

АЛЬЯНС НАУК:
ВЧЕНИЙ – ВЧЕНОМУ

Матеріали VIII Міжнародної науково-практичної
конференції

28–29 березня 2013 р.

У чотирьох томах

Том 2

Наукові дослідження в галузі економіки

Дніпропетровськ
Видавець Біла К. О.
2013

УДК 34+35+81'373.217+93
ББК 73
А 56

АЛЬЯНС НАУК: ВЧЕНИЙ – ВЧЕНОМУ

Матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції

СКЛАД ВИДАННЯ

Том 1. Теоретичні та практичні питання
сьогодення

Том 3. Культурологія, педагогіка та
психологія

Том 2. Наукові дослідження в галузі
економіки

Том 4. Актуальні питання сучасності

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ:

Голова оргкомітету:

Корецький М. Х. – д. держ. упр., професор, Заслужений діяч науки і техніки України, проректор з наукової роботи та міжнародних зв'язків Національного університету водного господарства та природокористування, м. Рівне.

Члени оргкомітету:

- Бакуменко С. Д. – д. держ. упр., професор, Заслужений діяч науки і техніки України, проректор з наукової роботи Академії муніципального управління, м. Київ;
- Дачій О. І. – д. е. н., професор, Заслужений працівник освіти України, директор Науково-навчального інституту регіонального управління та місцевого самоврядування Академії муніципального управління, м. Київ;
- Бутко М. П. – д. е. н., професор, завідувач кафедри менеджменту організацій та державного управління Чернігівського державного технологічного університету;
- Брітченко І. Г. – д. е. н., проф. директор Міжгалузевого інституту підвищення кваліфікації та перепідготовки спеціалістів, зав. кафедри економіки, бізнесу та менеджменту ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»;
- Шепель Ю. О. – д. філол. н., професор, професор кафедри перекладу та лінгвістичної підготовки іноземців Дніпропетровського національного університету ім. О. Гончара.

А 56 Альянс наук: вчений – вченому : матеріали VIII Міжнар. наук.-практ. конф., 28–29 берез. 2013 р. : у 4 т. – Дніпропетровськ : Біла К. О., 2013.

ISBN 978-617-645-118-1

Т. 2 : Наукові дослідження в галузі економіки. – 2013. – 109 с.

ISBN 978-617-645-120-4 (Т. 2)

У збірнику надруковано матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції «Альянс наук: вчений – вченому».

Для студентів, аспірантів, викладачів ВНЗів та наукових закладів.

УДК 34+35+81'373.217+93

ББК 73

ISBN 978-617-645-118-1

ISBN 978-617-645-120-4 (Т. 2)

© Авторський колектив, 2013

**Ефективні інструменти
управління підприємством**

Аракельянц Э. С.

*Ростовский государственный строительный университет,
Российская Федерация*

**ИНСТРУМЕНТАРИЙ ИНТЕГРАЦИОННОГО МЕХАНИЗМА
РАЗРАБОТКИ И РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ
КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

В основе формирования интеграционного механизма разработки и реализации стратегии развития коммерческой организации лежит соответствующее информационное обеспечение, определяющее и характеризующее взаимодействие параметров внешней среды, учетно-контрольных и аналитических стратегических показателей и области стратегических решений на базе функционирования организационно-экономического механизма стратегического учета, контроля и анализа.

Объединение данных подсистем информационного обеспечения процессов стратегического управления коммерческой организацией в единую интегрированную систему определяется возможностями и направлениями использования учетно-аналитического и контрольного интеграционного инструментария, в целом формирующего интегрированную систему стратегического учета, контроля и анализа, обладающую наибольшей эффективностью, результативностью и релевантностью по отношению к заинтересованным пользователям информации – собственникам, руководству, менеджменту организации, которые разрабатывают и реализуют стратегию развития организации, принимают необходимые стратегические решения.

Разработка учетно-контрольного и аналитического инструментария интеграционного механизма стратегического учета, контроля и анализа предполагает использование отдельных положений интернациональной модели финансового учета, архитектуры структурированных планов счетов (интеграционной, структурной, адаптивной, инструментальной, алгоритмическую, контрольную), комплекса инжиниринговых методов, подходов, алгоритмов и инструментов бухгалтерского, контрольного, аналитического характера стратегического формата, представленного в виде инжиниринговых компьютерных программ и баз данных.

Формирование интегрированной системы стратегического учета, контроля и анализа на базе учетно-контрольного и аналитического инструментария интеграционного механизма разработки и реализации стратегии развития коммерческой организации предполагает использование следующих определяющих положений и установок:

- единство стратегического учета, контроля и анализа в процессах обоснования, разработки и реализации стратегии развития организации;
- методологические и организационно-методические преимущества интеграции;
- организационная и информационная база интеграции;
- использование инжинирингового инструментария интеграции;
- архитектура структурированного плана счетов;
- многовариантность и альтернативность стратегических решений;

– экономический механизм функционирования интегрированной системы стратегического учета, контроля и анализа в процессе разработки и реализации стратегии развития коммерческой организации.

Интегрированная система стратегического учета, контроля и анализа обладает рядом методологических и организационно-методических преимуществ, так как обеспечивает простой прямой доступ руководства и менеджмента к информации по схеме: «многовариантный (альтернативный, ситуационный, сценарный, прогнозный и т. д.) запрос – релевантный ответ».

Организационно-структурный вариант интеграции обусловлен взаимосвязью процесса стратегического управления и системы информационного обеспечения, что выражается в структурном единстве стратегического планирования (прогнозирования), стратегического контроля и анализа. Процесс стратегического управления будет эффективным только при наличии соответствующих контрольных и аналитических процедур с последующей корректировкой решений, стратегий и планов.

Формирование и функционирование интегрированной системы стратегического учета, контроля и анализа существенно расширяет предметные, информационные, аналитические, методологические и методические возможности стратегического анализа, формализует расчетно-аналитические операции и процедуры, структурирует формат определения, отражения и представления получаемых результатов, повышает возможности многовариантности и многофакторности анализа, его эффективности и результативности.

Организационно-методическая основа формирования учетно-контрольного и аналитического инструментария интеграционного механизма разработки и реализации стратегии развития организации на базе создания интегрированной системы стратегического учета, контроля и анализа предполагает использование преимуществ и возможностей интеграционной, адаптивной, структурной, инструментальной, алгоритмической, контрольной архитектуры структурированных планов счетов: информационной емкости, связи со структурой коммерческой организации, адаптивности управления, возможностей применения инжинирингового инструментария и т. д.

Архитектоника структурированного плана счетов позволяет интегрировать объекты стратегического учета, контроля и анализа на базе комплекса инструментов бухгалтерского, контрольного и аналитического инжиниринга.

Архитектоника дает возможность вставлять и удалять отдельные компоненты, помимо конструирования процессов путем соединения компонентов вместе. Для этого необходимы средства, обеспечивающие гибкость и кастомизацию. Адаптивная архитектура реализует совершенно новый подход к обработке и управлению постоянно изменяющимися интегрированными задачами и процессами, которые могут быть внутренними или внешними. Предприятие получает возможность конструировать компоненты и использовать их таким образом, чтобы в случае необходимости обеспечить постоянную успешную интеграцию и реинтеграцию новых процессов, а не только успешную интеграцию на проектном уровне [2, с. 140].

При использовании учетно-контрольного и аналитического интеграционного инструментария в стратегическом учете, контроле и анализе отпадает необходимость в разработке самостоятельной системы стратегических счетов, отчетности и показателей. Показатели интегрированного стратегического учета, контроля и анализа интерпретируются с точки зрения базового критерия оценки эффективности стратегии – влияния получаемых результатов на стоимость коммерческой организации, что выражается в динамике показателей собственности – чистых активов, чистых пассивов и их производных.

Интегрированная система стратегического учета, контроля и анализа направлена на достижение конкурентного преимущества коммерческой организации за счет эффективного управления объектами ресурсного потенциала, внешнего макро- и микроокружения организации, стратегическими изменениями, экономическими ситуациями, обеспечения альтернативности и многовариантности решений.

С учетом указанных положений, методологических и организационно-методических преимуществ системной интеграции и направленности на повышение эффективности и результативности учетно-расчетных, аналитических и контрольных процедур интегрированная система стратегического учета, контроля и анализа может быть представлена следующими составляющими:

- инструментарий интеграции;
- стратегический учет;
- стратегический контроль;
- стратегический анализ;
- разработка и реализация стратегии развития коммерческой организации.

Учетно-контрольный и аналитический интеграционный инструментарий системы стратегического учета, контроля и анализа представлен:

- базовыми положениями интернациональной модели финансового учета;
- стратегическим структурированным планом счетов;
- инструментами бухгалтерского инжиниринга;
- инструментами контрольного инжиниринга;
- инструментами аналитического инжиниринга.

Интегрированная система стратегического учета привязана к интернациональным моделям финансового учета, выступающим основой интеграции различных видов учета, контроля и анализа на базе использования архитектоники структурированных рабочих планов счетов и инструментов бухгалтерского, контрольного и аналитического инжиниринга.

Архитектоника структурированного плана счетов обеспечивает создание и функционирование системы структурированных планов счетов значительной информационной емкости на базе аккумуляции комплекса определяющих признаков:

- структурная архитектура с соответствующими синтетическими и аналитическими позициями структурированных планов счетов, привязанных к структуре конкретной организации;
- адаптивная архитектура, обеспечивающая эффективное функционирование интегрированных систем учета, контроля и анализа, использование информации по различным направлениям в целях быстрого реагирования на перемены;
- интеграционная архитектура, обеспечивающая интеграцию видов учета, контроля и анализа;
- инструментальная архитектура с возможностями использования комплекса инжиниринговых учетно-контрольных и аналитических инструментов, интегрированных в структурированный план счетов;
- алгоритмическая архитектура, представленная системой итеративных алгоритмов стратегического учета и анализа;
- контрольная архитектура, обеспечивающая возможность проведения стратегического контроля.

При этом интеграция проявляется в двух принципиальных направлениях:

- между системой стратегическими учета и другими видами учета на базе структурированных планов счетов и инструментов бухгалтерского инжиниринга;

– между стратегическим учетом, контролем и анализом как составляющими структурными элементами процесса разработки и реализации стратегии развития организации.

Использование принципов архитектоники обеспечивает возможности интегрирования видов учета, контроля и анализа, формирования интегрированной системы стратегического учета, контроля и анализа, функционирующей на базе инструментов бухгалтерского, контрольного и аналитического инжиниринга, представленных в виде компьютерных программ и вмонтированных в структурированный рабочий план счетов, что обеспечивает направленность на эффективное информационно-аналитическое обеспечение принятия тактических и стратегических решений:

- адаптивность и расширение возможностей архитектуры информационной системы;
- системное архитектурное построение плана счетов;
- использование программ системной интеграции;
- гибкость информационной системы;
- стандартизация обработки информации;
- устранение зависимости от технологии обработки информации;
- отражение стремительно меняющихся требований внешней среды;
- оценка влияния системы внешних факторов;
- интеграция объектов стратегического учета, контроля и анализа;
- использование инструментов бухгалтерского, контрольного и аналитического инжиниринга;
- интеграция в план счетов компьютерных программ, решающих адекватные задачи стратегического управления;
- функционирование различных видов стратегического анализа: ситуационного, сценарного, прогнозного, сегментарного, фрактального и т. д.;
- осуществление стратегического контроля;
- возможности развития стратегического учета, контроля и анализа;
- обеспечение управления переменами на разных внутренних и внешних уровнях;
- оценка сильных и слабых сторон стратегического решения;
- анализ риска и неопределенности;
- аккумуляция информации по многовариантным рисковым позициям;
- анализ результатов осуществления стратегии;
- анализ альтернативных вариантов стратегии развития;
- эффективное управление объектами ресурсного потенциала, внешнего макро- и микроокружения и т. д.

В переходе на архитектурный подход к развитию информационных систем кроется серьезная проблема, особенно если речь идет о встраивании внешних возможностей на уровне передового опыта. Организациям придется пожертвовать кустомизацией, к которой они стремились ранее, поскольку в прошлом системы и приложения создавались и кустомизировались для соответствия конкретным требованиям компании или отдела [2, с. 131], а теперь необходимо учитывать требования внешней среды, систему ограничений, предельных состояний, экономические ситуации, сценарии развития будущего, перемены и т. д.

Интегрированная архитектура (IAF – Integrated Architecture Framework) позволяет на всех уровнях и заранее определенным образом объединить бизнес-процессы,

технологии и организацию [2, с. 181], объединить отдельные элементы информационно-аналитического обоснования стратегии, принятия стратегических решений в единую интегрированную систему стратегического учета, контроля и анализа на базе соответствующих инструментов интеграции: ситуационного, сценарного, прогнозного, факторного, сегментарного, фрактального, социального, инвестиционного, инновационного, портфельного, конъюнктурного, конкурентного, функционального и др. характера.

Подсистема стратегического учета строится на базе формирования и функционирования его организационно-экономического механизма: объекты учета; аналитичность учетной системы; инструменты и механизмы; алгоритма; базовые показатели.

Подсистема стратегического контроля обеспечивает контроль реализации стратегических решений и мероприятий на базе использования стратегического инструментария контрольного инжиниринга.

Подсистема стратегического анализа формируется следующими принципиальными положениями: информационное обеспечение; направления и виды анализа; традиционные методы и модели стратегического анализа; инжиниринговые методы и модели стратегического анализа; инжиниринговая методология; инжиниринговое обеспечение; инструменты и механизмы; технология и процедуры; результаты.

Процесс разработки и реализации стратегии развития коммерческой организации на базе интеграции отдельных элементов стратегического учета, контроля и анализа в единый информационно-аналитический комплекс, обеспечивающий многовариантность решений, может быть представлен следующими составляющими: стратегическое положение организации; влияние внутренних и внешних факторов; стратегический анализ; направления стратегического развития; стратегический прогноз; моделирование возможных альтернативных вариантов; оценка возможных исходов при каждом альтернативном варианте; выбор оптимального варианта; выработка стратегии развития; реализация стратегии; контроль и оценка результатов стратегии; корректировка стратегии; анализ результатов осуществления стратегии.

Многовариантность решений обеспечивается многоуровневым характером системы стратегического учета, контроля и анализа: альтернативные варианты; альтернативные стратегии; сценарии развития будущего; прогнозы; экономические ситуации; сегменты деятельности; фракталы пространства и временные горизонты (инвестиционные, инновационные, стратегические и др.) и т. п.

Для стратегического прогнозирования вариантов развития в условиях действия факторов внешней среды характерно существование определенного числа вероятных вариантов развития, т. е. прогноз обычно включает в себя многовариантность решений:

- базовый вариант;
- рисковый альтернативный вариант;
- безопасный альтернативный вариант.

Базовый сценарий описывает будущее развитие важнейших для предприятия факторов, лежащих в основе его стратегии. Альтернативные сценарии описывают возможное будущее развитие при существенном отклонении отдельных влияющих факторов от заложенных в базовом сценарии. Альтернативные сценарии необходимы для проверки стратегий на реализуемость и напряженность и тем самым облегчения их обсуждения при других возможных изменениях в развитии будущего [1, с. 748] на основе представленного механизма с учетом многовариантности решений.

Таким образом, разработка и использование учетно-контрольного и аналитического инструментария интеграционного механизма разработки и реализации стратегии

развития коммерческой организации обеспечивает методологические преимущества системной и структурной интеграции учетно-расчетных, аналитических и контрольных процедур на базе представленного инструментария в рамках интегрированной системы стратегического учета, контроля и анализа в направлении повышения результативности и эффективности получаемых результатов.

Список использованных источников:

1. Хан Д. ПиК. Стоимостно-ориентированные концепции контроллинга / Д. Хан, Х. Хунгенберг. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 928 с.
2. Эллиот Тр. Интегрированные бизнес-системы: Экспресс-курс / Тр. Эллиот, Д. Герберт. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2005. – 272 с.

К. е. н. Бобирь О. І., Крутас О. І.

Дніпропетровський національний університет імені О. Гончара, Україна

ОЦІНКА ДІЛОВОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Аналіз ділової активності посідає вагоме місце в фінансово-економічному аналізі підприємства. Основним інструментом для оцінки ефективності використання ресурсів підприємства в умовах нестабільної економіки є оцінка й аналіз ділової активності суб'єкта господарювання, за допомогою якого можна об'єктивно оцінити результативність господарсько-фінансової діяльності підприємства та визначити перспективи його розвитку. Від об'єктивності та точності оцінки й оптимізації ділової активності підприємства залежить якість важливих та відповідальних управлінських рішень, які дають змогу не пристосовуватися до змін на ринку, а активно реагувати та впливати на ринкову ситуацію, що постійно змінюється.

Термін «ділова активність» почав використовуватися у вітчизняній аналітичній літературі порівняно недавно – у зв'язку з впровадженням широко відомих у різних країнах світу методик аналізу фінансової звітності на основі системи аналітичних коефіцієнтів. Безумовно, трактування даного терміна може бути різним. Ділова активність відображає рівень ефективності використання матеріальних, трудових, фінансових і інших ресурсів і в той же час характеризує якість управління, а також можливості потенційного розвитку підприємства.

Аналіз ділової активності полягає у дослідженні рівнів і динаміки різноманітних фінансових коефіцієнтів – показників оборотності. Так як розмір річного обороту залежить від швидкості оборотності засобів, тому з розмірами обороту та, відповідно, із оборотністю пов'язана величина умовно-постійних витрат: чим швидший оборот, тим менше на кожен оборот припадає сума цих витрат [1].

У процесі пошуку шляхів підвищення ділової активності підприємства використовуються такі методи, як спостереження, порівняння, абстрагування, історичний метод та синтез, економіко-математичне моделювання.

Метою аналізу ділової активності підприємства є:

1. Визначення динамічності його розвитку.
2. Аналіз швидкості обороту засобів підприємства.

Слід зазначити, що при проведенні такого аналізу використовується велика кількість показників ефективності діяльності, оборотності тощо. При аналізі складаються аналітичні таблиці, графіки, діаграми [3].

Аналіз ділової активності підприємства можна подати у вигляді системи чотирьох самостійних складових (блоків) аналітичних досліджень:

1. Аналізу ефективності використання оборотних коштів підприємств;
2. Аналізу використання власного і залученого капіталу;
3. Аналізу ефективності кредитних відносин підприємства з комерційними банками;
4. Аналізу дебіторської і кредиторської заборгованостей.

Тобто, проведення аналітичних досліджень ділової активності підприємств дає змогу оцінити, наскільки ефективно сформована структура їх капіталу, як складаються їх взаємовідносини з постачальниками та замовниками, а також з комерційними банками.

Як відомо, ефективність використання фінансових ресурсів, насамперед, пов'язують з їх оборотністю [2]. Прискорення оборотності оборотних коштів має важливе значення для стабільності фінансового стану підприємств з таких причин:

- швидкість обороту коштів визначає розмір їх річного обороту;
- прискорення оборотності веде до зниження витрат підприємства;
- прискорення обороту на тій чи іншій стадії кругообігу коштів веде до прискорення обороту на інших стадіях [3].

Під час аналізу дається оцінка окремих статей оборотних активів із врахуванням галузевої специфіки підприємства, виду діяльності та особливостей випуску продукції. Крім того, визначають і аналізують основні показники оборотності оборотних коштів. За результатами аналізу визначають основні причини нераціонального формування оборотних активів і вживають заходи для усунення цих причин [1].

Важливою складовою оцінки ділової активності підприємств є аналіз стану дебіторської та кредиторської заборгованостей. Розмір дебіторської заборгованості визначається умовами підприємства щодо розрахунків зі своїми клієнтами. Послаблення вказаних умов має як переваги, так і недоліки. Перевагами є зростання обсягу реалізації та прибутку, а недоліками – нестача оборотних коштів, уповільнення оборотності капіталу, можливість збільшення суми безнадійних боргів. В економічній літературі пропонується проводити аналіз дебіторської та кредиторської заборгованостей шляхом порівняння темпів їх зростання з темпами зростання виручки від реалізації. Перевищення темпів зростання останньої – позитивна тенденція [2].

Ділова активність проявляється в динамічності розвитку підприємства, швидкості обороту засобів підприємства. Критеріями ділової активності є:

- рівень ефективності використання ресурсів підприємства;
- стійкість економічного зростання;
- ступінь виконання завдання за основними показниками господарської діяльності тощо.

Список використаних джерел:

1. Білик М. Д. Управління дебіторською заборгованістю підприємств / М. Д. Білик // Фінанси України. – 2003. – № 12. – С. 24–37.
2. Вітлінський В. В. Кількісна оцінка ділової активності підприємства / В. В. Вітлінський // Фінанси України. – 2003. – № 11. – С. 16–24.
3. Заїкіна О. О. Роль показників ділової активності в оцінці управління підприємством / О. О. Заїкіна // Харчова промисловість. – 2008. – № 7. – С. 144–148.

К. э. н. Вахтина М. А.

*Поволжский государственный университет сервиса,
г. Тольятти, Российская Федерация*

ВЛИЯНИЕ ДОВЕРИЯ НА КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Доверие как базовый параметр институциональной среды оказывает существенное влияние на механизм согласования внутрикорпоративных интересов (собственников, менеджеров, наемных работников) и интересов компании со стейкхолдерами. Это находит отражение в механизмах (инструментах) корпоративного управления (приоритетах, способах использования тех или иных инструментов). К внутренним механизмам в экономической литературе относят деятельность собрания акционеров, совета директоров, других органов управления компанией, стимулирующие контракты менеджеров. К внешним – фондовый рынок, рынок корпоративного контроля, институт несостоятельности (банкротства), рынок менеджеров, партнерские отношения со стейкхолдерами (социальное инвестирование бизнеса и др.) [1, с. 18–19].

Из-за низкого уровня деперсонифицированного доверия (персонифицированное доверие распространяется только на лично знакомых лиц) внутренние инструменты корпоративного управления в российских компаниях, выдвинувшиеся на первый план, приобрели специфические особенности. В условиях недоверия и неопределенности наиболее действенным способом обеспечения прав собственности становится непосредственное влияние и контроль над принятием решений со стороны ключевого собственника. Этим можно объяснить высокую концентрацию акционерного капитала, сложившуюся в России, стремление собственников к непосредственному участию в управлении (в ущерб привлечению наемных менеджеров), снижение роли собраний акционеров и органов рабочего самоуправления в управлении компанией [1, с. 39; 2; 3; 4, с. 153]. Эту же особенность исследователи отмечают и в других переходных экономиках, в которых имели место сходные характеристики институциональной среды [5, с. 3–28]. Концентрация капитала и личное участие позволяют лучше защитить права собственности, контролировать деятельность предприятий, финансовые потоки, бороться с оппортунизмом. Происходит своеобразная замена доверительных отношений навязанными властными отношениями. Это проявляется как непосредственно, когда собственник берет на себя функции менеджера, так и опосредованно, путем создания подконтрольных управляющих компаний, включения в процедуру согласования корпоративных решений сторонних лиц, формального и неформального давления на исполнительную дирекцию, частой смены менеджеров.

Концентрация капитала и совмещение функций собственности и управления препятствуют эффективному использованию таких инструментов корпоративного управления как собрание акционеров и совет директоров. Хотя по действующему в РФ законодательству об акционерных обществах исполнительный менеджмент не может занимать в совете долю более 25%, а должности руководителей исполнительной дирекции и совета директоров не должны совмещаться, обеспечить должного эффекта удастся далеко не всегда. С одной стороны, исполнительный менеджмент заинтересован в создании «доверенного» совета, с другой – сами члены совета проявляют заинтересованность в послушной исполнительной дирекции. Рынок менеджеров, эффективность которого обеспечивается величиной предложения и заработной платой управленцев, действует достаточно слабо из-за того, что успешное руководство любой компанией требует от российского менеджера не только (и не столько) профессиональных знаний и умений, сколько личных контактов и личностного доверия.

Отличительной российской особенностью остается непубличность требований к топ-менеджерам, непрозрачность механизмов платы их труда, назначений и смены. Такие негативные явления, как высокая дифференциация в оплате, слабая увязка доходов с результатами выполнения текущих и стратегических планов компании, преимущественное использование индивидуальных договоренностей о размере вознаграждения, являются типичными для российской практики управления бизнесом [6, с. 72–73]. Обратной стороной становится то, что руководители исполнительных органов АО (и члены совета директоров) остаются недостаточно защищенными соответствующими правовыми процедурами. В условиях, когда рынок ценных бумаг остается малодейственным для подавляющего большинства российских компаний, гипотеза о том, что неэффективные действия менеджеров влекут за собой смену исполнительного менеджмента из-за снижения курсовой стоимости акций и повышения риска поглощения, в российских условиях практически не находит проявления. В этой связи, хотя внутренние инструменты корпоративного управления в последние годы стали использоваться активнее, они получили большее распространение не в головных, а в дочерних структурах групп компаний или холдингов [7, с. 71, 73].

Среди внешних инструментов корпоративного управления только один – внешний контроль – остается наиболее распространенным, и то в своеобразных, присущих российской практике, формах. Институт банкротства с самого начала стал выполнять роль инструмента по недобросовестному корпоративному захвату, которому часто подвергались не худшие, а лучшие предприятия. После изменения ключевых норм законодательства в 1998 и в 2002 гг., когда были введены в действие новая редакция закона об акционерных обществах и второй закон о несостоятельности (банкротстве), добиться особых изменений в сложившейся практике не удалось [8]. Поэтому механизм корпоративного контроля, который в российских условиях осуществляется по большей части вне фондового рынка, оказался наиболее развитым инструментом внешнего корпоративного управления и главным инструментом обеспечения прав собственности (включая АО с государственным участием). При этом приобретение контроля над предприятием часто принимает крайние формы рейдерства и других видов захватов, вследствие чего переход прав происходит не всегда к более эффективно-му собственнику, а часто – наоборот. Эти явления получили особое распространение в России на почве нарушения основных принципов эффективного управления компанией, противоречивого законодательства, нарушения принципов справедливости в управлении компанией. Тот факт, что до 90% организаций, функционирующих на российском рынке, были либо образованы с нарушением законодательства, либо на протяжении своего существования были вынуждены нарушать правовые и морально-этические нормы, делает их мишенью для рейдеров [9, с. 8]. Так как российское рейдерство оказалось неразрывно связано с коррупцией, то незаконные действия, применение административного ресурса, основанного на навязанных властных отношениях, стали его неотъемлемыми признаками [10, с. 170]. Даже само понимание враждебного поглощения в России приобрело свои особенности: из способа получения контроля над финансово-хозяйственной деятельностью или активами компании-цели, оно превратилось в поглощения, базирующиеся на пробелах в законодательстве, совершаемые в обход закона и с использованием административного ресурса в жесткой форме. Только такой инструмент, как приобретение долей в уставном капитале компании, можно с полным правом назвать рыночным [11, с. 37].

Односторонний контроль и влияние собственников на принятие решений в АО не стали гарантом стабильности. Как показывают исследования российских авторов, процессы смены реальных собственников вместе с концентрацией капитала не замедлились,

а ускорились. Ежегодно 6–8% российских АО переходят от одного собственника к другому [1, с. 25]. Такая частая смена собственников (в том числе с применением насилия) отрицательно влияет на долгосрочное развитие предприятия, сокращает капитализацию дохода, ведет к ухудшению ситуации на рынке труда и ущемляет права наемных работников, которые остаются одной из самых ущемленных категорий субъектов российских акционерных обществ.

Низкий уровень деперсонифицированного доверия и социального капитала становятся решающим фактором в выстраивании отношений со стейкхолдерами, в состав которых, помимо органов власти, входят бизнес-структуры, инвесторы, общественность. Ведущую роль во взаимоотношениях со стейкхолдерами начинают играть краткосрочные интересы организованных групп, которые берут на себя решение проблемы коллективных действий, поэтому выгоды от этого достаются именно им. При этом социально ответственные действия отличаются тем, что строятся с учетом долгосрочных целей. Речь может идти о выборе стратегии развития компании, использовании новых ресурсов и технологий, социально ответственной политике занятости, улучшении качества и потребительских свойств товаров; выборе партнеров и др. В условиях низкого уровня доверия корпоративная социальная ответственность утрачивает природу частной альтернативы государственному регулированию экономики и становится средством государственного воздействия на частный сектор. Такое положение ко многому обязывает государство, так как возрастают риски злоупотреблений и субъективизма, применения неформальных, не урегулированных официальными правилами действий во взаимоотношениях с бизнесом.

Таким образом, низкий уровень доверия и социального капитала создает серьезные препятствия на пути эффективной деятельности корпоративных предприятий с разделением функций собственности и управления. Отличительными признаками становится совмещение функций, противоречия между мажоритарными и миноритарными акционерами, отстранение наемных работников от собственности и управления, рассогласование интересов инсайдеров и стейкхолдеров, что, в конечном итоге, приводит к низкой экономической эффективности корпораций.

Список использованных источников:

1. Экономические субъекты постсоветской России (институциональный анализ): десять лет спустя. Часть II. Российское государство / под ред. Р. М. Нуреева. – М.: Московский общественный научный фонд, 2010.
2. Капелюшников Р. Влияние характеристик собственности на результаты экономической деятельности российских промышленных предприятий / Р. Капелюшников, Н. Демина // Вопросы экономики. – 2005. – № 2.
3. Российская корпорация: внутренняя организация, внешние взаимодействия, перспективы развития / под ред. Т. Г. Долгопятовой, И. Ивасаки, А. А. Яковлева. – М.: Изд. Дом ГУ-ВШЭ, 2007.
4. Корпоративное управление в условиях кризиса (Круглый стол в институте современного развития – ИНСОР) // Вопросы экономики. – 2010. – № 3.
5. Капелюшников Р. Концентрация собственности в системе корпоративного управления: эволюция представлений / Р. Капелюшников // Российский журнал менеджмента. – 2006. – Т. 4. – № 1.
6. Винслав Ю. Интегрированные корпоративные структуры: стимулирование топ-менеджмента штаб-квартир и бизнес-единиц / Ю. Винслав // Российский экономический журнал. – 2010. – № 3.
7. Яковлев А., Симачев Ю., Данилов Ю. Российская корпорация: модели поведения в условиях кризиса / А. Яковлев, Ю. Симачев, Ю. Данилов // Вопросы экономики. – 2009. – № 6.

8. Национальный доклад по корпоративному управлению / под ред. А. Е. Шаститко. – М.: Национальный совет по корпоративному управлению, 2008. – Вып. 1
9. Институциональные формы и методы борьбы с девиантным поведением в экономике: межфакультетский сб. науч. трудов / под общ. ред. А. П. Сысоева, М. В. Романенко. – М.: МАКС Пресс, 2010.
10. Борисов Ю. Д. Рейдерские захваты. Узаконенный разбой / Ю. Д. Борисов. – СПб.: Питер, 2008.
11. Клейнер В. Корпоративное управление и эффективность деятельности компаний / В. Клейнер // Вопросы экономики. – 2008. – № 10.

К. и. н. Делия О. В.

Полтавский университет экономики и торговли, Украина

УПРАВЛЕНИЕ ТАЛАНТАМИ СОТРУДНИКОВ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Глобальная конкуренция занимает пятую позицию в топ-десятке основных тенденций, которые будут формировать не самую благоприятную среду для субъектов хозяйственной деятельности в последующее десятилетие нынешнего века. Среди составляющих этой тенденции аналитики называют усиление конкуренции за репутацию, деньги, клиентов и таланты. Менеджменту компаний предстоит приложить немало усилий для выделения вверенных им организаций из среды себе подобных.

Непреложным является тот факт, что судьбу предприятия в современных экономических условиях определяет хорошо организованный, мотивированный и обученный персонал. Усиление роли персонала связано, прежде всего, с ориентацией на потребности современного рынка, и, как следствие, применение процессно-ориентированного подхода в управлении. Современная информационная экономика изменила содержание трудовой деятельности, усилив при этом значение концептуальных навыков персонала: обучаемости, аналитических способностей, коммуникабельности, лидерских качеств, информационной восприимчивости.

В этом контексте одним из важных ресурсов повышения конкурентоспособности является организация процесса управления талантами сотрудников. Данные специальных исследований, опубликованные в журнале Business Week, свидетельствуют о том, что за последнее десятилетие прошлого века прибыль ста крупнейших американских корпораций увеличилась в 2,5 раза, а численность персонала не подверглась изменениям. Это является красноречивым свидетельством того, что лидеры этих компаний сумели создать необходимые условия для увеличения производительности труда, а самое главное, сумели включить в производственный процесс интеллектуальный и творческий потенциал персонала, мотивационную составляющую.

Очевидно, что в современных экономических условиях на успех обречены те компании, лидеры которых осознают важность стратегических инициатив персонала, участия сотрудников в принятии управленческих решений, а также те лидеры, которые сумеют освоить и применить на практике различные способы использования персонала и его интеллектуального потенциала.

По утверждению Карла Смита (Ernst&Young), трансформация подходов к управлению талантами в их компании началась с устойчивого стремления выработать у сотрудников отношение к компании как к клиенту, а не как к работодателю. Это

позволило персоналу брать на себя ответственность и принимать сложные решения. Такой подход обеспечил повышение уровня эффективности организации, на 4% возрос уровень вовлеченности сотрудников. Позитивная динамика в сфере развития персонала и лидерства, уменьшение текучести кадров с 20% до 16% за период 2010–2012 гг. были засвидетельствованы в результатах специальных исследований.

Современная система HR – менеджмента показывает, что создание системы управления талантами, творческим потенциалом сотрудников невозможно без диагностики персонала. Этап диагностики должен выявить уровень готовности сотрудников к раскрытию своих талантов, выделить главные параметры системы, которая бы стимулировала творчество людей, выявить степень преданности людей компании, их представление о своем будущем и будущем организации. Следующим шагом должен стать поиск тех самых талантливых сотрудников за счет внутренних ресурсов организации или внешних. Поиск вне организации может осуществляться путем продолжительной подготовки необходимых кадров через работу со студентами высших учебных заведений или же перекупкой талантливых сотрудников. Формирование внутренних резервов происходит за счет воспитания сотрудников, продвижения на руководящие должности в том числе.

Этап мотивации призван активизировать источники желаемого поведения сотрудников и привести к осознанию менеджментом компании тех потребностей подчиненных, которые вызывают желаемое поведение персонала. То есть организация, ее руководство, вправе рассчитывать на тот тип поведения, который стимулируется или вознаграждается.

Итоговым этапом построения системы управления талантами сотрудников в организации должно стать развитие персонала. Поскольку любой талант в организации имеет свои сильные и слабые стороны, то система развития персонала предусматривает усиление достоинств и работу с так называемыми недостатками. На этом этапе HR-служба должна понять, в чем истинный талант сотрудника и как его наиболее эффективно применить для обоюдной пользы.

Современными исследователями и практиками по вопросам управления человеческими ресурсами выделяется несколько стратегических направлений в сфере управления талантами, которые должны быть в фокусе внимания в современных компаниях.

1) Это, прежде всего, создание системы мотивации эффективного управления персоналом. Это предусматривает вознаграждение управленцев, которые имеют наибольшее влияние на наем, содержание и развитие персонала.

2) Аккумуляция инновационных практик, которые имеют место, и обмен ими внутри компании для повышения собственной эффективности.

3) Выработка стратегии работы в неопределенной корпоративной среде, что продиктовано современными экономическими условиями.

4) Оценка и анализ последствий непредвиденного сокращения затрат на управление талантами.

5) Направленность методов и подходов в оценках системы управления талантами на будущее, развитие практик прогнозирования.

6) Проведение конкурентного анализа управления талантами.

Как видим, создание системы управления талантами является важным ресурсом повышения эффективности системы управления персоналом и инструментом для усиления конкурентоспособности организации.

К. э. н. Лесняк В. В.

*Ростовский государственный строительный университет,
Российская Федерация*

**УПРАВЛЕНИЕ АДАПТИВНЫМИ ПРОЦЕССАМИ
НА БАЗЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНЖИНИРИНГОВЫХ
УЧЕТНО-КОНТРОЛЬНЫХ ИНСТРУМЕНТОВ**

В современных условиях хозяйствования управление адаптивными процессами в коммерческих структурах основано на использовании адаптивных архитектурных систем и моделей адаптивной архитектуры интегрированных информационных систем поддержки принятия решений, что обеспечивает возможности:

- использования принципов адаптации (применение архитектурных систем и моделей адаптивной архитектуры в рамках механизма интеграции инструментов адаптивного инжиниринга в структуру планов счетов, быстрая адаптация, устойчивая дифференциация, раздельная оценка результатов, создание новых процессов, обеспечивающих реакцию на новые рыночные возможности и др.);

- использования принципов эволюционно-адаптивной балансовой теории по соответствующим возможностям реализации направлений адаптации на базе инструментария адаптивного инжиниринга (градуалистических, прогнозных, стратегических, ситуационных, сценарных, структурированных, эволюционно-адаптивных, ситуационно-матричных, ситуационно-стратегических, стохастических, транзакционных, семантических и других производных балансов);

- оценки достигаемых результатов адаптации (повышение устойчивости к изменениям; агрегированные и дезагрегированные показатели собственности; уровень и экономический характер адаптации: активная, пассивная, нейтральная; маржа безопасности: активная, пассивная, нормативная);

- использования компьютерных программ и баз данных адаптивных учетно-контрольных систем, вмонтированных в структуру рабочего плана счетов;

- использования учетно-контрольного обеспечения с достаточным аналитическим уровнем для принятия адекватных решений по управлению изменениями на базе альтернативного выбора;

- формирования и функционирования систем адаптивного финансового, налогового, управленческого, стратегического, ситуационного, социального, сетевого учета;

- формирования и функционирования контрольных систем адаптивного управления: инжинирингового, транзакционного, стохастического, семантического контроля;

- обеспечения управления переменами на разных внутренних и внешних уровнях в соответствии с направлениями реализации адаптивных мероприятий;

- оценки сильных и слабых сторон, возможностей и угроз принимаемых решений по изменениям;

- использования адаптивных возможностей резервной системы в условиях риска и неопределенности;

- анализа риска и неопределенности и аккумуляирования информации по многовариантным рисковым позициям;

- определения и контроля результатов адаптации (активная, пассивная, нейтральная адаптация).

Формирование инжинирингового учетно-контрольного инструментария, используемого в управлении адаптивными процессами, основано на разработке инструментов адаптивного инжиниринга, интегрированных в структуру плана счетов, и формирующих

в целом архитектурную систему поддержки принятия решений по изменениям, функционирующую в инжиниринговом (интерактивном) режиме: бухгалтерских; контрольных и аудиторских; аналитических; налоговых; финансовых; сетевых.

Использование данного инструментария направлено на обеспечение стабильной работы, предотвращение экономических катастроф и банкротства институциональных единиц, достижение желаемых результатов, избежание потенциально возможных опасностей, то есть на выживаемость институциональных единиц в условиях изменяющейся внешней среды, риска и неопределенности.

Выживание представляет собой сохранение системой сущностных, обязательных, определяющих свойств, несмотря на возмущающее воздействие среды. Второстепенные, несущностные свойства системы могут при этом приобретаться или утрачиваться, в чем выражается структурная адаптация к изменениям в среде, необходимая, если чисто количественные корректировки оказываются недостаточными. Адаптация в широком смысле предполагает при этом не только повышение способности системы к воспроизводству своих инвариантных свойств при расширяющемся спектре возмущающих воздействий, но и усиление регулятивных способностей в отношении среды, то есть таких воздействий системы на среду, которые ограничивают возможности возникновения сильных возмущений, угрожающих выживанию системы [1, с. 73], с отражением этих процессов в системе учетно-контрольных инструментов адаптивного инжиниринга на базе определения, контроля и анализа адекватной сложившейся ситуации стоимости чистых активов и чистых пассивов.

Функционирование инжиниринговых учетно-контрольных инструментов адаптивного характера основано на использовании принципиальных положений парадигмы управления, соответствующего изменениям во внешнем макро- и микроокружении институциональных единиц, с ориентацией на сохранение и обеспечение динамики показателей собственности – агрегированных показателей чистых активов и дезагрегированных показателей чистых пассивов.

Воспроизводство инвариантных свойств системы обеспечивается реализацией направлений адаптации по соответствующим инструментам адаптивного инжиниринга:

- управление на основе альтернативного выбора (альтернативные варианты развития, стратегические альтернативы, направления экономической активности, экономические ситуации, сценарии развития, многовариантность решений, выбор оптимального варианта из ряда альтернатив): сценарные, ситуационные, ситуационно-матричные, стратегические, альтернативные производные балансы;
- обеспечение адаптивной предсказуемости (прямое прогнозирование, косвенное прогнозирование, ключевые показатели, подтверждающие данные): прогнозные, стратегические, инновационные, венчурные, нулевые и другие производные балансы;
- управление переменами: градуалистические, стратегические, прогнозные, сетевые, эволюционно-адаптивные, транзакционно-адаптивные, социально-экономические адаптивные производные балансы;
- сегментарная политика организации (внешние и внутренние сегменты, рыночные сегменты, территориальные фракталы, стратегические площадки, «тепленькие местечки» в цепочке ценностей, инвестиционные временные горизонты, инновационные временные горизонты и т.д.): сегментарные, фрактальные производные балансы различной конфигурации и структуры;
- использование адаптивных возможностей резервной системы: хеджированные, иммунизационные, залоговые, гарантийные, рискованные производные балансы (интегрированного, ситуационного, синдицированного и др. риска);

- факторный анализ изменений с переходом от факторов с максимальной к факторам с минимальной вероятностью: стохастические производные балансы;
- предвидение желаемого будущего и разработка итеративных этапов его достижения: транзакционные, ситуационно-стратегические производные балансы;
- мониторинг и контроль: мониторинговые, нулевые, семантические производные балансы.

Методология информационного обеспечения управления адаптивными процессами в организации на базе использования учетно-контрольных инструментов строится на инжиниринговой основе с применением архитектурно-структурированного механизма инструментария адаптивного инжиниринга и сформирована тремя паттернами:

- методология архитектурно-структурированного обеспечения процессов адаптивного управления;
- методология использования инструментов адаптивного инжиниринга;
- агрегатное моделирование в системе адаптивного управления.

Методология архитектурно-структурированного обеспечения лежит в основе проектирования адаптивных учетно-контрольных систем и основывается на общих закономерностях, правилах и результатах архитектуры как науки о системном объединении объектов учета и управления, планов счетов, функций, алгоритмов, инструментария, получаемых результатов, информационных технологий, компьютерных программ, баз данных и т. д. в единую систему на базе архитектурных моделей адаптивной архитектуры с интеграцией инструментов адаптивного инжиниринга в структуру планов счетов.

С позиции Тр. Эллиота и Д. Герберта концепция архитектуры строится на симбиозе архитектуры бизнеса, архитектуры управления и безопасности, архитектуры данных, программных приложений, технологической инфраструктуре в целях интегрированного объединения делового и технического взглядов в одно целое [4, с. 182].

Е. В. Кузнецова добавляет архитектуру плана счетов, обеспечивающую создание и функционирование системы структурированных планов счетов значительной информационной емкости: адаптивную архитектуру (12 признаков, обеспечивающих функционирование), структурную архитектуру (структурированные планы счетов), интегрированную архитектуру (виды интегрированного учета), инструментальную архитектуру (инструменты бухгалтерского инжиниринга) [2, с. 188], которые целесообразно дополнить бухгалтерской, контрольной, алгоритмической, ситуационной, фрактальной, транзакционной, стохастической, семантической архитектурой, составляющих основу проектирования адаптивного учета и контроля.

Методология архитектурно-структурированного обеспечения адаптивного управления основывается на органическом сочетании и использовании возможностей архитектурных систем и моделей в целях создания гибкой, эффективной, самонастраиваемой учетно-контрольной системы информационного стохастического типа, обеспечивающей своевременную реакцию на изменения, новые возможности и угрозы, быструю адаптацию и реализацию адаптивных мероприятий, ориентированных на сохранение и обеспечение динамики агрегированных и дезагрегированных показателей собственности:

- адаптивная архитектура обеспечивает расширение возможностей информационной системы адаптивного учета в направлении повышения гибкости, управления переменными на основе многовариантного и альтернативного выбора, эффективного использования и интеграции данных, адаптации учетно-контрольных систем к определенным условиям;

- инструментальная архитектура создает основу интеграции компьютерных программ адаптивного инжиниринга и баз данных в структуру плана счетов с соответствующими уровнями агрегирования данных;
- интегрированная архитектура направлена на создание интегрированных учетно-контрольных систем адаптивного управления на базе использования интеграционного инструментария в виде структурированных планов счетов, инструментов адаптивного инжиниринга учетного, контрольного, аналитического, налогового, ситуационного, сетевого характера с получением результатов в интерактивном режиме;
- структурная архитектура обеспечивает основу формирования и привязку плана счетов к архитектуре бизнеса, технологической инфраструктуре, организационно-управленческой структуре институциональной единицы в целях формирования единого информационного поля управления адаптивными процессами;
- бухгалтерская архитектура направлена на формирование и функционирование учетно-аналитических систем адаптивного управления, их интегрированного либо дезинтегрированного использования в условиях адаптации к переменам: адаптивного финансового, налогового, управленческого, стратегического, ситуационного, социального, сетевого учета;
- контрольная архитектура обеспечивает многовариантные возможности формирования и функционирования контрольных систем адаптивного управления в инжиниринговом режиме;
- алгоритмическая архитектура ориентирована на разработку и использование алгоритмов адаптивного учета и контроля, алгоритмов составления и использования инструментов адаптивного инжиниринга, алгоритмов контроля, отдельных итераций алгоритмов, итеративных шагов предвидения и достижения желаемого будущего и т. д., что составляет основу разработки компьютерных программ и баз данных инструментария адаптивного инжиниринга;
- ситуационная архитектура обеспечивает возможности ситуационного управления переменами и направлениями реализации адаптивных возможностей в условиях высокой аналитичности структурированных планов счетов;
- фрактальная архитектура связана с фрактальной структурой любого бизнеса и позволяет организовать учетно-контрольное обеспечение процессов адаптивного управления в разрезе самых разнообразных территориальных построений и временных горизонтов различной продолжительности, что создает методологическую основу проектирования адаптивного фрактального учета;
- транзакционная архитектура обеспечивает ситуационное управление и итеративность транзакционного учета и контроля по этапам приближения к желаемому будущему, целевым результатам в условиях постепенных изменений и реализации адаптивных мероприятий;
- стохастическая архитектура определяет возможности проектирования адаптивного стохастического учета и контроля факторов адаптации с указанием вероятностных характеристик, решением широкого круга задач оценивания факторов, постепенных изменений с учетом предельных состояний, интервальных значений, системы ограничений;
- семантическая архитектура обеспечивает интегрированное использование в системе адаптивного учета методов семантического анализа и контроля, основанных на предвидении событий, в условиях интегрированных информационных систем в целях предотвращения кризисных ситуаций и потери собственности.

Методология архитектурно-структурированного обеспечения процессов адаптивного управления ориентирована на использование блочной, модульной, фрактальной структуры планов счетов с интегрированными в их информационное пространство компьютерными программами и базами данных инструментов адаптивного инжиниринга в целях реализации адаптивных возможностей управления изменениями на базе альтернативного выбора путем манипулирования отдельными модулями и блоками, интеграции и дезинтеграции отдельных компьютерных программ, вмонтирования новых модулей, программ, баз данных, алгоритмов по мере необходимости, не изменяя при этом структуру всего плана счетов.

Методология использования инструментов адаптивного инжиниринга сформирована используемыми инжиниринговыми подходами теории адаптивного инжиниринга, инструментами адаптивного инжиниринга, технологией инжиниринговых процедур и получаемыми результатами.

Теоретические основы адаптивного инжиниринга определяются теорией архитектурно-структурированного обеспечения адаптивных процессов, эволюционно-адаптивной балансовой теорией, учетным подходом «Денежные средства/Чистые пассивы», размерностью учета, гипотетическими процессами, альтернативными агрегированными бухгалтерскими записями, показателями собственности, используемой системой оценок, алгоритмов, квалиметрических составляющих.

Инструменты адаптивного инжиниринга представлены градуалистическими, стратегическими, прогнозными, сценарными, ситуационными, ситуационно-матричными, ситуационно-стратегическими, эволюционно-адаптивными, транзакционно-адаптивными, мониторинговыми, структурированными, фискальными, профицитными, клиентскими, стохастическими, семантическими и другими производными балансами.

Методология использования инструментов адаптивного инжиниринга и управления адаптивными процессами в инжиниринговом режиме основана на широком использовании бухгалтерских, аналитических, контрольных, налоговых, сетевых инжиниринговых механизмов по самым разнообразным направлениям реализации адаптивных возможностей институциональных единиц: экономические ситуации, управленческие альтернативы, направления стратегической активности, сценарии, прогнозы, сегменты, фракталы пространства и времени и т. п.

При этом в качестве базового критерия оценки экономического характера и уровня адаптации целесообразно взять агрегированные и дезагрегированные показатели собственности, выступающие индикаторами рыночной стоимости капитала и эффективности адаптивных мероприятий по отношению к стоимости институциональной единицы (чистые активы и чистые пассивы).

Управление может быть эффективным, только если менеджмент ориентируется в принятии решений на единый целевой количественный показатель – рост ценности бизнеса для собственников. Ценность компании изменяется в момент принятия управленческих, прежде всего стратегических решений. Проблема состоит не в том, чтобы точно спрогнозировать будущее и рассчитать «истинную» ценность компании, а в том, чтобы в условиях неопределенности и изменчивости будущего сделать верный выбор, принять решение, дающее большую ценность, чем рассмотренные альтернативы [3, с. 4] на базе инструментария адаптивного инжиниринга и системы взаимосвязанных показателей собственности.

Агрегированный показатель чистых активов определяется по результатам реализации разнообразных адаптивных процедур и процессов, изменений, направлений развития в системе инструментов адаптивного инжиниринга в адекватной текущей ситуации оценке (как правило, рыночной).

Деагрегированный показатель чистых пассивов рассчитывается в результате реализации гипотетических процессов условной реализации активов и удовлетворения обязательств в соответствующей системе цен (как правило, рыночных или справедливых) и в соответствии с подходом «Денежные средства/Чистые пассивы» характеризует структуру собственности с точки зрения источников формирования по результатам адаптивного управления: денежные средства/деагрегированные чистые источники, отсутствие свободных денежных средств/нулевой капитал, убытки/отрицательный капитал.

Использование инжиниринговых показателей чистых активов и чистых пассивов, их различных модификаций и вариантов позволяет решить проблему реализации направлений адаптации, организации управления по изменениям на базе альтернативного выбора, итеративного приближения к желаемому результату адаптации.

Агрегатное моделирование в системе адаптивного управления обеспечивает разработку и использование агрегированных бухгалтерских записей в управлении адаптивными процессами (корректировочных, управленческих, прогнозных, стратегических, гипотетических, контрольных, ситуационных, сценарных, адаптивных и т. д.), определяющих инжиниринговую технологию адаптивного учета и контроля и характеризующихся соответствующим экономическим содержанием, системой инструментов адаптивного инжиниринга и экономическими агрегатами структурированного плана счетов, определяющими уровни агрегирования информации: группы счетов, разделы рабочего плана счетов, модули структурированного плана счетов, статьи баланса, разделы балансы, агрегаты основного балансового уравнения, мега-счета, система показателей реализации адаптивной стратегии и др.

Экономические агрегаты структурированного плана счетов выступают начальным оператором инжиниринговой технологии адаптивного учета и контроля, использования инструментов адаптивного инжиниринга, и определяют направления реализации адаптивных возможностей институциональной единицы путем варьирования и выбора тех или иных агрегированных показателей с учетом сложившейся ситуации и информационных потребностей управления.

Технология адаптивного учета на базе инструментов адаптивного инжиниринга включает начальный оператор, систему агрегированных бухгалтерских записей по направлениям реализации адаптивных возможностей, конечный оператор в виде системы взаимосвязанных показателей: чистые активы, чистые пассивы, экономический характер адаптации (активная, пассивная, нейтральная), маржа безопасности (активная, пассивная, нормативная) и др.

Агрегатное моделирование в системах адаптивного учета и контроля направлено на создание компьютерных программ и баз данных инструментов адаптивного инжиниринга, что позволило автору разработать ряд программ для ЭВМ: «Структурированный производный баланс» (Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ № 2010612063), «Профицитный производный баланс» (Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ № 2010614077), «Фискальный производный баланс» (Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ № 2010612061), «Клиентский производный баланс» (Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ № 2011613430) и др.

Инжиниринговая методология процессов адаптивного управления ориентирована в конечном итоге на показатели собственности в виде агрегированных и деагрегированных показателей чистых активов и чистых пассивов в рыночных и справедливых

ценах как основных показателей оценки эффективности адаптивных мероприятий – определения уровня и экономического характера адаптации, что соответствует требованиям адаптивного управления изменениями на основе альтернативного выбора:

- до изменений, после изменений, с учетом изменения цен;
- с учетом проводимой адаптивной стратегии, прогнозное агрегированное состояние в случае изменения стратегии;
- с учетом проводимых оперативных, тактических, стратегических изменений;
- с учетом степени интегрированного (ситуационного, синдицированного и др.) риска в сопоставлении с адаптивными возможностями резервной системы.

Таким образом, организационно-методологическую основу управления адаптивными процессами на базе использования инжиниринговых учетно-контрольных инструментов составляют архитекtonико-структурированное обеспечение учетно-контрольных процессов, инжиниринговые подходы, теория и технология использования инструментов адаптивного инжиниринга, комплексное применение которых позволит реализовать адаптивные возможности управления изменениями на базе альтернативного выбора, итеративного достижения желаемых результатов деятельности коммерческих структур.

Список использованных источников:

1. Данилов-Данильян В. И. Экономико-математический энциклопедический словарь / В. И. Данилов-Данильян. – М.: Большая Российская энциклопедия; ИНФРА-М, 2003. – 688 с.
2. Кузнецова Е. В. Система планов счетов и бухгалтерское управление экономическими процессами / Е. В. Кузнецова. – Ростов н/Д: Изд-во ЮФУ, 2010. – 352 с.
3. Паламарчук В. Ценностно-ориентированные стратегии в условиях неопределенности / В. Паламарчук // Экономика и жизнь. – 2009. – № 9. – С. 4.
4. Эллиот Тр. Интегрированные бизнес-системы: Экспресс-курс / Тр. Эллиот, Д. Герберт. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2005. – 272 с.

**Д. э. н. Стельмашонок Е. В., к. т. н. Тарзанов В. В.,
к. э. н. Стельмашонок В. Л.**

*Санкт-Петербургский государственный экономический университет,
Российская Федерация*

СТРАТЕГИЯ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Реализация проекта внедрения управления бизнес-процессами (УБП) – многогранная и сложная работа, и если не применять системного, структурированного подхода, то либо не будет достигнут ожидаемый результат, либо результат не будет удовлетворять заинтересованные стороны. Однако слишком жесткое применение методик или схем не дает гибкости, необходимой для учета меняющихся условий рынка. Необходим практичный, всесторонний и структурированный подход, который можно адаптировать к каждой конкретной организации.

В соответствии с этим разработана общая схема, в рамках которой такой подход обеспечивает реализацию проектов и программ УБП. Эта схема охватывает всю «реальную» деятельность и состоит из десяти этапов и трех неотъемлемых атрибутов проекта. Каждый этап разбивается на логические шаги, которые при правильном и точном исполнении обеспечат успех проекта.

Хотя, очевидно, существует много общего между организациями, акценты, которые необходимо расставить для применения этих этапов, а также основания внедрения УБП могут различаться не только между организациями, но и в рамках одной организации. Например, существует необходимость увязывать проект или программу УБП со стратегией организации. Хотя такая цель очевидна, это не единственная сфера в организации, где необходима увязка. Перед тем как организация сможет взяться за совершенствование процессов, необходимо понять факторы, которые на это влияют. Пока нет полного осознания культуры и поведения персонала, использующего процессы, невозможно узнать, какие изменения будут наиболее эффективны.

На рис. 1 показаны отмеченные этапы и важнейшие неотъемлемые атрибуты общей схемы.

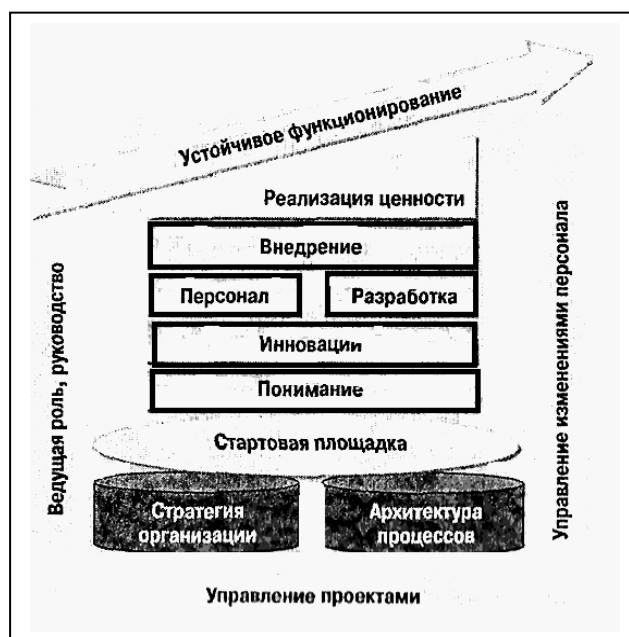


Рис. 1. Общая схема проекта УБП

Результаты в организации зависят от того, насколько синхронизированы важнейшие компоненты:

- стратегическое устремление;
- стратегическая перспектива (видение);
- исполнение;
- ценности (культура, модели поведения);
- персонал.

Увязка стратегии, видения перспективы и проектов совершенствования внутри организации даст возможность более полной реализации стратегии.

Исследования показывают, что успешные организации выбирают самые важные процессы с точки зрения удовлетворения клиентских запросов и стараются сделать их максимально эффективными и продуктивными. В таких организациях четко сформулированы показатели эффективности процессов.

Подобное увязывание необходимо распространить на показатели эффективности по всей организации. Для успеха организации необходимо, чтобы показатели руководителей, менеджеров, руководителей коллективов и сотрудников были увязаны со стратегией и двигали организацию в том же направлении.

Чтобы успешно реализовать программу совершенствования бизнес-процессов, ее необходимо направлять и контролировать целостным последовательным подходом к реализации, иначе в нее будут привнесены значительные дополнительные риски. Такой подход позволит предприятию расширить ценностное наполнение основных элементов успеха организация в рамках проекта (программы) УБП.

Ниже приведено описание каждого из этапов общей схемы.

Стратегия организации

На данном этапе необходимо добиться ясного понимания стратегии организации, перспектив, стратегических целей, движущих сил бизнеса и стимулов исполнения всеми членами группы проекта. Важно понимать, что стратегия – это не план, а целенаправленный процесс привлечения персонала изнутри и извне организации для осуществления движения вперед. Стратегию необходимо объяснять всем заинтересованным сторонам (особенно руководителям и сотрудникам), а также убеждать их в ее правильности, пока она не укоренится в культуре организации. Персонал должен проникнуться предлагаемой стратегией и осознанно принять ее. Группа проекта должна знать и понимать стратегию, тогда направленность и наполнение проекта будут давать вклад в реализацию стратегии.

Архитектура процессов

На этом этапе строится архитектура процессов, т. е. формируется комплекс правил, принципов, методических указаний и моделей для внедрения УБП в организации. Архитектура процессов образует основу для замысла и реализации инициатив проектов УБП. Именно в ней IT-архитектура и бизнес-архитектура увязываются со стратегией организации.

Стартовая площадка

На данном этапе достигается три основных результата:

- выбор подразделения, в котором будет стартовать первый (или следующий) проект УБП;
- согласование задач и (или) видения процессов, как только процессы выбраны;
- формальная организация выбранного проекта.

Этот выбор труден сам по себе, но схема дает несколько способов определить, где и как начинать. Задачи и видение процессов нужно увязать со стратегией организации и архитектурой процессов, чтобы быть уверенным, что они вносят ценный вклад или содействуют стратегии. Определив бизнес-подразделения, выбрав процессы и согласовав их задачи, необходимо организовать проект, чтобы вероятность его успеха была максимальна. Организация проекта включает структурное определение группы проекта, его объема, работы с заинтересованными сторонами, разработку исходного обоснования и формулировку ожидаемых выгод для бизнеса.

Понимание

На этом этапе формируется понимание существующей среды бизнес-процессов, достаточное для перехода к этапу инноваций. Важно собрать хотя бы базовые элементарные метрики процессов, чтобы иметь возможность установить точку отсчета для затрат процессов в целях сравнения на будущее. Другие важные шаги – это анализ корневых причин и выявление возможностей получить быстрый выигрыш. Необходимо находить, а в идеале – реализовывать, быстрые выигрыши по ходу проекта, поскольку предприятие не станет неограниченно финансировать проекты совершенствования процессов. Идеальная ситуация – выход проекта (проектов) на самофинансирование за счет выгод, получаемых при реализации таких быстрых выигрышей.

Инновации

Данный этап проекта – творческий и часто наиболее интересный. В нем должна участвовать не только группа проекта и предприятие, но и соответствующие заинтересованные стороны, как внутренние, так и внешние. После определения вариантов новых процессов, возможно, понадобится выполнить, имитационное моделирование, учет затрат по типам деятельности, планирование ресурсов и проверку целесообразности реализации, чтобы окончательно выбрать наилучший вариант. Здесь следует сформулировать дополнительные метрики, чтобы их можно было сравнивать с базовыми, полученными на этапе понимания. Параллельно выявляются и выстраиваются в порядке приоритета новые возможные быстрые выигрыши.

Разработка

Данный этап включает построение всех компонентой для внедрения новых процессов. Важно понимать, что в данном контексте «построение» не обязательно означает разработку информационной системы, а может означать развертывание всей IT-инфраструктуры для поддержки программы по изменениям персонала и помощи сотрудникам, исполняющим процессы.

Персонал

Важнейший этап схемы, который может поставить под угрозу всю остальную часть проекта, если его не выполнить наиболее тщательно на уровне лучших стандартов. Этот этап предназначен обеспечить соответствие функционала, ролей и показателей эффективности организации задачам процессов. В конечном счете, именно от персонала зависит эффективность и продуктивность процессов, какова бы ни была степень их автоматизации. Данный этап нельзя смешивать с управлением изменениями персонала, поскольку внимание ему должно уделяться на всех этапах проекта.

Внедрение

На этом этапе собственно и осуществляется внедрение, т. е. воплощаются в реальность все наработки (вводятся новые процессы, функциональные обязанности, управление и измерения показателей эффективности). Планы внедрения имеют существенное значение, как и планы действий на случай непредвиденных обстоятельств. Во многих организациях полагают, что проект завершится успешным внедрением. Однако следующие два этапа являются весьма существенными в проекте УБП.

Реализация ценности

Цель данного этапа – обеспечить реализацию выгод, сформулированных в обосновании проекта. Этап включает реализацию выгод, процесс управления реализацией и отчетность о реализации выгод. Если выгоды не реализованы, организации не следует предоставлять дополнительное финансирование, чтобы продолжать процессные проекты. Реализация преимуществ – задача группы проекта и руководителя проекта. Хотя этот этап поставлен в схеме девятым, он не является отдельным, поскольку некоторые его шаги осуществляются и на предыдущих этапах.

Устойчивое функционирование

Совершенно необходимо, чтобы группа проекта работала совместно с бизнес-подразделениями при формировании процессной структуры, обеспечивающей устойчивость постоянного совершенствования процессов и их оперативкой доработки. Значительные ресурсы, вложенные в проекты, необходимо поддерживать и расширять. Организации должны осознавать, что у процессов есть время жизни, поэтому необходимо постоянно совершенствовать их после достижения проектом целевых показателей усовершенствований. В противном случае по мере изменения бизнеса процессы в организации будут работать неоптимально. Этот этап заключается в переходе от «проектного» состояния в режим обычной работы.

В завершении рассмотрения общей схемы внедрения УБП следует раскрыть три важнейших атрибута проекта УБП. Атрибуты – это неотъемлемые компоненты, на которых зиждется любой успешный проект УБП, а сами они проходят красной нитью по всем этапам схемы проекта.

Управление проектами

Управление проектами УБП базируется на общей теории управления проектами. Поэтому обычный менеджер бизнес-проекта может вполне успешно реализовать проект УБП. Однако опытный менеджер проекта УБП сделает это намного лучше. Риски проекта в первом случае будут существенно выше, а организация может упустить многие из выигрышей, обеспечиваемых УБП. В целом, сотрудник без определенного опыта управления проектами не в силах качественно реализовать проект УБП. Ситуация осложняется тем, что существуют определенные различия между традиционным управлением проектом и проектом УБП, которые сведены в табл. 1.

Таблица 1. Различия в содержании управления проектами

Традиционное управление проектом	Управление проектом УБП
Объем проекта дает определенность результата	Объем проекта дает достижение бизнес-целей посредством оптимизации бизнес-процессов
Управление обеспечивает только реализацию проекта	Управление обеспечивает реализацию проекта и устойчивые изменения для бизнеса
Планирование непредвиденных ситуаций охватывает только очевидные риски	Планирование непредвиденных ситуаций для неочевидных и трудно определяемых рисков
Критерии успеха проекта определяются исключительно количественными показателями	Критерии успеха проекта в равной степени определяются количественными и качественными показателями

Владение управлением проектами – фундаментальное качество и требование в любом проекте, в т. ч. и проекте УБП. На самом деле, требования в последнем случае даже выросли в силу возросшей сложности проектов УБП.

Управление изменениями персонала

Этот атрибут также является наиболее существенным, поскольку он непосредственно относится к реализации аспектов проекта УБП, связанных с персоналом. В настоящее время существует убеждение, что человеческий фактор в проектах совершенствования не всегда рассматривается достаточно подробно. Как отметил М. Хаммер, «выдвинуть идеи относительно просто. Трудно воплотить их в жизнь. Реформы застревают и умирают в «окопах». А кто сидит в «окопах»?». Люди, работающие в организации.

Как правило, причиной неудач проектов совершенствования процессов и УБП является именно человеческий фактор.

Лидерство (ведущая роль)

Все специалисты по управлению бизнес-процессами сходятся во мнении, что для успеха любой программы перемен она должна опираться на поддержку руководства высшего ранга. По словам Э. Кина, «твердое намерение этих руководителей добиться изменений значит больше, чем тщательный план изменений». Для эффективности проектов УБП важно, насколько руководители-лидеры делегируют ответственность. Для успешных проектов внедрения УБП всегда общей чертой была настойчивость, убежденность, внимание и зрелость исполнительного руководства – лидеров.

Если теперь свести вместе три важнейших атрибута проектов УБП и изобразить на диаграмме их взаимосвязи, то получится рис. 2, где показано, что часто проект УБП располагается над линией видимости, тогда как операционная бизнес-деятельность находится ниже линии видимости.

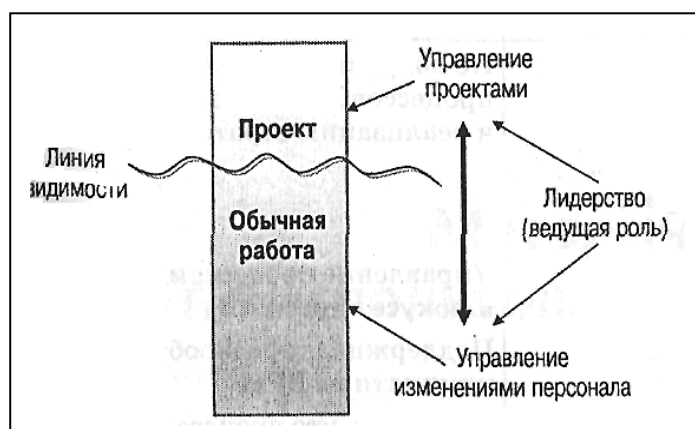


Рис. 2. Взаимосвязь атрибутов проекта УБП

Управление проектами относится к проектам, а управление изменениями персонала – к обычной повседневной деятельности, поэтому именно там и сосредоточен персонал. Роль руководства состоит в том, чтобы гармонично и гладко свести вместе два этих важнейших компонента.

Причина, по которой организация приходит к решению о необходимости проекта УБП, оказывает определяющее влияние на то, как будет вестись проект, и каким образом общая схема будет применяться организацией и группой проекта.

Следует отметить, что существует два основных метода запуска проекта УБП организациями. Метод оказывает существенное влияние на то, почему, где и как выбирается проект. Метод выбора определяется конкретными нуждами организации, зрелостью ведущей группы в контексте УБП, а также стилем лидерства высшего руководства, исполнительных органов и менеджеров. Два метода инициирования проектов УБП определяются, как движимый стратегией и операционно-инициативный подходами.

Движимый стратегией подход

Стратегически движимый подход складывается, если стратегия организации реализуется группой руководства, а переход от стратегии к реализации означает, что руководство пришло к выводу, что определенные проекты будут воздействовать на некоторые бизнес-процессы. Это воздействие потребует изменения или перестройки ряда бизнес-процессов, что означает запуск проектов УБП. Такая ситуация представляет собой управление бизнес-процессами организации «сверху-вниз». Поэтому портфель проектов УБП будет формироваться, планироваться и пересматриваться в результате выработки стратегии, которая вытекает либо из необходимости изменения стратегии, либо из ее периодического анализа.

Последовательность действий по схеме такова, что стратегия организации предопределила необходимость проекта УБП, а также обозначила процессы, которые будут затронуты, а, следовательно, и будут охвачены проектом УБП. Поскольку с большой вероятностью такая организация уже достаточно опытная в вопросах реализации УБП, у нее уже имеется архитектура процессов, с которой будет сверяться проект на всем его протяжении. На начальном этапе некоторые шаги могут выполняться не

столь тщательно, чем обычно, но структура и группа проекта должны быть все же сформированы. Остальные этапы схемы также подлежат выполнению.

Подход операционной инициативы

Подход операционной инициативы, как и предполагает название, означает инициативу, вызванную операционными нуждами организации, бизнес-подразделений или отдела. Проекты УБП этого типа предопределяются проблемой бизнеса.

Операционная инициатива означает, что решение о необходимости проекта УБП принимается на более низком уровне в организации, чем стратегия. Вероятным моментом запуска будет, таким образом, стартовый этап. Небольшая группа проекта приступит к нескольким шагам данного этапа, чтобы оценить и собрать достаточно информации для точного определения стартовой позиции и глубины проекта. Отсюда следует, что этапы стратегии организации и архитектуры процессов общей схемы не реализуются в полном виде, а скорее используются лишь для получения определенной информации. Но обеспечение увязки со стратегией организации остается существенным фактором.

Если причина запуска проекта УБП – соблюдение требований законодательства, то проект должен рассматриваться со стратегической точки зрения. Если проект поддержан высшим руководством, то это скорее случай стратегически движимого подхода. Если же поддержки высшего руководства нет, это операционная инициатива.

Стратегия организации и архитектура процессов являются фундаментом любого проекта УБП. Чем глубже и крупнее проект, тем прочнее должен быть фундамент. Именно поэтому в проектах со стратегически движимым подходом на этапах стратегии организации и архитектуры процессов должны прилагаться более интенсивные усилия, чем в случае проекта с подходом операционной инициативы.

Однако независимо от того, как принимается решение о необходимости проекта УБП, следующее решение, которое должно быть принято организацией, связано с выбором типа проекта УБП.

Различают четыре сценария проектов УБП. Выбор одного из них определяется многими факторами, которые рассмотрены ниже.

Обычная работа

Этот сценарий выберет большинство зрелых в вопросах УБП организаций. Предприятия и бизнес-менеджеры полностью стоят на позициях организации, ориентированной на процессы, и проекты УБП – их обычная повседневная работа.

Рулевой

Данный сценарий случается на следующем уровне зрелости организации в вопросах УБП. Проектом «рулит» бизнес-менеджер, полностью владеющий информацией и целиком направленный на реализацию УБП организации или подразделения, за которое отвечает.

Пилотный проект

Ситуация полностью владеющего информацией бизнес-менеджера, который еще не совсем убежден в преимуществах УБП, но готов для начала попробовать его осуществление в небольшом масштабе.

Вне поля зрения

Этот сценарий характерен в наименее зрелых с позиции УБП организациях. Мало владеющий информацией бизнес-менеджер, пока не убежденный в преимуществах УБП и очень интересующийся (если интересующийся вообще) вопросами УБП в организации. Сценарий может оказаться проектом под видом совершенствования процессов, а УБП может вообще не упоминаться. Интересное наблюдение, связанное

с этим типом сценария состоит в том, что в некоторых организациях может быть реализованы несколько проектов УБП, но не привлечших необходимого внимания соответствующего руководства, чтобы взяться за широкомасштабное внедрение УБП.

Сценарий зависит от увлеченности и целеустремленности бизнес-менеджера. В этом смысле именно бизнес-менеджер, определяет стратегию бизнеса. Чем глубже он вовлечен в проект и сильнее убежден в нем, тем больше влияния может (и должен) оказать проект на организацию. Как только в организации полностью внедрено УБП (т. е. она ориентирована на процессы), все инициативы УБП, и небольшие и крупные, будут проектами по сценарию «обычная работа».

В завершении следует рассмотреть модель зрелости УБП. Предлагаемая модель состоит из пяти ступеней зрелости и разделяет различные уровни сложности инициатив УБП (рис. 3).

Ступень 1. Начальная

Организации на ступени 1 либо вообще не предпринимают усилий по внедрению УБП, либо эти усилия абсолютно не скоординированы и не структурированы. Как правило, в таких организациях могут проявляться сочетания следующих характеристик:

- некомплексные разовые подходы;
- разрозненные попытки (IT или бизнес);
- необобщенные подходы к используемой методологии, инструментарию и методам;
- ограниченный объем инициатив УБП;
- минимальное привлечение персонала;
- слабое использование опыта УБП извне;
- высокий уровень вмешательства вручную и «обходных» путей.



Рис. 3. Эволюция зрелости УБП

Ступень 2. Повторяемая

Организации на ступени 2 прошли стадию приобретения первого опыта УБП, пытаются выстроить способности и расширить контингент сотрудников, которые видят организацию с точки зрения процессов. Обычно такая организация обладает сочетанием следующих характеристик:

- первые документированные процессы;
- признание важности УБП;

- повышенное вовлечение исполнительного руководства и руководителей высшего ранга;
- одна главная цель обследования УБП;
- интенсивное использование простого моделирования процессов с простым хранилищем данных;
- начальные попытки применения структурированной методологии и общих стандартов;
- более интенсивное использование внешнего опыта УБП.

Ступень 3. Сформировавшаяся

Организации на ступени 3 обладают повышенным импульсом в стремлении развивать УБП-способности и расширять число сотрудников, считающих организацию перспективной в области развития УБП. Как правило, такая организация может характеризоваться следующими признаками:

- нацеленностью на ранние стадии процессного способа существования;
- использованием высокоразвитых инструментов (динамического моделирования, серверных приложений, многочисленных и распределенных пользователей);
- сочетанием разных методов и инструментов процессного управления (перестройки процессов, управления перечнем заданий и контроля рисков на основе процессов);
- более интенсивным применением технологий внедрения и донесения УБП до пользователей (например, строение процессов доступно пользователям через внутренний сайт организации);
- формальными сеансами обучения УБП;
- меньшей опорой на опыт извне.

Ступень 4. Управляемая

В организациях на ступени 4 УБП встроено в стратегическую структуру организации. Как правило, такая организация обладает комбинацией следующих характеристик:

- сформирован центр совершенствования управления процессами, который поддерживает стандарты;
- исследуются методы и технологии контроля бизнес-процессов;
- интегрированы ИТ и бизнес-перспективы в управление процессами;
- формально назначены должностные лица управления процессами;
- широко применяются методики и технологии;
- решены задачи интегрированного управления процессами;
- процессная ориентация является обязательной составляющей проектов;
- постоянно расширяются и укрепляются инициативы управления процессами;
- опора, в основном, на собственный опыт.

Ступень 5. Оптимизированная

В организации пятой ступени УБП является твердо встроенным внутренним стержнем стратегического и оперативного управления. Как правило, в такой организации проявляются следующие признаки:

- управление процессами – это часть деятельности менеджеров, их отчетности и показателей эффективности;
- широкое принятие и применение стандартных методов и технологий;
- единый общий для всей организации подход к управлению бизнес-процессами, который включает клиентов, поставщиков, дистрибьюторов и другие заинтересованные стороны;

- сложившееся управление циклом существования процессов;
- центр совершенствования бизнес-процессов утрачивает свою значимость и размах, поскольку управление процессами становится просто образом ведения бизнеса.

Фактическая оценка, выведенная при применении указанной модели, может быть получена на различных уровнях. Весь комплекс оценки может быть основан на анкете, частично структурированных собеседованиях с ключевыми заинтересованными сторонами УБП и оценке документации, относящейся к УБП (должностных инструкций и схем стимулирования, привязанных к процессам, а также моделей самих процессов).

К формальным методам оценки можно отнести методы, реализованные в линейке программных средств *ARIS* (более 30 продуктов) и основанные на методологии УБП, разработанной фирмой *IDS Scheer AG*.

Методология *ARIS* предполагает определенный подход к формализации информации о деятельности организации и представление ее в виде графических моделей, удобном для понимания и анализа. Модели, создаваемые по методологии *ARIS*, отражают существующую ситуацию с той или иной точки зрения. Степень детализации описания зависит от целей проекта, в рамках которого проводится моделирование. Модели *ARIS* могут быть использованы для анализа и выработки различного рода решений по реорганизации деятельности предприятия, в том числе по внедрению информационной системы управления, разработке систем менеджмента качества и др.

Методология *ARIS* реализует принципы структурного анализа и позволяет определить и отразить в моделях основные компоненты организации, протекающие процессы, производимую и потребляемую продукцию, используемую информацию, а также выявить взаимосвязи между ними.

Создаваемые модели представляют собой документированную совокупность знаний о системе управления, включая организационную структуру, бизнес-процессы, взаимодействия между организацией и субъектами рынка, состав и структуру документов, последовательность шагов процессов, должностные инструкции отделов и их сотрудников. В отличие от других подходов, методология *ARIS* предполагает хранение всей информации в едином репозитории, что обеспечивает целостность и непротиворечивость процесса моделирования и анализа, а также позволяет проводить верификацию моделей.

К основным преимуществам методологии *ARIS* относятся:

- возможность рассматривать объект с разных точек зрения;
- различные уровни описания, обеспечивающие поддержку концепции жизненного цикла систем;
- дифференцированный взгляд на анализируемый объект (организацию, систему управления и т. д.);
- богатство методов моделирования, отражающих различные аспекты исследуемой предметной области и позволяющее моделировать широкий спектр систем (организационно-технических, технологических и др.);
- единый репозиторий, в котором все модели и объекты создаются и хранятся в единой базе проекта, что обеспечивает построение интегрированной и целостной модели предметной области;
- возможность многократного применения результатов моделирования;
- поддержка и сопровождение моделей, обеспечивающая информационное обеспечение инжиниринга и реинжиниринга бизнес-процессов.

Основной инструментальной системой, реализующей методологию *ARIS*, в линейке продуктов, является *ARIS Business Architect*. Эта система предназначена для визуального представления процессов функционирования различного рода организаций, а также для анализа их деятельности по различным показателям. Целью такого анализа является определение требуемых характеристик, реформирование организационной структуры, функций, бизнес-процессов, используемых данных. Кроме того, в рамках среды *ARIS Business Architect* имеется возможность определить требования к автоматизированной системе управления и провести ее проектирование.

В *ARIS Business Architect* реализовано более 100 типов моделей, более 200 типов объектов, более 400 типов связей. В набор моделей входят модели, которые создаются для анализа по методике сбалансированной системы показателей, функционально-стоимостного анализа, для оценки ресурсно-временных параметров на основе имитации и др.

Список использованных источников:

1. Управление бизнес-процессами от моделирования до мониторинга с использованием продуктов WebSphere V6 / [Вали У. и др.]. – М.: IBM Corp., 2006. – 423 с.
2. Джестон Дж. Управление бизнес-процессами. Практическое руководство по успешной реализации проектов: пер. с англ. / Дж. Джестон, Й. Нелис. – СПб.: Символ-Плюс, 2008. – 512 с.
3. Кукушкин А. А. Системный анализ в управлении / А. А. Кукушкин. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 368 с.
4. Шеер А. В. Бизнес-процессы. Основные понятия. Теория. Методы / А. В. Шеер. – М.: Весть-МетаТехнология, 1999. – 254 с.

Турмухамбетова Г. А., к. э. н. Байбулекова Л. А.

АО «Альянс Банк» в г. Актобе, Республика Казахстан

ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БАНКА

Маркетинг (от английского market – рынок) – комплексная система организации услуг, ориентированная на удовлетворение потребностей конкретных потребителей и получение прибыли на основе исследования и прогнозирования рынка, изучения внутренней и внешней среды банка, разработки стратегии и тактики поведения на рынке с помощью маркетинговых программ.

В этих программах заложены мероприятия по улучшению услуг и его ассортимента, изучению потребителей, конкурентов и конкуренции, по обеспечению ценовой политики, формированию спроса, стимулированию сбыта и рекламе, расширения ассортимента предоставляемых услуг [24, с. 74].

Маркетинг как порождение рыночной экономики является в определенном смысле философией производства, полностью (от научно-исследовательских и проектно-конструкторских работ до сбыта и сервиса) подчиненной условиям и требованиям рынка, находящимся в постоянном динамическом развитии под воздействием широкого спектра экономических, политических, научно-технических и социальных факторов.

Банки рассматривают маркетинг как средство для достижения целей, фиксированных на данный период по каждому конкретному рынку и его сегментам, с наивысшей экономической эффективностью. Однако это становится реальным тогда, когда банк располагает возможностью систематически корректировать свои планы в соответствии

с изменениями рыночной конъюнктуры, маневрировать собственными материальными и интеллектуальными ресурсами, чтобы обеспечить необходимую гибкость в решении стратегических и тактических задач, исходя из результатов маркетинговых исследований. При этих условиях маркетинг становится фундаментом для долгосрочного и оперативного планирования производственно-коммерческой деятельности банка, а эффективное управление маркетингом – важнейшим элементом системы управления банком. Таким образом, становится ясно, что маркетинг представляет собой процесс планирования и воплощения замысла, ценообразование, продвижение и реализацию идей, услуг, удовлетворяющего цели отдельных лиц и организаций.

Маркетинговая деятельность должна обеспечить:

- надежную, достоверную и своевременную информацию о рынке, структуре и динамике конкретного спроса, о предпочтениях клиентов банка, то есть информацию о внешних условиях функционирования фирмы;
- создание таких услуг, набора услуг (ассортимента), который более полно удовлетворяет требованиям рынка, чем услуги конкурентов;
- необходимое воздействие на потребителя, на спрос, на рынок, обеспечивающее максимально возможный контроль сферы реализации.

Методы маркетинговой деятельности заключаются в том, что проводятся:

- анализ внешней (по отношению к предприятию) среды, в которую входит не только рынок, но и политические, социальные, культурные и иные условия. Анализ позволяет выявить факторы, содействующие коммерческому успеху или препятствующие ему.

- анализ потребителей, как реальных, так и потенциальных. Данный анализ заключается в исследовании демографических, экономических, социальных, географических и иных характеристик людей, принимающих решение о покупке, а также их потребностей в широком смысле этого понятия и процессов приобретения ими как нашего, так и конкурирующих товаров;

- изучение существующих и планирование будущих услуг, то есть разработка концепций создания новых услуг и/или модернизации старых, включая их ассортимент и параметрические ряды и т. д.

- планирование обслуживания, включая создание, при необходимости, соответствующих собственных филиалов;

- обеспечение формирования спроса и стимулирование сбыта путем комбинации рекламы, личной продажи, престижных некоммерческих мероприятий и разного рода материальных стимулов, направленных на конкретных получателей услуг, агентов;

- обеспечение ценовой политики, заключающейся в планировании систем и уровней цен на предоставляемые услуги, определении «технологии» использования цен, кредитов, скидок и т. п.

- управление маркетинговой деятельностью (маркетингом) как системой, то есть планирование, выполнение и контроль маркетинговой программы и индивидуальных обязанностей каждого участника работы банка, оценка рисков и прибылей, эффективности маркетинговых решений.

Субъекты маркетинга включают банки, специалистов по маркетингу и различных потребителей.

По многим причинам субъект не берет на себя выполнение всех маркетинговых функций. Ведь многие банки не располагают достаточными финансовыми ресурсами для прямого маркетинга. Порой банк не хочет или не может выполнять определенные функции, поэтому и нет специалистов по маркетингу. Для других услуг уже существуют отработанные методы реализации, и обойти их трудно.

Служба маркетинга в банке – это функциональное важнейшее звено в управлении банком, которое совместно с другими службами создаёт единый интегрированный процесс, направленный на удовлетворение запросов рынка и получение на этой основе прибыли.

В современных концепциях маркетинга видны усилия банков по обеспечению долговременной прибыли, в новых условиях экономического развития, отличающиеся быстрым процессом научно – технической революции, ростом потребностей, расширением ассортимента услуг, нововведениями в технологии, колебаниями и неустойчивостью рынка, появлением новых видов деятельности.

В самом широком смысле, маркетинг – это организация управления банком в области стратегического планирования, направленного на удовлетворение заказов потребителей, получение прибыли и как следствие повышение конкурентоспособности банка.

Современный маркетинг в первую очередь ориентируется на запросы рынка, приспособляя для этого предложение услуг банками. Задачей маркетинга становится не только ориентация на получение услуг, но и всестороннее изучение потребностей и возможностей потребителей. Эти выявленные потребности становятся исходным пунктом всех принимаемых в банке решений и действий. Такое понимание маркетинга делает его не частной функцией банка, реализуемой отделом сбыта, а интегрированной концепцией управления банком в целом.

Процесс эффективного управления маркетингом в банке как фактором повышения конкурентоспособности банка должен удовлетворять четырем критериям:

1. Предоставлять выгоды для потребителей. Потребители рассматривают отличие как предлагающее им существенную выгоду или блага.
2. Уникальность. Предоставляемые выгоды или блага невозможно получить у других поставщиков.
3. Устойчивость. Преимущество должно быть невоспроизводимо конкурентами.
4. Прибыльность для банка. Банк предлагает услуги, структура цены, затраты и объем которых позволяют получать прибыль.

Процесс управления системой маркетинга в области повышения конкурентоспособности банка начинается с выявления тех благ и выгод, которые особенно высоко оцениваются потребителями. Ценность для потребителей – это полезность или полное удовлетворение, которое они получают при использовании.

Управление маркетингом в банке создает ценность для потребителей, увеличивая полезность услуг (предлагая услуги, по характеристикам превосходящие услуги конкурентов), уменьшая цену или сокращая другие издержки. Высокие издержки уменьшают полезность товара, низкие издержки – повышают привлекательность предложения.

Помимо предложения высокой ценности для потребителей, конкурентные преимущества должны быть выгодны и для самого банка. Прибыль от реализации услуги выражается простым уравнением.

Существуют три основных способа повышения конкурентоспособности банковских услуг на основе управления маркетингом:

1. Маркетинг банка находит пути увеличения полезности без соответствующего роста издержек.
2. Снижение издержек при сохранении уровня полезности.
3. Банк занимает новое положение на рынке и выходит на другие уровни полезности и цены. Характеристика основных этапов принятия маркетинговых решений в предпринимательстве представлена в табл. 1.

**Таблица 1. Характеристика основных этапов
принятия маркетинговых решений в банковском бизнесе**

Название этапа	Характеристика этапа	Ответственные
Осознание и предвидение проблемы	Экспресс-диагностика внешней и внутренней среды банка	Менеджер
Формулировка проблемы	Постановка целей и задач решения проблемы; оценка альтернатив достижения цели	Менеджер
Подготовка решения	Сбор, анализ, обработка информации; выявление возможных стратегий действия; оценка стратегий действия поставленными целями	Маркетолог
Принятие решения	Выбор стратегии действия	Менеджер
Контроль за реализацией принятого решения	Оценка изменений во внешней и внутренней среде банка; анализ хода реализации стратегии; корректировка стратегии	Маркетинг-менеджер, маркетолог

Примечание: составлена на основе источника [1].

Как видно из табл. 1 маркетинговые решения взвешены и продуманны. Они базируются на всестороннем, доскональном изучении существующей проблемы. Вследствие этого маркетинговые решения являются последовательными и системно ориентированными, дисциплинированными и структурированными.

Одна из задач службы маркетинга банка – создание устойчивых отличительных преимуществ, помогающих завоевать симпатии покупателей. Устойчивое отличительное преимущество. УОП – это отличие в выгодную сторону предложения одного банка, от предложения банка-конкурента, благодаря которому потребители целевых рынков делают выбор в его пользу. Преимущества достигаются благодаря созданию услуг по характеристикам или уровню соответствующего обслуживания, превосходящих услуги конкурентов или предлагаемых по более низким ценам. Когда удастся создать УОП, банк завоевывает большую долю рынка, получает высокую прибыль и имеет возможность атаки конкурентов.

А реклама и средства массовой информации помогают сформировать, прояснить и усилить имидж банка, который стремится представить банк. Реклама и мероприятия по продвижению ускоряют процесс признания реальных преимуществ услуг банка. С их помощью происходит знакомство потребителей с предложением. Они помогают понять его и в конечном итоге поверить ему. К средствам, способствующим передаче и укреплению имиджа, относятся логотипы, цвет, личные заверения, выставки, мероприятия по связям с общественностью и специальные события.

Имидж банка или его марки должен быть основным источником отличительного преимущества. Многочисленные эксперименты во многих областях производства доказали, что в ходе «слепых испытаний» потребители не в состоянии отличить одну модификацию товара (услуги) от другой. Однако, как только товару (услуге) присваивается известное имя его производителя или марка, они не только выберут именно его, но и будут готовы заплатить более высокую цену. Сложившийся имидж товара (услуги) вызывает у потребителей чувство уверенности в нем, в социально-психологической полезности марки или в ее экономической эффективности.

Социально-психологическая уверенность потребителей формируется в тех случаях, когда, приобретая товары (услуги) определенной марки, покупатель утверждает

в своей социальной среде. Экономический аспект уверенности потребителей достигается, когда марка или имя банка создают имидж надежности, качества или ценности.

Процесс управления маркетингом в банке должен постоянно изыскивать пути снижения издержек без уменьшения полезности услуг. Некоторые теоретики стратегии утверждают, что перед банком всегда открыты две возможности: конкуренция, основанная на издержках, и конкуренция, основанная на дифференцировании. Однако этот выбор является искусственным. Сегодня банку необходим как низкий уровень издержек, так и дифференцирование, нацеленное на повышение полезности. Невысокие издержки помогают банку создать конкурентное преимущество либо путем снижения цены услуг, либо с помощью инвестиций в услуги, персонал или в улучшение имиджа.

Для управления маркетингом и принятия маркетинговых решений кроме информации необходимы и определенные базовые знания, которыми должен обладать руководитель и маркетинг-менеджер. Эти знания формируются из нескольких компонентов: образование, опыт и мотивация. Следует пояснить, что опыт – это не только стаж работы в области маркетинга, хотя это тоже, безусловно, важно. Необходимо использовать и изучать опыт других фирм в решении подобных проблем или знать какие методы они применяют. Подход к планированию деятельности банка всё более широко проникает во все сферы бизнеса, маркетинга и менеджмента. Его применение способствует более обоснованному, взвешенному принятию маркетинговых решений. В современном банковском бизнесе принятие маркетинговых решений и управление маркетингом в целом, может стать важным конкурентным преимуществом. Банки могут опередить своих конкурентов за счет: принятия лучших решения; более быстрого принятия решения; более эффективного внедрения принятых решений.

Список использованных источников:

1. Фатхутдинов Р. А. Стратегический маркетинг: учебник / Р. А. Фатхутдинов. – М.: ЗАО «Бизнес-школа, Интел-Синтез», 2000. – 640 с.
2. Герасименко В. В. Основы маркетинга / В. В. Герасименко. – М.: ТМС, 2005. – С. 111–112.
3. Герчикова И. Н. Менеджмент / И. Н. Герчикова. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 763 с.
4. Гузков И. Тенденции изменения конкурентоспособности продукции / И. Гузков, Н. Типова // Маркетинг. – 2003. – № 1. – С. 20–34.

Питання фінансово-кредитної системи

К. э. н. Вафин Э. Я.

*Отделение Пенсионного Фонда Российской Федерации
по Республике Татарстан, г. Казань*

ИСПОЛНЕНИЕ БЮДЖЕТА ПЕНСИОННОГО ФОНДА РФ ФЕДЕРАЛЬНЫМ КАЗНАЧЕЙСТВОМ

С 1 января 2014 года планируется осуществление кассового обслуживания исполнения бюджетов государственных внебюджетных фондов Российской Федерации, и в том числе бюджета Пенсионного фонда, Федеральным казначейством [2]. В рамках подготовки в 2012 году осуществлены следующие мероприятия:

1. Разработка плана мероприятий Федерального казначейства и Пенсионного фонда Российской Федерации, направленных на перевод с 1 января 2014 года на кассовое обслуживание исполнения бюджета Пенсионного фонда Российской Федерации Федеральным казначейством.

2. Подготовка и направление предложений по внесению изменений в Бюджетный кодекс Российской Федерации в части кассового обслуживания бюджетов государственных внебюджетных фондов Российской Федерации Федеральным казначейством.

3. Разработка, согласование, направление, утверждение Приказов об открытии и ведении лицевого счета ГВФ и о кассовом обслуживании исполнения бюджетов ГВФ.

4. Проведение совещаний Федерального казначейства и Пенсионного фонда Российской Федерации по вопросам кассового обслуживания исполнения бюджета Пенсионного фонда Российской Федерации Федеральным казначейством.

Федеральным казначейством планируются следующие мероприятия по переводу в 2013 году на кассовое обслуживание исполнения бюджета территориального государственного внебюджетного фонда территориальным органом Федерального казначейства [3].

1. Представление документов для открытия территориальному органу Федерального казначейства (далее – орган Федерального казначейства) в учреждении Центрального банка Российской Федерации (далее – учреждение Банка России) счета на балансовом счете № 40404;

2. Открытие органу Федерального казначейства в учреждении Банка России счета на балансовом счете № 40302 «Средства, поступающие во временное распоряжение»;

3. Представление документов для открытия органу Федерального казначейства в учреждении Банка России счета № 40116 «Средства для выплаты наличных денег и осуществления расчетов по отдельным операциям»;

4. Направление разъяснений Федеральным казначейством об особенностях обеспечения наличными денежными средствами получателей бюджетных средств территориального государственного внебюджетного фонда;

5. Утверждение органом Федерального казначейства документа, определяющего порядок и условия обмена информацией между органом управления территориальным государственным внебюджетным фондом и органом Федерального казначейства при кассовом обслуживании исполнения бюджета территориального государственного внебюджетного фонда и согласование его с органом управления территориальным государственным внебюджетным фондом;

6. Заключение соглашения между органом Федерального казначейства и органом управления ТГВФ, в случае передачи органу Федерального казначейства отдельных функций по исполнению бюджета территориального государственного внебюджетного фонда;

7. Представление в орган Федерального казначейства Перечня участников бюджетного процесса;

8. Представление участниками бюджетного процесса бюджета территориального государственного внебюджетного фонда в орган Федерального казначейства документов для открытия соответствующих лицевых счетов;

9. Установка органу управления ТГВФ, участникам бюджетного процесса прикладного программного обеспечения по электронному документообороту;

10. Заключение органом Федерального казначейства Договора об обмене электронными документами с органом управления ТГВФ и участниками бюджетного процесса, выдача сертификатов электронной подписи;

11. Проведение тестирования ППО в части возможности обмена тестовыми электронными документами и обучение сотрудников органа управления ТГВФ, участников бюджетного процесса;

12. Перечисление остатков средств с закрываемых ТГВФ в учреждениях Банка России и кредитных организациях счетов на балансовом счете № 40404 (№ 40302) на счет № 40404 (№ 40302), открытый органу Федерального казначейства в учреждении Банка России;

13. Представление участниками бюджетного процесса Справок о финансировании и кассовых выплатах;

14. Перечисление средств, ошибочно зачисленных на счет N 40404 (№ 40302) ТГВФ, на счет № 40404 (№ 40302) органа Федерального казначейства;

15. Закрытие органом управления ТГВФ счетов в учреждениях Банка России и кредитных организациях;

16. Представление участниками бюджетного процесса бюджета ТГВФ в орган Федерального казначейства документов по доведению бюджетных данных;

17. Представление органом управления ТГВФ, участниками бюджетного процесса в орган Федерального казначейства платежных документов для осуществления кассовых выплат;

18. Представление органом Федерального казначейства информации в соответствии с Регламентом.

На сегодняшний день Федеральным казначейством разработан проект приказа «О порядке кассового обслуживания исполнения бюджетов территориальных государственных внебюджетных фондов» и разрабатывается совместно с Федеральным фондом ОМС подробный план мероприятий, направленных на перевод в 2013 году территориальных фондов ОМС на кассовое обслуживание в органы Федерального казначейства.

Проект приказа Федерального казначейства «О порядке кассового обслуживания исполнения бюджетов территориальных государственных внебюджетных фондов» (далее – проект Приказа) подготовлен на основании статей 148 и 166.1 Бюджетного кодекса Российской Федерации (Собрание законодательства Российской Федерации, 1998, № 31, ст. 3823; 2005, № 1, ст. 8; 2007, № 18, ст. 2117; 2010, № 19, ст. 2291; 2012, № 31, ст. 4317) [1] и направлен на перевод с 1 января 2013 года по 31 декабря 2013 года на кассовое обслуживание исполнения бюджетов территориальных государственных внебюджетных фондов органами Федерального казначейства и исполнение Федеральным казначейством государственной функции по кассовому обслуживанию исполнения бюджетов территориальных государственных внебюджетных фондов [3].

Основные положения порядка кассового обслуживания исполнения бюджетов территориальных государственных внебюджетных фондов предусматривают:

- порядок учета операций по кассовым поступлениям в бюджет территориального государственного внебюджетного фонда и по кассовым выплатам из бюджета территориального государственного внебюджетного фонда;

- основания для проведения операций при осуществлении кассового обслуживания исполнения бюджета территориального государственного внебюджетного фонда;

- предоставление органом Федерального казначейства информации об операциях по кассовому обслуживанию исполнения бюджета территориального государственного внебюджетного фонда;

- организацию работы органов Федерального казначейства с участниками бюджетного процесса, осуществляющими бюджетные полномочия по исполнению бюджета территориального государственного внебюджетного фонда.

При казначейском исполнении бюджета должно сократиться число банковских счетов, открытых органам федерального казначейства. Это позволит минимизировать финансовые потоки среди участников бюджетного процесса и повысить качество управления государственными финансовыми ресурсами.

Список использованных источников:

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации. Части первая, вторая, третья. – М.: Экзамен, 2004.
2. О негосударственных пенсионных фондах (в редакции Федеральных законов от 12.02.2001 № 18-ФЗ, от 21.03.2002 № 31-ФЗ, от 10.01.2003 № 14-ФЗ, от 02.12.2004 № 155-ФЗ, от 09.05.2005 № 48-ФЗ, от 16.10.2006 № 160-ФЗ, от 06.12.2007 № 334-ФЗ, от 30.04.2008 № 55-ФЗ): Федеральный закон от 07.05.1998 г. № 75-ФЗ // Российская газета. – 1998. – № 90.
3. Материалы официального сайта Федерального казначейства РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.roskazna.ru>

Стасенок А. Н.

*Саратовский государственный социально-экономический университет,
Российская Федерация*

КЛАССИФИКАЦИЯ КРЕДИТНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Вопрос о сущности кредитных отношений достаточно подробно исследован в современной экономической литературе. Наиболее часто кредитные отношения определяются как отношения между кредиторами и заемщиками по поводу возвратного движения ссуженной стоимости. Вопрос о классификации кредитных отношений в экономической литературе практически не поднимался, что, на наш взгляд, ограничивает научное представление об их сущности и в этой связи делает рассмотрение данного вопроса особо актуальным.

По нашему мнению, целесообразно выделить 5 критериев классификации кредитных отношений (табл. 1).

Таблица 1. Классификация кредитных отношений

Критерии классификации	Разновидности кредитных отношений
Степень регулируемости	Нерегулируемые Регулируемые
Участие посредников	Без участия посредников С участием посредников
Степень развития	Неразвитые Развитые
Состав субъектов	Отношения физических лиц Отношения юридических лиц Отношения юридических и физических лиц
Степень распространения	Внутри страны За пределами страны

Охарактеризуем выделяемые разновидности кредитных отношений более подробно.

В зависимости от **степени регулируемости** выделяются нерегулируемые и регулируемые кредитные отношения.

Нерегулируемые кредитные отношения предполагают отсутствие регулирующего воздействия на отношения извне. Все условия возникновения, реализации и окончания кредитных сделок определяются исключительно субъектами кредитных сделок – кредиторами и заемщиками.

Такой тип кредитных отношений характерен для начального этапа их развития, когда не существовало органов регулирования кредитной сферы (например, центрального банка) и соответствующего законодательства. Примером нерегулируемых кредитных отношений в настоящее время можно считать дружеский (частный, личный) кредит.

Регулируемые кредитные отношения предполагают их регулирование извне. В данном случае в стране должны действовать органы регулирования кредитной сферы и иметься соответствующее законодательство, защищающие экономические интересы кредиторов и заемщиков, устанавливающие требования к допуску кредиторов на кредитный рынок, их регистрацию, регулирование и контроль за их деятельностью.

В зависимости от **участия посредников** выделяются кредитные отношения без участия посредников и с участием посредников.

Кредитные отношения *без участия посредников* предполагают отношения между кредиторами и заемщиками без их взаимодействия с какими-либо посредниками, содействующими возникновению, реализации и успешному окончанию кредитной сделки. Такой тип кредитных отношений характерен для начального этапа их развития. Отсутствие специализированных посредников сдерживало развитие кредитных отношений, поскольку:

- 1) кредиторы и заемщики зачастую не знали о наличии друг друга;
- 2) недостаток экономической информации о заемщике приводил к неверной оценке его кредитоспособности кредитором;
- 3) недостаток информации о кредиторах ограничивал для заемщиков выбор наиболее оптимального для них варианта получения кредита;
- 4) отсутствие специализированных оценочных организаций приводило к неверной оценке объекта залога, предлагаемого заемщиками по испрашиваемому кредиту. У кредиторов возникали определенные проблемы с хранением заложенного имущества и учетом прав на него;
- 5) отсутствовали гарантии минимизации кредитных рисков для кредиторов;
- 6) экономические интересы кредиторов и заемщиков, их права и обязательства в кредитных сделках не были закреплены законодательно.

Создание специализированных посредников в лице институтов кредитной инфраструктуры (информационной, гарантийной, залоговой и правовой) позволило решить вышеназванные проблемы. Таким образом были сформированы и получили широкое развитие кредитные отношения *с участием посредников*.

В зависимости от **степени развития** выделяются кредитные отношения неразвитые и развитые.

Неразвитые кредитные отношения функционируют либо на начальном этапе их развития, либо в условиях плановой (административно-командной) модели управления экономикой.

Для начального этапа развития кредитных отношений характерно функционирование фактически только одной формы кредита – ростовщического кредита и значительная зависимость заемщиков от условий предоставления кредитов кредиторами. Для плановой (административно-командной) модели управления экономикой характерно функционирование ограниченного количества форм и видов кредита, ограниченного количества кредитных организаций, отсутствие конкуренции между ними, низкое качество оказываемых ими кредитных услуг. В частности, в бывшем СССР отсутствовали коммерческий и лизинговый кредиты, все кредитные учреждения были государственными, между ними не существовало конкуренции, количество и качество предоставляемых ими кредитных услуг были несопоставимы с количеством и качеством кредитных услуг в странах с развитой рыночной экономикой.

Развитые кредитные отношения функционируют в условиях рыночной экономики. Они характеризуются широким развитием всех форм и видов кредита, широкой вовлеченностью экономических субъектов в кредитные отношения, наличием широкой сети кредитных организаций различных форм собственности и развитой конкуренции между ними, наличием развитых институтов кредитной инфраструктуры, содействующих эффективному функционированию кредитных отношений. Для данного типа кредитных отношений необходимо обеспечить стабильную социально-экономическую ситуацию в стране и минимальный уровень инфляции.

В зависимости от **состава субъектов** выделяются кредитные отношения физических лиц, кредитные отношения юридических лиц и кредитные отношения юридических и физических лиц.

Кредитные отношения физических лиц предполагают участие в кредитной сделке в роли кредиторов и заемщиков только физических лиц. В данном случае кредитные отношения функционируют в форме дружеского (частного, личного) кредита. Кредит предоставляется и погашается в денежной форме в относительно небольших суммах. Характерными чертами данных кредитных отношений являются следующие: ссудный процент устанавливается в меньшей сумме, чем в банках, в некоторых случаях не взыскивается; кредитный договор не заключается, чаще используется долговая расписка, однако и она зачастую не применяется. Срок такого кредита не является жестким, чаще всего бывает условным.

В кредитных отношениях юридических лиц в роли кредиторов и заемщиков могут выступать практически все хозяйствующие и финансовые структуры. Кредит может предоставляться как в денежной форме (банковский кредит), так и в товарной форме (коммерческий и лизинговый кредиты). В отличие от кредитных отношений физических лиц кредитные отношения юридических лиц характеризуются следующими особенностями: значительная сумма кредита, наличие солидного обеспечения по испрашиваемому кредиту, обязательное заключение кредитного договора, уплата процента за пользование ссудой, четкая фиксация срока кредитного договора.

Особенностью *кредитных отношений юридических и физических лиц* является то, что в них юридические и физические лица могут выступать как в роли кредиторов, так и в роли заемщиков. Выступая в роли заемщика, физические лица могут получать ссуды в денежной форме от кредитных организаций и в товарной форме от предприятий торговой сети. Выступая в роли кредитора, физические лица сами предоставляют временно свободные денежные средства кредитным организациям и государству (например, путем покупки государственных ценных бумаг). В данных кредитных отношениях кредитные сделки документально оформляются, а заемщик – физическое лицо должен обладать каким-либо обеспечением или источником будущего дохода.

В зависимости от **степени распространения** выделяются кредитные отношения внутри страны и за пределами страны.

Кредитные отношения *внутри страны* представляют собой совокупность всех форм и видов кредита, действующих на территории данного государства. Они регулируются нормами действующего в стране законодательства о кредитной сфере.

Кредитные отношения *за пределами страны* представляют собой совокупность всех форм и видов кредита, действующих на мировом рынке ссудного капитала. Они регулируются международными конвенциями, требованиями и традициями международного кредитования, межгосударственными соглашениями. Помимо юридических и физических лиц, в данные отношения вовлечены правительства государств, а также

специализированные международные финансово-кредитные институты (например, Международный валютный фонд).

По нашему мнению, представленная классификация дает более детальное представление о сущности кредитных отношений.

Сундукова О. А.

*Саратовский государственный социально-экономический университет,
Российская Федерация*

ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ СТРУКТУРИРОВАННЫХ ПРОДУКТОВ НА РОССИЙСКОМ ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ

Структурированный продукт представляет из себя комбинацию финансового продукта, сочетающую в себе рисковую и безрисковую составляющие в пропорциях, установленных в момент выпуска, имеющий заранее определенный коэффициент участия инвестора и выпускаемый эмитентами в целях удовлетворения собственных хозяйственных потребностей [1]. Та часть средств инвестора, которая инвестируется в безрисковые активы (классический срочный депозит, долговые ценные бумаги) носит название гарантированная часть продукта, так как по ней существует гарантия возврата основной суммы, а также накопленного процента. Возврат оставшейся части средств инвестора (деривативной части) не гарантируется ни эмитентом продукта (банком, инвестиционной компанией), ни государством.

Главной особенностью структурированных продуктов является их двойственная природа [2]. Данная особенность проявляется в том, что структурированные продукты, с одной стороны, обладают свойствами долговых инструментов (привлекаются на заранее известных условиях), а с другой – обладают свойствами финансовых продуктов (не имеют гарантированной доходности, связаны с повышенным риском и пр.).

Структурированные продукты эмитируются как инвестиционными компаниями, так и коммерческими банками. Инвестиционные компании при конструировании данного вида продуктов в качестве гарантированной части используют долговые инструменты, обращающиеся на фондовом рынке (облигации), а в качестве деривативной части – фьючерсы, опционы и их комбинации. Коммерческие банки включают в структуру данных продуктов чаще всего классические срочные депозиты, а также инструменты фондового рынка, не имеющие гарантированной доходности (ценные бумаги, деривативы, различные расчетные показатели – индексы, курсы валют, драгоценных металлов и пр.).

Структурированные продукты имеют следующие отличительные особенности:

- комбинированная структура, предполагающая разделение инструмента на рисковую и безрисковую составляющие;
- производность доходности от некоторой величины (ценовой, индексной и пр.);
- наличие коэффициента участия, следствием чего является либо частичная вовлеченность всей инвестируемой суммы, либо наличие финансового рычага;
- наличие у эмитента структурированного продукта кредитного риска;
- цель выпуска структурированных продуктов в первую очередь определяется потребностями эмитента и только во вторую – запросами инвесторов.

Помимо задач по формированию ресурсной базы, решаемых финансовыми организациями в ходе эмиссии структурированных продуктов, их применение обуславливается рядом иных факторов:

1) конкуренция со стороны других финансовых институтов (инвестиционных компаний и банков). Ввиду ограничений ценовых способов конкуренции, на первый план выходят иные методы, а именно – разработка и внедрение новых продуктов, в том числе удовлетворяющих специфические потребности потенциальных инвесторов, а также создание эффективной системы управления качеством структурированных продуктов. Создание и продвижение структурированных продуктов является одним из наиболее значимых элементов конкуренции между финансовыми организациями;

2) диверсификация услуг. В России создан благоприятный климат для развития рынка структурированных продуктов. Так, инвестиционные компании имеют накопленный положительный опыт продвижения на рынке услуг доверительного управления активами. Коммерческие банки имеют опыт работы на разнообразных сегментах финансового рынка и отсутствуют прямые законодательные препятствия для их проникновения на рынки высокорисковых финансовых инструментов, наполняющих банковские структурированные депозиты;

3) повышение финансовой грамотности российского населения. Растущая финансовая грамотность населения (наличие навыков управления личными финансами, инвестиционными рисками и их страхования, базовых знаний в области организации рынка ценных бумаг и операций на финансовых рынках, налогообложения и пр.) позволяет инвестировать денежные средства во все более сложные финансовые продукты, в том числе и структурированные;

4) необходимость развития финансового рынка. В состав структурированных продуктов входят инструменты разнообразных сегментов финансового рынка. Соответственно, повышение ликвидности, капитализации финансового рынка, расширение спектра инструментов – эти и иные задачи развития российского финансового рынка обуславливают необходимость развития рынка структурированных продуктов;

5) удовлетворение потребностей клиентов. Качество структурированного продукта зависит от процесса сравнения инвестором его ожиданий качества данного продукта до его потребления с восприятием качества продукта в момент и после его потребления. Восприятие качества структурированного продукта происходит по двум главным аспектам: качественный (который, в свою очередь подразделяется на технический аспект качества и функциональный аспект качества) и количественный. Качественный аспект определяется качеством обслуживания и надежностью (финансовой устойчивостью, гарантиями) финансовой организации – эмитента структурированного продукта. К количественному аспекту структурированного продукта относятся ассортимент продуктов и их потребительские свойства (тарифы, ставки, сроки, максимальный риск и пр. условия продукта). Для удовлетворения потребностей инвесторов и достижения целей финансовых организаций и количественные, и качественные характеристики структурированных продуктов следует постоянно измерять, оценивать и корректировать в соответствии с запросами потребителей, состоянием макроэкономики и финансового рынка, а также с потребностями эмитента продукта.

Список использованных источников:

1. Бородач Ю. В. Структурированные финансовые продукты: инновации или plain vanilla? / Ю. В. Бородач, Ю. В. Кулаков // Вестник Тюменского государственного университета. – 2010. – № 4.
2. Литвиненко Д. А. Анализ структурированных продуктов российского финансового рынка / Д. А. Литвиненко // Вестник Ростовского государственного экономического университета. – 2010. – № 1.

PhD Drozd N. V.

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

CURRENT ISSUES ON SOVEREIGN WEALTH FUNDS

Despite magnitude of necessary funding for sustainable economic growth, it can be mobilized through prudent public policy and innovative financing mechanisms. However, these flows are not big enough when compared with necessary funds to be mobilized as soon as possible to implement concept of sustainable development under global scale. Necessary resources for this transformation are concentrated through management of long-term investors, especially public financial institutions, development banks, sovereign wealth funds, some pension funds and insurance companies whose obligations are not limited to short-term activities.

Given relevance of research activities of sovereign wealth funds and their cooperation with national economy in terms of increased volatility of global capital flows, many foreign and domestic economists have devoted their work to given area, including I. Akhmadov, S. Boldin, A. Kapelen, J. Lyons, O. Lapko, O. Lyubkina, I. Lytiy, F. Mauro, N. Fernandez, G. Shmarlovska. This issue is widely studied by international financial institutions and their academic departments.

Scientific literature and recent studies on sovereign wealth funds have focused on transparency issues for public accounts and external operations, funds for different purposes and approaches to risk long-term investment horizon, and emphasis on returns instead of liquidity for balance of payments purposes. In particular, there remain questions about potential impact of asset allocation and strategic investment on international capital flows and asset prices.

Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) claims that sovereign wealth funds, essentially, are public investment mechanisms, owned by government, and funded in foreign currency assets [5].

Part of the funds may be invested in national economy. Sovereign wealth fund's investing involves higher level of profitability compared with state reserves and, consequently, higher risk. Organizational form is available in form of fund or investment corporation.

Rapid accumulation of foreign assets by several countries has led to an increase in number and size of sovereign wealth funds. Guiding objectives of their activities should be as follows:

- 1) contribute to maintaining stability of global financial system and free flow of capital and investment;

- 2) comply with all regulatory requirements and disclosure requirements in countries where they invest;

- 3) investment based on economic and financial risk and profitability considerations;

- 4) maintain transparency and strong governance structure that provides for adequate operational controls, risk management and accountability [3].

In order to guarantee implementation of the above principles, it is necessary to provide constructive cooperation with recipient countries for sovereign wealth funds investments. The most important of these are professional investment purposes in accordance with their investment policy.

Robust governance structure that ensures distribution functions of owner, governing body(ies) and leadership, promote operational independence in management of sovereign wealth funds for investment decisions and investment operations without political influence.

Clear investment policy demonstrates commitment of sovereign wealth funds with sequential plan and investment practice. In addition, strong management risk contributes to reliability of investment operations for sovereign wealth funds and their accountability [4].

They believe that sovereign wealth funds traditionally support only long positions, ie follow strategies of asset purchase storage without opening short positions and may not conduct any transactions with borrowing or direct lending. Obviously, they have long investment time horizons and, like other long-term investors, they are ready to enter market in periods of asset prices falling. It probably has stabilizing effect on global financial system. However, there are some examples of some sovereign funds investing in other funds with high leverage.

Investment strategies of sovereign funds in general do not have high level of transparency. Structure of investments is known only about few funds, for example, State Pension Fund of Norway [2].

Sovereign funds are newest members of leading international financial market, which has replaced hedge funds and private equity funds. They also replaced central banks as the largest borrowers. According to the IMF forecast, in the next five years, total financial resources of sovereign funds will increase from 2–3 to 6–10 trillion [1].

Forecasts of funds' growth suggest that their assets shall reach level of 13,4 trillion U.S. dollars in 2017, creating new poles of economic and perhaps political influence. On one hand, it strengthens position of critics about what funds are usually opaque, focused on political and financial returns, working on government orders and do not always meet Western economic and political interests. Therefore, understanding the nature, specificity, investment activities and behavior of sovereign wealth funds, especially under financial crisis is of primary importance.

The list of references:

1. Balding C. A Portfolio Analysis of Sovereign Wealth Funds [Web resource] / C. Balding // University of California Working Paper. – June 2008. – Access mode: http://www2.warwick.ac.uk%2Ffac%2Fsoc%2Feconomics%2Fnews_events%2Fconferences%2Fwef_workshop%2F19th_july%2Fbalding.pdf
2. Cappelen A. Can Norway Be a Role Model for Natural Resource Abundant Countries? [Web resource] / A. Cappelen, L. Mjoset // United Nations University, Research Paper. – No. 2009/23. – Access mode: http://www.wider.unu.edu/publications/working-papers/research-papers/2009/en_GB/rp2009-2023/_files/81295409539514387/default/RP81295409539512009-81295409539514323.pdf
3. Lyons G. A growing role for Sovereign Wealth Funds [Web resource] / G. Lyons // Voices on Society. – 2011. – Vol. 3. – Access mode: <http://www.voices.mckinseysociety.com/sovereign-wealth-funds/>
4. Mauro F. The Brave New World of Sovereign Wealth Funds [Web resource] / F. Mauro // University of Pennsylvania research: 2010. – Access mode: http://www.knowledge.wharton.upenn.edu/papers/download/052810_Lauder_Sovereign_Wealth_Fund_report_2010.pdf
5. What is a SWF? [Web resource]. – Access mode: <http://www.swfinstitute.org/what-is-a-swf>

Башаров Р. Р., д. э. н. Ильченко А. Н.

*Ивановский государственный химико-технологический университет,
Российская Федерация*

ПРИМЕНЕНИЕ ВАРИАТИВНОЙ МОДЕЛИ ДЛЯ ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ОБЪЕКТОВ

В последнее время развитие предпринимательской деятельности в России все чаще связывают с обеспечением необходимых объемов инвестиций в реальный сектор экономики. А для условий рационального использования инвестиций в экономической науке и практике применяется категория инвестиционного климата. Многообразие условий

и факторов, под воздействием которых происходит развитие субъектов РФ на современном этапе, определяет необходимость в разработке вариативного прогнозирования при оценке инвестиционной привлекательности объектов, учитывающем все условия и факторы их инвестиционного развития. При разработке вариативного прогноза эффективности инвестиций производится экстраполяция прогнозируемых значений показателей и параметров для различных вариантов условий.

Изложим результаты исследования, проведенного с целью выбора наиболее привлекательных объектов при различных вариантах инвестиционных условий.

По данным маркетинговой компании, формируется псевдовыборка, с помощью которой можно будет осуществлять прогнозные расчеты инвестиционных объектов в виде соответствующих вероятностей. Для решения этой задачи можно воспользоваться мультиномиальной логит-моделью [1].

Этапы построения логит-модели: 1 – определение зависимой переменной и факторов; 2 – построение переменной z , как линейной комбинации независимых переменных; 3 – построение уравнения для искомой вероятности события и нахождение производных (для оценки кумулятивного и предельного воздействия факторов); 4 – проведение вычислений с помощью программы (используется метод максимального правдоподобия); 5-интерпретация результатов; 6-качество оценивания.

Предварительно все варианты множественного выбора нумеруются в произвольном порядке: 0, 1, 2, ..., J . Вероятность наступления того или иного варианта описывается моделью:

$$P(y_i = j) = \frac{e^{x_i b_j}}{\sum_{j=0}^J e^{x_i b_j}}, j = 0, 1, 2, \dots, J, \quad (1)$$

где P – вероятность реализации инвестиционного проекта; y_i – прогнозная оценка; j – варианты множественного выбора; b_j – оценка параметров логит-модели; x_i – вектор независимых переменных.

Вектор $x_i = [z_i, w_i]$ составлен из двух подвекторов, каждый из которых имеет собственную смысловую нагрузку. Компоненты вектора z_i принято называть атрибутами и понимать их как показатели, по которым различают альтернативы. В свою очередь компоненты вектора w_i называют характеристиками, понимая под ними описание индивидуальных черт тех лиц, которые осуществляли выбор альтернатив.

Оценка параметров модели (1) не дает однозначного результата, так как вместе с вычисленными коэффициентами $\hat{b}$ идентичные вероятности позволяют получить вектор $\hat{b} + d$. Избежать этой неоднозначности позволяет операция нормализации, смысл которой в том, чтобы для одного варианта, например $y_i = J$, положить $b_j = 0$. Тогда оценивается не $J + 1$ функция, а J функций одного вида:

$$P(y_i = j) = \frac{e^{x_i b_j}}{1 + \sum_{j=0}^{J-1} e^{x_i b_j}}, j = 1, 2, \dots, J \quad (2)$$

Практически нет строгих ограничений на количество оцениваемых альтернатив, однако следует помнить, что каждая новая альтернатива требует дополнительного введения в модель $m + 1$ параметров [2].

Коэффициенты модели трудно интерпретируемы. Нелинейный характер не позволяет непосредственно через коэффициенты проследить связь между уровнем

вероятности и атрибутами. Поэтому естественно для этих целей использовать предельный анализ. Дифференцируя по l -му атрибуту в i -й точке j -ю вероятность, получаем предельный эффект в виде:

$$\delta_{ij} = \frac{\partial P_{ij}}{\partial x_l} = P_{ij} [b_{ijl} - \bar{b}_{il}]. \quad (3)$$

Предельный эффект зависит от атрибута, причем механизм этой зависимости реализуется через вероятность и через среднюю величину коэффициента, при определении которой задействована та же самая вероятность. При высокой вероятности так же, как и при малой, предельный эффект незначительный. Фактически предельный эффект является функцией, с помощью которой можно ранжировать атрибуты по степени их влияния на выбор конкретного варианта.

Рассмотрим прикладные возможности мультиномиальной логит-модели на следующем примере.

Пусть инвестиционный проект компании предполагает строительство нескольких точек общественного питания: 1 – в центре г. Иваново, 2 – в городском районе, удаленном от центра, 3 – на автотрассе. В каждом из указанных мест можно реализовать один из трех вариантов: открыть или ресторан, или кафе, или бистро. В свою очередь, на эффективность выбранного варианта влияют различные факторы, среди которых можно выделить наиболее существенные, связанные с выбором типа кухни (национальной, традиционной и смешанной), ориентации на потенциальных посетителей (имеющих высокие, средние и ниже среднего доходы), а также максимальное количество обслуживаемых одновременно клиентов [3].

Руководству компании необходимо для каждого места, отведенного под строительство, выбрать вариант, который с наименьшим риском обеспечит прибыльное долговременное функционирование соответствующей точки общественного питания. Имеются данные о 30-ти наиболее успешных ресторанах, кафе и бистро по следующим характеристикам: тип предприятия (y), место расположения (x_1), тип кухни (x_2), уровень дохода посетителей (x_3), максимальное число одновременно обслуживаемых клиентов (x_4).

Задача состоит в выборе варианта реализации проекта для каждого отведенного под строительство места, обладающего наименьшим риском получения отрицательного результата. Для решения поставленной задачи использована логит-модель (2).

Для числового представления исходных данных введем коды, приведенные в табл. 1.

Таблица 1. Таблица условных кодов

Тип предприятия	Место расположения	Тип кухни	Уровень дохода потенциальных потребителей
0-ресторан	1-центр города	1-смешанная	1-высокий
1-кафе	2-городской район	2-традиционная	2-средний
2-бистро	3-автотрасса	3-национальная	3-ниже среднего

Используя введенные коды, сформируем таблицу данных для построения модели в пакете STATISTICA 6.0. Полученные расчетные характеристики мультиномиальной логит-модели позволяет:

1) сделать вывод о том, что полученные оценки коэффициентов являются статистически значимыми (все стандартные ошибки меньше полученных оценок,

значения статистики Вальда превосходят критический уровень и все вероятности ошибки меньше 0,05);

2) записать аналитическое выражение для построения мультиномиальной логит-модели:

$$P(y = 0) = \frac{e^{14,7-6,1x_1-2x_2-6,5x_3+0,5x_4}}{1 + e^{14,7-6,1x_1-2x_2-6,5x_3+0,5x_4} + e^{21,8-4,5x_1-2,9x_2-5,9x_3+0,3x_4}};$$

$$P(y = 1) = \frac{e^{21,8-4,5x_1-2,9x_2-5,9x_3+0,3x_4}}{1 + e^{14,7-6,1x_1-2x_2-6,5x_3+0,5x_4} + e^{21,8-4,5x_1-2,9x_2-5,9x_3+0,3x_4}};$$

$$P(y = 2) = \frac{1}{1 + e^{14,7-6,1x_1-2x_2-6,5x_3+0,5x_4} + e^{21,8-4,5x_1-2,9x_2-5,9x_3+0,3x_4}}.$$

Анализ значений вероятностей позволяет сделать вывод, что построенная модель обеспечивает достаточное предсказание наиболее предпочтительных типов предприятия, которые будут успешны в соответствующих условиях. Данные теста правдоподобия 1-го типа позволили оценить пригодность модели в целом с помощью индекса правдоподобия Макфаддена (0,71).

Рассчитанное таким образом значение индекса свидетельствует об адекватности построенной логит-модели, хотя может показаться и не очень высоким. Однако нужно помнить, что нас интересует не точность аппроксимации распределения, а риск появления ущерба.

Используя построенную модель, рассчитаем вероятность успеха в случае выбора инвестиционного объекта, связанного с рестораном, кафе и бистро, при условии:

1) $x_1 = 2$; $x_2 = 2$; $x_3 = 1$; $x_4 = 20$

2) $x_1 = 1$; $x_2 = 1$; $x_3 = 1$; $x_4 = 55$

В первом случае наиболее вероятен успех при выборе объекта, связанного с бистро, а во втором – ресторана.

Предельный эффект рассчитанный для фактора x_4 показывает, что в первом случае рост числа обслуживаемых одновременно клиентов увеличивает вероятность выбора среди рассматриваемых вариантов в первую очередь кафе, а затем – ресторана. Во втором случае увеличивается вероятность выбора только ресторана. Причем увеличение вероятностей выбора одних вариантов происходит за счет уменьшения вероятности выбора других.

Применение данной модели в задачах оценки инвестиционных объектов позволяет выбрать вариант для каждого отведенного под строительство места, обладающего наименьшим риском получения отрицательного результата.

Список использованных источников:

1. Агеенко А. А. Методологические подходы к оценке инвестиционной привлекательности отраслей экономики региона и отдельных хозяйствующих субъектов / А. А. Агеенко // Вопросы статистики. – 2003. – № 6.
2. Айвазян С. А. Прикладная статистика и основы эконометрики: учеб. / С. А. Айвазян, В. С. Мхитарян. – М.: ЮНИТИ, 1998. – 220 с.
3. Давнис В. В. Прогнозные модели экспертных предпочтений: монография / В. В. Давнис, В. И. Тинякова. – Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2005. – 248 с.

Діяльність страхових компаній зумовлена бажанням людей уникнути ризику: згідно статистичних даних більше 90% людей є ризикоунікаючими, тому вони готові купувати страхові продукти, щоб отримати страховий захист і мінімізувати свої втрати при настанні страхового випадку. Метою діяльності страховика є отримання прибутку, тому важливою складовою його діяльності є обрання напрямів та складових фінансової політики, яку він обирає для максимізації свого прибутку та завоювання долі ринку.

Базовою особливістю страхових компаній є реалізація на ринку особливого товару – страхового захисту, за що вони отримують певну плату. При цьому страховик спочатку акумулює кошти, що надходять від страхувальника, і лише після цього зазнає витрат, пов'язаних з компенсацією збитків за укладеними договорами страхування: існує розрив у часі між моментом одержання доходів і моментом надання страхової послуги. У зв'язку з тим, що страховик формує резерви, кошти яких слугують інвестиційним ресурсом, це перетворює його на потужного інвестора. Отже, діяльність страховика виходить за рамки страхування, що стало визначальним у віднесенні його до фінансових посередників [1]. Таким чином, страхові компанії є провідними гравцями вітчизняного фінансового ринку, але їх інвестиційну діяльність стримує відсутність довгострокових фінансових інструментів, в які вони могли б вкладати свої активи та невисокий рівень страхової культури населення.

Типи участі страховиків на фінансовому ринку можна розподілити на спекулятивний та інвестиційний. У загально ринковому вимірі превалювання того чи іншого типу залежить від співвідношення страховиків, що здійснюють ризикові види страхування і страховиків, що провадять страхування життя. З огляду на те що, в структурі страхових платежів в Україні за видами страхування переважають ризикові види, інвестиційна діяльність вітчизняних страховиків, у першу чергу, повинна забезпечувати можливість негайного відчуження коштів страхувальників з інвестиційного процесу [2]. Низька інвестиційна привабливість для страховиків набору інвестиційних інструментів та обмеженість їх вибору визначають стан не тільки страхування, а й економіки країни загалом. Страховий сектор за рахунок своєї стабільної інвестиційної політики дозволяє підтримувати здатність національної економіки до економічного зростання незалежно від циклічних коливань: в розвинених країнах від рівня розвитку страхування, особливо накопичувального, багато в чому залежить стан грошово-кредитної системи держави.

На ефективність діяльності страховика, окрім вибраної інвестиційної політики, впливають кадровий та комунікаційний компоненти політики компанії. На сучасному етапі розвитку страхування в Україні, страховики все більше уваги приділяють підвищенню рівня обслуговування та проінформованості своїх клієнтів. Кадрова політика страховика – це система поглядів керівництва компанії на специфіку кадрово-управлінських відносин, спрямованих на реалізацію цілей і стратегій розвитку її кадрового потенціалу [3]. Відповідно до принципів, на яких будується кадрова політика компанії, формується фірмовий стиль роботи страховика з персоналом, добираються методи реалізації кадрової роботи, створюється система регулювання і регламентації внутрішньо організаційних трудових відносин на рівні окремих структурних підрозділів, що створює умови для підвищення якості обслуговування клієнтів та формування корпоративної культури в компанії.

Комунікаційна політика страховика покликана налагодити взаємовідносини між страхувальником та страховиком, використовуючи маркетингові інструменти. Вітчизняні страхові компанії використовують багатофункціональний комунікаційний механізм: використовуються такі інструменти просування страхових продуктів, як зовнішня реклама (через ЗМІ, афіші, буклети) та зв'язки з громадськістю (організація конференцій та публікації в популярних виданнях), прямий маркетинг (використання пошти та Інтернет ресурсів) та стимулювання збуту продукції (з використанням системи бонусів та купонів на знижку). Провідним принципом комунікаційної політики страховика на вітчизняному ринку має бути комплексний підхід до ознайомлення населення з послугами компанії, можливість швидкого реагування на зміни вподобань клієнтів та змога оперативного корегування рекламної компанії. Дана політика має бути виваженою та спрямованою на певну аудиторію, компанії мають використовувати існуючий комплекс страхових маркетингових інструментів, якщо вони мають на меті завоювання сегменту страхового ринку та популяризацію свого страхового продукту.

Таким чином, отримання прибутку страховиком та його розвиток прямо пов'язані з комунікаційною та кадровою політикою, що обрала страхова компанія: об'єми залучених фінансових ресурсів, якими тимчасово розпоряджається страховик та має змогу інвестувати, прямо залежать від обізнаності клієнтів про страхові продукти, які пропонує компанія та від якості обслуговування (компетентності працівників та доступності інформації, виваженої та чітко спрямованої маркетингової політики). Інвестиційна політика страхових компаній повинна бути стратегічно направлена, страховики мають брати активну участь у створенні та перерозподілі ВВП в країні та розвитку її фінансового ринку. Дієвість просування страхових продуктів можлива лише при комплексному підході до формування всіх напрямків політики страховика та розробці стимулів для робітників сфери страхування.

Список використаних джерел:

1. Вовчак О. Д. Страхова справа: підручник [Електронний ресурс] / О. Д. Вовчак. – К.: 2011. – С. 425. – Режим доступу: <http://www.pidruchniki.ws>
2. Крейдич І. М. Інвестиційна діяльність страхових компаній / І. М. Крейдич // Фондовий ринок. – 2007. – № 48.
3. Стратегічний менеджмент: Кадрова політика страхової компанії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bookbrains.com>

К. т. н. Максимова И. В.

*Волгоградский филиал Российской академии народного хозяйства
и государственной службы при Президенте Российской Федерации*

МОДЕЛИРОВАНИЕ ОРИЕНТИРОВ РАЗВИТИЯ С УЧЕТОМ РЫНОЧНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ РЕГИОНА

Уровень регионального развития в РФ в настоящее время во многом зависит от вложения инвестиций. Однако существующие сегодня методы зачастую не предполагают разработку стратегических альтернатив, недостаточно полно учитывают рыночную специализацию региона и уровень транзакционных рисков.

По мнению автора в процессе обоснования инвестиций в регионе необходимо использовать следующие принципы: формирование «прогрессивных» сдвигов в экономике, определение структуры инвестиций, способствующей росту ВРП; ориентация на спрос с учетом иерархичности и взаимосвязанности продукции потребительского

и производственного назначения; рассмотрение вариантов вложения инвестиций на основе анализа конъюнктуры, затрат предприятия при выведении инноваций, уровня транзакционного риска на различных потребительских и географических сегментах; финансирование инвестиций с участием государства только для тех предприятий, которые выступают либо предприятиями специализации, либо имеют социальное или стратегическое значение для региона.

Алгоритм обоснования объема и направлений вложения инвестиций в регионе автор предлагает осуществлять в три этапа. Задача первого этапа – обоснование направлений вложения исходя из закономерностей влияния на объем ВРП объема инвестиционных вложений и структуры экономики.

Для оценки влияния структурных сдвигов на объем ВРП автор предлагает применять коэффициент структурного опережения (отставания). В последующем данные об объеме и структуре инвестиций должны использоваться в построении альтернативных моделей развития региона:

$$V(X) = \sum_{i=1}^n \left\{ \left[P_i(X_i) - Q_i(X_i) - W_i \right] - R_i \right\}, \quad (1)$$

где $V = [V_i, i=1, n]$ – совокупность ВРП в отраслях экономики региона;

$P = [P_i, i=1, n]$ – объем производства в отраслях специализации региона;

$Q = [Q_i, i=1, n]$ – объем промежуточного потребления продукции и услуг в i -й отрасли специализации, произведенной на территории региона;

$W = [W_i, i=1, n]$ – объем промежуточного потребления продукции в i -й отрасли специализации, произведенной вне территории региона;

$X = [X_i, i=1, n]$ – инвестиции, необходимые для роста объема производства в отраслях экономики региона;

$R = [R_i, i=1, n]$ – уровень транзакционных рисков.

Величину транзакционного риска предлагается рассчитывать по формуле

$$R_i = S_i \times d_i, \quad (2)$$

где $S = [S_i, i=1, n]$ – объем спроса на продукцию на различных сегментах;

$d = [d_i, i=1, n]$ – доля рынка, где региональные предприятия не имеют конкурентных преимуществ.

Построение модели предполагает следующие основные этапы: разработка функции роста ВРП в зависимости от объема инвестиций; обоснование структуры инвестиций с использованием анализа коэффициентов структурного опережения (отставания), рассчитанных по показателям объема ВРП и объема производства в отраслях специализации экономики; разработка вариантов развития производства в отраслях специализации региона с учетом структуры инвестиционных вложений; коррекция общего объема финансовых вложений с учетом инвестиций в отрасли, выпускающие продукцию для промежуточного потребления и располагающиеся на территории региона; проведение анализа конъюнктуры для расчета объема спроса на различных сегментах рынка; определение доли рынка, где региональные предприятия специализации не имеют конкурентных преимуществ; расчет транзакционных рисков на различных сегментах рынка экспертным методом; разработка вариантов целевой функции роста объема производства с учетом транзакционных рисков на различных сегментах рынка; отбор вариантов целевой функции, обеспечивающих заданный рост объема ВРП.

На втором и третьем этапах обоснования объема инвестиций необходимо проводить его корректировку. В рамках второго этапа – уточнение размера дифференцированно по отраслям экономики, а третьего – уточнение размера инвестиций исходя из реальных затрат хозяйствующих субъектов на производство и реализацию новой продукции с учетом «входных» затрат при выведении инноваций.

Таким образом, данный методический подход позволяет определять альтернативы и обеспечивать многовариантность планов развития за счет набора переменных, отражающих рыночные возможности хозяйствующих субъектов на различных сегментах и уровень транзакционных рисков.

К. э. н. Сушкова И. А.

*Институт социального образования (филиал) РГСУ, г. Саратов,
Российская Федерация*

ИНВЕСТИЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

Инвестиции – один из важных системных элементов модернизации, без которого невозможен инновационный прорыв в экономике России.

Для того чтобы понять значение инновационных программ для современного процесса модернизации России необходимо чётко представлять стадии и гомогенность российского экономического пространства. Прежде чем стремиться к экономике знаний, России следовало бы пройти стадию новой индустриализации и превратить российское общество в индустриальное, а достойная цель для России «стать к 2020 г. главной индустриальной державой Европы, а не надеяться на то, что нас прокормят технологии, которые есть пока только в проекте» [1].

Важно, понимание стратегического вектора развития процессов модернизации региональной экономики для приоритетных областей инновационной активности в конкретной локальной геоэкономии, которая способна стать центром ускоренной модернизации в качестве потенциального инновационного узла гомогенизации однотипного пространства. Совершенно очевидно, что стартовые условия развития модернизационных процессов в различных регионах неодинаковы с точки зрения их развития. Если ряд субъектов находятся в стадии распада традиционных обществ, то в Приволжском федеральном округе (ПФО) можно наблюдать картину развития новой индустриализации, в том числе с использованием инновационных технологий, что обусловлено ролью ПФО как транспортно-логистического коридора в Европу и Азию. В ряде районов ПФО наблюдается его приток. И если крупный бизнес предпочитает путь анклавного освоения локальных геоэкономий, создавая предприятия путём вахтового метода, то в среднем и малом бизнесе пока наблюдается относительно успешное развитие средних предприятий.

Саратовская область традиционно является развитым промышленным регионом, имеет высокий научно-технический и инновационный потенциал, высококвалифицированные научные и инженерные кадры. Развитие экономики инновационного типа и радикальное повышение её эффективности является приоритетным направлением её развития. В рейтинге Национальной ассоциации инноваций и развития информационных технологий (НАИРИТ) Саратовская область занимает 16 место и входит в группу областей с «высокой инновационной активностью», наряду с такими регионами, как Республика Татарстан, Томская область, Самарская область и т. д. Среди 14-ти регионов Приволжского федерального округа Саратовская область по индексу промышленного производства поднялась с 12 места в 2010 году на 4 место в 2011 году. Индекс промышленного производства в 2011 году составил 109,1%, тогда как общероссийский показатель – 104,7%.

В регионе свыше 70 предприятий осуществляют инновационную деятельность, и более 50 предприятий и организаций выполняют научные исследования и разработки. С 2006 года отмечается устойчивая тенденция ежегодного увеличения в 1,5 раза

объёма изготовленной промышленными предприятиями и организациями области инновационной продукции, составившее в 2010 году 17,2 млрд. руб. В общем объёме отгруженной инновационно-активными организациями продукции доля инновационной также растёт и составляет – 14,2%. Удельный вес затрат на технологические инновации в объёме ВРП находится на уровне среднероссийского показателя и объективно отражает активное развитие инновационной деятельности региона [2].

В промышленном комплексе Саратовской области в 2011–2015гг. реализуются 35 значимых инвестиционных проектов в 16 муниципальных образованиях.

В области инновационная инфраструктура представлена:

- технопарками при четырёх ведущих вузах Саратова, инновационно-технологическими, информационными и контактными центрами;

- сетью бизнес-инкубаторов, центрами трансфера технологий;

- созданы Венчурный и Гарантийный фонды, фонд Микрокредитования.

В настоящее время формируются региональные высокотехнологичные кластеры по прорывным направлениям: нано-, био-, лазерных, IT-технологий, которые призваны решить основные задачи кластерной политики, главная задача которой – обеспечение непрерывности цикла «исследования – разработки – технологии – производство – рыночная реализация».

В рамках развития кластера в области нано технологий инновационный проект ООО «Нанокompозит» «Производство субмикро-наноразмерных полититанатов калия» с оригинальной структурой и улучшенными физико-механическими и специальными физико-химическими свойствами был удостоен золотой медали II Российского инновационного форума «Российским инновациям – российский капитал».

Другим нано технологическим проектом является разработка ООО НПП «Лисскон» универсального нано сорбента, позволяющего принципиально изменить системы водочистки и водоподготовки «Производство комбинированных нано структурированных гранул на основе природных алюмосиликатов», представленный на IV Российском Форуме получил приз в номинации «Лучший инновационный проект внедрения нано технологий». На сегодняшний день предприятие активно сотрудничает с ведущими научными, проектными, научно-производственными предприятиями г. Саратова, такими, как: ОАО «Аргон» (г. Москва), ОАО «Научно-исследовательский технологический институт» (г. Саратов), а так же с российскими лидерами в области очистки воды – ЗАО «НПК «Медиана-фильтр» (г. Москва), НПО «ЛИТ» (г. Москва), компаниями «ЭКОДАР», «Инновационные биотехнологии» (г. Москва), ООО «НПП «БМТ» (г. Владимир), ООО «Воронеж-аква» (г. Воронеж) и др. Среди зарубежных партнёров – создатели уникального адсорбента фирма GEN – Wasserchemie GmbH&KG (г. Санкт-Петербург). К настоящему времени общее количество внедрённого оборудования составило более 350 шт.

Разработанная ООО НПП «Лисскон» технология очистки питьевой воды широко применяется в районах Саратовской области и за её пределами в Волгоградской, Астраханской областях РФ.

В рамках развития биотехнологического кластера научная разработка и производство хитозановых покрытий, представленная на IV Российском Форуме в Оренбурге Национальным Исследовательским Саратовским государственным университетом им. Н. Г. Чернышевского и ООО «Русмарко» (г. Москва) была удостоена бронзовой медали и вызвала большой интерес. Так, в настоящее время технология «Производство модифицированных полимерных мембран на основе тончайших (субмикронных) волокон» внедрена на ООО «Русмарко», где осуществляется серийный выпуск различных фильтров с использованием хитозановых волокон, медицинской одежды, обладающей антисептическими свойствами, кровоостанавливающих и раневых повязок [2].

В марте 2013 года международное инновационное агентство «2thinknow» проанализировало 1540 городов мира по 162 параметрам. Оценка проводилась по 162 параметрам, в результате было отобрано только 445 городов, в число которых попал и г. Саратов.

Самыми высокорейтинговыми категориями стали Nexus (ядро) и Hub (центр). Попасть в Hub из российских городов сумели только Москва и Санкт-Петербург, заняв 74 и 84 места соответственно. В категорию Node (узел) попали Самара и Казань, сумевшие занять 237 и 252 строки. Саратов набрал 38 баллов, занял 351 место и очутился в категории Influencer (город, обладающий влиянием). Соседями в рейтинге стали Волгоград и Тольятти с 35 баллами и ещё 10 российских городов [3].

Однако это не снимает проблему расслоения внутри локальной геоэкономики ПФО, когда на одном полюсе концентрируются сетевые структуры крупного бизнеса, тяготеющие к крупным городам, а на другом – локальная периферия, имеющая меньшие конкурентные возможности. В то время как крупные сетевые корпоративные ресурсы, имеющие собственных лоббистов в основных уровнях государственной власти, скорее всего, будут ориентироваться на привозную дешёвую рабочую силу, малые и средние предприятия в условиях модернизации сельского хозяйства вряд ли смогут обеспечить работой высвобождающиеся на селе трудовые ресурсы. Это, в свою очередь, приведёт к их маргинализации и снижению инвестиционной привлекательности периферийных сфер локальной геоэкономики [4].

Недостаточное качество трудовых ресурсов локальной геоэкономики и стратегическое геоэкономическое, геополитическое и геокультурное положение ПФО, а также неравномерность развития различных районов, включая обострение противоречий в ориентации на развитие между сторонниками преимущественного развития рекреационных зон и сторонниками превалирования ориентации на транспортно-логистические зоны, которые лоббируются крупным бизнесом и государственными институтами, следует признать, что глобализационные процессы пока затронули лишь крупные города ПФО, прежде всего, областные и республиканские центры. Причём, в силу проявления закона неравномерности развития социума, это выразилось, прежде всего, в развитии глобальных коммуникационных сетей, но фактически весьма слабо связало локальную геоэкономику с глобальной экономической системой, породив неоправданно завышенные ожидания у активного трудового населения.

В современных условиях для полноты реализации адаптивной функции локальной геоэкономики к глобальной геоэкономической миросистеме необходима грамотно выстроенная стратегическая экономическая политика, которая могла бы, помимо презентационных проектов, имеющих, прежде всего, коммуникативную ориентацию, реализоваться в создании реального позитивного геоэкономического контекста локального экономического пространства.

На все более открытых внутренних рынках и выхода на внешние рынки региональной промышленной политике, для успешной конкуренции, необходимо, наряду с созданием на территории края предприятий с полным циклом по передовым промышленным технологиям, принадлежащих крупным иностранным инвесторам, наращивать стратегические инвестиции в перспективные направления, осваивая инновационные сферы, вовлекая в процессы модернизации и инновационного развития малый и средний бизнес, создавать для этого систему локального экономического стимулирования. Одновременно мерами экономического регулирования следует побуждать именно предпринимательский сектор отказываться от устаревших технологий, побуждать к обновлению основных производственных фондов за счет поддержки развития производств. В этой связи необходимо отказаться от политики поддержки частичной модернизации морально и технологически устаревшего оборудования, поощрять инвестиционные вложения в современное технологическое оборудование.

Особенность инновационной деятельности проявляется в асимметричном распределении информации, доступной как исследователям, так и потенциальным инвесторам, производителям, различным уровням потребительской цепочки, высокой степени рисков и средне- и долгосрочности получения значимых результатов; несовпадении индивидуального и социального эффектов; повышенных требованиях к уровню квалификации персонала и качеству менеджмента различных уровней.

Существующие основные базовые модели инновационного процесса – линейная и нелинейная – ориентированы на качественно различные уровни инновационной инфраструктуры.

Линейная модель, в виде схемы, представлена на рис. 1.

Недостатком линейной модели в России является то, что бизнес традиционно ориентируется на государственный заказ и приоритетное государственное финансирование.



Рис. 1. Линейная модель инновационного процесса

В передовых индустриально развитых странах получившая широкое распространение нелинейная модель, и названная «моделью множественных источников инновации», ориентирована на продуцирование инноваций не только в сферах производства, но и в сферах потребления и повседневных социальных практик. В самом общем виде данная модель может быть представлена в следующем виде (рис. 2).

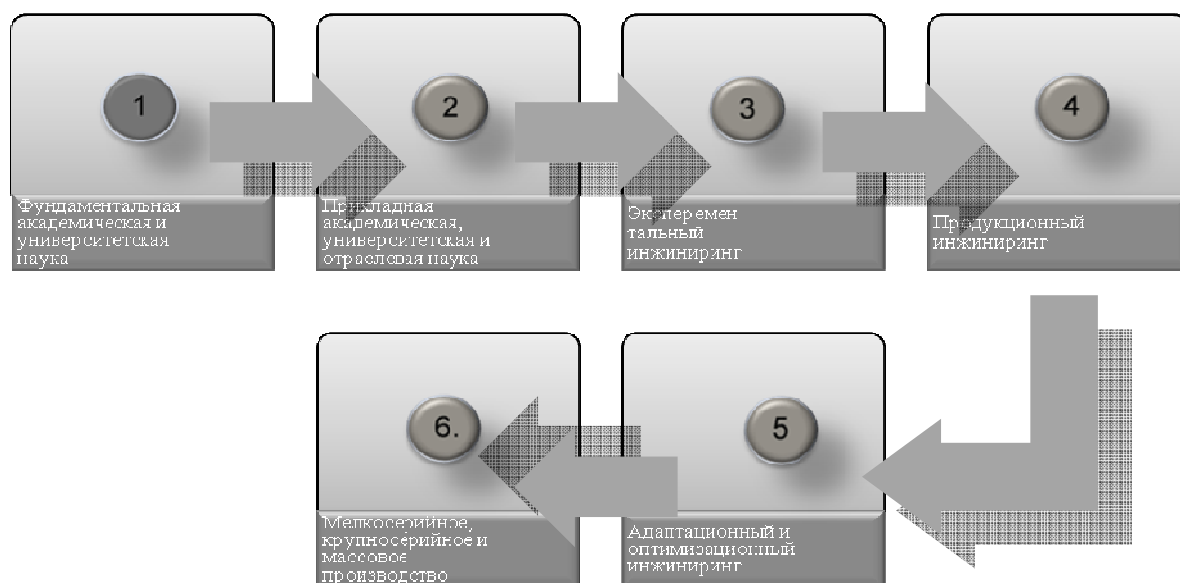


Рис. 2. Нелинейная модель инновационного процесса

Фундаментальная академическая и университетская наука обеспечивает концептуальные подходы к решению теоретических научных проблем и формирует научный аппарат и методологию исследования.

Прикладная академическая, университетская и отраслевая наука предлагают модели решения проблем, переводя их в рамки прикладных инженерных задач.

Экспериментальный инжиниринг создаёт работающие опытные образцы, макеты и прототипы изделий на основе результатов исследований прикладной науки.

Продукционный инжиниринг разрабатывает продукционную версию изделия и технологию производства, позволяющую начать серийное производство в промышленном масштабе (ноу-хау) с учётом маркетинговой составляющей, позволяющей сделать конкретное изделие конкурентоспособным на целевых рынках.

Адаптационный и оптимизационный инжиниринг адаптирует разработанные продукционным инжинирингом технологии под конкретную конфигурацию производственного процесса на конкретном заводе и создаёт модель оптимизации затрат на серийное производство.

Мелкосерийное, крупносерийное и массовое производство в зависимости от производственных и маркетинговых стратегий обеспечивает воспроизведение изделий с гарантированными свойствами и качеством на одном или нескольких производствах.

Созданный многофакторный инновационный кластер, способен аккумулировать инвестиционные средства из различных источников и в различных формах. Это тем более важно, что в российской национальной экономической системе в целом, как и в региональных и локальных экономических системах, являющихся субинститутами по отношению к национальной геоэкономической системе, существует феномен бессубъектности [5], когда, прежде всего, средний и крупный частный бизнес не способен рефлексивно осмыслить стратегию развития в условиях глобализации, не готов искать и финансировать инновационные решения, не может, за редким исключением, преодолеть локальные и региональные горизонты стратегического планирования: «инвестиционная политика частных «сырьевых» компаний никак не направлена на получение продукции высоких переделов, характеризующейся значительным уровнем прибавленной стоимости» [6]. Большинство руководителей компаний, оценивая в целом положительно инновации, видят в них скорее не ноу-хау, а лишь возможность увеличить производительность труда и снизить затраты на производство. Причём, согласно данным Российского союза промышленников и предпринимателей, большинство предпринимателей оценивают инновационную деятельность как слабую, ссылаясь на её низкое качество и невысокую эффективность, что во многом объясняется отсутствием прямого и устойчивого взаимодействия науки с частным бизнесом [7].

Как отмечает главный аналитик, член правления «МК Аналитика» О. Беклемишев, совместные инвестиции «в модернизацию» могут быть весьма привлекательными для иностранцев лишь до определённой черты, которая связана с нестрахуемыми рисками. По замечанию одного из основателей ведущей международной инвестиционной компании «Carlyle Group», работающей в сфере частных инвестиций, Дэвида М. Рубенштейна, Россия не обеспечивает хороших условий для инвестиций [8].

И. Р. Агимязян, генеральный директор и председатель Правления ОАО «Российская венчурная компания» отмечает, что значительная проблема для российского

бизнеса заключается в том, что российское законодательство в целом ориентировано на реалии индустриальной эры и в нем не предусматривается наличие компаний без материальных активов, характерных для постиндустриального сектора [9].

В субъектах Российской Федерации действуют венчурные инвестиционные фонды, в которых 50% частных денег, 25% – федеральных и 25% – региональных. Но в субъектах Российской Федерации, по мнению И. Р. Агимязяна, венчурные фонды используют давление местных органов власти и отраслевых лоббистов [9]. Инвестиции, и, прежде всего венчурные, для модернизации трудно переоценить, однако горизонт их эффективности составляет в среднем 10 лет. А в условиях правовой нестабильности российской экономики и общемировой экономической нестабильности и возрастания рисков в различных сферах современной социальной жизни столь длительный срок окупаемости инвестиционных вложений снижают активность зарубежных и отечественных частных инвесторов.

Таким образом, можно заключить, что инвестиции, имеют огромное значение для модернизации экономики России. Они позволяют привлечь новый производственный и управленческий опыт; дополнительные социальные ресурсы; способствуют оптимизации использования ресурсов, так как в итоге нацелены на конечную экономическую эффективность и изменение окружающей среды. В процессе освоения капитала появляются новые технологии, новые модели управления, новый социальный опыт. Инвестиции служат своеобразным катализатором социокультурной динамики локальной геоэкономики, адаптируя её не только к технологическим, но и к социальным изменениям, обусловленным процессами глобализации.

Список использованных источников:

1. «Единая Россия»: официальный сайт партии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.edinros.ru>
2. «Инновационный потенциал Саратовской области» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.saratov.gov.ru>
3. Информационное агентство «Версия» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nversia.ru/news/view/id/35953>
4. Проценко Г. Глобальный взгляд на Юг / Г. Проценко // Эксперт Юг. – 2011. – № 9–10 (148–149). – С. 38–44.
5. Лепский В. Е. Становление стратегических субъектов: постановка проблемы / В. Е. Лепский // Рефлексивные процессы и управление. – М.: Институт философии РАН. – 2002. – Т. 2. – № 1. – С. 523.
6. Ильин С. Инвестиции для модернизации. Как нам обустроить диверсификацию? [Электронный ресурс] / С. Ильин. – Режим доступа: <http://www.liberty.ru>
7. Никитенко С. М. Модернизация через инновации: запросы бизнеса на новые технологии / С. М. Никитенко, М. А. Нерсисян // Инновации и инвестиции для модернизации и технологического перевооружения экономики России: сб. материалов. – М.: ФГУ НИИ РИНКЦЭ; Инноватика. – 2010. – С. 173.
9. Финансово-экономический журнал «FORBES» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.forbes.ru/ekonomika-column/finansy/64673-strasti-po-novomu-fondu-inostrannyh-investitsii>
10. Агимязян И. Р. Венчурные инвестиции и модернизация [Электронный ресурс] / И. Р. Агимязян. – Режим доступа: <http://www.rusvk.ru>

Д. е. н. Тісунова В. М.^{*}, Тісунова Г. О.^{}**

^{*} *Луганський державний університет внутрішніх справ імені Е. О. Дідоренка;*

^{**} *Державне підприємство «Луганський регіональний науково-виробничий центр стандартизації, метрології та сертифікації», Україна*

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

З метою активізації інвестиційної діяльності держава сприяє розвитку такої діяльності через реалізацію певних заходів, які включають, зокрема: законодавчі та нормативні акти, фінансування, розбудову інфраструктури, спрощення заснування та ведення бізнесу, підвищення інвестиційної культури.

Світовий досвід показує, що без активної регулюючої ролі держави, яка закріплюється у відповідних законах, не може бути ефективною, соціально-орієнтованою ринкової економіки. Немає жодної країни з високорозвиненою економікою, де держава відсторонилася б від регулювання і стимулювання ключових соціально-економічних, у тому числі інвестиційних процесів.

Кожна з країн самостійно обирає співвідношення між масштабами застосування прямих та непрямих форм підтримки інвестиційної діяльності, зазвичай віддаючи перевагу одній із них. Із узагальнення загальносвітового досвіду випливає, що для країн Європейського Союзу та інших розвинених країн при застосуванні інструментів інвестиційної політики принциповими є наступне: фіскальні преференції повинні бути недискримінаційними (прозорі критерії та процедура отримання), щоб не забезпечувати штучні конкурентні переваги для окремих підприємств, а створювати стимули для всіх підприємств інвестувати у власний майбутній інвестиційний потенціал; надання фінансової допомоги окремим суб'єктам господарської діяльності може бути лише конкурентним шляхом: державне замовлення; гранти та ін.

Держава спрямовує зусилля на:

1) Формування нормативно-правового поля інвестиційної діяльності, механізмів її стимулювання, системи інституційних перетворень, захисту інвестицій.

2) Створення системи комплексної підтримки інвестиційної діяльності, розвитку виробництва, підвищення конкурентоспроможності та експорту наукомісткої продукції.

3) Розвиток інфраструктури інвестиційної діяльності, включаючи систему інформаційного забезпечення, систему експертизи, фінансово-економічну систему, виробничо-технологічну та ремонтну підтримку, систему підготовки і перепідготовки кадрів.

Політика держави стосовно інвестицій повинна будуватися за принципом: з одного боку – держава повинна відповідати за досягнення найкращих результатів з позиції ринкової ефективності, приймаючи на себе ризик інвестиційних рішень, з іншого боку – держава покликана виступати партнером приватних інвесторів, максимально можливо сприяти росту їх ефективного виробничого капіталу.

Зважаючи на те, що основний критерій, за якими інвестор обирає країну для реалізації бізнес-проектів, є прибутковість ведення бізнесу, безпека інвестицій та перспективність, можна відзначити, що Україна відповідає лише одному з них – прибутковості. Вітчизняний ринок, який динамічно розвивається, може забезпечити на багато більшу прибутковість інвестицій, ніж сталі ринки економічно розвинених країн.

В останні роки іноземні інвестиції в розвинені країни переважно спрямовувалися на фінансування злиття, поглинання або реструктуризацію великих компаній, а не на будівництво нових об'єктів, які могли б стимулювати зростання економіки. Натомість інвестиції в країни, що розвиваються, до яких належить і Україна, переважно фінансують розвиток нових проектів. Водночас невідповідність України таким критеріям,

як безпека інвестицій та перспективність, нівелює позитивний вплив від очікуваної прибутковості проектів, що стримує приплив іноземних інвестицій.

За період 2004–2011 рр. питома вага прямих іноземних інвестицій, спрямованих у вітчизняну промисловість, зменшилася на 31,5% (з 133,2% до 101,7%) у 2011 р. Промислова перевага у залученні прямих іноземних інвестицій залишається у підприємств низьких технологічних укладів із сировинною спрямованістю, серед яких підприємства хімічної та нафтохімічної промисловості, металургійного виробництва.

Для притягнення інвестицій, у тому числі й іноземних, в економіку України необхідні корінні перетворення, насамперед, у внутрішніх галузях життєдіяльності України, що впливають на зменшення обсягів інвестування, зокрема: підвищення ставок позики, збільшення термінів будівництва і невиконання його термінів, підвищення поточних витрат, нові вимоги екології. Ці аспекти повинні обов'язково включатися державою при регулюванні інвестиційної діяльності.

Важливим інструментом інвестиційної політики є розробка та реалізація регіональних інвестиційних стратегій, які мають бути спрямовані на поліпшення соціально-економічних показників регіонів за рахунок ефективного використання їх ресурсного потенціалу.

Регіональна інвестиційна стратегія має включати: визначення інвестиційних потреб та інвестиційних ресурсів регіону з метою виявлення цілей та пріоритетів економічного розвитку регіону.

Система і структура цілей повинна бути розроблені на основі наступних принципів: регіональні цілі повинні впливати із загальної концепції соціально-економічного розвитку країни і не суперечити стратегічним загальнодержавним цілям; регіональні цілі повинні бути сформульовані з урахуванням специфіки і потреб регіону; цілі повинні виходити не з наявності ресурсів та можливостей, навпаки, ресурсна програма повинна формуватися з встановлених цілей.

Конкретна розробка структури цілей і в цілому стратегії повинна здійснюватися на рівні сучасних методик з широким використанням незалежних експертів і системи експертних оцінок.

Системне вдосконалення організації та управління виробництвом

Боярова Н. Н., д. т. н. Яговкин Н. Г.

Самарский государственный технический университет, Российская Федерация

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИИ УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫМИ СИСТЕМАМИ

Управление может быть представлено как система следующих взаимосвязанных функций [1]:

- планирование;
- организация;
- мотивация;
- контроль.

Планирование представляет собой периодический процесс подготовки и принятия решения о том, какими должны быть цели системы и что необходимо сделать для их достижения.

Функция организации предполагает создание структуры элементов системы (организационной структуры), что означает определение видов деятельности, необходимых для достижения поставленных целей и решения задач каждым из подразделений, группирование и распределение этих видов деятельности, обеспечение процессов координации и коммуникации.

Мотивация нацелена на создание таких условий, при которых персонал предприятия заинтересован в качественном выполнении своих обязанностей в соответствии с действующими регламентом и планом.

Контроль представляет собой действие, направленное на оценку достижения запланированных действий и результатов. Выявляемые расхождения являются отклонениями, а предпринимаемые действия по их устранению – регулированием. Контроль может быть дополнен подготовкой мероприятий, направленных на устранение выявленных отклонений.

Управление – это процесс решения проблем, возникающих при достижении целей, который состоит из двух действий: подготовка и принятие решения. Он имеет шесть фаз: постановки проблемы, поиска альтернативных решений, оценки, принятия решений, реализации и контроля.

1. *Фаза постановки проблемы.* Определение задачами, требующей решения:

- выявление проблемы через сравнение достигнутого (фактического) и желаемого (планируемого) состояния;
- анализ причин, вызвавших проблему;
- выяснение и определение значимых для постановки проблемы целей предприятия и отдельных лиц, связанных с проблемой и ее решением;
- выяснение и определение задач и подзадач для решения проблемы с учетом целей и ограничений.

2. *Фаза поиска альтернатив решений.* Определение возможных действий (альтернатив):

- подбор альтернатив;
- формирование представлений о влияющих факторах в целом и по каждой альтернативе;
- выбор альтернатив, подлежащих детальному изучению.

3. *Фаза оценки.* Оценка альтернатив по степени достижения ими важнейших целей:

- оценка прогнозируемого воздействия альтернатив на достижение качественных и количественных целей в условиях однозначных ожиданий будущей ситуации во внешней среде предприятия (подготовка решения в условиях определенности);
- моделирование последствий реализации альтернатив в условиях возможного изменения самих целей, мероприятий и ограничений.

4. *Фаза принятия решений.* Выбор альтернативы, подлежащей реализации:

- сравнительный анализ и обсуждение оценочных альтернатив и результатов моделирования;
- выбор для последующей реализации альтернативы, обеспечивающей наибольшую степень достижения цели.

5. *Фаза реализации.* Проведение в жизнь выбранной альтернативы:

- детальная разработка плана реализации;
- отдача распоряжений о реализации (побуждение к реализации);
- начало реализации.

6. *Фаза контроля.* Подведение итогов по достижению целей и реализации планов:

- определение результатов реализации;
- сравнение фактических и запланированных результатов;
- анализ результатов сравнения (отклонений) и принятие, в случае необходимости, решения о проведении нового цикла рассмотрения проблемы или подготовка предложений о требуемых для исправления ошибок или корректировок изменениях.

Использование данных принципов при организации управления позволяет сделать производственную систему эффективной.

Список использованных источников:

1. Кунц Г. Управление: системный и ситуационный анализ управленческих функций: в 2 т. / Г. Кунц, С. О'Доннел; пер. с англ. – М.: Прогресс, 1981.

К. э. н. Хвалёва Н. В.

*Казанский национальный исследовательский технологический университет,
Российская Федерация*

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ И УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВОМ ЧЕРЕЗ ПОДГОТОВКУ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КАДРОВ

Информационно-коммуникационные технологии прочно вошли в современную жизнь, и удивление вызывает уже не их наличие, а скорее, отсутствие или недостаточно эффективное использование.

Переход от индустриального к постиндустриальному обществу и интенсивное развитие информационных и коммуникационных технологий существенно влияет на ускорение темпов социально-экономического развития при относительно низких темпах роста материального производства.

Современный уровень инновационного развития предприятий предполагает соблюдение гибкости в организации и управлении производством. В условиях быстрого обновления номенклатуры продукции, обеспеченных реальным рыночным спросом, освоения новых материалов и прогрессивных технологий производства, инвестиционная привлекательность в инновации является показателем нормально функционирующего предприятия. Но инновационная активность у российских и региональных предприятий находится на низком уровне. По данным академика Ю. В. Яковца: – «Лишь 5% обследованных предприятий с середины 90-х годов могли позволить себе проведение научно-исследовательских работ, около трети ведут проектно-конструкторскую и технологическую деятельность, однако направленную преимущественно на внедрение технологий и разработок, ранее уже освоенных на других предприятиях или за рубежом, а не на реализацию оригинальных научно-технических достижений, пионерных инноваций» [2].

Число малых инновационных предприятий (МИП), созданных и зарегистрированных в 2011 г. в соответствии с Федеральным законом № 217-ФЗ от 02.08.2009 г. достигло 1250 единиц (из них 97% учредили вузы). По результатам мониторинга, проводимого Министерством образования и науки РФ, только треть таких предприятий являются действительно работающими, остальные созданы для отчета. Информации о том, сколько работающие МИПы создали добавленной стоимости в ходе производственных процессов нет, поскольку нет однозначных оценок процесса развития малого инновационного бизнеса в 2011 г. [3].

Одной из основных проблем как считают многие ученые, и мы их поддерживаем, является отсутствие специалистов (организаторов производства), которые бы отвечали современным требованиям и уровню развития науки и техники (в плане организации и управления производством).

Чтобы вновь вывести экономику на подъем, находящуюся на понижательной волне пятого технологического уклада или Кондратьевского цикла постиндустриальной эпохи потребуются не только совершенно новая инновация, выгодная для вложения капиталов, но и дальнейшее развитие информационно-коммуникационных систем, использование многоязычного Интернета с автоматизированным переводом, национальные и глобальные информационные системы в области управления, науки, образования, медицины, экологии, культуры, новые методы управления производством.

Президент России отметил, что «федеральный бюджет на 2012 год и на плановый период 2013 и 2014 годов должен стать бюджетом, посредством которого решаются задачи выхода на траекторию устойчивого посткризисного развития, создания условий для развития и модернизации экономики, повышения уровня и качества жизни граждан, укрепления обороноспособности и безопасности страны, повышения эффективности и прозрачности государственного управления» [1].

За последние десять лет объемы бюджетных ассигнований, выделяемых на науку, увеличились более чем в десять раз – с 46 до 486 млрд. руб., однако эффективность бюджетного финансирования находится на низком уровне [3].

На сегодня увеличение добавленной стоимости в развитых странах происходит в значительной мере за счет интеллектуальной деятельности, роста человеческого капитала, повышения технологического уровня производства, производительности труда и распространения информационно-коммуникационных технологий.

Производительность труда – это ключевой фактор конкурентоспособности экономики и основа для экономического роста. Влияние фактора производительности труда одинаково значимо как на макроэкономическом уровне, так и на уровне конкурентоспособности отдельных регионов и предприятий.

Производительность с макроэкономической точки зрения является одним из основных факторов повышения благосостояния страны. При этом именно возможность более эффективно производить товары и оказывать услуги позволяет обеспечить качественный прирост добавленной стоимости, т. е. ВВП.

Средний показатель производительности труда по странам ОЭСР составляет 45 долларов США/ч-час, что более чем два раза превышает аналогичный показатель для России (22 долл./ч-час) и Республики Татарстан (21 долл./ч-час) [4].

Для того, чтобы улучшить процессы выработки и принятия оптимальных решений по организации управления производством (с целью достижения мирового уровня производительности труда и эффективности производства), предлагаем разработать с учетом развития науки и техники, информационно-коммуникационных технологий «сквозные» образовательные программы нового поколения в первую очередь для нужд приоритетных отраслей РТ, например, «Организация управления производством в нефтехимии (машиностроении и т. д. по отраслям)», по направлению подготовки Менеджмент, квалификации – организатор производства (бакалавр, магистр). В программе особое внимание уделить эффективности интеллектуальной собственности, принципам и методам роста производительности труда, эффективности бизнеса с максимизацией добавленной стоимости и экономии использования ресурсов (материальных, трудовых, производственных и др.)

Считаем, что подготовка кадров по вновь разработанной программе «Организация управления производством в нефтехимии (машиностроении и т.д. по отраслям)»

с акцентом на рост производительности труда и эффективность производства будет вполне соответствовать современным потребностям предприятий и востребована ими как в настоящее время, так и в будущем.

Список использованных источников:

1. Послание Президента Федеральному Собранию. 22 декабря 2011 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/news/14088>
2. Кузык Б. Н. Россия-2050: стратегия инновационного прорыва / Б. Н. Кузык, Ю. В. Яковец. – М.: Экономика, 2004. – 632 с.
3. Российская экономика в 2011 году. Тенденции и перспективы. (Выпуск 33) – М.: Институт Гайдара, 2012. – 612 с.
4. Сайт Министерства экономики РТ по вопросам долгосрочных целевых программ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mert.tatar.ru>

Розвиток системи ринкового взаємодії

Галенко Н. О.

Київський національний економічний університет імені В. Гетьмана, Україна

ОСОБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНОГО ФОНДОВОГО РИНКУ В СУЧАСНІЙ СИСТЕМІ РИНКОВОЇ ВЗАЄМОДІЇ

В окремих українських економічних джерелах фондовий ринок розглядається як форма функціонування фінансового ринку, який «функціонує як у вигляді ринку цінних паперів, так і ринку позичкових капіталів» [1]. Функціональне призначення фондового ринку полягає в тому, щоб здійснювати посередництво в русі грошових коштів від їх власників цінних паперів, первісних інвесторів до вторинних інвесторів або позичальників, або користувачам.

Фондовий ринок реалізує інституціональна ознака фінансового ринку, який передбачає наявність ринку власного капіталу та ринку цінних паперів й ринку позикового капіталу або кредитно-банківської системи. В українській економічній літературі фондовий ринок представляється як відношення між його учасниками з приводу випуску, обігу та гасіння цінних паперів [2].

Специфічні риси та характеристика фондового ринку впливають із специфіки цінних паперів як товару. Вони й відрізняють фондовий ринок від ринку речових товарів, валютного ринку або кредитного ринку. Основними відмінностями ринку цінних паперів від ринку речових товарів є:

- наявність стадії звернення у цінного паперу як специфічного товару й відсутність стадій виробництва і споживання на ринку цінних паперів. Стадія виробництва замінена на стадію випуску цінного паперу в обіг. Стадія споживання замінена стадією гасіння цінного паперу, що означає повне припинення обігу. Сфера обігу як найважливіша і єдина сфера, де функціонує цінний папір, принципово відрізняються від сфери обігу речових товарів. Збільшення ціни цінних паперів внаслідок тривалого обігу підвищує їх цінність на відміну від речового товару, для якого тривалість перебування у сфері обігу знижує цінність внаслідок збільшення його вартості;

- наступною важливою відзнакою на ринку цінних паперів є формування ринкової ціни на цінні папери. Ціна цінного паперу на відміну від ціни на речовий товар

не має вартості в якості своєї основи, так як цінний папір не є результатом праці. Для відповідних видів цінних паперів ринком цінних паперів встановлюються свої правила ціноутворення;

- важливою відмінною особливістю ринку цінних паперів є перевищення масштабів ринку цінних паперів над масштабами ринку речових товарів. Межі ринку речових товарів визначаються зростанням виробництва матеріальних благ, товарів, що, в свою чергу, обмежується матеріальними і трудовими ресурсами, межею виробничих можливостей, а також потребами населення на ці товари і платоспроможним попитом населення. На ринку цінних паперів відсутні матеріальні кордони або будь-які обмеження для росту меж ринку цінних паперів.

Фондовий ринок має суттєві відмінності від ринків валютного та кредитного, під валютою слід розуміти як готівкові іноземні гроші, що дозволяють придбати товари й цінності в інших країнах або продати вітчизняні товари в зарубіжних країнах, а також боргові відносини з приводу іноземної валюти.

Відмінності між ринком цінних паперів і валютним ринком полягають в наступному:

- в способі освіти, в характері відносин, у розбіжностях факторів, що впливають на фондовий ринок й валютний ринок [3]. За способом утворення він відрізняється від валютного ринку тим, що цінний папір на відміну від валюти може випускатися як державою, так і комерційними організаціями;

- за характером відносин валютний ринок на відміну від ринку цінних паперів являє собою ринок грошей як товарів;

- грошима. Кожна валюта за своїми споживчими якостями завжди виступає грошима. Так, валютний ринок розглядається в якості грошового ринку або ринку грошей як товарів. Цінний папір на відміну від валюти є особливим товаром, який приносить певний дохід його власнику, що дозволяє розглядати цінний папір як капітал.

Відмінності в чинниках, що впливають на фондовий ринок й валютний ринок, полягає в тому, що на фондовий ринок в більшій мірі впливають економічні фактори як на загальнонаціональному рівні або макрорівні, так і на рівні окремого емітента або мікрорівні. На валютний ринок впливають у більшій мірі політичні чинники. Валютний ринок й фондовий ринок мають загальні ознаки, що визначають їх як міжнародні ринки, але валютний ринок як міжнародний ринок за своїм призначенням є міжнародним по своєму об'єкту, а фондовий ринок як міжнародний ринок за своїм призначенням. Це пов'язано з тим, що фондовий ринок функціонує і розвивається як національний ринок, а валютний ринок – навпаки, як міжнаціональний ринок.

Фондовий ринок відрізняється від кредитного ринку за типом посередництва на ринку; за відмінностями в організації ринку; за відмінностями в охопленні організатором ринку його інструментів; за різними обмеженнями розмірів ринку; за відмінностями в цінах. Фондовий ринок функціонує з торговим посередником, а кредитний ринок – з борговим посередником. Фондовий ринок не має загального обов'язкового центру, хоча фондовий ринок має організуючий центр у вигляді фондових бірж, незважаючи на той факт, що фондовий ринок виступає у формі біржового та позабіржового. Кредитний ринок виступає як організований ринок. На кредитному ринку надаються всі види послуг з кредитування. На фондовому ринку організатори торгівлі цінними паперами не можуть охопити всі види цінних послуг, у них є право відбору цінних паперів, які допущені до торгів на біржі. Розміри фондовому ринку не мають верхньої межі для зростання масштабів кредитного ринку і, як правило, визначаються

потребою економіки та економічного розвитку в грошах. Ціна цінного паперу видається як капіталізований процентний дохід по цінному паперу, а ціною банківської позики є дохід, який виплачується за позикою.

Специфіка ринку цінних паперів на відміну від ринку речових товарів і факторів виробництва полягає в тому, що він не створює умов і передумов у своїй сфері для виробництва капіталу, а створює можливість за допомогою цінних паперів отримати капітал від інших учасників ринку, який влаштовує всі сторони, що заключили угоду з приводу реалізації цінних паперів.

Таким чином, фондовий ринок виступає зовнішнім джерелом капіталу поряд з кредитним ринком або ринком грошових позичок чи банківських позичок. Кредит використовується для короткострокових цілей, а випуск цінних паперів використовується для отримання коштів на довгострокові цілі для основного капіталу. Обидва ринки мають загальну економічну основу – позичковий капітал, який функціонує і використовується в якості грошового капіталу, банківських позичок і цінних паперів. За своїми організаційними, економічним і правовим, а також податковим характеристиками фондовий ринок та кредитний ринок є зовнішніми джерелами залучення капіталу. На ринку цінних паперів здійснюється споживання чистого доходу як капіталу в сфері обігу.

Отже, фондовий ринок є джерелом чистого доходу і примноження вкладеного капіталу в цінний папір, однак інвестор не бере участі та не вкладає свою працю у створення доходу або прирості капіталу.

Список використаних джерел:

1. Загородній А. Г. Фінансово-економічний словник / А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк. – К.: Знання, 2007. – 1072 с.
2. Кравченко Ю. Я. Фондовый рынок: учеб. пособ. / Ю. Я. Кравченко. – К.: Дакор; КНТ, 2008. – 733 с.
3. Галанов В. А. Рынок ценных бумаг / В. А. Галанов. – М.: Инфра-М., 2009. – С. 18–19.

К. пед. н. Иванова Л. А.

*ГАОУ ВПО «Набережночелнинский государственный
торгово-технологический институт», Российская Федерация*

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПОДХОДОВ К ПЕРСОНАЛУ ОРГАНИЗАЦИИ НА ОСНОВЕ КОНЦЕПЦИЙ ВНУТРИФИРМЕННОГО МАРКЕТИНГА

Внутрифирменный маркетинг (ВФМ) – наука, вышедшая из маркетинга услуг, несет в себе идеи инновационного подхода к управлению персоналом. «Маркетинг – дело рук каждого в компании», – сказал известный теоретик маркетинга Л. Берри [1].

Концепция внутрифирменного маркетинга впервые появилась в литературе, посвященной маркетингу услуг, а термин был впервые использован в 70-х годах прошлого века. Начиная с трудов Л. Берри, внутрифирменный маркетинг стал предметом пристального изучения и различных исследований.

Изначально концепция внутрифирменного маркетинга предлагалась как решение одной из самых острых проблем, стоящих перед маркетингом услуг – проблемы качества услуги. Но Л. Берри предполагает, что построение взаимоотношений с работниками должно предшествовать построению взаимоотношений с клиентами [3].

Для того чтобы клиент был удовлетворен, первичный рынок компании – работники организации – должен быть удовлетворен.

Л. Берри и А. Парасураман определяют внутрифирменный маркетинг как:

«... привлечение, развитие, мотивация и удержание квалифицированных работников посредством такого продуктового предложения места работы, которое способно удовлетворить их потребности. **Внутрифирменный маркетинг – это философия отношения к работникам, как к клиентам, и стратегия формирования продуктового предложения (работы) так, чтобы оно удовлетворяло человеческие потребности**» [4]. Работники образуют «первый» рынок компании, и их следует обслуживать также качественно, как и клиентов.

Модель Л. Берри утверждает следующее:

Отношение к персоналу компании, как клиентам, изменит отношение работников к своей работе и организации в целом. Работники станут сервисно ориентированными, что приведет к улучшению качества обслуживания внешних клиентов и, как следствие, к получению конкурентного преимущества и успеху компании. «Вложение денег в исполнителя вносит вклад в исполнение... Инвестиции в успех сотрудников компании гарантируют успех самой компании» [4].

Отношение к персоналу, как клиентам, требует, чтобы предлагаемая им работа рассматривалась как любой другой продукт компаний, а именно при формировании продуктового предложения работникам должны учитываться их потребности и должны предприниматься определенные усилия, направленные на то, чтобы сделать этот продукт привлекательным для клиентов – работников.

Все это требует нового подхода к управлению персоналом и применение маркетинговых технологий для того, чтобы привлечь и удержать нужных работников [5].

Основными составляющими внутрифирменного маркетинга в данной модели являются следующие компоненты [6]:

- *Борьба за таланты.* Компания должна приглашать на работу и удерживать только тех, кто реально способен быть эффективным в данной компании.

- *Предложение видения.* Зарплата удерживает человека на работе физически, однако необходима и эмоциональная привязанность. Персоналу необходимо предложить видение, которое поможет им понять и поверить в цели организации, придаст их работе чувство смысла.

- *Подготовка людей к деятельности.* Для того чтобы персонал компании был в состоянии предоставлять качественную услугу, необходимо вооружить людей соответствующими знаниями и навыками. Обучение и повышение квалификации персонала должно стать непрерывным процессом. По мнению Л. Берри, помимо формирования необходимых в работе навыков и умений, необходимо формировать и укреплять сервисно – ориентированное отношение персонала.

- *Превращение персонала компании в единую команду и поощрение командной работы.* Особенно командная работа важна в сервисной организации. Предоставление услуг – это всегда эмоциональный труд, в результате которого персонал испытывает стресс. Компания должна помогать работникам восстановиться после эмоционального труда. Важная роль в процессе восстановления отводится команде и ее способности к поддержке, менеджерам высшего звена и непосредственным руководителям.

- *Наделение полномочиями работников.* Наделение полномочиями особенно важно для контактного персонала в сфере услуг. Предоставление права принимать решения и свобода действий в работе с клиентами и в проблемных ситуациях – действенное средство повышения качества обслуживания.

– *Измерение качества обслуживания, поощрение достижений и награждение достойных.* Деятельность любого работника компании должна оцениваться, даваться обратная связь и вознаграждаться соответственно.

– *Изучение клиента.* Работники являются первыми и основными клиентами компании. Необходимо систематически проводить оценку их удовлетворенности и выявлять потребности и их изменение. Дизайн должности должен проводиться на основе результатов подобных исследований.

Основная цель модели внутрифирменного маркетинга Л. Берри, усилить конкурентоспособность компании. Источник конкурентоспособности, по его мнению, лежит внутри компании. Несмотря на внешнюю цель (удовлетворение клиентов), модель имеет четко выраженный внутренний фокус. Л. Берри делает основной акцент на постоянное и регулярное совершенствование продуктового предложения (работы), а не на построение долгосрочных и взаимовыгодных отношений как внутри организации, так и за ее пределами.

Продуктовый фокус также не связан со стратегией компанией и анализом текущей ситуации на рынке, то есть предложение работы должно постоянно улучшаться, основываясь на нуждах и интересе работников, без учета баланса интересов других сторон: клиентов, компании, общества и т. д.

Несколько позже, в 80-е годы предыдущего столетия сложилось еще несколько моделей внутрифирменного маркетинга: модель К. Грэнрооса с ориентацией на клиента, объединенная модель внутрифирменного маркетинга П. Ахмеда и М. Рафика.

К. Грэнроос подчеркивает, что для успеха внутрифирменного маркетинга, он должен стать элементом стратегического управления организацией. К. Грэнроос в своей концепции внутрифирменного маркетинга основное внимание уделяет построению эффективных взаимоотношений между людьми внутри организации, на всех уровнях, для того чтобы сервис ориентированное и клиент ориентированной мышление было создано внутри организации и разделялось всеми ее работниками. И это мышление должно быть направлено на создание и управление взаимоотношениями с внешними клиентами.

П. Ахмед и М. Рафик утверждают, что обе модели, как Л. Берри, так и К. Грэнрооса являются неполными, т. к. не предлагают механизмы мотивации работников, кроме маркетингового подхода к взаимоотношениям с работником, а также не объясняют связь между удовлетворенностью клиентов и ростом прибыли организации [7]. Они строят свою модель фактически, на балансе интересов организации, клиентов и работников.

К сожалению внутрифирменный маркетинг не получил широкое распространение в реальном бизнесе, лишь немногие организации применяют концепцию на практике.

Одна из основных проблем, которая тормозит широкое проникновение внутрифирменного маркетинга в бизнес среду – отсутствие единой концепции и единого понимания, что есть внутрифирменный маркетинг и, как следствие, трудности практического внедрения моделей внутрифирменного маркетинга в организациях [2].

Технологии внутрифирменного маркетинга должны включать в себя эмоциональную составляющую, должны быть направлены на создание позитивного опыта, позитивных эмоций внутри организации, с тем, чтобы способствовать созданию позитивной эмоциональной атмосферы при взаимодействии с внешними клиентами.

Исследования проведенные нами в одном из передовых предприятий города подтвердили наше предположение о том, что внутрифирменный маркетинг как технология управления персоналом не находит своего применения в российском менеджменте. Причины красноречиво указаны в ответах респондентов:

Участники опроса:

1. Инженер-технолог хлебобулочных изделий ДРиВНР (департамент развития и внедрения новых разработок).
2. Инженер-технолог кондитерского производства ДРиВНР.
3. Руководитель ДРиВНР.
4. Инженер СЛУК (служба управления качеством).
5. Начальник кондитерского цеха.
6. Инженер-экономист по транспорту.
7. Менеджер по маркетингу.
8. Региональный менеджер отдела продаж.
9. Программист ОИТ (отдел информационных технологий).
10. Менеджер по набору персонала.

Вопрос № 1. Знакомы ли Вы с концепцией внутрифирменного маркетинга?

- да;
- нет;
- впервые слышу.

Все участники выбрали ответ «да».

Вопрос № 2. Если знакомы, то какая модель внутрифирменного маркетинга вами применяется?

- 1 – модель Л. Берри;
- 2 – модель К. Гренросса;
- 3 – модель Ахмеда и Рафика;
- 4 – с моделями знаком, но в организации не применяется;
- 5 – с моделями не знаком;

Ответы участников:

1. Инженер-технолог хлебобулочных изделий ДРиВНР (департамент развития и внедрения новых разработок) – вариант 5.
2. Инженер-технолог кондитерского производства ДРиВНР (департамент развития и внедрения новых разработок) – вариант 4.
3. Руководитель ДРиВНР (департамент развития и внедрения новых разработок) – вариант 4.
4. Инженер СЛУК (служба управления качеством) – вариант 1.
5. Начальник кондитерского цеха – вариант 5.
6. Инженер-экономист по транспорту – вариант 5.
7. Менеджер по маркетингу – вариант 4.
8. Региональный менеджер отдела продаж – вариант 4.
9. Программист ОИТ (отдел информационных технологий) – вариант 5.
10. Менеджер по набору персонала – вариант 4.

Вопрос № 3. Если знакомы с моделями, но не внедряете какую-либо в систему маркетинга, укажите причину:

- 1 – отсутствие практики внедрения;
- 2 – считаете, что нет необходимости внедрять;
- 3 – отсутствие возможностей;
- 4 – отсутствие желания внедрять;

Ответы участников:

1. Инженер-технолог хлебобулочных изделий ДРиВНР (департамент развития и внедрения новых разработок) – вариант 1.
2. Инженер-технолог кондитерского производства ДРиВНР (департамент развития и внедрения новых разработок) – вариант 4 (отсутствие глубокого понимания проблем с персоналом).

3. Руководитель ДРиВНР (департамент развития и внедрения новых разработок) – вариант 4 (руководство не считает первостепенным работу с персоналом).
4. Инженер СЛУК (служба управления качеством) – вариант 3 (необходимость привлечения квалифицированных специалистов).
5. Начальник кондитерского цеха – вариант 4 (нет осознания проблемы).
6. Инженер-экономист по транспорту – вариант 1.
7. Менеджер по маркетингу – вариант 1.
8. Региональный менеджер отдела продаж – вариант 1.
9. Программист ОИТ (отдел информационных технологий) – вариант 3 (недостаточно финансовых возможностей).
10. Менеджер по набору персонала – вариант 1.

Вопрос № 4. Как вы относитесь к принципу менеджмента «Управлять – значит приводить к успеху других»?

1. Инженер-технолог хлебобулочных изделий ДРиВНР (департамент развития и внедрения новых разработок) – согласна, ведь самое дорогое в компании – это люди, которые в ней работают!

2. Инженер-технолог кондитерского производства ДРиВНР (департамент развития и внедрения новых разработок) – очень актуальное высказывание профессора Хена, так как будущее любой организации в свою очередь будет зависеть от возможностей и роста ее сотрудников.

3. Руководитель ДРиВНР (департамент развития и внедрения новых разработок) – абсолютно согласен! Ведь чтобы быть в первую очередь успешным руководителем, нужно создать успешную и эффективную команду, которая может реагировать на высокие темпы развития бизнеса.

4. Инженер СЛУК (служба управления качеством) – на мой взгляд, именно по успешности подчиненных можно оценить степень эффективности руководства.

5. Начальник кондитерского цеха – Современным компаниям нужно развиваться, успевать в гонке, в гонке с конкурентами, в гонке за клиентов, а также в гонке за квалифицированный, успешный персонал в первую очередь.

6. Инженер-экономист по транспорту – деятельность фирмы напрямую зависит от работников, которые в ней работают.

7. Менеджер по маркетингу – тенденции в мире все больше и больше указывают на необходимость профессионального развития, как руководителей, так и их сотрудников.

8. Региональный менеджер отдела продаж – абсолютно солидарен!

9. Программист ОИТ (отдел информационных технологий) – с принципами менеджмента не знаком.

10. Менеджер по набору персонала – согласна, ведь самое дорогое в компании – это люди, которые в ней работают!

Приведенное выше исследование подтверждает мысль о необходимости совершенствования подходов к персоналу организации на основе концепций внутреннего маркетинга и внедрения в практику управления организацией технологий внутрифирменного маркетинга.

Внутренний маркетинг (internal marketing), предполагает применение философии и методов традиционного маркетинга по отношению к персоналу фирмы. Качественные стандарты оказания услуг внешним потребителям рассматриваются как внутренний продукт (товар), который продается персоналу фирмы как внутреннему потребителю. Высшее руководство наряду с традиционной внешней стратегией маркетинга, направленной на внешнего потребителя, развивает стратегию внутреннего маркетинга, направленную на внутреннего потребителя, т. е. на персонал фирмы, который оказывает услуги внешним потребителям. Персонал фирмы как второй

внутренний целевой рынок фирмы сегментируется, и изучаются потребности этих сегментов. Затем рабочие потребности персонала удовлетворяются в обмен на заданные стандарты качественного обслуживания внешних потребителей. Ф. Котлер определил работников предприятия как внутренних потребителей, а организацию как внутренний рынок [8].

Через эффективное удовлетворение нужд персонала, находящегося в контакте с потребителями, фирма увеличивает свои возможности эффективно удовлетворять, а значит и удерживать, внешних потребителей, что является гарантом успешности фирмы на рынке.

Внутренний маркетинг имеет тесную связь с новой парадигмой маркетинга – маркетингом отношений (relationship marketing). Согласно этой парадигме, постоянные деловые отношения примерно с двадцатью процентами всех клиентов фирмы приносят около восьмидесяти процентов общей прибыли фирмы. Другими словами, в сегодняшней конкурентной среде фирме выгоднее иметь и обслуживать на долгосрочной основе постоянных клиентов, нежели тратить маркетинговые средства на привлечение новых клиентов, не задумываясь об их повторном обращении за услугой.

Представленный нами подход к управлению трудовыми ресурсами не нов и активно применяется в большинстве зарубежных компаний, и в отечественных компаниях интерес к внутрифирменному маркетингу возрастает. Остается надеяться, что социальная сущность внутреннего маркетинга, которая заключается в идее «управленческой человекоучуткости», т. е. в развитии руководством благоприятного для работы климата психологической поддержки, помощи, дружбы, взаимного доверия и уважения, войдет в практику управленческой деятельности российских компаний.

Список использованных источников:

1. Ahmed P. Internal Marketing / P. Ahmed, M. Raffia. – London: Butterworth Heinemann, 2010. – P. 3.
2. Ahmed P. Internal Marketing / P. Ahmed, M. Raffia. – London: Butterworth Heinemann, 2011. – P. 3.
3. Berry L. Discovering the soul of service: The nine drivers of sustainable business success / L. Berry. – New York: The Free Press, 2009. – P. 142.
4. Berry L. Discovering the soul of service: The nine drivers of sustainable business success / L. Berry. – New York: The Free Press, 2009. – P. 242–243.
5. Ahmed P. A Meta-model of Internal Marketing in Varey R., Lewis B.(eds), Internal Marketing: Directions for Management / P. Ahmed, M. Rafiq. – New York: Routledge, 2010. – P. 223–224.
6. Berry L. Marketing Services: Competing through quality / L. Berry, A. Parasuraman. – New York: The Free Press, 2011. – P. 152–171.
7. Ahmed P., Rafiq M., Internal Marketing / P. Ahmed, M. Rafiq. – London: Butterworth Heinemann, 2009. – P. 15.
8. Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент / Ф. Котлер. – СПб.: Питер, 2011.

К. э. н. Хабибуллин Р. Г, Салимова А. Р.

*Башкирский государственный университет Нефтекамский филиал,
Российская Федерация*

ОПЫТ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ МИКРОФИНАНСИРОВАНИЯ В РАЗЛИЧНЫХ СТРАНАХ

Как показала практика других стран, микрофинансирование – один из действенных методов, развивающих малое предпринимательство. Это финансовая отрасль, направленная на предоставление различных финансовых услуг лицам, не способным

по тем или иным причинам воспользоваться обычными банковскими услугами, например, молодым предпринимателям, которым не хватает средств для текущей деятельности.

Главной составляющей микрофинансирования является микрокредитование, и в нашей стране, где микрофинансовый рынок только-только развивается, эти понятия практически тождественны.

В последние годы многие страны добились значительных успехов в обеспечении широких слоев населения финансовыми услугами благодаря развитию микрофинансирования. Микрофинансовый сектор получил общественное признание и достиг весомых практических результатов. Подтверждение тому является проведение ООН в 2005 г. «Международного года микрокредитования и развития духа предпринимательской инициативы», а также присуждение Нобелевской премии мира 2006 года «социальному банкиру» из Бангладеш Мухаммаду Юнусу. Основанный им Grameen Bank стал эталоном «классического» эффективного микрофинансирования. Широкую известность за пределами страны получили многие национальные лидеры в области микрофинансирования, включая Banco Solidario (Боливия), Compartamos (Мексика), Enterprise Development Group (США). Присуждая премию, Нобелевский комитет отметил: «Прочный мир не может быть достигнут до тех пор, пока обширные группы населения не найдут способы вырваться из тисков нищеты. Микрокредитование является одним из таких способов».

В России доля малого и среднего бизнеса в ВВП составляет всего 12 процентов, в то время как в Западной Европе и США малые и средние предприятия производят от 50 до 70% ВВП. В рамках мировой экономики малый бизнес и новые предприниматели способны обеспечить достижение и поддержание экономического благополучия, но только в том случае, если у них есть доступ к капиталу. Поэтому США рассматривают поддержку небанковских финансовых организаций и микрофинансирования как одну из первоочередных задач для развивающейся рыночной экономики России и ее гражданского общества. Вот уже более 10 лет правительство США через свое Агентство по международному развитию последовательно поддерживает микрофинансирование, осуществляемое как традиционно – банками, так и небанковскими финансовыми организациями, – и все это ради процветания малого бизнеса.

Мощный технико-экономический прорыв в послевоенные годы вывел Японию в тройку самых развитых стран мира. Это было достигнуто благодаря развитию малого бизнеса при мощной государственной поддержке. Несмотря на то, что многие всемирно известные компании и концерны по наукоемкому производству автомобилей, техники, инновационной продукции находятся именно здесь, малый бизнес составляет значительную долю в общих объемах промышленности Японии (около 40%). Однако нужно отметить, что малый бизнес в Японии в большей степени представлен в следующих отраслях: строительство, легкая промышленность, сфера услуг. Наукоемкие производства ведутся в основном лишь крупными компаниями. Это и есть основная задача экономического развития Японии – стимулирование инновационного высокотехнологичного производства в малом бизнесе.

Стимулирование предприятий малого бизнеса в Японии ведется на всех уровнях, начиная от властей центрального правительства и заканчивая самостоятельными союзами и объединениями малых предприятий. Центральные власти и местные органы самоуправления субсидируют на всех этапах жизненного цикла предприятия малого бизнеса, непосредственно участвующие в создании наукоемкого и высокотехнологичного производства. Для таких предприятий государство выделяет займы, обеспечивает кредитование малого бизнеса через предоставление поручительства и других

видов кредитных гарантий. Также при централизованной поддержке государства в специальных центрах, некоммерческих организациях производится обучение кадров, осуществляется консультационно-информационная поддержка.

Малый и средний бизнес превратил Китай из отсталой аграрной страны в крупнейшего промышленного производителя. Теперь настал черед властей КНР помочь предпринимателям, которые пытаются спасти и сохранить бизнес во время мирового кризиса¹.

Формирование среднего и малого бизнеса, составившего основу экономики Китая, стало результатом рыночных реформ, затеянных китайскими коммунистами в конце 1970-х годов. Реформы в СССР, начавшиеся шестью годами позже, стране не помогли – она распалась в 1991-м, да и экономика России в первой половине 1990-х представляла собой жалкое зрелище. А Китай тем временем уже заявил о себе как о потенциальной сверхдержаве. Поэтому в России все чаще задавали вопрос: почему это у китайцев реформы получились, а у нас нет? Ответ обычно зависел от политических пристрастий отвечавшего. Например, потерявшие власть российские коммунисты, еще недавно клеймившие китайские реформы и запрещавшие их изучение, поспешно признали их успех, объявив его причиной сохранения китайской компартией командных позиций. И призвали к копированию китайского опыта.

В настоящее время развитие национального финансового сектора в России смещено в сторону столицы. Сегодня в наибольшей степени ущемленными в доступе к финансовым услугам являются: малообеспеченное население, особенно сельское; начинающие предприниматели; действующие субъекты микробизнеса.

Регіональні особливості розвитку АПК. Формування і використання трудових ресурсів

Mukhamedkhanova A. K.

Kazakh Economic University after T. Ryskulov

IF THERE IS A HOPE: REGIONAL ECONOMY OF THE RK

The actuality of a chosen theme consists of Kazakhstanian's wish (particularly, the aspiration of people living in the RK) to be an integral part of «gold billion». That means to have a high life level inspire limited resources reason. To achieve this sparkling top, first of all, it is necessary for the republic to be implemented not as raw materials appendage, but as high tech civilization. Such program is in need of new approaches and aspect angled view, as well as detailed analysis of current regional situation, characterized by the influence of endogenous and exogenous factors. We shall consider the budgetary regional dependence from the center as an internal power. At the same time, external power will be represented by interactional conjuncture degree of outer market and productive hydro carbonic branch.

Thus, region is the territory within administrative borders of Federal subject characterized by: complexity, integrity, specialization and manageability, e. g. the presence of politico-administrative control units [1].

¹ Новости малого бизнеса № 41 от 12.10.2009. с. 11

Despite the sharp concentration of production in the western oil-regions the level of income is often critically low in the RK. Logically, once the plant is – there should be income! But on the territory of post-Soviet space factory does not require highly skilled labor force, because the production process is not computerized, etc. as opposed to factories in Germany. According to the tables' data [2], we can conclude – the standard of living is higher where financial capital is concentrated and to work with which required educated and therefore more highly paid professionals.

The structure of export in the country generally reflects the importance of mining and oil-producing manufacture in the structure of production, what strengthens the dependence of the country on raw materials. We'll mark, that the regional industry – the production of those who export crude oil and gas, develops much faster than manufacturing industry. Cardinal change of the situation is expected in frames of industrial-innovative realization of 2003–2015 program, determining the growth of productive potential of separate regions within the country and their balanced backing.

The analysis of absolute values of transfers directed to the regions show strong growth in 2008 comparatively with the indexes of 2004 (479,7% and 137,8%) and 2007. Such explosion explained by realization of anti-crisis measures – projects and programs – from governmental side. Several huge investment programs also took place all over the republic. Thus the absolute leader of absorbing the funds is South-Kazakhstani's region (excluding Astana city). While, the less donated regions were represented by Mangistau region (2,2%) and Pavlodar (3,3%). If we analyze the average amount of donation gained for 2004–2009 we also mention the following: Mangistau region (1,7%), Atyrau region (3,2%), Pavlodar region (3,4%). However, the subvention data «per capita» showed some other information [3].

Making the analysis of the «export-import», comparing the rates of profit, sales and purchases, the total turnover of the hydrocarbon industry – come to the conclusion that the volume of products imported into the country's fuel and energy sector at a cost amounting to \$ 862.0 4606 as well as their export generates income in the amount of \$ 58,122,764.6. It becomes obvious that sale of raw materials today – very profitable. Drawing attention to the commodity structure of exports, we emphasize: January-November 2011 the share of mineral products amounted to 78.7%.

If we stop export the minerals, we'll have 20, 3% from \$ 834.2 79 820 (the total income of the country's exports), which amount is 15,964,166, \$ 8, while, while buying 4606 \$ 862.0. Thus, the share of the hydrocarbon sector in the regional and national economy is great. It is not surprising that we may not refuse of raw mineral's export at the very moment [4].

Some fundamental ideas aimed for the decision of corresponding emphasized problems.

The lag of formation in processing production, transport arteries (for example, gas – oil pipelines infrastructural objects, transmission facilities as well as construction industry enterprises) and social-domestic complex evidently point the raw materials' mastering by narrow departmental methods. That is why, construction and projection processes of oil and gas deposits determine all possible ways for the extraction of «more and more» in comparatively short periods of time, forgetting the question of quality, specific physicochemical parameters and potential ability for wide assortments of important production, e. g. above mentioned value added [11].

Considering the fact that subsidies of the region mostly directed for the investments to the fixed capital – the exact algorithm of actions is to be detected. Another important moment

is the «staff preparation». Two possible ways are to be pointed out for the stabilization of the current situation and decision making:

1. The country buys ready effective technology and adapts it for the local market with the further use.

2. The country invests into production means and development of the proper scientific and technical potential, owing the right to sell or use the invented effective and profitable product.

Undoubtedly, the risk exists in both cases. But the state may not sleep as time flies, as the industrial branch will respond immediately – will stop to be relevant and competitive, will die and stop providing extra profits.

If to orientate the national and regional economies for the export of high quality ready production we are to invest into construction and improvement of processing plants and factories, purchasing technologies and equipment.

At the very same time A. A. Adambekova points clearly main ideas for regional development and possible resolution towards the problem of underfunding – the correspondence of three complementary factors which supply the main ideas – rational usage of limited labor and financial resources.

“– the current effectiveness growth of economics (modernization and diversification) to rise the efficiency and value added degree, as well as surpluses’ release, the former mentioned corresponds to low-output traditional enterprises;

– creation of the basis for the economy of future to ensure sustainable development of economics for a long-term perspective and creation of conditions for effective talent’s employment (as well as for qualified specialists, scientists, effective managers and successful business owners);

– the protection of effective employment for the population with comparatively low education level (the small business programs for areas with rural population and the proper respect for migratory people because of inescapable urbanization).

The systematic analysis for income’s differentiation in regions-exporters of raw materials shows that the disparity includes not only issues, but the poverty ingeniously brings to the difficulties with intersectional integration processes, whose target is the complicated and full-fledged productive process. Such measure will reinforce the concentration of production and strengthen its effectiveness as well as will influence the monopolization of national economy, dependence from government and foreign capital participation”.

Post systematic data analysis shows that is important to put the production in such a way to motivate more potential productive regions for industrial boom and to turn them to a kind of «trucks» for less gifted neighboring areas.

The list of references:

1. Мухамедханова А. К. Некоторые проблемы развития инновационной деятельности в нефтегазовом секторе республики Казахстан / А. К. Мухамедханова // Стратегия перевода экономики на инновационно-технологическую платформу: материалы науч.-практ. конф. (25 февраля 2011г); под общ. ред. д. э. н., проф. А. М. Сейтказиевой. – Алматы: Экономика, 2011. – Ч.III.
2. Структура экспорта Республики Казахстан по основным товарным группам за январь–ноябрь 2011 г. // Агентство Республики Казахстан по статистике.
3. Web resource. – Access mode: <http://www.iteconomic.com/valovoj-regionalnyj-produkt.aspx>
4. Web resource. – Access mode: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/vvp/met-r.htm
5. Адамбекова А. А. Субвенционность регионов Казахстана: инструменты и методы ранжирования / А. А. Адамбекова. – Алматы: Магистраль, 2010. – № 5. – С. 32–38.

К. э. н. Абсалямова С. Г.^{*}, к. ф. н. Петрова Н. Н.^{}**

^{}Казанский (Приволжский) Федеральный университет, Российская Федерация;*

*^{**}Казанский национальный исследовательский технический университет*

имени А. Н. Туполева, Российская Федерация

СОВРЕМЕННЫЕ ТРУДОВЫЕ ЦЕННОСТИ РОССИЙСКОГО НАСЕЛЕНИЯ

С переходом к рыночным отношениям произошли серьезные изменения в трудовой мотивации, оказались полностью девальвированы прежние трудовые ценности, сам труд потерял свою смыслообразующую функцию, превратившись из основы образа жизни в средство выживания. Сегодня перед российским обществом встала проблема формирования нового трудового сознания, новой трудовой этики. Преодоление кризиса труда невозможно без понимания механизмов формирования трудовой мотивации, т. е. всей совокупности побуждений к трудовой деятельности. Между тем, вопросам мотивации труда на практике не уделяется должного внимания, результаты проводимых социологических исследований зачастую игнорируются, управленческий персонал не испытывает потребность в такого рода знаниях, не используя, тем самым, реальных механизмов, определяющих поведение человека в труде.

При исследовании проблем мотивации труда, на наш взгляд, следует обратить особое внимание на двухмерную теорию трудовой удовлетворенности, предложенную американским психологом Ф. Герцбергом. Согласно ей существует два вида удовлетворенности: самим трудом и условиями («контекстом») и два ряда факторов, вызывающих их: подлинные «мотиваторы труда», то есть условия для самореализации и личностного роста работников, и «гигиенические факторы» (физические условия, оплата труда, отношения подчинения). Благоприятные «гигиенические факторы» по Герцбергу, могут снять неудовлетворенность, но не вызовут активной установки на производительный труд. Поэтому стимулирование труда, не пренебрегая его «гигиеническими» условиями, должно происходить посредством перестройки индивидуального труда в сторону его «обогащения». Последняя включает действия таких «мотиваторов» труда, как выполнение ответственных заданий, удовлетворение трудовыми достижениями, профессиональный рост, повышение престижности труда. Для выяснения состояния трудовой мотивации нами было проведено обследование, в процессе которого респондентам необходимо было проранжировать перечисленные в вопроснике трудовые ценности в соответствии со степенью их важности лично для обследованного. Список предложенных респондентам трудовых ценностей охватывал практически все основные их категории – материальные и духовные, «внутренние» и «внешние», индивидуальные и социальные, характеризующие трудовые блага и трудовые затраты. Данная структура трудовых ценностей была разработана для Всемирного исследования ценностей, осуществленного в нескольких десятках стран мира в 1990-гг., что позволило сравнить трудовые ценности российского населения с трудовыми ценностями жителей других стран.

Как показало обследование, в настоящее время в России, лидирует ценность высокого заработка, которая значительно опережает по частоте упоминаний все остальные аспекты работы.

С другой стороны, ранги активно достижительных ценностей для жителей России значительно ниже, чем в других странах. Так, «возможность чего-либо достичь»,

и «возможность инициативы» занимают, соответственно, 12 и 15 места, тогда как для респондентов из других стран, соответственно, 6 и 7. В то же время, таким традиционно значимым социалистическим ценностям, как «полезность для общества», «уважаемая работа», «ответственная работа» жители России отвели примерно такие же, как и жители других стран, места – в нижней части списка.

Респонденты, отмечавшие значимость для себя высокого заработка, интересной и надежной работы, в то же время подчеркивали важность удобного времени работы, отсутствия чрезмерного давления и пренебрегали такими трудовыми ценностями, как возможность чего-либо достичь, возможность проявить инициативу. Это свидетельствует о большом разрыве между пассивными ценностями интересной работы и активно-достижительными ценностями. Если интерпретировать указанное соотношение ценностей с точки зрения социально-экономического обмена, то можно заметить, что люди ожидают надежную, интересную и высокооплачиваемую работу в удобное время без желания увеличивать трудовую отдачу. Это является следствием разрушения традиционной социалистической мотивации и отсутствия сколько-нибудь значимых, кроме высокого заработка, побудительных мотивов и стимулов к труду в связи с переходом к рыночным отношениям.

Расположение современного ценностного символа – «высокого заработка» на 1 месте говорит о том, что он приобрел гораздо большую значимость по сравнению с 70–80-ми годами. На это повлияло несколько усиливающих друг друга причин: социалистическая идеология потеряла поддержку большей части общества и перестала быть государственной, снизился жизненный уровень значительной части населения, в то же время сформировались новые потребности и повысился уровень притязаний. Общественное благо, ради которого следовало жертвовать личным благополучием, потеряло свою значимость. Материальное благополучие реабилитировалось в правах, идеологически возродилась категория индивидуального богатства и частной собственности, произошло расширение реального состава благ, которые можно приобрести, имея высокие доходы.

На динамике трудовой мотивации сказывается сегодня и неверие в возможность позитивных изменений, связанных с переходом к рыночным отношениям. Проводимые до сих пор реформы, усиленно рекламируемые в качестве средства повышения эффективности производства, а вместе с ним и уровня жизни населения, большинству честных тружеников ничего не дали. Не обогатили спектр трудовой мотивации и процессы акционирования, произошедшие на большинстве предприятий, когда коллектив, так и не осознав себя собственником, столкнулся с новыми проблемами. Все это не могло не изменить отношение людей к труду, которое подтвердили 60% обследуемых. При этом только у 5,3% отношение к труду изменилось в лучшую сторону.

Основной результат исследования – констатация крайне низкого уровня удовлетворенности работой у большинства обследуемых, который привел к обеднению трудовой мотивации.

В массовом сознании и поведении все резче проявляются следующие характерные черты:

- профессиональная деятельность в общественном производстве перестала быть в центре интересов личности. Все большее число своих потребностей работники пытаются реализовать вне сферы труда;

- упал престиж высокого профессионального мастерства. В результате для значительной части работников потеряли ценность служебное продвижение, возможность чего-либо достичь, возможность инициативы;
- на периферию общественного сознания оказались вытесненными мотивы общественного долга, общественной пользы;
- массовое распространение получили социальная и трудовая пассивность.

Резких отличий в мотивации труда разных социально-демографических и социально-профессиональных групп обследованных не обнаружено. Но все же принадлежность работника к определенной группе сказывается на силе и значимости отдельных трудовых ценностей.

Отмеченное ослабление трудовой мотивации заставляет признать последнюю слабым звеном механизма управления персоналом предприятия, фактором наибольшей неопределенности в экономических прогнозах и искать средства ее повышения во всемерном развитии потребностей работников, которые они могут удовлетворить в процессе трудовой деятельности.

С переходом к постиндустриальной экономике в соотношении времени труда и отдыха стали наблюдаться новые тенденции, которые в скором времени, вероятно, станут доминирующими. Во-первых, трансформируется само представление о труде, который теряет свое главенствующее и структурообразующее положение в жизни человека. Трудовая деятельность все чаще воспринимается как средство поддержания жизненного оптимума. В то же время успешность, самореализация и другие жизненные ценности переносятся в сферу досуговой деятельности. И, во-вторых, происходит реструктуризация свободного времени. Он все больше занимается активной деятельностью, связанной с различными видами самореализации и насыщенной интеллектуальной деятельностью. В данном случае мы имеем дело с явлением, которое условно в западных исследованиях обозначено как «экологический досуг», а само движение к нему – «дауншифтинг».

Как показывают проводимые исследования, основными производителями дауншифтеров являются крупные компании – корпоративная этика требует многого, давая взамен деньги и статус. Вместе с солидными заработками, успешностью и уважением окружающих нередко настигает целый букет заболеваний – результат «сгорания на работе». Дауншифтинг в таких условиях является, как правило, вынужденным, о нем задумываются лишь, когда карьера разрушает здоровье. Другим основанием для изменения трудовых ценностей является стремление минимизировать юридические риски, ответственность за бизнес. И, наконец, желание проводить больше времени с семьей и детьми или посвящать себя любимому делу также приводит людей к идее прекратить свой карьерный рост.

Специалисты по кадровому менеджменту очень неоднозначно относятся к данному явлению. Считается, что к дауншифтингу больше остальных предрасположены те, кто неправильно выбрал профессию или со временем понял, что занимается не своим делом. Но руководство компаний, все чаще сталкиваясь с данным явлением, понимает, что от застраховаться от потери ценных сотрудников, решивших вдруг оставить успешную карьеру невозможно.

Конечно, о дауншифтинге как социальном явлении в России говорить пока еще рано. Но, видя, как быстро распространяется данное явление в развитых странах, можно быть уверенным в том, что в ближайшем будущем оно не обойдет и Россию.

К. соціол. н. Щерба О. І.

Українська академія друкарства, м. Львів

ПРОБЛЕМА СПОЖИВЧОГО ВИБОРУ І РЕКЛАМА

Успіх сучасного глобального, міжнародного та національного маркетингу опирається на знання і вміння використовувати особливості поведінки споживачів, формувати їх за допомогою реклами.

Багато відомих дослідників та науковців, як українських, так зарубіжних, досліджували проблеми споживчого вибору та впливу на нього реклами. Серед них Д. Аакер, І. Альошина, Р. Блекуелл, М. Богуня-Боровська, П. К. Власов, П. Дракер, Д. Еджел, Г. Картер, А. Кромптон, Н. Лисиця, Д. Огілві, Р. Рівс, К. Ротцол, Ч. Сендідж, В. Тарасенко, Я. Тереляк, Т. Тишка, А. Фальковський, Л. Федотова, К. Хопкінс, І. Шмигин та ін.

Одним з визначальних факторів, який з одного боку впливає на вибір споживача, а з іншого на створення та подання рекламного звернення у конкретному суспільстві, є ціннісні орієнтації та світогляд, який поділяють більшість членів суспільства.

Економічний світогляд прямо впливає на способи використання дефіцитних ресурсів (своїх, чужих чи спільних), часу, суб'єктивних зусиль, які розповсюджені в культурі і закріплені в цінностях і нормах життя даного суспільства. На думку дослідника П. К. Власова [1, с. 22–23], економічний світогляд суспільства відображає основні принципи підприємницької діяльності, а саме: орієнтації в середовищі, обґрунтування доцільності, віддання переваги результатам, а також основні принципи обміну. Іншими словами, що і як слід презентувати в рекламі, буде пов'язано з тим, що прийнято в даному суспільстві в якості еталону. Ігнорування цих вимог формує негативне віношення, як до самої компанії, так і її продукту. Про такі випадки красномовно свідчать казуси перекладу рекламних лозунгів транснаціональних корпорацій на різні мови світу. Існує достатньо багато таких прикладів у популярних підручниках.

Іншим суттєвим чинником, який впливає на споживчий вибір і на споживчу поведінку індивіда в цілому, є глобалізаційні процеси, які торкнулися не лише сфери виробництва, а і сфери споживання. Панування могутніх корпорацій призвело до поглинання ними менших фірм. Це призвело до того, що у споживача вибір насправді не збільшився, а зменшився.

В деяких сферах вибір скоротився особливо сильно. Хоча супермаркети можуть запропонувати достатньо широкий вибір продукції, продовольчі магазини, в котрих можна здійснити покупки, різноманітністю не відзначаються. Не зважаючи на те, що асортимент продукції достатньо великий, всю цю продукцію виробляє відносно невелика кількість компаній. Така концентрація буде розвиватися і надалі, особливо, після того, як супермаркети візьмуть на себе додаткові ролі: роль аптек, продавців періодики, одягу і бензину. Ймовірно, це сильно відобразиться на продавцях спеціалізованої продукції, оскільки здійснюючи покупки в багатоцільовому магазині, споживачі економлять час і простір. Але в свою чергу і споживачі повинні бути більше залучені в процес споживання [2, с. 242–243].

Довший час не було повного наукового аналізу впливу на споживача як окремих рекламних продуктів (це було певним майже «таємним» ремеслом зі своїми ноу-хау), так і впливу на суспільство реклами в цілому як певного еволюційного явища.

Інколи відкриття у сфері рекламного впливу на вибір споживача трапляються випадково. Але у переважній більшості випадків це багаторічна дослідницька праця.

Так, один із найуспішніших рекламотворців К. Хопкінс зазначає, що «зробив ще одне відкриття. При рекламуванні більшості продуктів, особливо продуктів харчування, слово «безкоштовно» мало вплив. Воно збільшувало контингент читачів наших реклам. Пропозиція зразків була природнім прийомом продажу. Але стосовно продуктів гігієни психологія була іншою. Ми пропонували людям дуже важливі вигоди. Коли ми робили подарунок, як у випадку з продуктами для сніданку, це не підвищувало наш престиж. Ми виглядали як торговці, які просто бажають продати, а не як дослідники, які намагаються допомогти. Коли ми вставляли безкоштовні пропозиції у верхню частину реклами, ми отримували вчетверо менше відгуків. Подібні відкриття робляться лише дослідницьким шляхом. Коли ми рекламуємо десерт і пропонуємо безкоштовний пакет, це цілком нормально. Коли ми пропонуємо гігієнічну допомогу і робимо слово «безкоштовно» нашим головним аргументом, ми дискредитуємо усі фактори, котрі могли б привернути нам споживачів» [3, с. 178–179].

Рекламне повідомлення, згідно дослідниці М. Богуні-Боровської [4, с. 63] – це вид екстерналізації людини, що підлягає процесові встановлення значень на рівні дискурсу і об'єктивізації, а також сенсотворчим діям на інтеракційному рівні. Таке твердження означає, що реклама повинна стати елементом суб'єктивної дійсності, але бути чинником, який проявляється у інтерсуб'єктивній площині. Ці процеси виникають у специфічних умовах споживчої культури. Цей факт набирає додаткового значення в контексті суспільно-культурних змін і ролі, яку реклама виконує у споживчих суспільствах. Йдеться про концепцію егалітарних умов подання загальносуспільного знання на тему суспільно-культурної дійсності, яка постійно змінюється. Знання, подане в рекламі, потрапляє в структуру суспільних практик і сприяє комунікації.

Отже, як ми бачимо, багато з аспектів, котрі впливають на споживчий вибір, включаючи рекламу, вже досліджувалися. Однак в українському суспільстві, яке переживає суттєві соціально-економічні зміни, механізм формування вибору споживачем товару чи послуги під впливом реклами потребує додаткового аналізу.

Список використаних джерел:

1. Психология в рекламе / под ред. П. К. Власова. – Х.: Гуманитарный центр, 2003. – 220 с.
2. Шмигин И. Философия потребления / И. Шмигин; пер. с англ. – Х.: Гуманитарный центр, 2009. – 304 с.
3. Хопкинс К. Моя жизнь в рекламе / К. Хопкинс; пер. с англ. – М.: Эксмо, 2008. – 352 с.
4. Bogunia-Borowska M. Reklama jako tworzenie rzeczywistości społecznej / M. Bogunia-Borowska. – Kraków: Jagiellon, 2004. – 162 st.

Інші питання економіки

Maksimov D. E., Reutskova O. M., Beschastna D. O.

Oles Honchar Dnipropetrovsk National University

DEVELOPMENT OF TRAVEL AND TOURISM SECTOR IN UKRAINE

According to UNWTO annual report International tourism continued to grow in 2011, despite an increasingly uncertain global economy, political changes in the Middle East and North Africa and natural disasters around the world. International tourist arrivals reached a record 982 million, an increase of 4.6% on 2010, while receipts grew by 3.8% to US\$ 1.030 billion (€ 740 bn).

The number of international tourist arrivals to **Ukraine** surpassed 21,415 thousand meanwhile the sum of International tourism receipts reached \$4,294 million. Our country became the 13th most popular destination for International travelers.

UNWTO states that 'Travel & Tourism is a significant part of many national and regional economies around the globe, and supporting its expansion can be an integral part of a broader economic development strategy for both developed and developing nations as well as a potential tool for generating employment.'

Development of a Travel & Tourism sector leads to job openings, provides country with currency, raises national income and expands the growth of economy. Besides, Travel and Tourism is linked to many other industries in the economy, thus it generates additional demand in a wide range of services and professions. Furthermore, multiplier effects which reflect the changes in income and employment resulting from a change in expenditure.

Such negative aspects of growth of Travel & Tourism sector as import of inflation and environmental damage should be taken into account too. Nevertheless, the positive impacts overweigh the negatives.

The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013 states that Ukraine ranks 76th place among 140 countries. As it has already been mentioned, the quantity of international tourist arrivals surpassed 21,415 thousand in 2011, but only 5.7% of them are declared as tourist visits. 39.5% of them came from Russia, 11% from Poland, 9% from Belarus, 6% from Germany, 4% from the USA. If we want to build a prosperous country we should pay more attention to the development of Travel and Tourism sector in Ukraine.

Ukrainian Vice Prime Minister Aleksandr Vilkul underlines that tourism may boost the economy and should become one of the main strategic goals in Ukraine.

Policy rules and regulations are the main problems in the Ukrainian T&T sector. To remedy them our government has to take certain steps towards new businesses and regulations which should be clear and fair.

Another problem is the lack of qualified human resources, which implies that we need to pay more attention to training people.

At the same time there is a large number of benefits. Ukraine is very diverse. There are the Carpathian Mountains suitable for skiing, hiking, fishing and hunting in western Ukraine, the coastline on the Black Sea that is a popular summer destination in the south, large territories suitable for green tourism that is gaining popularity all over the world, plenty of ancient sites. We carry on rich traditions and have a delicious national cuisine. The fact that there are four cultural and one natural World Heritage Sites in Ukraine is worth attention too.

To sum up I want to say that our policymakers should focus on Ukrainian competitive advantages and take serious steps towards improving the existing infrastructure. Another point is that we have to improve our marketing strategy, so that we can attract more tourists from developed countries. Despite increasing instability induced by economic, political, and environmental challenges, tourism is expected to remain a significant driver of future economic growth.

К. е. н. Білоченко А. М.

Міністерство аграрної політики та продовольства України, м. Київ

**ВДОСКОНАЛЕННЯ БЮДЖЕТНОЇ ПІДТРИМКИ
АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ**

Незважаючи на те, що 2012 рік виявився одним із найбільш складних та за останнє десятиріччя для розвитку вітчизняного аграрного сектору економіки і, насамперед, для рослинництва, у агропромисловому комплексі вдалося забезпечити

позитивні показники практично по всіх видах виробництва сільськогосподарської продукції. Певну роль у цьому процесі, на нашу думку, відіграв кардинальний перегляд механізмів державної фінансової підтримки сільськогосподарських товаровиробників та підвищення ефективності діяльності окремих фінансових інституцій, насамперед Аграрного фонду.

Широкий спектр питань фінансово-кредитного забезпечення АПК знайшли своє відображення у працях таких вітчизняних дослідників, як В. М. Алексійчук, В. Г. Андрійчук, А. Г. Борщ, М. Я. Дем'яненко, М. Ф. Кропивко, В. С. Лобас, Ю. О. Лупенко, М. Й. Малік, Л. О. Мармуль, О. В. Олійник, Д. В. Полозенко, П. Т. Саблук, В. П. Ситник та інших. Разом з тим, питанням вдосконалення механізмів бюджетної підтримки галузі на сучасному етапі її розвитку поки що приділяється недостатньо уваги.

В цілому поділяючи думки експертів щодо відсутності системності та комплексності у фінансовому забезпеченні діяльності вітчизняних сільськогосподарських товаровиробників [1, с. 65], вважаємо що у минулому році, навіть в умовах браку бюджетних джерел фінансування, державою були зроблені певні позитивні кроки у даному напрямку. Так, всі програми бюджетної підтримки були переорієнтовані на малих та середніх товаровиробників та на ключові галузі виробництва. Це дало змогу вперше за роки незалежності одержати стійкий ріст показників у тваринництві.

Незаперечним є той факт, що саме державна фінансова підтримка має особливе значення в загальній системі фінансового забезпечення аграрного сектора. Завдяки їй можуть бути вирішені (принаймні частково) такі суспільно значимі питання, як забезпечення продовольчої безпеки держави, зниження природних та економічних ризиків сільськогосподарського виробництва, збереження навколишнього середовища, сталого розвитку сільських територій.

Законом України «Про державний бюджет України на 2012 рік» (зі змінами) Мінагрополітики України було передбачено видатки в обсязі 18,1 млрд грн., у тому числі лише 6,4 млрд грн. – за рахунок коштів загального фонду та 11,7 млрд грн. – за рахунок спеціального фонду. В тому числі, на основні програмами підтримки розвитку АПК було передбачено спрямувати 10,4 млрд грн., з яких за рахунок коштів загального фонду – 1,4 млрд грн. (13,5%) та спеціального фонду – 9 млрд грн. (86,5%). Майже 7,3 млрд грн. (71%) коштів фінансової підтримки галузі було надано на поворотній основі.

Нестача бюджетного фінансування призвела до необхідності концентрації зусиль на розвитку окремих стратегічних напрямків. Це, насамперед, підтримка тваринництва (848,5 млн грн.), розвиток соціальної сфери села (64,8 млн грн.), загальна підтримка галузей АПК (487,8 млн грн.), підтримка рослинництва (понад 1,23 млрд грн.).

Крім того, у минулому році продовжували працювати такі непрямі форми державної підтримки сільськогосподарських товаровиробників, як фіксований сільськогосподарський податок та спеціальний режим оподаткування діяльності у сфері сільського і лісового господарства та рибальства, що передбачає акумуляцію сільськогосподарськими підприємствами коштів ПДВ.

Враховуючи обмеженість видаткової частини Державного бюджету України на 2013 рік (лише за ключовими програмами граничні обсяги фінансування майже на 43% меншими, ніж у минулому році) додаткова потреба Мінагрополітики України у коштах складає біля 7,4 млрд грн., включаючи програми підтримки АПК на суму у 2,1 млрд грн.

За умов, що склалися, основний обсяг державної підтримки підприємств АПК здійснюватиметься саме за рахунок коштів спеціального фонду державного бюджету, зокрема: спрямування для потреб аграріїв 40% сум ПДВ за реалізоване молоко, м'ясо

та іншу продукцію тваринництва до спеціального фонду (на розвиток тваринництва) (проти 30% у поточному році); державна підтримка розвитку виноградарства, садівництва та хмелярства; формування Аграрним фондом державного інтервенційного фонду.

Крім того, у поточному році змінено форму надання державної підтримки розвитку АПК за рахунок коштів загального фонду державного бюджету з безповоротної на поворотну за окремими програмами підтримки, зокрема: «Часткове відшкодування суб'єктам господарювання вартості будівництва та реконструкції тваринницьких ферм і комплексів та підприємств з виробництва комбікормів», «Державна підтримка сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів», «Часткове відшкодування вартості будівництва нових тепличних комплексів, а також програми, направленої на розвиток зрошувального землеробства шляхом лізингу зрошувальних систем».

При цьому фінансову допомогу на безповоротній основі буде надано пріоритетним галузям сільського господарства і лише за напрямками, за якими фінансування на поворотній основі неможливе. Зокрема, йдеться про галузь тваринництва (як пріоритетну), про підтримку сільгоспвиробників шляхом здешевлення страхових платежів, а також про здійснення фінансової підтримки підприємств агропромислового комплексу через механізм здешевлення кредитів.

На нашу думку, впровадження програм підтримки на поворотній основі дасть змогу вже через три роки повністю відмовитись від фінансування програм в агро-сектор із загального фонду держбюджету за рахунок акумульованих коштів.

Список використаних джерел:

1. Стратегічні напрями розвитку сільського господарства України на період до 2020 року / за ред. Ю. О. Лупенка, В. Я. Месель-Веселяка. – К.: ІАЕ, 2012. – 182 с.
2. Наукові засади розвитку агропромислового виробництва в сучасних умовах: матеріали сесії Загальних зборів Національної академії аграрних наук України (24 листопада 2010 р., м. Київ). – К.: Аграрна наука, 2010. – 224 с.

Бушуева М. А.

*Национальный исследовательский Томский политехнический университет,
Российская Федерация*

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МЕХАНИЗМА ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА

Взаимодействие государства и частных компаний для решения общественно значимых задач имеет давнюю историю. Особенно интенсивное развитие государственно-частных партнерств (ГЧП) в мире, в том числе, и в ЕС, получило в последние два десятилетия, и важность данного вида партнерства растет с каждым годом.

По количеству соглашений ГЧП бесспорным лидером является Великобритания, на экономику которой по итогам 2010 года приходится 44 сделки из 112 проектов в ГЧП в целом по ЕС. С 1990 по 2009 годы доля Великобритании в общеевропейском количестве проектов в ГЧП составила 67,1%, а по их стоимости – 52,5%. Следующие результаты по численности и стоимости соглашений ГЧП в общем объеме ЕС за аналогичный период продемонстрировала Испания – 10,1% и 11,4%, соответственно. На третьей позиции Франция – 5,4% и 5,3%. Если же говорить о показателях 2010 года, то во Франции было реализовано 19 проектов в рамках ГЧП [1].

В Великобритании концепция «Государственно-частного партнёрства» реализуется на практике преимущественно в форме «Частной финансовой инициативы» (ЧФИ) (The Private Finance Initiative – PFI) [2].

Россия пошла по традиционному для Европы пути – у нас активно развивается ГЧП в транспорте, а также в сфере ЖКХ, в строительстве, но пока практически нет проектов в образовательной сфере или здравоохранении. Это – именно те направления, которые в России следует развивать [1].

Наиболее традиционные инструменты ГЧП в Российской Федерации – концессии и особые экономические зоны – успешно внедрялись в российскую экономику на протяжении последних пяти лет. Но, в то же время, и государство, и бизнес все чаще обращали внимание на иные формы ГЧП, активно используемые на развитых рынках Европы, попутно оптимизируя необходимое соответствующее правовое поле. На настоящий момент уже в 34 субъектах РФ действуют законы о ГЧП (в том числе и в Томской области – закон Томской области от 4 декабря 2008 г. № 240-ОЗ «О государственно-частном партнерстве в Томской области»), а более чем в 20 идет работа по их принятию.

Уже вполне четко прослеживаются ориентиры России на расширение отраслевой диверсификации проектов ГЧП. Европейский опыт показывает, что максимальное количество соглашений в сфере ГЧП в настоящее время реализуется в сфере образования (34%), транспорта (21%) и здравоохранения (17%). При рассмотрении информации по СФО и ЦФО становится ясно, что из данных трех сегментов в рамках ГЧП в России по-прежнему доминирует транспортная сфера, а проекты, связанные со здравоохранением, лишь набирают обороты [1].

У проектов ГЧП есть еще одно важное преимущество – публичность, открытость и прозрачность сделок. Вероятно, именно эта особенность повлияла в свое время на принятие решения о внедрении форм ГЧП в Российской Федерации. Минимизация рисков, связанных с коррупцией и неэффективным использованием бюджетных средств, – это то самое преимущество, которое получает государство от партнерства с частным бизнесом в формате ГЧП. Насколько эффективным окажется это сотрудничество, покажет время.

Список использованных источников:

1. Развитие государственно-частного партнерства в странах ЕС и России [Электронный ресурс] // Инициативы XXI века: интернет-журнал. – Режим доступа: <http://www.ini21.ru>
2. О системе государственно-частного партнерства в Великобритании [Электронный ресурс] // Государственно-частное партнерство в России: интернет-портал. – Режим доступа: <http://www.pppinrussia.ru>
3. Бицоти Б. Б. Государственно-частное партнерство: перспектива и ретроспектива [Электронный ресурс] / Б. Б. Бицоти // Бюджет: интернет-журнал. – Режим доступа: <http://www.budget.ru>

Евсеев О. С.

*Самарский государственный экономический университет,
Российская Федерация*

ТВОРЧЕСКИЕ ИНДУСТРИИ КАК КАТАЛИЗАТОР РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННО-КРЕАТИВНЫХ ГОРОДОВ

В условиях глобальных трансформационных процессов и сложившихся тенденций урбанизации релевантным является повышение конкурентоспособности городов как социально-экономических систем. Проблемы перехода на инновационный вектор

развития повышают необходимость изменений фундаментальных основ функционирования городов как центров производственной, экономической, социальной и культурной активности. Сегодняшние процессы конвергенции обуславливают формирование нового взгляда на культуру [1–3], которая признается фактором развития городов, создания рабочих мест и улучшения облика города.

Все большее значение в эволюции городов сегодня приобретают творческие индустрии как ядро формирования инновационно-креативных современных городов, суть концепции которых заключается в том, что любое поселение – в какой бы оно ни находилось стране, – может вести свои дела с большим воображением и новаторским настроением [1; 4].

Чтобы город или мегаполис вступили на этот путь, должны быть созданы условия, позволяющие им думать, планировать и действовать творчески. Одним из условий создания инновационно-креативных информационных городов являются творческие индустрии. Примеры из опыта Хельсинки, а также Манчестера и других традиционно-индустриальных городов показывают, что в современном городе ключевым фактором оздоровления городской экономики становятся креативная экономика и творческие (креативные) индустрии, благодаря которым у городов появляются новые возможности для развития [4; 5].

Концепция творческих (креативных) индустрий как новой экономической модели развития городов известна в Европе уже более двадцати лет. Творческие индустрии с 1998 года – приоритет государственной политики Великобритании. После 2000 года программы их развития разворачиваются в Восточной Европе, Юго-Восточной Азии, Латинской Америке. Однако в России о творческих индустриях заговорили лет десять назад. Это направление получило у нас в стране развитие во многом благодаря одной из программ Института культурной политики [4; 6].

«Творческие (креативные) индустрии» – это термин, используемый для обозначения такой предпринимательской деятельности, при которой экономическая ценность продукции неразрывно связана с ее существованием в качестве элемента культуры.

К творческим (креативным) индустриям относится вся деятельность, в основе которой лежит индивидуальное творческое начало, навык или талант, и которая несет в себе потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мест путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности. Они формируют сектор экономики, который специализируется на производстве и распространении знаний и информации [4–6].

Существуют разные модели творческих индустрий, обусловленные различием культурной политики и местными контекстными факторами. Американская модель предполагает существенное разделение сфер искусства (культуры) и индустрии развлечения, а также ограниченную роль культурной политики в отношении развития творческих индустрий [7]. В рамках такого подхода ставка делается на развитие творческих городов, подчеркивается роль туризма и трудовой мобильности населения как источников роста городов [8]. Европейская модель подчеркивает культурное значение и миссию творческих индустрий, реализуя более широкую стратегию социальной значимости культуры и доступности культурных благ широкому кругу потребителей. Совершенно иная модель характерна для азиатских стран, например, для крупнейших городов Китая. Она отличается разнообразными формами и особым значением национальных социокультурных и политических факторов. Основной массив творческих индустрий построен вокруг информационных технологий и направлен не

только на внутренний рынок, но и предполагает значительную долю экспортной составляющей [7].

Таким образом, для всех моделей творческих индустрий характерны тенденции развития по кластерному типу. В кластере возникает общая, специфичная, открытая творческая среда для коммуникации и сотрудничества, формируются новые сети взаимоотношений, на основе которых происходит обмен идеями.

Многие города в условиях тертиаризации (возрастание роли сферы услуг) уже сегодня в свою основу закладывают базис творческих (креативных) индустрий и формируют стратегию социально-экономического развития, опираясь на креативные творческие кластеры как перспективную форму организации пространства [6; 9]. Применительно к российским реалиям, вопрос творческих индустрий находится в стадии формирования, поскольку Россия позже других стран встала на путь модернизации и инновирования экономики. И уже сейчас при разработке стратегий социально-экономического развития российских городов в их основу закладываются параметры креативного сектора, проводятся перспективные расчеты и экспертные оценки формирования и функционирования креативных кластеров на их территориях [5; 6; 9]. Для эскалации творческих индустрий в экономику и катализации развития инновационно-креативных городов по нашему мнению необходимо:

1) развитие инфраструктуры вокруг уже существующих частных творческих кластерных инициатив – транспорт, парковки, обустройство близлежащих территорий, система городской навигации;

2) редевелопмент бывших пустующих или используемых под склады промышленных зон и создание творческих бизнес-инкубаторов – площадок, создающих условия для развития творческого бизнеса – креативных индустрий;

3) изменение функционала традиционных культурных институций.

В заключении следует сказать, что развитие и расширение творческих индустрий в экономике городов даст толчок их инновационному развитию, способствует повышению качества человеческого потенциала в городе и повысит уровень и качество жизни.

Список использованных источников:

1. Лэндри Ч. Креативный город / Ч. Лэндри; пер. с англ. – М.: Издательский дом «Класика-XXI», 2005. – 421 с.
2. Шептухина Л. И. Культура как инновационный инструмент развития экономики города / Л. И. Шептухина // Проблемы развития предприятий: теория и практика: материалы 10-ой Междунар. науч.-практ. конф., посвящ. 80-летию Самар. гос. экон. ун-та. 24–25 ноября 2011 г. – Самара: Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2011. – Ч. 1. – С. 242–249.
3. Шептухина Л. И. Роль культуры в повышении конкурентоспособности Тольятти / Л. И. Шептухина, Н. Е. Носкова // Государственное управление и менеджмент организаций в информационной экономике: сб. научных статей по материалам междунар. науч.-практ. интернет-конф. – Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2008. – С. 52–56.
4. Шептухина Л. И. Творческие индустрии как сектор новой экономики города / Л. И. Шептухина // Мир современной науки. – 2012. – Т. 4. – С. 76–83.
5. Проблемы развития инновационно-креативной экономики // Сборник докладов по итогам Междунар. науч.-практ. конф., Москва, 29 марта-09 апреля 2010 г. / под общ. ред. проф. О. Н. Мельникова. – М.: Креативная экономика, 2010. – 384 с.
6. Шептухина Л. И. Развитие креативных отраслей индустрии в моногороде / Л. И. Шептухина, Е. И. Фадеева // Кузнецк–Сталинск–Новокузнецк: проблемы города в переходный период: сб. науч. тр. II Всерос. науч.-практ. конф. Новокузнецк. 3–4 декабря 2010 г. – Новокузнецк: НФИ ГОУ ВПО «КемГУ», 2010. – С. 107–114.

7. Евсеев О. С. Развитие инновационной инфраструктуры в условиях модернизации национальной экономики / О. С. Евсеев, М. Е. Коновалова // Фундаментальные исследования. – 2012. – № 9. – С. 220–224.
8. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Р. Флорида; пер. с англ. – М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2005.
9. Шептухин А. Н. Формирование имиджа и бренда города Тольятти / А. Н. Шептухин, Л. И. Шептухина // Проблемы развития предприятий: теория и практика: материалы 10-ой Междунар. науч.-практ. конф., посвящ. 80-летию Самар. гос. экон. ун-та. 24–25 ноября 2011 г. – Самара: Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2011. – Ч. 2. – С. 341–348.

Капінус А. В.

Дніпропетровський національний університет імені О. Гончара, Україна

ПРОБЛЕМИ РИНКУ ЗАГАЛЬНОГО СТРАХУВАННЯ

Законодавча база має чіткі вказівки щодо створення, функціонування та ліквідації страхових компаній та до розміщення, використання фінансових ресурсів страхових компаній у відповідності до видів страхування, якими займається страхова компанія. Ймовірнісний характер роботи страхової компанії обумовлений тим, що обсяги виплати та дата виплати своїх зобов'язань за договорами заздалегідь не відома. Ці умови потребують побудову такої системи фінансової надійності, яка б створила не тільки умови для своєчасних виплат страховиками своїх зобов'язань у стабільних економічних умовах, а виплату їх, навіть, у несприятливих умовах зміни економічного середовища.

Світовий ринок страхових послуг поділений на ринок страхування життя та на ринок загального страхування у відповідності до наявності або відсутності у договорі страхування інвестиційної складової. В літературі та звітності можна зустріти такі терміни як «Non-life», або «General insurance» – «не-життя», або «загальне страхування». До поняття «загальне страхування» входять всі види страхування, крім страхування життя [2].

На даний момент страхові компанії, що займаються іншими видами страхування ніж страхування життя займають значну долю страхового ринку. За чисельністю вони перевищують страхові компанії із страхування життя у декілька разів. При цьому, страхові компанії із загального страхування більш чутливі до зовнішнього економічного середовища, у зв'язку з тим, що договори, якими вони займаються, мають короткостроковий характер. Звідси випливає, що пагубні коливання на ринку загального страхування впливають на показники ринку страхування в цілому.

Стандартний термін дії договору із загального страхування – близько року. Іноді вони можуть укладатися навіть на кілька днів, наприклад при страхуванні вантажів – на період транспортування, а при страхуванні туристів, що виїждять за кордон, – на період перебування там. Отже, тут немає змоги протягом тривалого часу нагромаджувати страхові премії. Та й самі страхові премії порівняно з договорами страхування життя мають зовсім інший економічний зміст. Вони не нагромаджуються, не розглядаються страхувальниками як інвестовані кошти. Договори загального страхування, таким чином, призначені лише для забезпечення компенсації збитків внаслідок страхових подій. Класифікація з виокремленням двох зазначених груп, незважаючи на зовнішню простоту, має дуже велике значення і глибокий зміст [2; 5].

Із-за специфіки своєї діяльності, для підвищення надійності, страховики, що займаються загальним страхуванням зобов'язані формувати і вести облік таких технічних резервів за видами страхування:

- незароблених премій (резерви премій), що включають частки від сум надходжень страхових платежів (страхових внесків, страхових премій), що відповідають страховим ризикам, які не минули на звітну дату;

- збитків, що включають зарезервовані несплачені страхові суми та страхові відшкодування за відомими вимогами страхувальників, з яких не прийнято рішення щодо виплати або відмови у виплаті страхової суми чи страхового відшкодування [4].

Важливість внутрішніх джерел формування фінансових ресурсів страхової компанії зумовлює необхідність використання в процесі стратегічного управління науково обґрунтованих підходів до прогнозування розміру надходжень страхових платежів. Даний бюджет можна скласти за умови детального попереднього дослідження ринку страхових послуг, вивчення попиту на той або інший вид страхових продуктів та виявлення усіх факторів, що впливають на їхнє просування [1; 3].

При цьому до факторів, які забезпечують фінансову стійкість страхової компанії відносять: достатній власний капітал, страхові резерви, позитивні результати інвестиційної політики, використання в необхідних випадках системи перестрахування, ефективна тарифна політика. Проблема фінансової надійності може бути вирішена за допомогою заходів спрямованих на підготовку професійних страховиків. Але основна роль відводиться державі яка за допомогою пільг, законодавства, податків впливає на формування надійної страхової компанії. Фінансова стійкість страховика багато в чому визначається диверсифікацією страхового та інвестиційного портфелів.

Основними методами покращення фінансової політики можна назвати:

- розвиток законодавчої і нормативної бази;
- створення умов для взаємовигідної інтеграції страхової та банківської систем;
- формування об'єднань страховиків з найважливіших проблем страхування;
- створення оптимальної структури співвідношення між обов'язковим і добровільним страхуванням;
- залучення страхового ринку до вирішення найважливіших питань соціального страхування;
- створення комплексної системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів.

Список використаних джерел:

1. Лебединська Л. Д. Концептуальні засади управління фінансовими ресурсами страхових компаній / Л. Д. Лебединська, Л. М. Ремньова // Науковий вісник ЧДІЕУ. – 2008. – № 1. – С. 127–137.
2. Осадець С. С. Страхування: навч. посіб. / С. С. Осадець – К.: КНЕУ, 2002. – 599 с.
3. Приказюк Н. В. Перспективи розвитку страхового ринку України в умовах глобалізації / Н. В. Приказюк // Вісник КНУ імені Тараса Шевченка. Серія «Економіка». – 2009. – № 113. – С. 39–42.
4. Про затвердження Правил формування, обліку та розміщення страхових резервів за видами страхування, іншими, ніж страхування життя: Розпорядження Нацкомфінпослуг України від 17 грудня 2004 р. №3104 за станом на 18 січня 2013 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zakon4.rada.gov.ua>
5. Слепухов Ю. А. Страхование: учеб. пособ. / Ю. А. Слепухов, Е. Ф. Дюжиков. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 312 с.

Масько Д. Е.

Самарский государственный экономический университет,

Российская Федерация

МОДЕРНИЗАЦИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ Г. САМАРЫ: ПУТЬ 2018

Важнейшим фактором конкурентоспособности города на современном этапе становится состояние его инфраструктуры. Инфраструктура современного города влияет на эффективность ведения бизнеса, динамику и структуру ВВП, функционирование всех остальных подсистем.

Состояние и развитие инфраструктуры г. Самары за период с 2006 по 2011 гг. можно охарактеризовать с разных сторон.

Можно отметить семикратное увеличение семей, получивших жилье, увеличение общей площади жилых домов – на 9%, числа жилых квартир на 1000 человек, вводимых за год, – на 14%, снижение площади ветхих и аварийных домов – на 45% [1]. Основные проблемы – неэффективность управления жилищным фондом, изношенность инженерных сетей до 80%, отсутствие информированности жителей о реформировании ЖКХ и т. д. [2; 3].

Развивается сфера бытового обслуживания, о чем говорит увеличение объемов предоставляемых услуг на душу населения на 96%, и общественного питания – рост на 65% площадей под рестораны, бары и кафе [1]. Тормозит её развитие сокращение низкорентабельных предприятий, износ оборудования, несовершенство законодательной базы, высокие цены, ужесточение конкуренции при вхождении в ВТО [2; 3].

В рамках развития здравоохранения наблюдается сохранение большей мощности и потенциала в муниципальном секторе (большее число врачей, больничных коек, амбулаторной мощности), нежели в коммерческом. При этом наблюдается последовательное увеличение доли последнего, сокращение числа врачей на 9% всех специальностей – в первом и среднего медицинского персонала на 20% – во втором секторах [1]. Однако выделяется явная неориентированность на человека, неудобство в получении услуг, низкое их качество [2].

В образовании наблюдается сложная ситуация: увеличение числа детей, состоящих на учете для определения в дошкольные учреждения, на 59% при снижении мест в них на 7%, хотя последний показатель и имеет тенденцию к росту [1]. Растет информационная обеспеченность этой сферы. В 2012 г. 55% общеобразовательных учреждений имели доступ в Интернет при 2,4% в 2007 г. Негативными явлениями остаются дефицит мест в дошкольных учреждениях, низкий уровень педагогического состава и материально-технической базы [3].

Кардинально меняется ситуация в сфере культуры и досуга за счет увеличения как числа объектов (в 2 раза увеличилось число музеев и профессиональных театров), так и работников в них (в 10 раз выросло число артистов театров, в 3,8 раз – число научных сотрудников и экскурсоводов) [1]. Основные проблемы – низкий уровень материально-технического обеспечения, неконкурентоспособность выпускников, отсутствие муниципального центра культурного досуга в городе и т. д. [2; 3].

Для спортивной инфраструктуры характерно увеличения числа спортивных объектов всех видов (стадионов, ДЮСШ, бассейнов и т. д.), однако 35% существующих объектов непригодны, коммерциализация этой сферы ведет к сокращению невыгодных ДЮСШ, низкая заработная плата не стимулирует ее работников [2].

Г. Самара – это крупнейший транспортный узел России, транспорт представлен здесь в полной мере всеми видами. Для инфраструктуры внутригородского транспорта характерно сокращение эксплуатационного пути и числа маршрутов более, чем на 50%, о чем свидетельствует рост численности населения, обладающего собственным транспортом [1]. Основные проблемы – критическое состояние 12% дорог, отсутствие нормативов по их строительству, несоответствие инфраструктуры потребностям жителей, недостаточная развитость общественного транспорта и т. д. [2].

Быстрое решение назревших проблем возможно через проведение крупного мероприятия мирового масштаба, которым является Чемпионат мира по футболу 2018 года. Примеры городов Украины, г. Казань и г. Сочи доказывают этот факт. Благодаря крупным спортивным соревнованиям они получили современную жилищную, транспортную, спортивную, культурно – досуговую, гостиничную инфраструктуру мирового класса, улучшили (и улучшают) собственный имидж и туристическую привлекательность [4; 5].

В жилищной инфраструктуре г. Самары в рамках проведения чемпионата мира будет делаться акцент на комплексной застройке существующих заброшенных территорий, с целью превратить их в комфортное место для жилья, работы, отдыха и досуга. Основные проекты – «Изумрудный город», «Южный город» и «САМАРА – ЦЕНТР» [5; 6]. Преобразятся все виды транспорта. Будет построен новый терминал аэропорта Курумоч пропускной способностью более 3,5 млн. чел. с современным оборудованием, расширено метро до места строительства стадиона в районе Радиоцентра, введены в эксплуатацию скоростной трамвай по основной магистрали города – Московскому шоссе, а также электробусы взамен устаревших троллейбусов. Кроме того, будут реконструированы и модернизированы все основные магистрали города и внутриквартальные дороги, возведен Фрунзенский мост, соединяющий основную часть города и район 116 км [7–9]. Для развития здравоохранения будут построены новые корпуса для больницы им. Пирогова, Центр спортивной медицины для больницы им. Калинина, открыты 6 поликлиник при проекте «Южный город» [10]. Для культурной сферы важным станет реконструкция исторической части города, организация фан-зоны на пл. Куйбышева как центра красочных шоу и фестивалей в период проведения мундиала и оцифровка объектов культуры, что позволит быстро узнать любую информацию о нем. Для приема гостей будут построены по современным технологиям отели мировых брендов – «HILTON GARDEN INN» и «The Rezidor Hotel Group» [8–9]. Основной сферой преобразований станет спортивная инфраструктура. В районе Радиоцентра будет построен современный стадион на 35–41 тыс. чел. со всей необходимой инженерной, социальной и транспортной инфраструктурой. Строительство именно в данном месте станет катализатором в развитии самой территории и Самарско-Тольятинской агломерации [8; 11]. Кроме стадиона значимыми проектами станут: новый велотрек и велосипедный центр, ледовый дворец спорта, универсальный гоночный комплекс «Самара – Ринг», горнолыжный комплекс в Жигулевских горах, крытый футбольный манеж на стадионе «Восход», канатная дорога через Волгу «Самара – Рождествено», парк-отель & SPA «Жигулевский», спорткомплекс 5-ой школы высшего спортивного мастерства, физкультурно-оздоровительный комплекс «Динамо» и т. д. [8; 13].

Чемпионат мира станет поворотным моментом в жизни города, предоставив ему шанс на стремительную модернизацию. Город станет удобным для жизни, отдыха,

ведения бизнеса. Важно правильно этот момент использовать для нашего будущего и будущего новых поколений самарцев.

Список использованных источников:

1. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики по Самарской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.samarastat.ru/munstat/default.aspx>
2. Сайт общественной палаты Самарской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.op63.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=538:-l-r&catid=28:2011-01-26-11-36-38&Itemid=100016
3. Программа развития самарского аэрокосмического инновационного территориального кластера [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.delo-i.narod2.ru/news/Programma_-_Innovacionnyi_territorialnyi_Ajerokosmicheskii_klaster
4. Чебан А. Спортивная столица России! [Электронный ресурс] / А. Чебан // «Живой журнал» alexcheban. – 2012. – 28 дек. – Режим доступа: <http://www.alexcheban.livejournal.com/104545.html>
5. Еремина С. Евро 2012: сколько заработала и потеряла Украина / С. Еремина // Главред. – 2012. – 2 июля.
6. Сайт проекта «САМАРА-ЦЕНТР» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.samara-center.ru/>
7. Сайт проекта «Южный город» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.xn--63-glc1i.xn--p1ai/about/>
8. Николаева Л. Нужны автомагистрали / Л. Николаева, Е. Дергунова // Самарское обозрение. – 2012. – 13 сент. – № 63.
9. Городской портал SAMARA 24 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.samara24.ru/topic/21/>
10. Портал ProГород [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.progorodsamara.ru>
11. Романов В. На строительство объектов здравоохранения к ЧМ–2018 требуется 9 миллиардов рублей [Электронный ресурс] / В. Романов; бесед. Ю. Позднякова // НИА Самара. – Режим доступа: http://www.niasam.ru/Interv_yu/Vladislav-Romanov--Na-stroitelstvo-obektov-zdravoohraneniya-k-CHM-----trebuetsya---milliardov-rublej1973.html
12. Буслов А. Как развивать Самарскую область к ЧМ? [Электронный ресурс] / А. Буслов // «Живой журнал» samara_ru. – 2012. – 20 окт. – Режим доступа: <http://www.samara.ru.livejournal.com/7229573.html>
13. Шептухина Л. И. Творческие индустрии как сектор новой экономики города / Л. И. Шептухина // Мир современной науки. – 2012. – Т. 4. – С. 76–83.

Д. э. н. Селищева Т. А., д. э. н. Селищев А. С.

*Санкт-Петербургский государственный экономический университет,
Российская Федерация*

ЗАТУХАЮЩИЙ РОСТ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ НА ФОНЕ ГЛОБАЛЬНОЙ ФИНАНСОВОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

Статья поддержана грантом РГ НФ060200225a

В конце 1998 – начале 1999 гг. в российской экономике начался восстановительный экономический рост (см. табл. 1) после продолжительного спада в 1990–1998 гг., в ходе которого по официальной статистике ВВП страны сократился в 2 раза, а по неофициальным расчетам – в 5 раз.

Таблица 1. ВВП России в 1999-2012 гг. (в текущих ценах) [7, с. 1; 8; 9]

		1999	2005	2006	2008	2009	2010	2012
ВВП	В млрд. дол.	400	763,2	979,1	1400	1 255	1500	2117
	В% к предыд. году	6,4	6,4	6,7	5,6	-7,9	4,3	3,4

В зависимости от «двигателя» экономического роста можно выделить в нем несколько этапов.

Первый этап – 1999–2004 гг. – связан с мощным девальвационным импульсом. Четырехкратная девальвация рубля запустила в действие *три основных двигателя экономического роста*: рост экспорта; рост импортозамещения, а также – вовлечение в производство незанятых ресурсов труда и капитала (т. е. *экстенсивный рост*). Рост цен на мировом рынке нефти вызвал приток инвестиций в экспорто-ориентированные отрасли. Состояние большинства высокотехнологичных отраслей в России характеризовалось стагнацией, снижением их доли в ВВП. Инвестиции на первом этапе российского роста лишь обеспечивали жизнеспособность экономики, поддерживали в рабочем состоянии морально и физически изношенное оборудование. Продолжался отток капитала из страны (с 17 млрд. долл. в 1999 г. до 11–12 млрд. долл. в 2004 г.). Качественных же сдвигов в технологиях, структуре производства не наблюдалось.

На втором этапе – 2005–2008 гг. – девальвационный эффект рубля к доллару был исчерпан; сильное влияние оказывали внутренний потребительский спрос, внешнеэкономическая конъюнктура; развитие отраслей оборонно-промышленного комплекса и отраслей информационно-коммуникационного сектора (ИКТ – сектора) [6]; рост инвестиций в основной капитал.

На втором этапе нефтегазовые доходы обеспечивали от 1/3 до 1/2 темпов роста российской экономики. Предприятия нефтяной промышленности явились ядром промышленного роста России. В их «орбиту» включены практически все ведущие предприятия химии и нефтехимии, машиностроения и металлообработки, строительства и транспорта. Удельный вес нефтегазовой отрасли России в структуре промышленного производства достаточно высок – 32,7% [4].

В то же время значительные риски для устойчивой динамики роста на втором этапе были связаны с несбалансированностью структуры экономики и ее чрезмерной зависимостью от экспорта сырья, и прежде всего, энергетических товаров. При этом рост активности несырьевых отраслей свидетельствовал не о самостоятельном возрождении «внутренней» российской промышленности, а явился следствием вторичных эффектов высоких мировых цен на нефть и газ, которые распространились на всю экономику.

На втором этапе экономического роста в инвестиционной стратегии России наблюдается *тенденция замещению необходимых инвестиций дешевыми иностранными кредитами*. Это, с одной стороны, позволило осуществить широкую экспансию государства (в лице госкомпаний) в экономику страны: значительная часть привлеченных в 2005–2008 гг. кредитов была использована для перераспределения и консолидации активов в подконтрольных государству холдингах. В результате *экономический рост стимулировался дешевыми внешними кредитами и оказался чрезвычайно капиталоемким*. С другой стороны, в 2008 г. образовался огромный внешний частный долг госкомпаний и крупных коммерческих структур, который к июню 2009 г. достиг 475,6 млрд. долларов, в то время как государственный внешний долг составлял чуть больше 40 млрд. долл. [5].

Длительный существенный разрыв между сбережениями и инвестициями в российской экономике и недостаточным объемом внутренних инвестиций привели к тому, что *Россия долгие годы была чистым кредитором остального мира*, однако с 2005 г. начался чистый приток капитала в страну: 3,3 млрд. долл. в 2005 г.; 41,6 млрд. долл. в 2006 г.; 82,3 млрд. долл. в 2007 г., [1–3].

Экономический рост в российской экономике наблюдался и в 2008 г., когда мировая экономика погрузилась в финансово-экономический кризис 2008–2009 гг. По результатам 2008 г. рост ВВП составил 5,5% к уровню 2007 г., несмотря на то, что в четвертом квартале произошло снижение объема ВВП на 1,9%. Однако по основным макроэкономическим показателям темпы роста снизились. Особенностью 2008 г. явился значительный рост объема производства продукции сельского хозяйства: именно в тот год наблюдался рекордный сбор зерна за предшествовавшие 15 лет – 108 млн. тонн. В 2008 году ввод жилья был самым высоким за предыдущие 20 лет: 64,1 млн. кв. м, что превысило уровень 1990 г. (61,7 млн. кв. м) [2]. В то же самое время в 2008 г. наблюдался *рекордный отток капитала из страны* – 129,9 млрд. долл. [3], что составило 9,3% российского ВВП.

Мировой финансово-экономический кризис распространился на экономику России *по нескольким каналам*. Во-первых, через каналы внешней торговли. Учитывая, что российский экспорт на 85% сырьевой, то с началом рецессии в ведущих странах мира международный спрос на российское сырье сократился. Кроме того, в 2008 г. резко снизились цены на нефть и газ. Во-вторых, действовало ухудшение условий кредитования российских банков, крупных корпораций иностранными инвесторами. Третьим воздействием мирового финансово-экономического кризиса на российскую экономику в 2008–2009 гг. явилась распродажа российских акций зарубежными инвесторами, что способствовало обвалу на российском фондовом рынке, гораздо более серьезному, чем на европейских биржах.

В качестве четвертого фактора, повлиявшего на нестабильность российской экономики в 2008–2009 гг., можно выделить рост курса доллара, в результате чего обесценилась часть золотовалютных резервов, выросли зарубежные долги России в рублях, началась паника среди населения, которое интенсивно стало скупать валюту. Это усилило негативные тенденции в экономике страны.

В результате всех названных факторов по итогам 2009 г. спад российского ВВП составил 7,9%; в четвертом квартале 2009 г. российская экономика постепенно стала выходить из кризиса.

Мировой характер финансово-экономического кризиса 2008–2009 гг. обусловил тесную зависимость выхода из него разных стран от динамики ситуации в мировом хозяйстве, в том числе – и для России.

Третий этап экономического роста начался в российской экономике с 2010 года и продолжается по настоящее время. В 2010 и в 2011 гг. темпы роста ВВП составляли 4,3%. Отметим, что в 2011 г. объем ВВП России (в ценах 2008 г.) составил 41 триллион 421 миллиард рублей, а по итогам 2008 года – 41 триллион 277 миллиардов рублей, *то есть превзошел уровень докризисного 2008 г.*[10].

На третьем этапе на рост ВВП существенное влияние оказали обрабатывающие производства, сельское хозяйство, строительство и торговля, поддержанная ростом доходов населения. Можно заметить, что темпы роста в 2012 г. снизились относительно 2011 г. (см. табл. 1), составив, по данным Росстата, 3,4% (см. табл. 1).

Одним из факторов снижения темпов роста в 2012 г. явился *неурожай в стране*: валовой сбор зерна составил 70,7 млн. т против 94,2 млн. т в 2011 г. [15]. Министерство экономического развития РФ прогнозирует темпы роста ВВП в 2013 г. до 3,6% [16].

Вместе с тем, как показывают расчеты авторов, *среднегодовые темпы* роста российской экономики составили: *на первом этапе* (1999–2004 гг.) 6,8%, *на втором* (2005–2008 гг.) – 6,55% и *на третьем* (2010 – по н. в.) – 4,0%, то есть происходит снижение среднегодовых темпов роста. Если отвлечься от сезонных колебаний цен, неурожая 2012 г., то необходимо задуматься, в чем причина такой тенденции?

На наш взгляд, *для третьего этапа* восстановительного роста характерно *все возрастающее влияние глобальных факторов на экономику России*, которая теснейшим образом связана с экономиками других стран. Экономика России в основном через товарные, денежные и сырьевые потоки связана с мировой экономикой. В то же самое время доля России в мировой экономике невелика по сравнению с тем, какой она была во времена СССР (см. табл. 2).

Таблица 2. Доля стран в производстве мирового ВВП в 2010 г. [11], [9],[12]

Страна	Доля в мировом ВВП, (в%)	Объем ВВП, 2010 г. (трлн. дол.)	ВВП на душу населения*, (в дол.)
США	21,3	14,66	46 400
Страны ЕС	22-23	14,51*	32 700
Китай	12-13	5,879	6200
Россия	3,1-3.5	1,5 (2,1)**	15 200

2009 г.; ** – по данным ЦРУ

Неконтролируемое разрастание сырьевого сектора стало главной угрозой развитию российской экономики. Сырьевые ресурсы – товар с низкой эластичностью спроса по доходу в краткосрочной перспективе в сравнении с продукцией обрабатывающих (особенно высокотехнологичных) отраслей. Электроэнергетика, топливная промышленность – сектора экономики с падающей эффективностью – не могут быть локомотивами эффективного экономического роста. Сложившаяся отраслевая структура инвестиций закрепляет ее сырьевую направленность. Финансовые ресурсы для инвестиций сосредоточены в добывающих и сырьевых секторах, а эффективного механизма перелива капиталов в российской экономике пока не сформировано.

В 2012 г. продолжалось замедление темпов роста мировой экономики, начавшееся в 2011 г. (см. табл. 3).

Таблица 3. Темп прироста ВВП в крупнейших странах и в России в 2010-2012 гг., в % [3–13]

Регион	2010	2011	2012*
Мировая экономика	5,3	3,9	3,5
США	3,0	1,7	2,0
ЕС	2,0	1,6	0,0
включая зону евро	1,9	1,5	- 0,3
Китай	10,4	9,2	8,0
Япония	4,4	-0,7	2,4
Россия	4,3	4,3	3,4**

* – прогноз МВФ; ** – данные Росстата.

Международная финансовая нестабильность, умеренная рецессия в ряде европейских стран, безусловно, влияют на понижение темпов роста мировой экономики, а также на темпы прироста в России.

Российская экономика тесно связана с другими странами мира также через *импортные материальные потоки* и находится в критической зависимости от импорта высокотехнологичной продукции: 80% машин и оборудования ввозится из-за рубежа. При этом нарушен порог технологической безопасности (основные отрасли машиностроения должны удовлетворять порядка 70% внутреннего спроса). Модель заимствования иностранных технологий может обернуться крахом российского машиностроения. На сегодняшний день доля отечественной техники на рынке Российской Федерации не превышает 20%. Импортные поставки продукции машиностроения для нужд экономики в 2008 г. по данным Союза машиностроителей России составили: по бульдозерам, трубоукладчикам и экскаваторам – 78%, коммунальной технике – 93%, лесозаготовительной технике – 74%, колесным тракторам малого и среднего класса – 91%, комбайнам – 50%, по навесному оборудованию для сельского хозяйства – 85%. Нового машинного оборудования в России производится в 82 раза меньше, чем в Японии, в 30 раз меньше, чем в Германии, и в 31 раз меньше, чем в Китае [16]. В то же время доля России в наукоемком секторе мировой экономики за последнее десятилетие снизилась в 8 раз и составляет 0,3%. По объему затрат на науку Россия отстает в 36 раз от США, в 15 раз – от Японии, в 4 раза – от Китая, в 2 раза – от Индии. Затраты на науку в РФ составляют 1,1% ВВП, в странах Еврозоны – 2% и более, страны ЕС ставят задачу довести их до 3%. Весь восстановительный рост в промышленности РФ в настоящее время сконцентрирован в узкой группе секторов, которые ведет за собой экспортный спрос [15].

Необходима смена модели экономического роста в России. Рост за счет расширения внутреннего спроса, использовавшийся при крепнущем рубле, необходимо заменить *ростом производства за счет роста производительности труда, снижения издержек и увеличения инвестиций в основной капитал*. Перед экономикой стоит задача перехода на новую, несырьевую модель роста. Если удастся модернизировать экономику и перейти от сырьевой структуры к инновационной, по прогнозам Минэкономразвития, то темпы роста возможно поддерживать ежегодно на уровне 4,4% [17].

Наиболее важным двигателем третьего этапа экономического роста в России должны стать инвестиции в основной капитал, поскольку из 10,9% накопленного за период снижения ВВП РФ в период мирового финансово-экономического кризиса 2008–2009 гг. *спад валовых инвестиций* взял на себя 90% [21, с. 55]. В то же время среднегодовые темпы прироста инвестиций на 1-м этапе российского восстановительного роста (1999–2004 гг.), по расчетам авторов, составили 8,28%, на втором этапе (2005–2008 гг.) – 14,28%, на третьем этапе (2010–2012 гг.) – 7,0% [18]. Высокие темпы прироста инвестиций на первом и втором этапах объясняются низкой базой сравнения (в 1990–1998 гг. произошло многократное снижение инвестиций в экономику России). В настоящее время объем инвестиций в российскую экономику не превышает 1/3 объема, минимально необходимого для обеспечения простого воспроизводства.

По объему накопленных иностранных инвестиций в расчете на душу населения Россия находится в третьей десятке стран, отставая от Польши в 3,4, а от Франции – в 10,8 раза. Для привлечения прямых инвестиций на уровне около 100 млрд. долл.,

которые требуются стране ежегодно, необходимо повысить конкурентоспособность до уровня таких стран, как Чехия, Чили и Китай [14]. В то же время из России на третьем этапе роста (2010–2012 гг.) утекло из страны 174,6 млрд. долларов [2–3].

Государству пора расстаться с ролью главного инвестора в инновации. Модернизация экономики «сверху» приводит к искажению рынка и конкуренции, о чем свидетельствует постоянно снижающийся индекс глобальной конкурентоспособности России. Если в 2007 г. Россия занимала в рейтинге по Индексу глобальной конкурентоспособности 58-е место из 131 страны, то в 2009 г. она занимала уже 63-е, а в 2012 г. – 67-е место и расположилась между Ираном и Шри-Ланкой [19; 20].

Государственные инвестиции малоэффективны. Например, инвестиционная программа «Газпрома» с 2004 по 2010 г. выросла в 3,2 раза в рублевых ценах, в то время как добыча газа упала на 6,7%; инвестиции в дорожное строительство в тот же период выросли в 2,8 раза, но объем ввода новых дорог не увеличился [14].

Российское государство чрезмерные надежды возлагает на госкомпании в инновационном инвестировании, а его задача – *формировать условия для свободной конкуренции*, которая поможет бизнесу модернизировать экономику самостоятельно.

Подводя итог, можно утверждать, что в России идет *восстановительный экономический рост без развития*. Необходима новая модель, основанная на интенсивных факторах экономического роста.

Список использованных источников:

1. Селищева Т. А. Факторы посткризисного роста в российской экономике / Т. А. Селищева // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия «Экономика». – 2010. – № 3 (38).
2. Электронный ресурс. – Режим доступа: http://www.bbc.co.uk/russian/business/2012/03/120314_rosstat_2011_records.shtml
3. Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.cfin.ru/anticrisis/macroeconomics/forecasts/restoration.shtml>
11. Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.top.rbc.ru/economics/22/01/2010/364339.shtml>
12. Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.finansist-kras.ru/news-11528>
13. Селищева Т. А. Структура российской экономики: на пути к информационному обществу / Т. А. Селищева. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2006.
4. Экономика и жизнь. – 2004. – № 43.
5. Ведомости. – 2011. – 15 марта.
6. Борисяк Д. Китай стал вторым / Д. Борисяк, М. Лютова // Ведомости. – 2011. – 2 февр.
7. Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.finmarket.ru/z/nws/news.asp?id=3233743>
8. Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.lib.ua.ru>
9. Кувшинова О. Цена демократии / О. Кувшинова // Ведомости. – 2011. – 23 июня.
10. World economic outlook: a survey by the staff of the International Monetary Fund [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2012/update/02>
11. Якутин Ю. Знания как товар и мотор инновационного развития / Ю. Якутин // Экономика и жизнь. – 2009. – № 35.
12. Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.top.rbc.ru/economics/22/01/2010/364339.shtml>
13. Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.tigest.ru/articles/155>
14. Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.DollarDaze.org>
15. Электронный ресурс. – Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/doc_2012/rus12.pdf
16. Иноземцев В. Слово и дело: Инвестиционная политика // Ведомости. – 2011. – 4 апр.
17. Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.km.ru/economics/2012/09/06/vsemirnyi-ekonomicheskii-forum-v-davose/konkurentosposobnost-rossii-ponizili-by>
14. Журавлев С. Что нам мешает разогнаться? / С. Журавлев // Эксперт. – 2009. – № 41.

Сиволап Т. Г.

Запорізький національний технічний університет, Україна

РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ ТА ЙОГО ФІНАНСОВА РЕСТРУКТУРИЗАЦІЯ

Сучасна економіка орієнтована, в першу чергу, на підвищення економічного розвитку регіонів з концентрацією промислових підприємств (промислових вузлів тощо) за рахунок активізації власних ресурсів та пошуку додаткового генерування капіталу – крізь механізм фінансової реструктуризації промислових комплексів (оздоровлення активів в групі промислових підприємств, розчищення балансів компаній за критеріями ринкової економіки, де значну роль грають відношення комплексного розвитку з банками та підприємствами).

Додаткове генерування капіталу необхідно здійснювати в таких напрямках:

- реструктуризація пасиву та активу балансу (форм короткострокової і довгострокової заборгованості підприємства та структури власного і позикового капіталу) та видів оборотних та необоротних активів промислових підприємств та співвідношення їх у цілому;

- удосконалення міжгалузевих та внутрішньогалузевих зв'язків промислового комплексу з метою генерування капіталу, що дозволяє більш ефективно функціонувати промисловим підприємствам та регіону з високою концентрацією промисловості.

Заслужовує на увагу й таке положення, яке говорить, що в сучасній науці сформувались такі підходи щодо вивчення розвитку та утворення комплексів [1, с. 3]: теоретичний, методичний, прикладний. Об'єктивні процеси розвитку народного господарства окремих країн та економічних регіонів, а також всебічно розкриті закономірності формування територіально-виробничих комплексів, умови і фактори їх розвитку, принципи типізації локальних і регіональних комплексних утворень, які досліджуються як теоретичний напрямок.

Регіоналістика являє собою сукупність дисциплін і напрямів, методологічних підходів і методичних прийомів, об'єктом дослідження яких є регіон або район. Регіон (від лат. *Regionis* – область) – територія (акваторія), часто дуже значна за своїми розмірами, не обов'язково є таксономічною одиницею в системі якого-небудь територіального членування [2], тоді як район (від франц. *Raon*, буквально перекладається – промінь, радіус) – цілісна територія (акваторія), що характеризується, як правило, спільністю генезису і взаємопов'язаністю компонентів, що є таксономічною одиницею в будь-якій системі територіального членування [3].

Саме вдосконалення комплексного розміщення виробництва та раціоналізація виробничих зв'язків у системі регіональних ТВК дає поштовх до розвитку просторової економіки.

Регіони-таксони або територіально-виробничі комплекси слід вважати прогресивною формою просторової організації суспільного виробництва, які розглядаються наукою і практикою як пріоритетні об'єкти при структурній перебудові господарства.

Аналітична діяльність з консолідованої інформації та особливості фінансової реструктуризації промислового комплексу є процедурами та процесами інтелектуальної діяльності, які породжують нову інформацію, дозволяють виявляти нові проблеми або їх аспекти, пропонувати нетрадиційні способи їх вирішення. Важливе значення має системно організований аналіз проблемних ситуацій з метою виявлення тих тенденцій, що вимагають негайного реагування керівництва та прийняття рішення, не можуть ефективно діяти в умовах гострої конкурентної боротьби без глибокого

і усестороннього розуміння ринкового середовища або не маючи в своєму розпорядженні новітньої, повноцінної, достовірної, релевантної інформації, яка складає основу створення інформаційних продуктів консолідованої інформації. Фінансова реструктуризація промислового комплексу як теоретичний аспект в цьому сенсі є новим підходом до вивчення та створення інноваційних проектів з диференціацією та диверсифікацією структури промислового виробництва.

Список використаних джерел:

1. Іщук С. І. Промислові комплекси України. Наукові основи територіальної організації: навч. посіб. для студ. екон. та геогр. спец. вищ. навч. закл / С. І. Іщук. – К.: Паливода А. В., 2003. – 248 с.
2. Бутов В. І. Основи регіональної економіки / В. І. Бутов, В. Г. Ігнатов, Н. П. Кетова. – М., Ростов н/Д: МарТ, 2005.
3. Гранберг А. Г. Основи регіональної економіки / А. Г. Гранберг. – М.: ГУ ВШЕ, 2001.

К. ю. н. Скворцова Т. А.

*Ростовский государственный экономический университет,
Российская Федерация*

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ФОРМЫ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Предпринимательская деятельность (предпринимательство) – сложная категория. Ее можно рассматривать в разных аспектах: организационном, экономическом, юридическом и др.

Категория «предпринимательство» имеет большое практическое значение. Она широко используется в действующем законодательстве, в связи с чем, отношения в сфере предпринимательской деятельности являются важным объектом правового регулирования.

С другой стороны, субъекты предпринимательской деятельности вправе издавать локальные нормативные акты, регулирующие корпоративные отношения, внутренние вопросы деятельности организации.

Здесь следует оговориться, что с 1 марта 2013 года корпоративные отношения отнесены к предмету регулирования гражданского законодательства, при этом статья 2 Гражданского кодекса РФ [2] (далее – ГК РФ) определяет корпоративные отношения как «отношения, связанные с участием в корпоративных организациях или с управлением ими».

Право на занятие предпринимательской деятельностью – конституционное право лица, закрепленное в ч. 1 ст. 34 Конституции РФ [1]. Рассматривая вопрос о реализации этого права, Конституционный Суд РФ указал, что граждане вправе определять сферу этой деятельности и осуществлять ее в индивидуальном порядке либо путем участия в хозяйственном обществе, товариществе или производственном кооперативе; путем размещения принадлежащих ему денежных средств на банковских счетах и банковских вкладах [4].

Легальное определение понятия «предпринимательская деятельность» дано в п. 1 ст. 2 ГК РФ. Предпринимательской является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке.

На недостатки законодательного определения указывалось многими авторами [5]. Так, по мнению А. Я. Курбатова данное определение является крайне неудачным, в частности потому, что не позволяет разграничить активную экономическую деятельность (например, по производству и реализации товаров, работ, услуг) и пассивную (например, по размещению денежных средств в кредитные организации, по передаче имущества в аренду и т. п.). Данные виды деятельности требуют установления разных режимов их правового регулирования. К тому же, можно говорить о том, что такой подход противоречит положениям, в частности пункту 1 статьи 34 Конституции Российской Федерации, которая рассматривает экономическую деятельность как более широкую по отношению к предпринимательской. Хотя вполне возможно, что в случаях, прямо предусмотренных законом, к пассивной экономической деятельности могут применяться правила о предпринимательской деятельности [6].

Предпринимательская деятельность неоднородна и может быть классифицирована по различным основаниям: виду деятельности, формам собственности, количеству собственников (учредителей) и др. Вопросу о классификации предпринимательской деятельности еще не уделено должное внимание. Вместе с тем он имеет большое практическое значение [7].

С точки зрения формы различают коллективное и индивидуальное предпринимательство. Коллективное предпринимательство осуществляется организациями со статусом юридического лица и без такого статуса. Индивидуальная форма предпринимательства есть предпринимательская деятельность граждан, осуществляемая без образования юридического лица (ст. 23 ГК РФ).

Выбор формы осуществления предпринимательской деятельности обусловлен большим количеством факторов экономического, производственно-технического и юридического порядка. В процессе осуществления такого выбора различные основания должны анализироваться в совокупности.

Так, среди отличий порядка осуществления предпринимательской деятельности в статусе индивидуального предпринимателя от порядка осуществления предпринимательской деятельности с использованием конструкции коммерческой организации, авторами выделяются следующие [9]:

1. При регистрации юридического лица учредители оплачивают доли в уставном капитале юридического лица. Имущество юридического лица с этого момента учитывается отдельно от имущества учредителей. Предположим, что организация понесла убытки и кредиторы требуют возврата долгов. Юридическое лицо отвечает перед кредиторами всем принадлежащим ему имуществом, то есть основными средствами, ценными бумагами, товарами, готовой продукцией и т.д. Учредители (участники) при этом по общему правилу, не несут ответственности по обязательствам юридического лица своим личным имуществом, так как организация отвечает по долгам только своим обособленным имуществом (ст. 48 ГК РФ). Исключением является установление законом и/или учредительными документами субсидиарной ответственности учредителей по обязательствам юридического лица.

В отличие от этого индивидуальный предприниматель в силу положений ст. 23 ГК РФ отвечает по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом, за исключением того, на которое в соответствии с гражданским процессуальным законодательством не может быть обращено взыскание.

2. При осуществлении государственной регистрации индивидуальный предприниматель не может по своему выбору арендовать офис в любом месте и зарегистрироваться в налоговой инспекции по месту его нахождения, поскольку законодательством установлено императивное предписание государственной регистрации

индивидуальных предпринимателей по месту жительства на территории Российской Федерации. Государственная регистрация юридического лица осуществляется по месту нахождения указанного учредителями в заявлении о государственной регистрации постоянно действующего исполнительного органа, в случае отсутствия такого исполнительного органа – по месту нахождения иного органа или лица, имеющих право действовать от имени юридического лица без доверенности.

3. Индивидуальные предприниматели могут заниматься не всеми видами предпринимательской деятельности, которые могут осуществлять юридические лица. Так, индивидуальные предприниматели не вправе осуществлять банковскую деятельность, деятельность страховщиков, некоторые виды профессиональной деятельности на рынке ценных бумаг и др.

Итак, действующий ГК РФ относит к субъектам, осуществляющим предпринимательскую деятельность, граждан – индивидуальных предпринимателей (ст. 23 ГК РФ) и коммерческие организации (ч. 1 ст. 50 ГК РФ). Формы коммерческих организаций ГК названы исчерпывающе. Это хозяйственные товарищества и общества, хозяйственные партнерства, производственные кооперативы, государственные и муниципальные унитарные предприятия.

Анализ норм ГК РФ дает основания для вывода о том, что круг субъектов предпринимательской деятельности не совпадает с указанным перечнем юридических лиц – коммерческих организаций. В абз. 2 п. 3 ст. 50 ГК РФ установлено право некоммерческих организаций «осуществлять предпринимательскую деятельность лишь постольку, поскольку это служит достижению целей, ради которых они созданы, и соответствующую этим целям».

Полученная некоммерческой организацией прибыль не распределяется между участниками некоммерческих организаций (п. 1 ст. 50 ГК РФ). Исключение составляет правило ч. 5 ст. 116 ГК РФ: «Доходы, полученные потребительским кооперативом от предпринимательской деятельности, осуществляемой кооперативом в соответствии с законом и уставом, распределяются между его членами».

Практика свидетельствует об активной предпринимательской деятельности множества некоммерческих организаций, которые систематически осуществляют деятельность, направленную на извлечение прибыли. Во-первых, такая деятельность позволяет им существовать и осуществлять деятельность, определенную учредительными документами некоммерческой организации. Во-вторых, как правило, прибыль, полученная некоммерческими организациями, становится источником повышения заработной платы, премий, доплат и т. п. как работникам, так и участникам этих организаций. Конечно, это нельзя расценивать как «распределение прибыли между участниками некоммерческих организаций», однако отступления от использования прибыли исключительно для достижения целей, ради которых создана некоммерческая организация, в такой ситуации несомненны [8].

Следует, правда, оговориться, что ряд некоммерческих организаций не вправе осуществлять предпринимательскую деятельность даже с указанными ограничениями в силу прямого указания закона. Так, ст. 121 ГК РФ устанавливает, что «если по решению участников на ассоциацию (союз) возлагается ведение предпринимательской деятельности, такая ассоциация (союз) преобразуется в хозяйственное общество или товарищество в порядке, предусмотренном настоящим Кодексом, либо может создать для осуществления предпринимательской деятельности хозяйственное общество или участвовать в таком обществе».

Таким образом, предпринимательская деятельность может осуществляться в организационных формах юридических лиц, являющихся как коммерческими, так и некоммерческими организациями (за изъятиями, установленными законом) (рис. 1).

Особо следует остановиться на сущности такой организационной формы осуществления предпринимательства как крестьянское (фермерское) хозяйство.

В настоящее время крестьянское (фермерское) хозяйство может осуществлять предпринимательскую деятельность как без образования юридического лица, так и в форме юридического лица.

Так, в соответствии с п. 5 ст. 23 ГК РФ «Граждане вправе заниматься производственной или иной хозяйственной деятельностью в области сельского хозяйства без образования юридического лица на основе соглашения о создании крестьянского (фермерского) хозяйства, заключенного в соответствии с законом о крестьянском (фермерском) хозяйстве. Главой крестьянского (фермерского) хозяйства может быть гражданин, зарегистрированный в качестве индивидуального предпринимателя».



Рис. 1. Организационные формы юридических лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность

Статья 86.1 ГК РФ устанавливает, что «граждане, ведущие совместную деятельность в области сельского хозяйства без образования юридического лица на основе соглашения о создании крестьянского (фермерского) хозяйства (статья 23), вправе создать юридическое лицо – крестьянское (фермерское) хозяйство».

Возможность существования юридических лиц – крестьянских (фермерских) хозяйств была предусмотрена ранее действовавшим Законом РСФСР от 22 ноября 1990 года № 348-1 «О крестьянском (фермерском) хозяйстве». Но принятый вместо него Федеральный закон от 11 июня 2003г. «О крестьянском (фермерском) хозяйстве» [3] указывал на возможность существования крестьянских (фермерских) хозяйств только без образования юридического лица. В настоящее время с момента введения в действие Федерального закона от 30.12.2012 г. № 302-ФЗ ГК РФ опять вводит в предпринимательский оборот такую разновидность юридического лица как фермерское хозяйство.

Здесь следует акцентировать внимание на следующее. Как указывалось выше, ст. 50 ГК РФ предусматривает возможность создания коммерческих организаций в форме хозяйственных товариществ и обществ. Положения о юридическом лице – крестьянском (фермерском) хозяйстве содержатся в § 2. «Хозяйственные товарищества и общества», наряду с полными товариществами, товариществами на вере, обществами с ограниченной и с дополнительной ответственностью и акционерными обществами. Вместе с тем, как разновидность коммерческих организаций крестьянские (фермерские) хозяйства имеют значительную специфику и не могут быть однозначно отнесены к числу хозяйственных товариществ, являющихся по своей юридической природе объединениями лиц, либо к числу хозяйственных обществ, являющихся объединениями капиталов. Кроме того, п. 2 ст. 66 ГК РФ устанавливает: «Хозяйственные товарищества могут создаваться в форме полного товарищества и товарищества на вере (коммандитного товарищества)», а п. 3 той же статьи предусматривает: «Хозяйственные общества могут создаваться в форме акционерного общества, общества с ограниченной или с дополнительной ответственностью».

Таким образом, место крестьянских (фермерских) хозяйств в системе организационно-правовых форм коммерческих организаций не определено однозначно. Полагая, в целях упорядоченности предпринимательского оборота следует такое место четко определить. Связи с этим представляется необходимым изложить п. 2 ст. 50 в следующей редакции:

«2. Юридические лица, являющиеся коммерческими организациями, могут создаваться в форме хозяйственных товариществ и обществ, крестьянских (фермерских) хозяйств, хозяйственных партнерств, производственных кооперативов, государственных и муниципальных унитарных предприятий».

При этом п. 3.1 «Крестьянское (фермерское) хозяйство» параграфа 2 главы 4 ГК РФ следует разместить не в составе параграфа 2 «Хозяйственные товарищества и общества», а выделить отдельно в качестве особого параграфа 3.1. главы 4 ГК РФ.

Список использованных источников:

1. Конституция Российской Федерации 1993 г. (ред. от 30.12.2008) // Российская газета. – 1993. – 25 дек.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (Ч. 1) от 30.11.1994 г. № 51-ФЗ (ред. от 30.12.2012 г.) // Собрание законодательства РФ. – 1994. – № 32. – Ст. 3301.
3. Федеральный закон Российской Федерации от 11 июня 2003 г. «О крестьянском (фермерском) хозяйстве» // Российская газета. – 2003. – 17 июня. – № 115.
4. Постановления Конституционного Суда РФ от 24 февраля 2004 г. N 3-П и от 14 мая 2003 г. № 8-П по делу о проверке конституционности п. 2 ст. 14 ФЗ «О судебных приставах» // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».
5. Моисеев М. Предпринимательская деятельность граждан: понятие и конститутивные признаки / М. Моисеев // Хозяйство и право. – 1997. – № 3. – С. 72–80.
6. Курбатов А. Я. Сочетание частных и публичных интересов при правовом регулировании предпринимательской деятельности / А. Я. Курбатов. – М.: ЮрИнфоР, 2001. – 212 с.
7. Белых В. С. Отношения в сфере предпринимательства как предмет предпринимательского права / В. С. Белых; под общ. ред. В. Ф. Попондопуло, О. Ю. Скворцов // Актуальные проблемы науки и практики коммерческого права: сб. науч. статей. – М.: Волтерс Клувер, 2005. – Вып. 5. – 432 с.
8. Грось Л. А. К вопросу о соотношении понятий: юридические лица, коммерческие организации, субъекты предпринимательской деятельности, хозяйствующие субъекты / Л. А. Грось // Экономическое правосудие на Дальнем Востоке России. – 2004. – № 3. – С. 83–91.
9. Настольная книга индивидуального предпринимателя. Полное практическое руководство / под ред. А. В. Касьянова. – М.: ГроссМедиа, РОСБУХ, 2012. – 460 с.

К. е. н. Химинець В. В.

Ужгородський національний університет, Україна
**ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ СТАЛОГО РОЗВИТКУ
КАРПАТСЬКОГО ЄВРОРЕГІОНУ**

Однією з ефективних форм співробітництва прикордонних територій суміжних держав є євро регіони. Євро регіон – це юридично оформлена (за нормами Ради Європи) територія транскордонного співробітництва між територіальними громадами або місцевими органами влади прикордонних регіонів двох або більше держав, які мають спільний кордон. Таке міжнародне співробітництво спрямоване на координацію взаємних зусиль і здійснення узгоджених заходів у різних сферах життєдіяльності. Діяльність євро регіонів розглядається як один з елементів загальноєвропейської системи пріоритетів, який відповідає принципів інтеграції держав через інтеграцію регіонів. Така діяльність передбачає прискорення соціально-економічного розвитку транскордонних регіонів, кадрову, інфраструктурну підготовку регіонів і країни в цілому для поглиблення співробітництва з ЄС, прискорення європейських процесів інтеграції, реалізацію потенціалу формування експортної спеціалізації регіонів, розвиток міжнародних зв'язків у галузях туризму, рекреації, охорони навколишнього середовища. Євро регіони, це також своєрідний полігон для апробації сумісності законодавства різних країн і правових систем та залучення нових країн до загальноєвропейських інтеграційних процесів [1; 2].

Карпатський Євро регіон – створений у 1993 році, до його складу входять прикордонні адміністративні одиниці п'яти держав – Угорщини, Польщі, Румунії, Словаччини, України. Він охоплює територію площею 132,7 тис. кв. км., з населенням майже 16 млн. чоловік. Карпатський Євро регіон – це транскордонна асоціація прикордонних адміністративних районів країн, що входять до його складу, яка створена з метою координації транскордонного співробітництва. Пріоритетами функціонування Карпатського Євро регіону вважаються: розвиток транспортного зв'язку; вирішення проблем розвитку інфраструктури, туризму; створення сучасної функціональної структури економіки; розширення європейського та атлантичного співробітництва.

Більшість проблем транскордонної співпраці є типовими для тих євро регіонів, в яких бере участь Україна. Серед них варто виокремити наступні: 1) суттєва різниця в рівні економічного розвитку держав-учасниць, у темпах і обсягах адміністративних трансформацій; 2) різний рівень транспортної, в тому числі прикордонної інфраструктури; 3) істотні відмінності у митному і податковому законодавстві; 4) відсутність необхідної кількості банків, готових провадити розрахунки і видавати кредити транскордонним господарчим підприємствам. Серед проблем правового характеру існує нагальна потреба перерозподілу обсягів повноважень між центральною та регіональною владою і передачі в регіони права самостійно вирішувати питання прикордонного співробітництва. Існує також проблема невідповідності законодавства країн-учасниць транскордонного співробітництва, що суттєво гальмує вирішення багатьох поточних питань розвитку [3; 4].

В той же час найбільш важливою для Карпатського Євро регіону стає проблема екологічної безпеки. Сучасна наука стверджує, що загальна рівновага на територіях міждержавних утворень, типу Карпатського Євро регіону, їх поступовий соціально-економічний розвиток можуть бути забезпечені лише за умови активізації регіональних особливостей та розширення прав і обов'язків регіонів у розвитку продуктивних

сил та розбудові соціальної сфери. Це пов'язано з глибокими диспропорціями в соціально-економічному розвитку складових вказаного міждержавного утворення як у сфері матеріального виробництва, так і в соціальній сфері, специфіці розселення етносу, та обумовлено відмінностями в ресурсному, виробничому, інтелектуальному і культурному потенціалах територій, які входять до Карпатського Єврорегіону [2; 4]. Вплив екологічних реалій на всі без винятку аспекти політичного, економічного, демографічного, соціогуманітарного та духовно-морального розвитку Карпатського Єврорегіону є настільки очевидним і масштабним, що нехтування ним виглядає, в кращому випадку, недалекоглядним і безвідповідальним.

Найбільший тиск на природу і навколишнє середовище в Карпатському Єврорегіону створюють [6; 7]:

- промислове і сільськогосподарське виробництва, в першу чергу потужності, які виробляють хімічно активні, отруйні і радіоактивні відходи (заводи хімічної галузі, лісохімкомбінати, цехи і дільниці гальванічного виробництва, асфальтобітумні заводи тощо);

- надзвичайно розвинені автотранспортна і залізнична галузі;
- видобувна промисловість (шахти, кар'єри тощо);
- магістральні нафто-, газо-, продуктопроводи;
- потужні джерела електромагнітних полів (радіолокаційні станції, електропідстанції, високовольтні лінії тощо);

- навантажувально-розвантажувальні роботи і міграційні процеси, пов'язані з прикордонним співробітництвом;

- науково необґрунтована вирубка лісів в Карпатах, яка супроводжується появою цілої низки проблем (ерозія, руйнування родючого шару ґрунту, зменшення потужностей водоутворюючої системи, поява буреломів, повеней, зсувів, селевих потоків тощо).

Регіон характеризується різнорівневою системою виробничих відносин, його виробничі потужності зорієнтовані на комплектуючі вироби. Особливо великої шкоди довкіллю Карпатського Єврорегіону наносить варварське відношення до основного природного багатства – лісів. Науково необґрунтовані великі рубки лісу в останні століття привели до зменшення їх площ, порушили вікову структуру, зменшили природний приріст деревини, нанесли шкоду водоутворюючій системі, стали причиною частих стихійних лих (повені, зсуви, селеві потоки, змив родючого ґранту, буреломи тощо). Поступово Карпатський Єврорегіон з «перлини Європи» перетворився в екологічно усереднений регіон техногенно забрудненого континенту [5; 6].

Такого руйнівного, як 2010-й рік, Європа ще не знала ніколи. Збитки від повеней 2010 року в Європі оцінюються сумою майже в 60 мільярдів євро. Найстрашніше полягає в тому, що інтенсивність повеней, їх частота виникнення, залиті водою території, масштаби руйнацій, які вони приносять та кількість людських жертв зростають з року в рік.

Для захисту від весняних талих та великих осінніх дощових вод цивілізована Європа століттями будувала дамби, берегові укріплення, регулюючі стік водосховища інші гідротехнічні захисні споруди на ріках. Цього було достатньо щоб цілком захистити себе від великої води. Ці технічні споруди надійно захищали європейську спільноту від руйнівної дії води до останніх десятиліть. Все різко змінилося на початку XXI століття, коли паводки та повені почали виникати досить часто і непередбачувано, а велика вода почала виходити з під контроль людини.

За висновками багатьох науковців і спеціалістів, які вивчають ці явища, основну причину катастрофічних повеней останнього часу слід шукати не тільки у зміні

природних умов, а у великому техногенному тиску на природу, який спричинює урбанізований розвиток Карпатського Єврорегіону в останні роки. Значна частина проблем у взаємовідносинах суспільства з природою обумовлена й відсутністю екологічної культури та екологічної свідомості на рівні особистісних цінностей. Слід усвідомлювати, що руйнівні процеси в природі, та і в суспільстві, як правило, супроводжуються появою внутрішнього неспокою людини, створюють умови для неврозів, загального психозу, викликають агресію та деструктивну поведінку [6].

Стратегія сталого еколого-економічного розвитку передбачає, що продуктивні сили, структура економіки, спеціалізація та розміщення виробництв в сучасних умовах повинні якнайтісніше узгоджуватися з наявними ресурсами, продуктивним, відтворювальним і асиміляційним потенціалом навколишнього природного середовища всіх територій, які входять до складу Карпатського Єврорегіону. Більше того, рівень та характер використання природних ресурсів, насамперед земельних, водних і мінерально-сировинних, масштаби й напрями вкладення грошей та капіталів, орієнтація техніко-технологічного та організаційного прогресу мають бути узгоджені не лише з поточними, а й з перспективними потребами населення всіх територій, які входять до складу Карпатського Єврорегіону [3; 4].

В самому загальному вигляді, в концепції сталого розвитку суспільства, орієнтованого на оптимальне задоволення потреб людей, забезпечення достатньої якості життя, раціонального використання природних ресурсів і збереження довкілля, основна увага акцентується на створенні таких передумов:

- політична система має забезпечити участь широкої громадськості у прийнятті всіх важливих рішень;
- економічна система повинна вміти організувати розширене виробництво та науково-технічний прогрес на власній основі і забезпечувати збереження еколого-ресурсної бази;
- соціальна система покликана знімати напруження, що виникають в процесі економічного розвитку;
- технологічна система повинна стимулювати постійний і ефективний пошук нових оптимальних рішень;
- владна структура має мати гнучкий характер і бути здатною до самокорекцій та самовдосконалення;
- міжнародна система повинна сприяти розвитку торгових та фінансових зв'язків на взаємовигідній основі.

При реалізації ідей сталого еколого-економічного розвитку на рівні Карпатського Єврорегіону, потрібно виходити з того, що цивілізовані народи покликані захищати і множити добро, законами і владою утверджувати в суспільстві і суспільній свідомості вищі духовні цінності людського життя. У цьому контексті важливе значення мають мати Концепція, Програми і Плани розвитку всіх регіонів, які входять до складу Карпатського Єврорегіону, на близьку і тривалу перспективу, в основу яких повинні закладатися ідеї та принципи сталого розвитку [5–7]. Тобто, перехід до сталого еколого-економічного розвитку на території Карпатського Єврорегіону має визначати стратегію співпраці держав-засновників у ХХІ столітті, особливо у питаннях збереження біосфери та навколишнього середовища. Основною метою Карпатського Єврорегіону при запровадженні концепції сталого розвитку, має стати прагнення створити умови для сталого розвитку територій, які входять до складу міждержавного утворення та збереження здоров'я людей, які проживають на вказаних територіях.

Список використаних джерел:

1. Долішній М. Регіональна соціально-економічна політика // Регіональна економіка. – 1997. – № 2. – С. 16–27.
2. Балян А. В. Форми та механізми активізації єврорегіонального транскордонного співробітництва України та держав Центральної Європи / А. В. Балян // Науковий Вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка». – 2005. – Вип. 7. – С. 80–88.
3. Філеп Дюла. Еколого-економічні засади розвитку прикордонних регіонів України та Угорщини: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук: спец. 08.10.01 «Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка» / Дюла Філеп. – Львів, 2003. – 18 с.
4. Дорогунцов С. Сталий розвиток: траєкторія можливостей та обмежень / С. Дорогунцов, О. Ральчук // Вісник НАН України. – 2000. – № 8. – С. 3–14.
5. Химинець В. В. Еколого-економічні засади сталого розвитку Закарпаття / В. В. Химинець. – Ужгород, 2004. – 212 с.
6. Химинець В. В. Карпатський регіон у контексті сталого розвитку України / В. В. Химинець // Наук. вісник УжНУ. Серія «Економіка». – 2012. – № 37, Ч. 3. – С. 40–45.
7. Химинець В. В. Потенціал сталого розвитку Карпатського єврорегіону / В. В. Химинець // Економіст. – 2012. – № 10. – С. 18–22.

К. т. н. Шептухина Л. И., Роголєва Е. В.

*Самарский государственный экономический университет,
Российская Федерация*

ПРОБЛЕМА БЕДНОСТИ В САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ

Актуальность работы обусловлена всё увеличивающимся слоем населения, который в советские времена называли «малообеспеченным», а сегодня его именуют просто «бедным».

Бедность является относительным понятием и зависит от общего стандарта уровня жизни в данном обществе. По одному из многочисленных определений, бедность представляет собой характеристику экономического положения индивида или социальной группы, при котором они не могут сами оплатить стоимость необходимых благ [1].

Как известно, в России выводы о том беден ли индивид или нет, строятся исходя из сопоставления суммы его доходов с официально установленной величиной прожиточного минимума, которая в IV квартале 2011 года установилась на отметке в размере 6209 руб. на душу населения. Для работающих прожиточный минимум за тот же период был установлен в размере 6710 руб., для пенсионеров – в 4902 руб. и для детей – 5993 руб. в месяц.

В табл. 1 и 2 представлена динамика величины прожиточного минимума и среднедушевых денежных доходов населения за период 2006–2010 гг. в России и Самарской области соответственно.

Таблица 1. Динамика величины прожиточного минимума и среднедушевых денежных доходов населения в России за период 2006–2010 гг.

	2006	2007	2008	2009	2010
Величина прожиточного минимума (в среднем на душу населения), руб. в месяц	3422	3847	4593	5144	5625
в % к предыдущему году	113,4	112,4	119,4	112	109,4
Среднедушевые денежные доходы населения (в мес.), руб.	10196	12602,7	14939,2	16994	19160
в % к предыдущему году	125,7	123,6	118,5	113,8	112,7

Таблица 2. Динамика величины прожиточного минимума и среднедушевых денежных доходов населения в Самарской области за период 2006–2010 гг.

	2006	2007	2008	2009	2010
Величина прожиточного минимума (в среднем на душу населения), руб. в месяц	3152	3727	4279	4984	5408
в % к предыдущему году	119,8	118,2	114,8	116,5	108,5
Среднедушевые денежные доходы населения (в мес.), руб.	11529	13982	15805	18308	20279
в % к предыдущему году	124,3	121,3	113,0	115,8	110,8

Из данных табл. 1 и 2 видно, что прожиточный минимум имеет устойчивую тенденцию к увеличению как в масштабах всего государства, так и Самарской области, но темпы его роста в 2006, 2007 и 2009 гг. были значительно ниже, чем темпы среднедушевых доходов населения. Отсюда следует, что прожиточный минимум искусственным образом занижается, с целью уменьшить количество бедняков в нашей стране. Также можно заметить, что по Самарской области данные показатели имеют худшие значения, чем по России в целом.

Ещё одним немаловажным доказательством существования проблемы бедности в нашей стране может служить неуклонно растущий *коэффициент фондов* или *децильный коэффициент*, характеризующий степень социального расслоения. В странах Европы этот коэффициент колеблется от 6 до 10 [2].

На рис. 1 приведена динамика коэффициента фондов в Российской Федерации и Самарской области за период 2006–2010 гг.

Как видно из данных рис. 1, в России коэффициент фондов намного выше рекомендуемого ООН уровня и составил в 2010 году 16,5 раз.

Если же на предмет социального расслоения общества рассматривать Самарскую область, то тут показатели значительно хуже, чем по стране в целом. Так, в 2010 году доходы 10% населения с самыми высокими доходами в 20,6 раза превышали доходы населения с самыми низкими (рис. 1).



Рис. 1. Динамика коэффициента фондов в РФ и Самарской области за период 2006–2010 гг.

Это говорит о том, что в нашей стране повсеместно началась стабилизация процессов расслоения общества по уровню доходов. Но необходимо отметить, что это официальные данные, которые могут быть неточными, т.к. сегодня высокие доходы зачастую скрываются.

Расслоение приводит лишь к тому, что в области выделяется большая масса относительно неимущего населения, а также незначительная группа богатых.

Независимые эксперты считают, что дальнейшее снижение бедности – после ее двукратного сокращения за последнее десятилетие – будет идти очень медленно. По разным оценкам, до 80% россиян не могут отнести себя к среднему классу [3].

В Самарской области около 15% населения находятся за чертой бедности. Их доходы не превышают величины прожиточного минимума, который в IV квартале 2010 года установился на уровне 6191 рублей, что на 285 рублей меньше, чем в предыдущем квартале. Более того, по сравнению со II кварталом прожиточный минимум уменьшился на 569 рублей или на 8,4%. Это произошло за счет снижения стоимости минимального продуктового набора на 268 рублей и уменьшения расходов по обязательным платежам и сборам за квартал на 22 рубля. При этом стоимость непродовольственных товаров возросла на 6 рублей, а минимального набора услуг за квартал не изменилась.

Самарская область занимает 20 место в Российской Федерации по величине прожиточного минимума всего населения (Республики Татарстан и Республика Марий Эл находятся на 80 и 65 местах соответственно).

Таким образом, общероссийский уровень бедности не показывает реальной ситуации с бедностью по отдельно взятым регионам.

Приоритетной задачей социально-экономического развития Самарской области является снижение уровня бедности в два раза. Её реализация может осуществляться в 3 этапа:

1. Достижение социально безопасного уровня бедности в долгосрочной перспективе при повышающемся прожиточном минимуме.
2. Снижение имущественной дифференциации жителей региона.
3. Создание эффективной системы адресной социальной поддержки нетрудоспособного населения.

Политика предотвращения бедности должна быть направлена, прежде всего, на стимулирование активного накопления имущественных и образовательных активов семей. В частности, накопление имущества у домашних хозяйств является одним из гарантированных способов выхода, как из временной, так и из постоянной (хронической) бедности.

В качестве ключевых компонентов реализации подобных мер вполне можно рассматривать доступность кредитования, а также законодательную защиту инвестиционных активов.

Нужно стимулировать инвестирование средств в дополнительное образование взрослых членов домохозяйств – это позволит застраховать семьи от попадания в бедность.

Список использованных источников:

1. Измерение бедности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sociosinfo.ru/socios-147-1.html>
2. Регионы России. Социально-экономические показатели. Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/rosstatsite/main/publishing/catalog/statisticCollections/do>
3. Доклад о развитии человеческого потенциала в Российской Федерации за 2010 год. Цели развития тысячелетия в России: взгляд в будущее / под общ. ред. С. Н. Бобылева. – Дизайн-проект «Самолет», 2010. – 135 с.

ЗМІСТ

НАУКОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ В ГАЛУЗІ ЕКОНОМІКИ

Ефективні інструменти управління підприємством

<i>Аракельянц Э. С.</i> Инструментарий интеграционного механизма разработки и реализации стратегии развития коммерческой организации.....	3
<i>Бобирь О. И., Крутас О. И.</i> Оцінка ділової активності підприємства	8
<i>Вахтина М. А.</i> Влияние доверия на корпоративное управление	10
<i>Делия О. В.</i> Управление талантами сотрудников как фактор конкурентоспособности организации	13
<i>Лесняк В. В.</i> Управление адаптивными процессами на базе использования инжиниринговых учетно-контрольных инструментов.....	15
<i>Стельмашонок Е. В., Тарзанов В. В., Стельмашонок В. Л.</i> Стратегия управления бизнес-процессами промышленного предприятия	21
<i>Турмухамбетова Г. А., Байбулекова Л. А.</i> Эффективное управление маркетингом как фактор повышения конкурентоспособности банка.....	31

Питання фінансово-кредитної системи

<i>Вафин Э. Я.</i> Исполнение бюджета Пенсионного Фонда РФ Федеральным казначейством	35
<i>Стасенок А. Н.</i> Классификация кредитных отношений.....	38
<i>Сундукова О. А.</i> Факторы развития структурированных продуктов на российском финансовом рынке.....	41

Ринкова орієнтація інвестиційної діяльності

<i>Drozd N. V.</i> Current issues on sovereign wealth funds	43
<i>Башаров Р. Р., Ильченко А. Н.</i> Применение вариативной модели для оценки инвестиционных объектов.....	44
<i>Зінов'єва А. В.</i> Складові політики українських страхових компаній	48
<i>Максимова И. В.</i> Моделирование ориентиров развития с учетом рыночных возможностей региона	49
<i>Сушкова И. А.</i> Инвестиции как инструмент модернизации экономики России	51
<i>Тісунова В. М., Тісунова Г. О.</i> Державне регулювання інвестиційної діяльності в Україні.....	57

Системне вдосконалення організації та управління виробництвом

<i>Боярова Н. Н., Яговкин Н. Г.</i> Основные принципы организации управления производственными системами	58
--	----

<i>Хвалёва Н. В.</i> Совершенствование организации и управления производством через подготовку управленческих кадров.....	60
---	----

Розвиток системи ринкового взаємодії

<i>Галенко Н. О.</i> Особенности международного фондового рынка в современной системе рыночной взаимодействия	64
<i>Иванова Л. А.</i> Совершенствование подходов к персоналу организации на основе концепций внутрифирменного маркетинга	64
<i>Хабибуллин Р. Г, Салимова А. Р.</i> Опыт государственной поддержки микрофинансирования в различных странах	69

Регіональні особливості розвитку АПК. Формування і використання трудових ресурсів

<i>Mukhamedkhanova A. K.</i> If there is a hope: regional economy of the RK	71
<i>Абсаямова С. Г, Петрова Н. Н.</i> Современные трудовые ценности российского населения.....	74

PR-технології та рекламні проекти

<i>Щерба О. І.</i> Проблема споживчого вибору і реклама.....	77
--	----

Інші питання економіки

<i>Maksimov D. E., Reutskova O. M., Beschastna D. O.</i> Development of travel and tourism sector in Ukraine	78
<i>Білоченко А. М.</i> Вдосконалення бюджетної підтримки аграрного сектору економіки	79
<i>Бушуева М. А.</i> Тенденции развития механизма государственно-частного партнерства	81
<i>Евсеев О. С.</i> Творческие индустрии как катализатор развития инновационно-креативных городов	82
<i>Капінус А. В.</i> Проблеми ринку загального страхування	85
<i>Масько Д. Е.</i> Модернизация инфраструктуры г. Самары: путь 2018.....	87
<i>Селищева Т. А., Селищев А. С.</i> Затухающий рост российской экономики на фоне глобальной финансовой нестабильности	89
<i>Сиволап Т. Г.</i> Регіональні особливості розвитку промислового комплексу та його фінансова реструктуризація.....	95
<i>Скворцова Т. А.</i> Организационные формы осуществления предпринимательской деятельности	96
<i>Химинець В. В.</i> Економічний аналіз сталого розвитку Карпатського Єврорегіону	101
<i>Шептухина Л. И., Роголёва Е. В.</i> Проблема бедности в Самарской области	104

Наукове видання

Мови видання: українська, російська, англійська

АЛЬЯНС НАУК: ВЧЕНИЙ – ВЧЕНОМУ

Матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції

28–29 березня 2013 р.

У чотирьох томах

Том 2. Наукові дослідження в галузі економіки

Окремі доповіді друкуються в авторській редакції

Організаційний комітет не завжди поділяє позицію авторів

За точність викладеного матеріалу відповідальність покладається на авторів

Відповідальний редактор Біла К. О.

Дизайн обкладинки Єпішко Д. В.

Технічний редактор Капуш О. Є.

Оригінал-макет Єпішко М. Г.

Здано до друку 29.03.13. Підписано до друку 01.04.13.

Формат 60x84¹/₁₆. Спосіб друку – різнограф.

Ум.др.арк. 8,25. Тираж 100 пр. Зам. № 0413-02.

Видавець та виготовлювач СПД Біла К. О.

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру
суб'єктів видавничої справи ДК № 3618 від 06.11.2009

Надруковано на поліграфічній базі видавця Білої К. О.

Поштова адреса: Україна, 49087, м. Дніпропетровськ,
п/в 87, а/с 4402

тел. +38 (067) 972-90-71

www.confcontact.com

e-mail: conf@confcontact.com

[illegible]

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

[illegible]