – 40 с.

7. Косякова, И.В., Магомадова, Т.Л. Управление конкурентоспособностью промышленного предприятия с учетом фактора экорисков [Текст] / И.В. Косякова, Т.Л. Магомадова // Вестник Самарского государственного университета. – 2011. – № 90. – С. 69-74.

ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ НА РЫНКЕ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ В РЕГИОНЕ

Филимонова А.А.

магистрант факультета экономики ГОУ ВПО «Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина»
Россия, г. Рязань

В статье выделены и проанализированы основные особенности в формировании конкурентной среды на рынке медицинских услуг. Проведен анализ рынка платных медицинских услуг.

Ключевые слова: медицинские услуги, платные медицинские услуги, рынок медицинских услуг, предложение медицинских услуг, конкурентные преимущества.

Государственные медицинские учреждения помимо услуг, оказываемых на безвозмездной основе, предоставляют населению также платные медицинские услуги. Наряду с государственными медицинскими учреждениями с 1992 г. медицинские услуги предлагаются и частными организациями. Это привело к возникновению конкуренции между государственными и частными учреждениями в данной отрасли.

В настоящее время идет активное расширение сферы платного медицинского обслуживания, где медицинские услуги выступают товаром. Ежегодно темпы прироста рынка платных медицинских услуг составляют 10-12 %. В крупных городах темп роста выше – 12-15%. В Рязанской области данный показатель составляет 4% (2010г.) [2].

Тенденцией рынка медицинских услуг г. Рязани в последнее время является отток потребителей от государственных медицинских учреждений к частным. Это объясняется в первую очередь неудовлетворенностью населения качеством бесплатной медицинской помощи. Вторая причина – это рост доходов населения, который приводит к появлению потребителей, готовых заплатить, но получить при этом качественную услугу. Третьей причиной является рост занятости, сокращение количества свободного времени современного человека. Все это стимулирует развитие рынка частной медицины.

Рынок частных медицинских услуг г. Рязани является высококонкурентным. В настоящее время в г. Рязани существует около 100 частных медицинских учреждений, которые разделены на две группы:

- специализированные;
- многопрофильные.

Большинство платных медицинских учреждений являются специализированными. К ним в первую очередь относятся учреждения стоматологического профиля, которые лидируют с большим отрывом, их в городе около 60. Это объясняется тем, что намного легче найти подходящее помещение и купить необходимое оборудование для стоматологического кабинета, чем для открытия многопрофильного медицинского центра. Далее среди специализированных учреждений следуют диагностические центры и медицинские лаборатории, оптики и офтальмологические центры, центры альтернативной медицины.

Многопрофильные центры являются лечебными учреждениями, основная задача которых – предоставление качественных медицинских услуг с использованием высокотехнологичного оборудования и привлечением высококвалифицированного персонала. Цены на оказываемые услуги остаются доступными для большинства населения, а уровень предоставляемого комфорта приближается к уровню лучших европейских клиник и заметно отличается в лучшую сторону от уровня, предоставляемого государственными учреждениями здравоохранения.

Следует отметить сезонность спроса на медицинские услуги. Обращения за медицинской помощью носят разовый характер. Чаще всего люди обращаются за медицинской помощью только при возникновении острой необходимости. При этом пациенты не осведомлены о характеристиках качественных услуг и выбирают услуги государственных учреждений здравоохранения, принимая решение только на основе сопоставления цен, не учитывая тот факт, что оборудование в поликлиниках часто устаревшее, изношенное, не позволяющее поставить точный диагноз, и т. д. Отмечается также, что пациенты, опять в силу своей неосведомленности, предъявляют по отношению к услугам частной медицины завышенные требования, ожидая иногда невозможного. Это приводит к возникновению элемента неудовлетворенности.

Инвестиции в новое оборудование окупаются долго, новые технологии лечения в скором времени копируются конкурентами. На рынке платных медицинских услуг существует много неподконтрольных факторов влияния: пациенты, конкуренция между медицинскими учреждениями, СМИ, появление новых технологий, экономика, законодательные акты и нормативные документы. Следует также отметить, что на рынке присутствует неэластичность спроса на медицинские услуги: их потребители слабо реагируют на изменение цен. На рынке медицинских услуг проявляется также проблема платежеспособного спроса, так как не все люди могут оплачивать медицинские услуги.

Конкуренция на рынке медицинских услуг во многих случаях определяется неравными стартовыми условиями для государственных и частных медицинских учреждений, а именно: содержание государственных медицинских учреждений осуществляется за счет средств государства, а частных – за счет средств собственника, включая затраты на строительство, содержание и ремонт зданий, хозрасчет и заработную плату. В случае предоставления

платных услуг в государственных медицинских учреждениях используются государственные помещения, услуги предоставляются с использованием государственного оборудования, что ставит частные учреждения в невыгодные условия. Частным учреждениям приходится самим арендовать помещения, оснащать клиники оборудованием и привлекать для работы квалифицированных специалистов.

Остро ощущается проблема подбора кадров, тяжело найти высококвалифицированного специалиста, обладающего при этом еще и необходимыми для работы в частном секторе услуг человеческими качествами. Также следует обратить внимание на подготовку и переподготовку кадров. Плата за обучение для персонала государственных учреждений производится за счет бюджетных средств, а коллегам из частного сектора приходится платить самим или же обучаться за счет работодателя. Со стороны государства поддержка при этом отсутствует. Государственные учреждения априори обеспечены клиентами за счет оказания населению бесплатных медицинских услуг, а частным учреждениям необходимо прилагать усилия для привлечения клиентов на платной основе [1, с. 92].

К основным конкурентным преимуществам частных медицинских учреждений по сравнению с государственными относятся:

- профессионализм и компетентность врачей (на работу в частные клиники приглашаются только высококвалифицированные специалисты с опытом работы);
- быстрота обслуживания (в платных центрах ведется предварительная запись, где на каждого пациента выделяется определенное время);
- наличие современного оборудования (для повышения своей конкурентоспособности частные клиники используют новейшие технологии);
- культура обслуживания и многое другое.

Следует отметить еще одно конкурентное преимущество – медицинские услуги в платных учреждениях, в отличие от государственных, предоставляются ежедневно, а в некоторых без выходных и праздничных дней.

Таким образом, можно сделать вывод, что на рынке медицинских услуг в более выгодном положении находятся государственные медицинские учреждения. Однако в конкурентной борьбе частные медицинские учреждения обладают конкурентными преимуществами за счет новых технологий, качества обслуживания клиентов, более сильной мотивации работников и предпринимательской активности руководства, что побуждает государственные учреждения также подтягивать качество обслуживания.

Список литературы

1. Демченко С. Г. В конкурентной борьбе муниципальные медицинские учреждения проигрывают частным / С. Г. Демченко, А. Л. Файзханова // Актуальные проблемы экономики и права. 2013 г. № 3 (27) С. 89–96.
2. Федеральная служба государственной статистики: [Электронный ресурс] // Платное обслуживание населения в России. 2013г. URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/B11_78/IssWWW.exe/Stg/08-05.htm

УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ КАК ОСНОВА НАДЁЖНОСТИ ПРИНИМАЕМЫХ РЕШЕНИЙ

Шибяев М.А.

ФГБОУ ВПО «Воронежская государственная лесотехническая академия»,
к.э.н., доцент,
Россия, г. Воронеж

Забудьков В.А.

студент ФГБОУ ВПО «Воронежская государственная
лесотехническая академия»,
Россия, г. Воронеж

Мир устроен так, что вся человеческая деятельность так или иначе сопряжена с различного рода рисками. Людская природа такова, что человек стремится свести к минимуму последствия такого явления как риск. Особенно актуальным это становится при принятии всякого рода и спецификации решений. Как известно, экономика развивается циклически; все, кто как-то вовлечён в экономический круговорот, стремятся к изучению и пониманию природы рисков. В данной статье будут рассмотрены система рисков и способы управления ими.

Ключевые слова: экономика, кризис, система управления и контроля над рисками, принятие управленческих решений, PEST и SWOT-анализ.

К сожалению, на сегодняшний день не существует единого подхода к системе управления рисками. Разные исследователи трактуют эту категорию по-разному. Но прежде чем раскрыть саму сущность риска, необходимо дать понятие экономической категории – «риск». Итак, риск – это вероятность наступления какого-либо события. Существует даже целая наука – кризисология. Для более ясной картины следует выделить некоторые основополагающие функции риска.

1. Защитная – проявляется в том, что для хозяйствующего субъекта риск это нормальное состояние, поэтому должно вырабатываться рациональное отношение к неудачам.

2. Аналитическая – наличие риска предполагает необходимость выбора одного из возможных вариантов правильного решения.

3. Инновационная – проявляется в стимулировании поиска нетрадиционных решений проблем.

4. Регулятивная – имеет противоречивый характер и выступает в двух формах: конструктивной и деструктивной.

Конструктивная функция риска заключается в том, что его наличие заставляет высшее руководство компании подходить к принятию решений более осмотрительно, вызывая желание провести параллель дисциплинарности и ответственности перед конечным результатом.

Деструктивные последствия имеют место в случае реализации того или иного риска, когда предприниматель несет непредвиденные потери. Кроме

того, отрицательное воздействие усиливается, если возможность (даже очень незначительная) получения выгоды в условиях неопределенности побуждает людей к авантюризму и необоснованным тратам, либо, наоборот, когда боязнь вероятных потерь приводит к чрезмерному подавлению деловой активности.

И тем не менее, особую роль здесь играет конструктивная функция риска, которая крайне важна в условиях разработки инновационных проектов. Разработка и выпуск новых продуктов и технологий всегда связаны с недостатком информации относительно их коммерческих перспектив. Поэтому инновационные проекты всегда будут более рискованными, чем деятельность в традиционных сферах. А компенсировать повышенный риск можно только за счет дополнительной прибыли, для получения которой необходимо увеличение эффективности и конкурентоспособности нового производства. В этом отношении инновационный риск выполняет важнейшую функцию стимулирования прогрессивных изменений в деятельности субъектов экономики и повышения качества экономического роста в целом [1].

Не следует забывать о том, что на рынке фирме приходится сталкиваться с множеством себе подобных рыночных субъектов, то есть конкурентов, которые всячески стремятся захватить наиболее привлекательный сегмент рынка. В этом случае особую роль приобретает фактор информации, посредством которого можно накопить, аккумулировать, анализировать и претворять в жизнь полученные знания. Остановимся более подробно на каждом из представленных методов. SWOT-анализ – один из наиболее широко известных аналитических методов при проведении маркетингового исследования. SWOT-анализ позволяет проанализировать сильные и слабые стороны компании или торговой марки, а также возможности и угрозы, с которыми компания или торговая марка может столкнуться. В ходе анализа собирается вся доступная информация о торговой марке или компании, конкурентной ситуации на рынке, рыночных факторах, определяющих спрос и поведение потребителей в отношении данной марки.

Вся собранная информация группируется в рамках внутренних факторов (сильные и слабые стороны) и внешних факторов (возможности и угрозы) и анализируется. Исходя из результатов анализа, определяются основные области, на которых будет базироваться стратегия компании.

PEST- анализ или STEP анализ представляет собой маркетинговый инструмент, предназначенный для выявления политических (Political), экономических (Economic), социальных (Social) и технологических (Technological) аспектов внешней среды, которые влияют на бизнес компании.

Анализ выполняется по схеме «фактор – предприятие/компания». Результаты анализа оформляются в виде матрицы, в которой участвуют как факторы макросреды, так и сила их влияния, оцениваемая в баллах, рангах и других единицах измерения. Результаты PEST-анализа позволяют оценить внешнюю экономическую ситуацию, складывающуюся в сфере производства и коммерческой деятельности. В генеральной совокупности эти методы управления рисками позволяют прочертить путь тактического и стратегиче-

ского развития в условиях рыночной экономики, где факторы информации и времени зачастую являются основообразующими.

Решение – центральное звено любого управления. Классификация решений по управлению рисками позволяет выделить характерные для них особенности, предусмотреть возможность снижения рисков при принятии решений.

По области принятия могут быть выделены геополитические, внешне-политические, внутривнутриполитические, экономические, финансовые, технологические, конструкторские, эксплуатационные риск-решения. Эти типы решений находятся в системной связи и могут влиять друг на друга. По месту в процессе управления риском могут быть выделены решения:

- риск-целеполагания по выбору целей управления риском. Это решения, которые в наименьшей мере могут быть исследованы и формализованы. Формальные методы синтеза целей не разработаны;

- риск-маркетинга по выбору способов (предупредить, снизить, страховать, поглотить) или инструментов (конструктивные, технологические, финансовые и т.п.) управления риском.

Эти решения допускают формализацию, в частности, использование функционально-логических методов;

- риск-менеджмента по поддержанию баланса в треугольнике «люди – ресурсы – цели» в процессе достижения поставленных риск-целей при выбранных на этапе риск-маркетинга инструментах управления риском.

Снижение риска возможно:

- 1) на этапе планирования операции или проектирования образцов – введением дополнительных элементов и мер;

- 2) на этапе принятия решений – использованием соответствующих критериев оценки эффективности решения, например, критериев Вальда («рассчитывай на худшее») или Седвиджа («рассчитывай на лучшее») или критерия, при котором показатель риска ограничен по величине (при этом альтернативы, не удовлетворяющие ограничению на риск, не рассматриваются);

- 3) на этапе выполнения операции и эксплуатации технических систем – посредством строгого соблюдения и контроля режимов эксплуатации.

В рамках каждого из направлений принимаемые меры будут иметь разное отношение эффективности (снижения вероятности недопустимого ущерба) к затратам на их обеспечение. Эти меры связаны с расходами и требуют их увеличения при росте сложности систем, поэтому в определенных условиях экономически может оказаться более целесообразно расходовать денежные средства не на предупреждение или снижение риска, а на возмещение возможного ущерба. В последнем случае используют механизм страхования.

Таким образом, если в процессе подготовки решения будет выяснено, что меры по снижению риска малоэффективны и дороги одновременно, то может оказаться экономически более целесообразно застраховать свои действия. При этом ставится задача не предотвращения, а возмещения ущерба.

В соответствии с подходами в менеджменте можно выделить риск-решения традиционного, системного, ситуационного, социально-этичного менеджмента [2].

По прогнозной эффективности в управлении рисками можно выделить: ординарные, синергические и асинергические варианты решений и систем.

Ординарные варианты риск-решений – это такие варианты решений, при которых эффективность расходования ресурсов на единицу полученного эффекта при управлении риском соответствует нормам и нормативам, принятым для рассматриваемой отрасли, вида деятельности.

Синергические варианты риск-решений – это варианты решений, при принятии которых эффективность расходования ресурсов при управлении рисками резко возрастает, то есть эффект носит явно выраженный непропорционально возрастающий характер.

Синергические решения появляются при разработке новых безопасных технологий (в сельском хозяйстве – это новые виды удобрений и пищевых добавок), поиске и устранении или защите наиболее уязвимых мест, конструировании оригинальных устройств и др.

Поскольку синергический эффект в управлении рисками в любом случае в конце концов выражают в денежной форме, то синергический эффект технологий, организации труда и т.п. обнаруживается в финансовой сфере.

Асинергическими называют варианты решений, не позволяющие получить нормативный эффект от инвестированных в управление рисками средств. В числе наиболее частых причин таких решений можно назвать: запаздывание при исполнении решения, отсутствие необходимых ресурсов, отсутствие организации, мотивации, порождаемых решениями конфликтов и др. [3].

По степени важности учета временных ограничений на разработку, принятие и исполнение риск-решений выделяют системы, работающие в реальном масштабе времени, такие системы, в которых решения принимаются и реализуются достаточно быстро, чтобы контролировать и управлять объектом, в том числе и при возникновении нештатных ситуаций управления, принятии кризисных решений. Такое положение наиболее характерно для растениеводческой отрасли сельского хозяйства, в частности, при принятии решений о начале сева и уборки при наличии соответствующих природных условий и ресурсов.

Представляется возможным выделить из решений в реальном масштабе времени «кризисные решения». Известен перевод слова «кризис» как «момент принятия решений».

Кризисным решением называется решение, принимаемое в момент, соответствующий моменту перехода объекта управления в область неуправляемых или недопустимых состояний.

Управление рисками занимает особое место в инвестиционных решениях. Причины, обуславливающие необходимость экономических инвестиций, – это обновление материально-технической базы, наращивание объемов производственной деятельности, освоение новых видов деятельности. Для российского АПК самым актуальным является обновление и увеличение ма-

териально-технической базы. По последним статистическим данным оснащенность сельскохозяйственной техникой в расчете на 100 га посевной площади в России в 12-15 раз ниже, чем в западноевропейских странах. Нагрузка на трактора и прочую технику превышает нормативную. Таким образом, существует еще и риск недостатка технических средств для уборки и обработки почвы.

Для управления рисками в процессе инвестиционной деятельности часто используется диверсификация – распределение инвестиций, а следовательно и рисков, между несколькими объектами, для которых характерны различные по своей физической природе и времени проявления риски. Возможны пространственная и временная оптимизация распределения инвестиций [4].

Таким образом, проанализировав динамику исторической сущности можно сделать вывод о том, что от надёжности принимаемых решений зависит жизнь, здоровье и благополучие граждан той и или иной страны и всего мирового сообщества. Зачастую даже не важно, в каком ключе или сегменте рынка принимается то или иное решение. Тактические и стратегические решения находятся в тесном синтезе, посредством которого достигаются наилучший из возможных результатов в многообразном спектре человеческой деятельности. Именно поэтому система управления рисками – это своего рода путеводитель в широкоформатном мире рыночных отношений!

Список литературы

1. Абчук В.А. Лекции по менеджменту: Решение. Предвидение. Риск. – СПб, 2011.
2. Албастова Л.Н. Технология Эффективного менеджмента. – М., 2012.
3. Бойделл Т. Как улучшить управление организацией. – М., 2012.
4. Управление рисками как основа надёжности принимаемых решений [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.strategplann.ru>.-Заголовок с экрана.

АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО И ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Яшин С.Н.

зав. кафедрой менеджмента и государственного управления Нижегородского
государственного университета им. Н. И. Лобачевского,
доктор экономических наук, профессор,
Россия, г. Нижний Новгород

Фазулжанова Д.Х.

аспирант кафедры менеджмента и государственного управления
Нижегородского государственного университета им. Н. И. Лобачевского,
Россия, г. Нижний Новгород

В данной статье проведен анализ состояния предприятий легкой промышленности Нижегородской области и выявлены проблемы их экономического и инновационного раз-

вития. Проанализированы динамика выпуска продукции легкой промышленности и индекс промышленного производства за последние годы, рассмотрены индикаторы инновационного развития предприятий легкой промышленности.

Ключевые слова: легкая промышленность, модернизация, эффективность, производство, Нижегородская область.

Легкая промышленность представляет собой важнейший многопрофильный сектор экономики, влияющий на стабильный рост экономики страны в целом, а также обеспечивающий поддержание социального и интеллектуального уровня общества.

Развиваясь инновационным путем, предприятия вынуждены совершенствовать свою производственную базу, систему материально-технического обеспечения, оптимизировать структуру сбыта продукции, адаптируя их к изменениям. Одновременно с этим происходит перестройка организационных структур управления, приобретается опыт у работников и руководителей, отлаживается система взаимодействия с экономическими партнерами, создается и укрепляется имидж предприятия [3].

Легкая промышленность – это крупный народнохозяйственный комплекс, имеющий в своем составе 17 подотраслей, объединяет 14 тыс. предприятий и организаций, в том числе 2,5 тыс. средних и крупных, расположенных в 72 субъектах Российской Федерации. Около 70% предприятий являются градообразующими. Общая численность занятых в легкой промышленности Российской Федерации составляет более 462,8 тыс. человек, в числе которых женщины составляют 75%. Нижегородская область насчитывает 68 предприятий легкой промышленности, из них 54 предприятия по выпуску текстильной и швейной продукции, 14 – по выпуску обуви и изделий из кожи. Доля легкой промышленности в объеме промышленной продукции Нижегородской области составляет 0,4% [7]. Общая тенденция развития отрасли в последние годы характеризуется снижением ее доли в объеме промышленности страны, что сопряжено с сокращением рабочих мест, вытеснением отечественного товаропроизводителя с внутреннего рынка зарубежными производителями. На рисунке представлена структура товарной продукции легкой промышленности Нижегородской области в 2013 году.

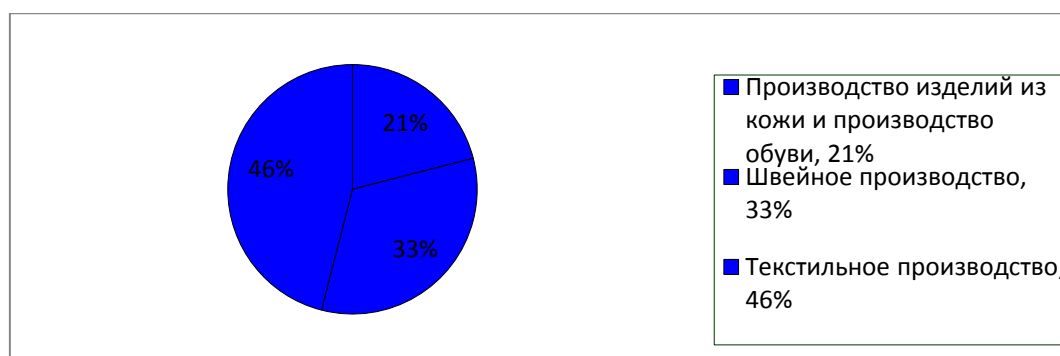


Рис. Структура товарной продукции легкой промышленности Нижегородской области, %[6]

Основными проблемами на предприятиях лёгкой промышленности Нижегородской области являются критический уровень износа основного технологического оборудования, перенасыщение отечественного рынка импортными товарами (легальными и контрабандными), развитие теневого сектора производства, проблемы налогообложения, недостаток собственных оборотных средств, неразвитость отечественной сырьевой базы, низкая инновационная активность, отсутствие развитой системы госзаказа на продукцию легкой промышленности.

Крупнейшие швейные предприятия Нижегородской области в кризисный период российской экономики сумели воспользоваться единственным сохраненным с советских времен конкурентным преимуществом – высоким качеством пошива. Поэтому такие фабрики, как «Маяк», «Весна», «Восход», «Русь» осуществляют пошив одежды по заказу западных фирм, используя лекала, ткани и фурнитуру заказчика. Такая форма производства называется толлинговой схемой.

Модернизация производства и оборудования последних лет в промышленности коснулась и предприятий легкой промышленности. Помимо переналадки или смены технологических линий изменения были направлены и на улучшение условий труда.

Тенденции развития современных компаний показывают необходимость комплексной оценки эффективности инновационной деятельности для возможности сравнения ее по предприятиям различных отраслей и регионов, а также для разработки комплекса необходимых мер и стратегий дальнейшего инновационного развития организаций [1].

Для повышения производительности и роста производства предприятиям легкой промышленности необходимо уйти от системы работы по иностранным заказам и выпуска спецодежды. Минувя кризисное состояние, швейные предприятия должны перепрофилировать производство на выпуск товаров народного потребления.

Важнейшей целью инновационной политики государства, реализуемой в России и в частности в Нижегородской области, является обеспечение устойчивого сбалансированного экономического развития и повышение качества жизни населения на основе создания условий для роста инновационного уровня и конкурентоспособности экономики, продвижения инновационной продукции на межрегиональный и международный рынки [2].

Список литературы

1. Васильев, А. Н. Экономические проблемы развития легкой промышленности / А.Н. Васильев. М., 2008 г.
2. Крылова Н., Новые текстильные материалы для изготовления швейных и трикотажных изделий / Н. Крылова, В. Тарасова, Е. Шикова, // В мире оборудования №10 (50) 2005.
3. Хандриков И. Как помочь малому и среднему предпринимательству легкой промышленности / И. Хандриков // Швейная промышленность. 2008. №6.
4. Яшин С.Н., Солдатова Ю.С. Совершенствование и практическая апробация методики оценки экономического состояния и уровня инновационного развития предприя-

тия// Финансы и кредит. – М.: ООО "Издательский дом "Финансы и кредит", 2013, № 12(540). С.39-47.

5. Яшин С.Н., Охезина Г.М. Методика формирования плана инновационной деятельности в сфере процессных инноваций на промышленном предприятии // Финансы и кредит. – М.: ООО "Издательский дом "Финансы и кредит", 2013, № 44(572).

6. www.legprom.ru

7. www.government-nnov.ru

8. www.nn.ru

Научное издание

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ
СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ

Сборник научных трудов
по материалам VII Международной научно-практической
конференции

г. Белгород, 31 января 2015 г.

В десяти частях
Часть VIII

Подписано в печать 17.02.2015. Гарнитура Times New Roman.

Формат 60×84/16. Усл. п. л. 9,53. Тираж 100 экз. Заказ 25.

ООО «ЭПИЦЕНТР»

308010, г. Белгород, ул. Б.Хмельницкого, 135, офис 1

ИП Петрова М.Г., 308000, г. Белгород, Народный бульвар, 70а