

электронное периодическое издание

ЭКОНОМИКА

и

социум

ISSN 2225-1545

№ 2(7)-2013



ЭЛЕКТРОННОЕ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЕ
ПЕРИОДИЧЕСКОЕ ИЗДАНИЕ
«Экономика и социум»

<http://www.iupr.ru>

УДК 004.02:004.5:004.9

коммуникации
ББК 73+65.9+60.5

ISSN 2225-1545

Свидетельство о регистрации
средства массовой

Эл № ФС77-45777

от 07 июля 2011 г.

Редакционный совет:

*Зарайский А.А., доктор филологических наук, профессор,
Смирнова Т.В., доктор социологических наук, профессор,
Федорова Ю.В., доктор экономических наук, профессор,
Плотников А.Н., доктор экономических наук, профессор,
Постюшков А.В., доктор экономических наук, профессор,
Долгий В.И., доктор экономических наук, профессор,
Тягунова Л.А., кандидат философских наук, доцент*

Отв. ред. А.А. Зарайский

Выпуск № 2(7) (апрель-май, 2013) – часть 3. Сайт: <http://www.iupr.ru>

© Институт управления и социально-экономического развития, 2013

Рахматуллина Г.А.

студент 4 курса

ЕДИНЫЙ НАЛОГ НА ВМЕНЕННЫЙ ДОХОД И ПАТЕНТНАЯ СИСТЕМА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ

Специальные режимы налогообложения представляют собой особый, установленный Налоговым кодексом, порядок определения элементов налогов, а также освобождение от уплаты части налогов и сборов при определенных условиях.

К специальным налоговым режимам в системе налогов РФ относятся следующие особые режимы налогообложения:

- система налогообложения для сельскохозяйственных товаропроизводителей (единый сельскохозяйственный налог);
- упрощенная система налогообложения;
- система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности;
- патентная система налогообложения;
- налогообложение при разделе продукции.

Единый налог на вмененный доход – один из самых распространенных режимов налогообложения среди субъектов малого и среднего бизнеса, его применяет порядка 3 млн. предпринимателей и организаций.

Единый налог на вмененный доход имеет ряд преимуществ для налогоплательщиков (рис.1).

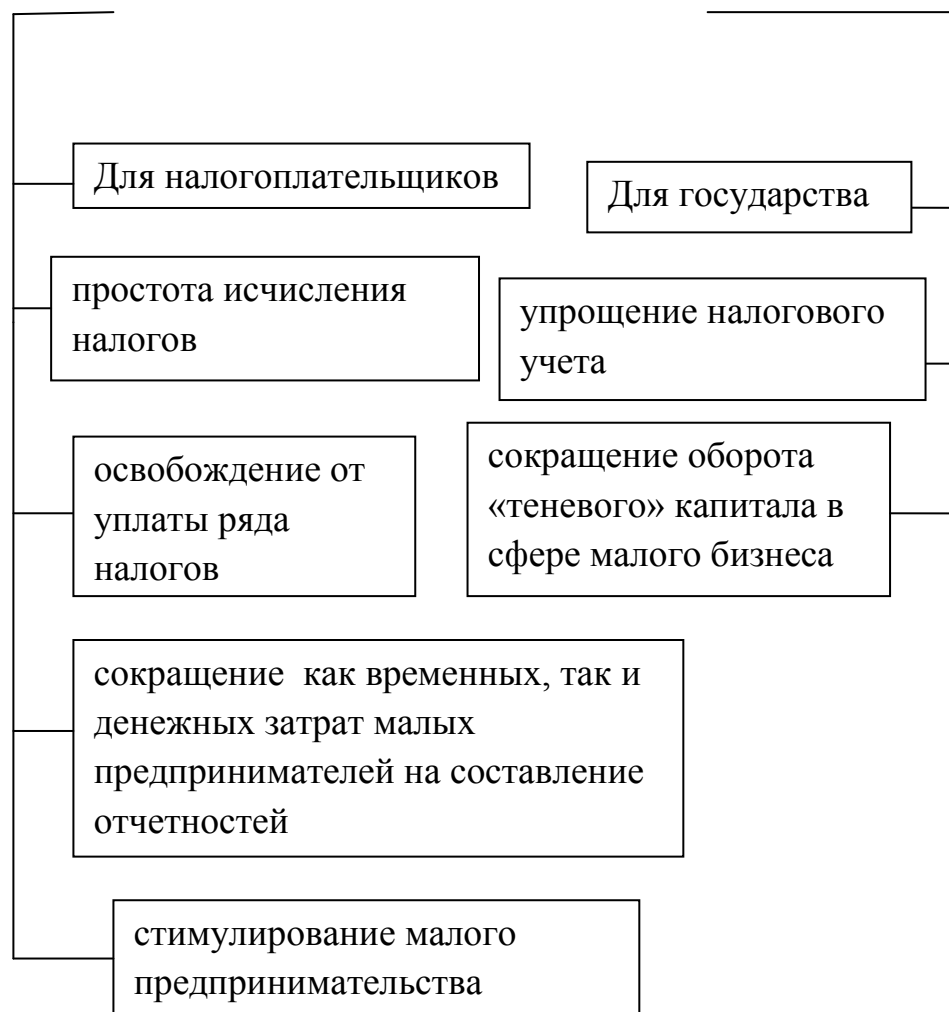


Рис. 1. Преимущества ЕНВД

Во-первых, основное преимущество заключается в том, что единый налог на вмененный доход освобождает от уплаты ряда налогов, а именно:

- для организаций – налог на прибыль; налог на добавленную стоимость, за исключением за исключением НДС, подлежащего уплате при ввозе товаров на таможенную территорию РФ и иные территории, находящиеся под ее юрисдикцией; налог на имущество;

- для индивидуальных предпринимателей – налог на доходы физических лиц, НДС, за исключением НДС, подлежащего уплате при ввозе товаров на таможенную территорию РФ и иные территории, находящиеся под ее юрисдикцией; налог на имущество. Страховые взносы уплачиваются, однако сумма ЕНВД уменьшается на их величину.

Во-вторых, простота в составлении отчетов в результате замены ряда налогов одним единым налогом на вмененный доход, а также тот факт, что реальный доход предпринимателя не учитывается, а учитывается только вмененный, значительно упрощает систему расчета и уплаты налога для предпринимателей малого бизнеса;

В-третьих, введение единого налога на вмененный доход значительно сокращает как трудозатраты, так и денежные затраты предпринимателей на составление отчетностей, по сути, ненужных для ведения определенных видов предпринимательской деятельности. К тому же предприниматель в сфере малого бизнеса часто не располагает средствами достаточными для оплаты услуг квалифицированного специалиста в области бухучета и аудита;

В-четвертых, самая важная причина, объясняющая введение льготного специального режима – это стимулирование малого предпринимательства. Единый налог на вмененный доход заменяет уплату ряда налогов, и такая замена действительно снижает налоговое бремя для данных субъектов рыночных отношений.

Также единый налог на вмененный доход имеет ряд преимуществ для государства:

1) На практике сложно, а порою даже невозможно получить полную информацию о доходах юридических и физических лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность без образования юридического лица в таких сферах деятельности, где производится оплата товаров, работ и услуг за наличный расчет. Поэтому, какими бы тщательными ни были налоговые проверки, все равно ошибки в ведении отчетности, в расчете налога, даже в порядке его уплаты будут значительными. Плательщикам единого налога на вмененный доход не нужно вести учет доходов, расходов и налоговый орган не будет требовать данную отчетность, потому что она попросту не нужна для исчисления налога;

2) В настоящее время в РФ большинство предприятий малого бизнеса находятся «в тени» («теневом рынке»). Государство не может отследить всех «теневых предпринимателей». Введение единого налога на вмененный доход призвано сократить оборот «теневого» капитала в сфере малого бизнеса. Единый налог на вмененный доход позволяет подвести под законное налогообложение ранее неконтролируемый наличный денежный оборот.

Недостатки единого налога на вмененный доход проявляются в следующем:

– установленная по видам деятельности базовая доходность часто не имеет экономического обоснования и не соответствует реальным результатам предпринимательской деятельности. В законодательстве о едином налоге на вмененный доход не всегда учитываются специфические особенности деятельности индивидуальных предпринимателей, такие как осуществление деятельности самостоятельно либо с привлечением наемных работников, режим их работы и периодичность осуществления деятельности, а также возможность временного прекращения деятельности. Одновременно с этим не принимается во внимание, что большинство индивидуальных предпринимателей занимаются мелким и

малодоходным бизнесом и не могут быть приравнены по размерам базовой доходности к юридическим лицам и предпринимателям, использующим в своей деятельности труд наемных работников. В результате во многих регионах значения показателей базовой доходности, оказывающие основное влияние на величину базы налогообложения, установлены для отдельных категорий налогоплательщиков либо в значительно завышенных, либо в заниженных размерах, что приводит к неравенству условий их налогообложения в этих регионах и, как следствие, к нарушению целостности единого экономического пространства в стране;

- незначительная роль налоговой ставки. Ставка налога закреплена законодательно и не может изменяться. Фактически роль налоговой ставки выполняет корректирующий коэффициент K_2 – не случайно именно его устанавливают органы местного самоуправления. В каждом районе, таким образом, устанавливаются свои коэффициенты K_2 в диапазоне от крайне льготных до фактически заградительных;

- предприятие, переведенное на режим уплаты единого налога, на вмененный доход, выступает невыгодным партнером, так как не является плательщиком налога на добавочную стоимость и не может выставить счет-фактуру заказчику для его возмещения (здесь единый налог на вмененный доход повторяет недостаток упрощенной системы налогообложения). Потребители продукции индивидуального предпринимателя, перешедшего на единый налог, не могут принять к зачету налог на добавленную стоимость;

- ограничение круга лиц, которые могут применять единый налог на вмененный доход;

- величина налога не зависит ни от доходов, ни от убытков;

- если работодатель арендует значительную торговую площадь для розничной торговли, то, соответственно, и сумма единого налога на вмененный доход будет большой. Сумму единого налога на вмененный доход можно уменьшить на страховые взносы при начислении и выплате заработной платы сотрудникам, однако сотрудников, как правило, немного, поэтому сумма страховых взносов к уменьшению будет небольшой.

- переход на уплату единого налога на вмененный доход не совсем означает упрощения порядка ведения бухгалтерского учета и предоставления отчетности, так как плательщики, осуществляющие виды деятельности как переведенные на уплату единого налога на вмененный доход, так и облагаемые в общем порядке, должны организовать ведение раздельного учета. Разработка системы раздельного учета означает необходимость дополнительных трудозатрат и, в большинстве случаев, ведение более детального аналитического учета.

С 2013 года Налоговый кодекс будет содержать две достаточно близкие по своей сути системы — патентную систему и единый налог на

вмененный доход. Но при всей кажущейся аналогичности эти системы имеют существенные различия, как улучшающие, так и ухудшающие положение предпринимателя. Сравним параметры патентной системы и ЕНВД, которые могут повлиять на выбор предпринимателя между этими двумя системами (таблица 1).

Таблица 1

Сравнительная характеристика ЕНВД и патентной системы

Параметр	Патентная система	ЕНВД
Налогоплательщики	Только ИП	ИП и юридические лица
Привлечение наемных работников (средняя численность, включая договора подряда)	До 15 человек	До 100 человек (средняя численность, включая договора подряда)
Ограничение по размеру годового дохода	Не более 60 млн. руб. (доход по всем патентам + доход УСН)	Не предусмотрено
Виды деятельности (+)	- не ограничена площадь сдаваемых в аренду помещений; - не указаны цели сдачи активов в аренду; - более подробно расшифрованы виды бытовых и производственных услуг; - добавлены медицинские, охранные, производственные услуги, перевозка пассажиров и грузов водным транспортом; - снято ограничение на размер автопарка	- сдаваемые в аренду жилые помещения ограничены площадью 500 кв.м.; - сдавать в аренду жилые помещения можно только с целью временного размещения жильцов, а нежилые - только для осуществления торговой деятельности; - ограничение автопарка – 20 автомобилей
Виды деятельности (-)	- Площадь торгового места или зала обслуживания посетителей общественного питания – не более 50 кв. м.; - исключено общественное питание без зала обслуживания, услуги по мойке автомобилей и автостоянок; - исключена наружная реклама и реклама на транспортных средствах; - сдавать в аренду можно только активы, находящиеся в собственности ИП	- Площадь торгового места или зала обслуживания посетителей общественного питания – не более 150 кв. м. - сдавать в субаренду можно арендованные активы
Подача заявления о начале	Заявление на приобретение	Заявление на переход на

деятельности	патента подается за 10 дней до начала деятельности	систему ЕНВД подается в течение 5 дней после начала деятельности
Деятельность на разных территориях	Не ограничена, требуется заявление в УФНС территории, где осуществляется деятельность; оплата патента – в местный бюджет территории, где приобретен патент	Не ограничена, требуется регистрация в каждой территории в качестве плательщика ЕНВД; оплата налога – в местный бюджет территории, на которой осуществлена регистрация как плательщика ЕНВД
Ограничение срока действия	От одного месяца до года	Не предусмотрено
Возобновление деятельности по системе налоговых отношений после утраты или прекращения деятельности по патенту (ЕНВД)	Только с начала следующего календарного года	Деятельность по системе ЕНВД после прекращения может возобновиться с любого момента после устранения причины утраты права
Оплата налога	При сроке патента до 6 месяцев – предоплата (25 дней после начала действия патента); от 6 до 12 месяцев – предоплата в размере 1/3 суммы налога, 2/3 выплачивается за 30 дней до окончания действия патента	После окончания налогового периода
Учет доходов	Необходимо вести Книгу доходов	Ведение учета не предусмотрено
Кассовая дисциплина	Не предусмотрена	Соблюдение порядка ведения расчетных и кассовых операций
Налоговая декларация	Не предусмотрена	Ежеквартально
Льготы по взносам во внебюджетные фонды	Стоимость патента не уменьшается на оплаченные взносы во внебюджетные фонды	Сумма налога ЕНВД уменьшается на сумму оплаченных взносов за наемных работников, но не более, чем на 50%; для ИП, не имеющих работников, сумма налога ЕНВД может быть уменьшена полностью на сумму оплаченных фиксированных взносов во внебюджетные фонды

Из таблицы видно, что из 14 приведенных сравнительных параметров 10 приводят к ухудшению положения налогоплательщика, и

лишь 4 дают ему преимущества патентной системы перед системой ЕНВД, несмотря, что каждый параметр имеет разный вес и значимость для предпринимателя.

При сравнении единого налога на вмененный доход и патентной системы налогообложения, следует отметить, что по сумме налога патентная система имеет явное преимущество. Налоговая ставка по патентной системе устанавливается в размере 6%. Объектом налогообложения является потенциально возможный годовой доход индивидуального предпринимателя, а налоговый период составляет один календарный год. Налог, уплаченный при применении патентной системы, на 10% будет зачисляться в бюджет субъекта РФ, и на 90% - в бюджеты муниципалитетов.

Кроме того, ведение учета при использовании патентной системы гораздо проще: не нужно каждый квартал подавать декларацию, просто покупается патент.

Однако у патентной системы есть и ограничения:

- она предназначена только для индивидуальных предпринимателей;
- численность работников сильно ограничена. Для предпринимателей (в отдельных видах деятельности) претендующих на патентный налог запланировано, в 2013 г., уменьшить число работников. Теперь это число не превысит 15 человек, а на данный момент это составляет 100 человек;

- пока перечень видов деятельности по патенту очень ограничен на патентную систему могут претендовать те предприниматели, которые работают в сфере автотранспортных услуг, а так же бытовых услуг и ветеринарных. К этой же категории отнесутся владельцы магазинов, так же предприятий общепита, при условии, что зал будет площадью до ста пятидесяти квадратных метров. Ещё сюда же попадают владельцы мини – гостиниц и, кроме этого, арендодатели земли и площадей под торговые объекты;

- следующий недостаток, присущий и единому налогу на вмененный доход – отсутствие зависимости между эффективностью деятельности, доходами и величиной налога. Предполагается, что частный предприниматель, приобретающий патент на срок от 1 до 12 месяцев, будет иметь возможность нанимать до 15 работников, а его доход от реализации по итогам налогового периода не должен будет превышать 60 миллионов рублей;

- по планам Минфина придется вести Книгу доходов и расходов, как и на обычной упрощенной системе налогообложения, тогда как сейчас на едином налоге на вмененный доход применяется декларативный подход;

- деятельность ведется в разных регионах, придется покупать отдельные патенты. Размер потенциальных доходов индивидуальных предпринимателей, использующих патенты, будут устанавливать своими законами субъекты РФ. Регионы также будут вправе увеличивать

максимальный размер потенциально возможного годового дохода предпринимателей по ряду видов деятельности, но не более чем в три раза в общем случае и не более чем в пять раз на территории города с численностью населения более 1 миллиона человек.

Таким образом, патентная система налогообложения привлекательна для малого бизнеса по таким критериям, как сокращение суммы налога, простота ведения учета. Однако она имеет ряд ограничений, которые сдерживают переход на данную систему многих индивидуальных предпринимателей и вовсе не предусматривается для организаций. Введение патентной системы необходимо было для государства в целях охвата налогами ряда индивидуальных предпринимателей, чьи доходы оставались не учтенными это ее основное преимущество.

Министерство финансов отсрочило отмену ЕНВД до 2018 году вследствие возмущения представителей малого бизнеса, отмена данного налога, возможно, была бы выгодна только государству. В настоящее время нет для единого налога на вмененный доход альтернативной замены. На наш взгляд, ошибочно полагать, что отмена ЕНВД увеличит поступления налогов в бюджет в результате перехода индивидуальных предпринимателей и организаций на общую или упрощенную систему налогообложения, при переходе ряд налогоплательщиков просто потеряется. С отменой ЕНВД увеличится налоговая нагрузка на индивидуальных предпринимателей и других субъектов малого предпринимательства.

Использованные источники:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 30.12.2012) (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.04.2013)
2. Федеральный закон «Система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности» от 24.02.2002 № 104-ФЗ
3. http://www.consultant.ru/popular/nalog2/3_12.html

*Рожина В.Ф.
магистрант 1 года группы «Менеджмент-12»
Финансово-экономический институт*

ЭФФЕКТИВНАЯ СИСТЕМА МОТИВАЦИИ В РОССИИ

*Когда речь идет о том, чтобы предприятие
двигалось вперед, вся суть в мотивации людей
(Л.Якокка).*

Сегодня в нашей стране проблема мотивации является особенно актуальной. Социальные изменения влияют не только на политическую и экономическую сферы общества, но и на сознание людей. Трансформируются мотивационно-ценностные ориентации человека, то меняются желания и стремления, побуждающие к определенным действиям. После перехода России на рыночную экономику возникли иные мотивы и ценности.

Существующие методы мотивации зарубежных практиков не учитывают менталитет российского работника, который формировался в условиях социалистической действительности. Поэтому возникает проблема адаптации зарубежных составляющих мотивационного подхода к условиям нашей страны. Кроме того необходимо отметить, что в некоторых отраслях сложилась ситуация «кадрового голода», мало высококвалифицированных специалистов. Одной из причин является неэффективная система мотивации.

Эффективная система мотивации – это такая система мотивации, которая служит компании и руководителям, активизирует деятельность сотрудников, стимулирует их на достижение намеченных результатов. Что нужно сделать для создания эффективной системы мотивации персонала? Путь к эффективному управлению персоналом лежит именно через мотивацию.

Р. Дафт рассматривает мотивацию как совокупность «сил, существующих внутри или вне человека, которые возбуждают в нем энтузиазм и упорство в выполнении определенных действий» [2]. По мнению исследователя, у каждого существуют основные (базовые) потребности. В зависимости успешности поведения человек получает некое вознаграждение. От этого вознаграждения зависит и оценка своего поведения как приемлемого и его повторение в будущем. Вознаграждение делит на внутреннее и внешнее. Внутреннее вознаграждение — это «удовлетворение, которое человек получает в процессе выполнения определенного действия». Внешнее вознаграждение — это «выгоды, предоставляемые индивиду другим человеком, в нашем контексте менеджером» (продвижение по службе, увеличение заработной платы) [2].

Существуют различные теории содержания мотивации и мотивационного процесса. Согласно самой известной теории А. Маслоу, в основе мотивации человека лежит комплекс потребностей, причем нужды

конкретного индивида располагаются в иерархическом порядке. Сначала должны быть удовлетворены потребности низших уровней, и потом активизируются более высокие стремления. Существует также теория КлейтонаАльдерферERG (existence, relations, growth). С его точки зрения, все потребности можно разделить на следующие группы [5, 220]: потребности существования; потребности связи отражают социальную сущность человека, желание быть членом коллектива, общества в целом; потребности роста. В отличие от теории Маслоу существуют два направления движения в удовлетворении потребностей, которые открывают новые возможности в мотивационном воздействии на персонал. По двухфакторной теории Ф. Герцберга, деятельность определяется двумя различными группами факторов: гигиенические факторы и мотиваторы. Обеспечение должного уровня гигиенических факторов позволяет избавиться от неудовлетворенности работников. Чтобы побудить их к труду, необходимо подключить мощные мотивирующие факторы, такие как признание, возможности для личностного роста, сложные интересные рабочие задания. Теория МакКелланда связана с описанием трех потребностей, влияющих на поведение человека: потребности соучастия, достижения и властвования. Безусловно, для эффективности системы мотивации персонала нужно учитывать данные теорий, виды потребностей, выделяемых авторами потребностей.

Теории процессов объясняют процесс выбора людьми образцов поведения, ориентированных на удовлетворение личных потребностей, и оценки эффективности решения. Наиболее известными являются теория справедливости и теория ожиданий. Теория справедливости, автором которой является Стейси Адаме, предполагает, что сотрудники оценивают вознаграждение за трудовые результаты, стремятся к социальному равенству, которое выявляется по соотношению «входа» (образование, прилагаемые усилия и способности) и «выхода» (зарплата, признание, карьерный рост и иные выгоды). Когда соотношение индивидуального выхода и входа примерно равно пропорции коллег, возникает ощущение справедливости. Существуют следующие пути достижения баланса: изменение выхода, изменение входа, изменение представлений о справедливости, уход с работы [2]. Теория ожидания указывает на зависимость мотивов от следующих факторов: как много человек хотел бы получить; насколько реально для него достижение этих результатов [7, 342]. Процесс мотивации по данной теории складывается как бы из трех частей: валентность, ожидания и результат, взаимодействие которых анализируется. Валентность показывает, в какой степени для человека желателен каждый конкретный результат из множества возможных на первом и на втором уровнях, то есть это значение отражает приоритетность для человека того или иного результата, и сопровождает каждый результат.

Ожидание отражает представление человека о том, в какой мере его действия приведут к достижению определенного результата.

В основе мотивации лежит именно потребность человека. Действительно, для создания эффективной системы мотивации необходимо изучить потребности трудового коллектива, их мотивационные предпочтения, например, при помощи анкетирования. Руководитель также должен стремиться к принятию справедливых решений по отношению к сотрудникам, так как работники стремятся к внутреннему балансу, социальному равенству. Мотивы человека зависят от того, как много человек хотел бы получить (как он оценивает те результаты, что хотел бы получить) и насколько реально для него достижение этих результатов.

Как известно, мотивация бывает материальной и нематериальной. Один из современных исследователей, А.А. Багракова справедливо отмечает, что деньги являются действенным инструментом мотивации, так как обладают такими свойствами, как ненасыщаемость, универсальность, точная измеримость. Система материальной мотивации реализуется в рамках компенсационной политики. Компенсационная политика подразумевает систему вознаграждений за результаты его труда. Однако компенсационный пакет является методом материальной мотивации, если: 1) ориентирует сотрудника на достижение нужного организации результата, т. е. связывается с показателями эффективности деятельности; 2) не ухудшает материальное положение сотрудника; 3) позволяет увеличить вознаграждение; 4) понятен сотрудникам и реален в исполнении [1, 15].

Но необходимо отметить, что заработная плата, бонусы и различные дополнительные выплаты работникам недостаточны для их мотивации. Немаловажную роль играют признание, развитие и уважение. Нематериальная мотивация является сильным инструментом мотивации, но имеет дополняющий характер. Существуют такие типы нематериального вознаграждения: 1) профессиональное развитие (полная/частичная оплата профессионального обучения, полная/частичная оплата краткосрочного обучения (тренингов) с целью повышения квалификации, делегирование ряда полномочий вышестоящему сотруднику и т.д.); 2) символы служебного положения (переходящий титул на ограниченный период, почетная грамота, нагрудный знак отличия и т.д.); 3) уменьшение ограничений свободы выбора (возможность самому выбирать дату отпуска, возможность самостоятельно планировать свой рабочий день и т.д.); 4) ценные подарки (туристическая путевка, бытовая техника, награждение билетами в театр и т.д.) [1, 16].

Безусловно, нематериальная мотивация имеет свои преимущества. Она ориентирует сотрудника на достижение нужного компании результата, мотивирует тех, для кого материальные стимулы не являются основными, и в этом случае дополнительное вознаграждение становится показателем

признания достижений и профессионализма сотрудника. Так же задействует фактор соревновательности в трудовой деятельности, который также может выступать мотиватором для определенной категории сотрудников [1, 17].

Однако если обратиться к иерархической теории А. Маслоу, у человека не могут появиться высокие стремления, если не удовлетворены потребности низшего уровня. Неденежные методы мотивации не могут заменить конкурентоспособную зарплату, возможность получения среднего дохода.

В современных условиях организации используют различные системы, методы мотивации. Вопрос об особенностях системы мотивации в России рассматривается в работах С.К. Мордовина, Е.П. Померанцевой, С.А. Кузнецова, М.А. Трошиной, Т.С. Викторовой, Явдаченко А.С., А. Ключкова, А.А. Багранкова. Менеджеры отмечают эффективность конкурентной системы мотивации, основанной на конкурсе по продажам между директором и менеджерами. Выигравший сотрудник получает повышенный процент к окладу. Кроме мастер-класса, азарта и активизации деятельности, менеджеры получают и повышенную зарплату. Также популярны системы мотивации с градацией (обучение, поход в кино или боулинг, туристические поездки, дополнительные дни к отпуску), так как позволяют учесть интересы большего количества людей» [4, 42].

В некоторых организациях используют систему кафетерия, при которой максимально удовлетворяются индивидуальные мотивы сотрудника. В компании расширяется набор услуг, предлагаемых сотрудникам, они в свою очередь могут выбирать на определенный лимит те, которые его заинтересовали. Данная система привлекательна для многих, но требует при создании определенных усилий. Современные специалисты отмечают эффективность системы вознаграждений на основе Ключевых Показателей Эффективности — KPI, которая предполагает вознаграждение за способности, оценку каждого сотрудника через сравнение его достижений с достижениями других работников либо сравнение результатов работы сотрудника с результатами его работы за предыдущий период и вознаграждение за его реальные усилия, обеспечившие успех [3, 47].

Современные исследователи выделяют 8 наиболее распространенных способов мотивации, которые используются в России и за рубежом:

- 1) деньги: эффективны, если награждают за конкретные трудовые результаты;
- 2) одобрение – это средство сильнее, чем деньги, потому что для российской менталитета характерно стремление к признанию, уважению;
- 3) действие: для применения этого средства предприятие должно использовать групповое принятие решения и производить конкурентоспособный товар;
- 4) вознаграждение свободным временем;

- 5) взаимопонимание и проявление интереса к работнику;
- 6) продвижение по служебной лестнице;
- 7) предоставление самостоятельности в работе;
- 8) призы – «способ вознаграждения зависит от воображения менеджера, наиболее эффективен при вручении приза в присутствии работников фирмы» [8, 39].

С.К. Мордовин предлагает использовать опыт западных менеджеров, адаптировав к российским реалиям:

- 1) широко распространенные вознаграждения (премии, система участия в прибылях, владение различными ценными бумагами, устная благодарность и т.д.);
- 2) хорошо видимые вознаграждения (табличка с гравировкой имени работника или почетный трофей, предоставление специального места для парковки автомобиля, канцелярская принадлежность высокого качества и т.д.);
- 3) вознаграждения, выражающие вашу поддержку как руководителя своих сотрудников (материальные вознаграждения, направленные на интересы семьи сотрудника, обеды лучших работников с руководителями компании);
- 4) нетипичные вознаграждения (более ранний старт отпуска, благотворительное пожертвование от имени работника, покрываемое компанией)[6, 56].

К рекомендуемым в России форм дополнительным компенсаций работникам он относит: медицинское страхование:

- 1) создание индивидуального пакета гарантий по медицинскому обслуживанию, заключение прямых договоров с лучшими медицинскими учреждениями для тотального медицинского обслуживания;
- 2) стоматологическое страхование: прямые договоры компании с местными стоматологическими светилами;
- 3) сбережения на случай исключительных медицинских обстоятельств;
- 4) программы защиты дохода: оплата больничных, краткосрочная и долгосрочная нетрудоспособность, страхование жизни;
- 5) пенсионные накопительные схемы;
- 6) возможность приобретения акций;
- 7) дополнительные выходные дни (личные дни)[6, 47].

Таким образом, в российских организациях используются способы мотивации персонала, в основном основанные на материальных способах. Применяются и нематериальные способы, но они неэффективны при отсутствии системности. Необходимо комплексное применение материальных и нематериальных методов мотивации, достижение баланса. Конечно, не существует единой системы мотивации, которая бы идеально подходила всем организациям.

Как определить эффективность системы мотивации в организации? С.К.

Мордовин, ведущий специалист в области управления человеческими ресурсами, предлагает для проверки эффективности системы мотивации персонала организовать аудит мотивации работников, ответив на такие вопросы:

- Учитываем ли мы то, что мотивирует каждого отдельного работника?
- Какие программы поощрения, вознаграждения и обеспечения признания используются в организации?
- Организована ли работа так, чтобы мотивировать работников?
- Как воздействуют на мотивацию работников стиль руководства и ее содержание?
- Создаются ли эффективные команды, помогающие добиваться преданности работников работе?
- Наделяются ли полномочиями работники и вовлекаются ли они в общий трудовой процесс?
- Понимают ли подчиненные, чего от них ждут руководители и получают ли они информацию о качестве своей работы в результате управления трудовым процессом?
- Постоянно ли развивается, совершенствуется и адаптируется организация? [6, 62].

Для создания эффективной системы мотивации также необходимо учитывать следующие факторы:

- 1) национальные (менталитет, традиции, культура);
- 2) региональные (специфика территорий, уровень экономического развития, климатические особенности);
- 3) размер бизнеса (в небольшой организации возможен индивидуальный подход);
- 4) гендерные и возрастные (различия в интересах, ценностях отражаются на восприятии элементов системы мотивации).

В современных условиях систему мотивации можно совершенствовать при помощи грамотной управленческой политики, понимание корпоративной миссии компании, программ адаптации персонала, коучинга (искусства способствовать повышению результативности, обучению и развитию другого человека), наставничества, морального стимулирования и т.д. Кроме того, необходимы регулярный мониторинг и коррекция системы мотивации, так как со временем она может потерять свою эффективность. Это связано с тем, что компании развиваются, меняется их философия, положение на рынке, их рыночное окружение, соответственно, их нужды и возможности.

Использованные источники:

1. Багракова А.А. Материальная и нематериальная мотивация. Роль нематериальных стимулов в системе мотивации // Управление человеческим потенциалом.-2006. - №02(06)

2. [www. twirpx.ru](http://www.twirpx.ru) (Дафт Р. Менеджмент. 9 изд.)
3. Ключков А. Особенности системы мотивации в России// Управление персоналом.-2010.- № 1.
4. Кошелева Ю. Мотивация персонала. // Управление персоналом. -2012.- № 16.
5. Мейланд Я., Уилсон П. Руководство по управлению трудовым коллективом. М.: Юнити, 2002.
6. Мордовин С.К. Управление персоналом. Современная российская практика. 2-е изд. СПб.: Питер, 2005.
7. Румянцева З.П., Саломатин Н.А., Акбердин Р.З. Менеджмент организации. М.: Инфра-М, 2003.
8. Трошина М.А., Викторова Т.С. Обзор факторов мотивации в России и за рубежом: сходства и различия// Менеджмент в России и за рубежом. – 2009.- № 4.

*Розуаев А.А.
преподаватель
кафедры финансов и кредита
Смирнова А.В.
студент 5 курса
экономического факультета
специальности «Финансы и кредит»
ФГБОУ ВПО «МГУ им. Н.П. Огарева»
Россия, г.Саранск*

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ КОРПОРАТИВНОГО СТРАХОВАНИЯ В РОССИИ

В настоящее время страхование начинает превращаться из дополнительной вынужденной финансовой нагрузки на бюджет предприятий в достаточно эффективный инструмент за управлением рисками предприятия.

Рынок корпоративного страхования в России все еще находится на стадии развития. Более динамично рынок начал развиваться после того как 1 января 2012 года вступил в силу Федеральный закон № 225 «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельца опасного объекта за причинение вреда в результате аварии на опасном объекте» [1]. Теперь предприятия, источники опасности, обязаны оформлять полис страхования опасных производственных объектов (далее ОПО), а при наступлении страхового события возмещение пострадавшим будет выплачивать страховая компания.

Речь идет о новом виде обязательного страхования, так называемом страховании ОПО, то есть объектов, при эксплуатации которых могут возникать различного рода аварии и происшествия: нефтепроводы, шахты, водохранилища, рудники, карьеры и т.п. Всего подобных объектов

различного типа и формы собственности на территории страны насчитывается около 360 тыс. [5].

Страхование ОПО достаточно сложное и требует глубокого знания вопроса, поэтому страховым компаниям нужна лицензия, которая является свидетельством высокой квалификации.

Правительством РФ были утверждены правила обязательного страхования гражданской ответственности владельца опасного объекта [2]. Правилами определяются права и обязанности сторон по договору обязательного страхования гражданской ответственности владельца ОПО за вред, причиненный вследствие аварии на опасном объекте. Правила вступили в силу с 1 января 2012 года. Тарифы варьируются в пределах от 0,1% до 4,94%. Самый высокий тариф – 4,94% установлен для угольных шахт.

Ежегодный прирост на рынке корпоративного страхования составляет порядка 10–15%, в последние несколько лет. По оценкам экспертов, его доля в общей страховой премии не превышает 40%.

На конец 2011 г. действовало 81,7 млн. договоров страхования (по сравнению с соответствующим периодом 2010 г. увеличилось на 7,5%), в том числе с физическими лицами, соответственно, 74,3 млн. (увеличилось на 12,8%), с юридическими лицами – 7,4 млн. (сократилось на 26,6%). При этом основная часть – 90,9% приходилась на договоры, заключенные с физическими лицами (в 2010г. – 86,7%) [4].

Среди субъектов Российской Федерации несомненным лидером по сбору страховых премий (взносов), как и в предыдущие годы, являются страховые организации, зарегистрированные в Москве. В 2011 г. ими было собрано 856,9 млрд. рублей страховых премий, на их долю приходилось 67,5% собранных премий (взносов) [4].

В 2010 году всего было собрано премий от юридических лиц на сумму 286 844 млн. руб., в 2011 году эта сумма составила 343 732 млн. руб. (увеличилась на 20 % по сравнению с 2010 годом), в 2012 году за 2 квартала сумма собранных премий составила 228 257 млн. руб. (Рисунок 1).

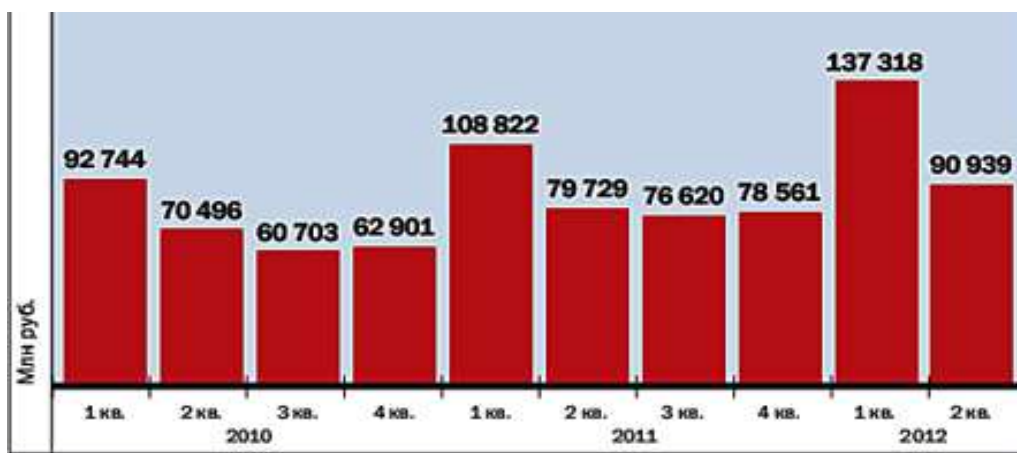


Рисунок 1 – Динамика премий по корпоративному страхованию

По данным Федеральной службы государственной статистики в 2011 г. поступления страховых взносов по добровольным видам страхования увеличились по сравнению с 2010 г. на 20,9%, из них по страхованию имущества юридических лиц – на 20,4%.

Рассмотрим структуру взносов по имущественному страхованию, включая страхование предпринимательских и финансовых рисков за 2010 год (см. рис. 2).

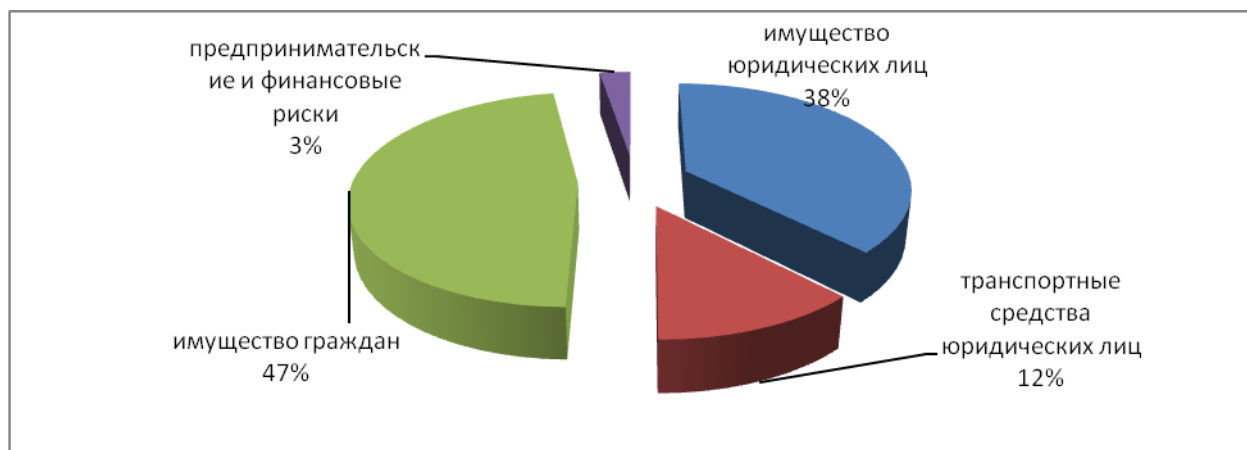


Рисунок 2 – Структура страховых премий за 2010 год

Как мы видим, наибольшую долю в структуре премий занимает страхование имущества физических лиц – 47%, на долю премий по страхованию имущества юридических лиц приходится 38%, премии по страхованию транспортных средств юридических лиц составили 12%, и лишь 3% приходится на долю премий по страхованию предпринимательских и финансовых рисков.

Далее рассмотрим структуру взносов по имущественному страхованию включая страхование предпринимательских и финансовых рисков за 2011 год (см. рис. 3).

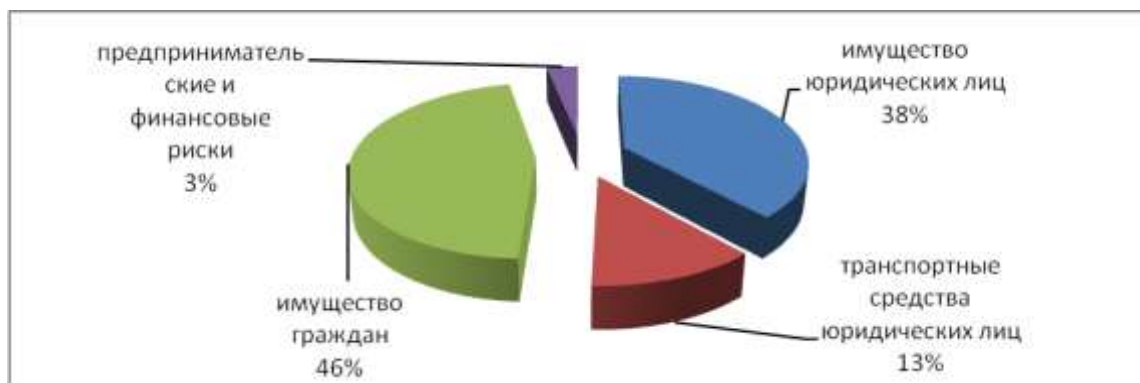


Рисунок 3 - Структура страховых премий за 2011 год

В 2011 году по сравнению с 2010 годом ситуация практически не изменилась. Небольшие изменения коснулись страхования имущества граждан – доля премий сократилась на 1 п.п. и страхования транспортных средств юридических лиц – доля премий увеличилась на 1 п.п.

Рассмотрим структуру выплат по вышеуказанным видам страхования за 2010-2011 гг. (Рисунок 4, 5).

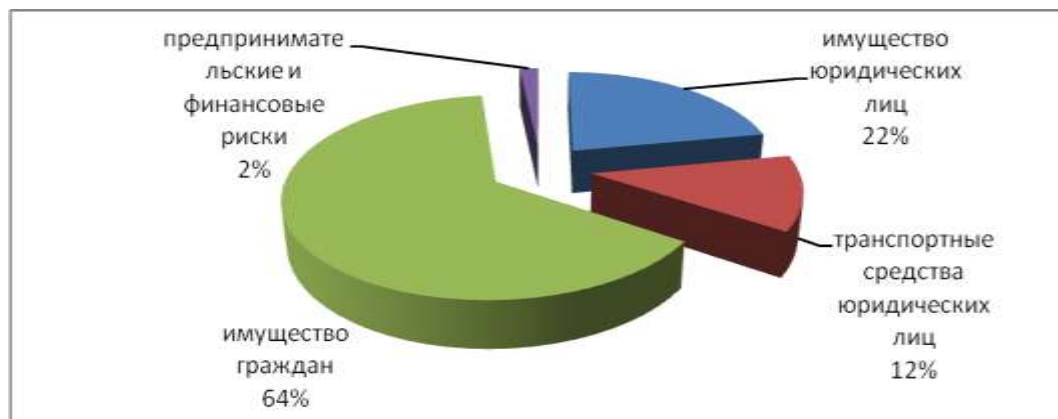


Рисунок 4 – Структура страховых выплат за 2010 год

В структуре выплат складывается следующая ситуация. Наибольшую долю в структуре выплат занимает страхование имущества граждан – 64%, на втором месте выплаты по страхованию имущества юридических лиц – 22%, выплаты по страхованию транспортных средств юридических лиц составили 12%, на долю выплат по страхованию предпринимательских и финансовых рисков приходится 2%.

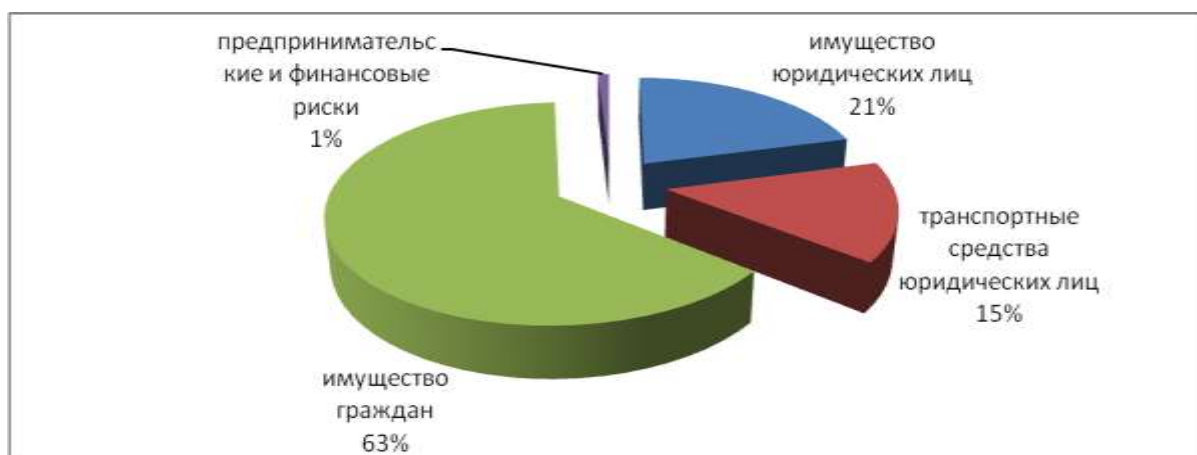


Рисунок 5 – Структура страховых выплат за 2011 год

Выплаты по страхованию имущества граждан и по страхованию предпринимательских и финансовых рисков в 2011 году сократились на 1 п.п. по каждому виду страхования. По страхованию имущества юридических лиц сокращение составило также 1 п.п. На 3 п.п.

увеличились выплаты по страхованию транспортных средств юридических лиц.

В 2012 году рост рынка страхования составил 15-17%. Относительно стабильный рост продемонстрировали такие сегменты корпоративного страхования, как страхование строительно-монтажных рисков, страхование сельскохозяйственных рисков. Добавилось страхование ответственности владельцев опасных промышленных объектов как обязательный вид, новое дыхание получило развитие ДМС [8].

Также в 2012 году продолжилось развитие корпоративного страхования и в сегменте малого и среднего бизнеса. И, как правило, небольшие предприятия при получении кредитов в банках заключают договоры страхования залогового имущества. Для страховщиков этот сегмент остается привлекательным в связи с малой убыточностью такого страхования [7].

Таблица 1 – Премии и выплаты по видам страхования за 2012г.
накопительным итогом

Вид страхования	Премии, тыс. руб.	Выплаты, тыс. руб.
Страхование прочего имущества юридических лиц	105 325 803	34 233 718
Страхование гражданской ответственности организаций, эксплуатирующих опасные объекты	1 752 473	241 243
Страхование ответственности производителей за качество продукции	2 074 546	152 338
Страхование предпринимательских рисков	6 120 114	895 465

В таблице 1 предоставлены данные за 2012 г. накопительным итогом. Как видно из таблицы больше всего премий было собрано по страхованию прочего имущества юридических лиц – 105 325 803 тыс. руб. Выплаты по этому виду страхования составили 34 233 718 тыс. руб.

Необходимо отметить о страховании корпоративных клиентов посредством банкострахования. Банкострахование – это сотрудничество банков и страховых компаний по нескольким направлениям: страхование заемщиков банков, объектов залога и рисков самих банков [6].

На рисунке 6 представлена динамика страхования юридических лиц через банки за 2009-2010 гг. Как мы видим, наибольший объем в этом направлении банкострахования занимает страхование залогового имущества заемщиков [6].

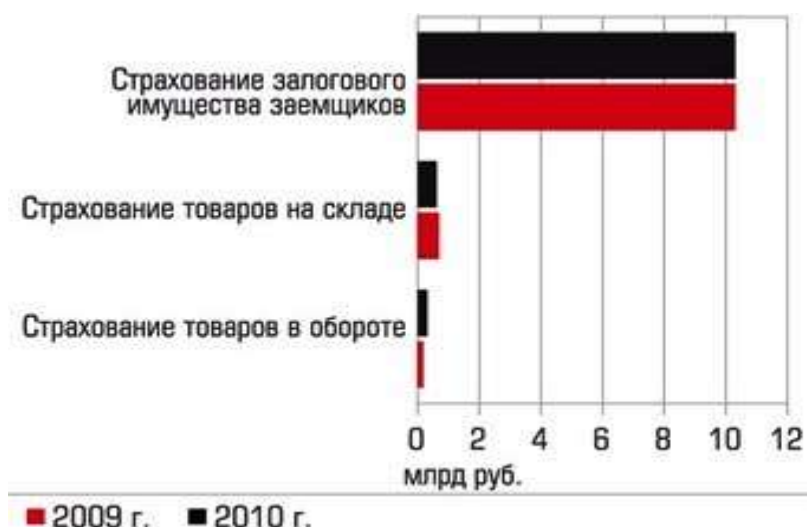


Рисунок 6 – Страхование юридических лиц через банки

По данным «Эксперт РА», лидерами страхования юридических лиц через банки в 2011 году являлись Страховой дом ВСК, Группа «Ингосстрах», Группа «СОГАЗ» (см. табл. 2) [3].

Таблица 2 – Лидеры страхования юридических лиц через банки, всего за 2009-2011 гг.

Место в 2009 г.	Место в 2010 г.	Место в 2011 г.	Компания
1	1	1	Страховой дом ВСК
3	2	3	Группа «СОГАЗ»
2	3	2	Группа «Ингосстрах»
4	4	–	РОСНО
–	5	6	АльфаСтрахование

При формировании соответствующего рынка страхования юридических лиц определяющими становятся потребности страхователей, а осознание необходимости некоторой финансовой защиты на случай непредвиденных ситуаций также способствуют повышению общей заинтересованности в страховании всего имущества предприятия.

Включение в полисы не только рисков от пожара в зданиях и повреждений оборудования, но также рисков перерывов в производстве, развития страхования сотрудников компании в рамках добровольного медицинского страхования, покрытие других рисков – это ключевые направления работы для отечественных страховщиков на сегодняшнем этапе развития их отношений с достаточно крупными клиентами.

С точки зрения качества спроса рынок страхования юридических лиц в настоящий момент можно разделить на 2 сегмента: рынок добровольного страхования, а также рынок так называемого вмененного страхования. А основным различием между этими сегментами является то, что для страхователя, который заключает договор вмененного страхования, самым важным фактором для выбора страховщика, а также

страхового продукта является именно стоимость. А качество страхового продукта (это неценовые условия полиса страхования) для потребителя на данном рынке страхования практически не имеет значения [5].

В добровольном сегменте рынка страхования юридических лиц, с другой стороны, страхователи, осознанно и добровольно приобретают страховую услугу и все чаще начинают обращать свое внимание на условия, которые изложены в договоре страхования, а также не касающиеся размеров страховых тарифов.

Такие качественные изменения спроса на все страховые услуги в полной мере способствуют развитию инфраструктур по обслуживанию интересов многих юридических лиц, повышению обоснованности расчетов страховых тарифов, росту профессионализма работников страховых компаний, а также качества андеррайтинговой политики. Другими словами, за незначительным ростом рынка страхования для юридических лиц скрываются достаточно существенные качественные преобразования.

Использованные источники:

1. Федеральный закон № 225 «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев опасных объектов за причинение вреда в результате аварии на опасном объекте» от 27 июля 2010 г. (в ред. Федеральных законов № 283-ФЗ от 19.10.2011 г., № 22-ФЗ от 04.03.2013 г.) [Электронный ресурс] – Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
2. Постановление Правительства РФ № 808 «Об утверждении страховых тарифов по обязательному страхованию гражданской ответственности владельца опасного объекта за причинение вреда в результате аварии на опасном объекте, их структуры и порядка применения страховщиками при расчете страховой премии» от 1 октября 2011 г. [Электронный ресурс] – Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
3. Страхование юридических лиц через банки / Эксперт РА – Режим доступа: http://www.raexpert.ru/rankingtable/?table_folder=/bankinsur/2011/tab09 – Загл.с экрана.
4. Рынок страховых услуг в 2011 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/bgd/regl/B12_04/IssWWW.exe/Stg/d05/1-strah.htm – Загл.с экрана.
5. Е. Денисенко Страхование дежавю / Денисенко Е. // Эксперт Северо-Запад/ – 2012. – №12 (558)
6. Рынок банкострахования: перезагрузка / О. Басова, А. Янин, П. Самиев / Рейтинговое агентство «Эксперт РА». – 2011г.
7. Д. Есипов Страховые надежды / Есипов Д. // Реальный бизнес. – 2012. – №12.
8. А.Бондарев Страховые надежды / Бондарев А. // Реальный бизнес. – 2012. – №12.

*Русанова М.А.
магистрант*

*ФГАОУ ВПО «УрФУ имени первого президента России Б.Н. Ельцина»
Россия, г. Екатеринбург*

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ МЕТАМОРФОЗЫ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ХОДЕ ЭВОЛЮЦИЙ КОНЦЕПЦИЙ МАРКЕТИНГА

Рекламная деятельность появилась не как самостоятельный вид общественной деятельности, а как потребность производителей товара в презентации товара через неличные средства коммуникаций. Каждый этап эволюционного развития рекламной деятельности обусловлен как экономическими предпосылками эволюцией цивилизации, так и развитием товарного рынка и, следовательно, маркетинга.

Маркетинг с момента своего появления в начале XX в. развивался непрерывно, и на каждом этапе развития маркетинга формировались общие подходы - концепции, на основании которых строились усилия для достижения желаемых уровней удовлетворения потребностей потребителей и производителей.

Изменения концепций маркетинга в основном определялись и определяются состоянием и взаимодействием в рыночном пространстве таких субъектов, как производитель (продавец), потребитель (покупатель) и государство (власти)[1, с. 184-185].

В связи с этим, рекламная деятельность неотрывно связана с эволюцией маркетинга, поэтому через сравнительный анализ различных концепций маркетинга, которые неоднократно описаны в зарубежной и отечественной литературе, можно проследить становление рекламной деятельности и определить видимые перспективы ее дальнейшего развития.

Традиционно теоретики маркетинга выделяют следующие концепции маркетинга[6, с. 39]:

1. Производственная концепция
2. Товарная концепция
3. Сбытовая концепция
4. Традиционная концепция маркетинга
5. Концепция социально-этического маркетинга
6. Концепция маркетинга взаимодействия (маркетинг партнерских отношений).

Рассмотрим хронологию появления концепций маркетинга и определим метаморфозы рекламной деятельности в соответствии с каждой из них:

1) Производственная концепция маркетинга (1860 – 1920 гг.)

«Производственно-ориентированная концепция утверждает, что потребители отдают предпочтение доступным и дешевым продуктам. Главная задача менеджера производственно-ориентированной организации – достижение высокой эффективности производства продукции и ее оптимальное распределение»[4, с. 23].

Производственная концепция ставит на первое место производителя и увеличение объемов производства существующего ассортимента товаров и исходит из того, что спрос превышает предложение.

Потребности потребителя не подвергаются анализу вообще, рынок не исследуется, основной задачей является производство товара по низкой цене с удовлетворительными потребительскими свойствами[1, с. 87-88].

Маркетологи на этом этапе не уделяли рекламе должного внимания, этот период определялся учением о «массовой психологии», т.е. характеризовался назойливыми попытками оказать на потребителя воздействие «барабанной рекламы», по модели «стимул-реакция». В данной модели обнаруживается лишь односторонне направленное воздействие рекламы на потребителя по принципу: рекламный стимул – потребительская реакция.

Основные положения суггестивной модели:

- воздействие первично – именно оно создает потребность;
- человека можно «заставить захотеть» купить то, что ему не нужно с помощью психологического воздействия;

Психологами-социологами экспериментально изучались психические процессы потребителя (восприятие, внимание, память, эмоции и др.) с целью разработки приемов воздействия для подавления волевого контроля[5].

Стратегически рекламаориентирована на интенсивное потребление должна была информировать широкую аудиторию при минимальных финансовых издержках.

2) Товарная концепция маркетинга (1920-1930 гг.)

«Продукто-ориентированная концепция (товарная) говорит, что потребители отдают предпочтение товарам, предлагающим наивысшее качество, обладающим лучшими эксплуатационными свойствами и характеристиками, а следовательно, менеджеры должны сконцентрировать все силы на производстве высококачественной продукции и ее постоянном совершенствовании» [4, с. 24].

В основе товарной концепции маркетинга лежит предположение о том, что потребитель всегда благожелательно отнесется к товару, если он имеет хорошее качество и продается по умеренной цене[1, с. 89-90].

В рамках товарной концепции акцент ставится на разработку новых моделей товаров и модернизацию существующих, с целью улучшения качественных характеристик. Развитие товарной концепции маркетинга определило новый качественный этап в развитии рекламной деятельности

- увеличение потребления через стимулирование продаж. Но при этом, одностороннее направленное воздействие рекламы на потребителя по принципу «рекламный стимул – потребительская реакция» продолжило свое доминирующее влияние на определенные потребности человека, которые определяются личностными ценностями и служат основой для рекламного воздействия и манипулирования потребителем.

3) Сбытовая концепция маркетинга (1931-1950 гг.)

«Концепция, ориентированная на продажи говорит, что потребители по природе своей никогда не будут добровольно покупать всю выпускаемую продукцию. Поэтому организация должна вести агрессивную политику продаж и интенсивно продвигать на рынок свои товары» [4, с. 25].

В рамках сбытовой концепции акцент ставится на активную сбытовую политику компании. Концепция предполагает, что потребителя можно заставить покупать товары с помощью различных методов продаж.

Продвижение сводится к использованию агрессивных методов сбыта, «навязывания покупки потребителю», активной рекламной политики и к использованию комплекса методов по стимулированию сбыта (скидки, уценки, выставки, лотереи и т.п.).

Реклама в сбытовой концепции — стимулирующая, связана с разработкой факторов влияния на поведение потребителей, а удовлетворение их конкретных потребностей, желаний считается второстепенным фактором. Фокус рекламы направлен на нужды продавца.

4) Концепция традиционного маркетинга (1960 -1980 гг.)

«Концепция маркетинга заключается в том, что залог достижения целей организации – определение нужд и потребностей целевых рынков и удовлетворение потребителей более эффективными, чем у конкурентов, способами» [4, с. 26].

Концепция предполагает, что изучая потребителя, можно выявить его существующие неудовлетворенные потребности и, используя комплекс оперативного маркетинга, разработать и предложить ему такой продукт, который наилучшим способом удовлетворяет имеющиеся потребности [1, с. 197].

Акцент ставится на комплексную маркетинговую деятельность, направленную на удовлетворение потребностей целевого рынка.

Взгляды на цели и задачи рекламы существенно изменились с появлением новой маркетинговой модели рекламного воздействия: реклама стала направленной на удовлетворение нужд потребителей. Это было связано с двумя важными социально-экономическими явлениями: переходом экономики от «рынка продавца» к «рынку потребителя» и возникновением такого общественного движения, как консьюмеризм (общества потребителей).

Рекламисты начинают ориентироваться не на подавление воли покупателя, а на управление принятием решения о выборе товаров и услуг из числа аналогичных, имеющих на рынке, на процессы «опредмечивания» объективных потребностей потенциального потребителя товара, на их актуализацию и усиление средствами рекламы и т. д. Воздействие стало возникать в рамках двусторонней коммуникации, основанной на принципе обратной связи, в условиях общения, взаимодействия, взаимовлияния субъектов рекламного рынка друг на друга.

5) Концепция социально-этического маркетинга (с 1980 г.)

«Концепция социально-ответственного маркетинга провозглашает задачей организации установление нужд, потребностей и интересов целевых рынков и удовлетворение потребителей более эффективным, чем у конкурентов, способами при сохранении или укреплении благополучия потребителя и общества в целом»[4, с. 27].

В рамках концепции социально-этического маркетинга все большее значение приобретает удовлетворение нужд и потребностей целевых рынков, при условии сбережения человеческих, материальных, энергетических и других ресурсов, охраны окружающей среды.

Реклама и рекламируемый товар часто стали преподноситься потребителю как инструмент самовыражения, как способ налаживания коммуникации с другими людьми и получения некоего психологического «вознаграждения» в виде положительной социальной оценки своим действиям, поступкам, образу.

Постепенно эти идеи трансформировались в некую новую самостоятельную социально-психологическую модель или в "рекламу как коммуникацию для коммуникации": реклама представляет собой коммуникацию рекламиста с потребителем, обуславливающую последующую коммуникацию потребителя с его окружением.

Суть рекламной деятельности, возникшей в рамках этой концепции, состоит в разработке рекламы, отражающей лояльность потребителей к товарной марке или бренду, общества — к имиджу производителя, свидетельствующей об экологической безопасности товара, быть полезной для социального развития общества, обеспечения его благосостояния и развития.

На этапе позиционирования рекламная деятельность переходит от стратегии массового охвата рынка к дифференцированной стратегии — рекламе целевых сегментов.

6) Концепция маркетинга взаимодействия (маркетинг партнерских отношений) (с 1995 г.)

Маркетинг партнерских отношений отличается от традиционного маркетинга тем, что представляет собой иную, качественно новую ступень в развитии отношений между производителем и потребителем в обществе.

«Маркетинг партнерских отношений — это непрерывный процесс определения и создания новых ценностей вместе с индивидуальными покупателями, а затем совместного получения и распределения выгоды от этой деятельности между участниками взаимодействия» [3, с. 384].

Маркетинг партнерских отношений превращает потребителя в участника процесса производства материальных и нематериальных ценностей, производитель и потребитель становятся равноправными партнерами, отношения которых выстроены на доверии.

Таким образом, ценностью становятся не только товары и услуги как таковые, но и партнерские отношения взаимного доверия, открытости и гласности.

В рамках концепции маркетинга партнерских отношений акцент делается на коммуникации, направленные на установление долгосрочных отношений с покупателями и партнерами в процессе коммерческого и некоммерческого взаимодействия с ними.

С появлением концепции «маркетинга партнерских отношений», или «принципа коммуникации со всеми участниками рынка» [2, с. 719], в рекламе произошли изменения, направленные на раскрытие отношений со всеми рыночными субъектами, способствующими извлечению максимальной прибыли. Ядром рекламной стратегии стал выступать потребитель.

Цель рекламной деятельности в рамках данной концепции — обеспечение целостности и устойчивости рекламного процесса, получения синергетического эффекта, как результата внутрисистемного взаимодействия между субъектами рекламной деятельности и системы с деловой средой.

Представим основные положения вышеизложенного материала в следующей таблице:

Таблица 1 «Эволюция концепций маркетинга и рекламной деятельности».

Концепция маркетинга	Доминанта концепции	Главная цель концепции	Основные средства достижения цели	Модель рекламного воздействия	Цель рекламы
Производственная концепция (1860 – 1920 г.г.)	Производство, что могу. Увеличение производства товаров,	Совершенствование производства, рост продаж, максимизация прибыли	Себестоимость, производительность	Модель «рекламный стимул-реакция потребителя»	Информировать широкую аудиторию при минимальных издержках

	которые уже выпускаются.				
<i>Товарная концепция</i> (1920-1930 г.г.)	Производство качественных товаров.	Совершенствование производства, рост продаж, максимизация прибыли	Товарная политика	Модель «рекламный стимул-реакция потребителя»	Агрессивное рекламное стимулирование продаж
<i>Сбытовая концепция</i> (1930-1950 г.г.)	Развитие деловой сети, каналов сбыта.	Интенсификация сбыта товаров за счет маркетинговых усилий по продвижению и продаже товаров	Сбытовая политика	Модель «рекламный стимул-реакция потребителя»	Агрессивное рекламное стимулирование продаж
<i>Концепция традиционного маркетинга</i> (1960-1980 г.г.)	Производить то, что нужно потребителю.	Удовлетворение нужд потребителей целевых рынков	Комплекс маркетинг-микс, исследование потребителя	Реклама-определенная потребность	Повышение конкурентоспособности товаров с помощью их дифференциации.
<i>Концепция социально-этического маркетинга</i> (1980 – 1995 г.г.)	Производить то, что нужно потребителю. С учетом требований общества	Удовлетворение нужд потребителей целевых рынков при условии сбережения человеческих, материальных, энергетических и других ресурсов, охраны окружающей среды	Комплекс маркетинг-микс, исследование социальных и экологических последствий от производства и потребления производимых товаров и услуг	Реклама как коммуникация для коммуникации.	Имиджевая реклама, полезная для социального развития общества, обеспечения его благосостояния и развития.
	Производить то,	Удовлетворение	Методы координации	Рекламная	Обеспечение целостности и

Концепция маркетинга взаимодействия (с 1995 г.)	что удовлетворяет потребности и партнеров в бизнесу	потребностей потребителей, интересов партнеров и государства в процессе их коммерческого и некоммерческого взаимодействия	, интеграции и сетевого анализа, комплекс маркетинг-микса	деятельность как взаимодействие субъектов рекламного рынка с потребителем.	устойчивости рекламного процесса, получение синергетического эффекта, как результата внутрисистемного взаимодействия между субъектами рекламной деятельности и системы с деловой средой.

Из вышепредставленного анализа следует, что реклама выступает следствием «эволюции маркетинга» XX в., она, как и маркетинг, в своих стратегиях интегрируется в мировое рекламное пространство. Исследователи отмечают, что маркетинг в рекламной деятельности используется как инструмент рекламного рынка, поэтому без комплексного его использования невозможно установить рычаги управления рыночным механизмом.

Использованные источники:

1. Багиев Г.Л., Асаул А.Н. Организация предпринимательской деятельности. Учебное пособие- СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2001.
2. Васильев Г.А., Поляков В.А. Основы рекламы. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006.
3. Гордон.Я. Маркетинг партнерских отношений СПб: Изд-во Питер, 2001.
4. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я. 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер. СПб., 2003
5. Лебедев-Любимов А. "Основные психологические модели рекламного воздействия", "Sales бизнес!Продажи". М.- 2005.
6. Панкрухин А.П. Маркетинг. М., 2005

Рыбалко О.А.

**ВПИ (филиал) ГОУ ВПО Волгоградский
государственный технический университет
Россия, г.Волжский**

РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ КАДРАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Современная система управления персоналом организации претерпевает радикальные преобразования вместе со всем российским

обществом. Необходимость таких преобразований вызвана тем, что имеют место определенное противоречие в связи с развитием производительных сил, производственных отношений и трудовых ресурсов организации. Данная ситуация привела к тому, что, в настоящее время, становится актуальной проблема поиска новых подходов и принципов управления персоналом организации.

Современная система кадрового обеспечения организации должна быть связана с разработкой и реализацией политики, включающей планирование, отбор, наем, размещение трудовых ресурсов; адаптацию, обучение и подготовку работников; продвижение по службе, карьеру; методы и стимулирования труда; условия работы; формальные и неформальные связи; консультирование и переговоры; преодоление конфликтных ситуаций в коллективе.

Успешная программа по формированию персонала, на современном этапе, способствует созданию такой рабочей силы, которая обладала бы более высокими способностями и сильной мотивацией к выполнению задач, стоящих перед организацией. Она, также, позволяет руководителю получить необходимую информацию о работниках (квалификационная, половозрастная, национальная структура, и т.п.) с целью повышения производительности их труда.

Управленческая деятельность – один из важнейших факторов функционирования и развития организаций в условиях рыночной экономики. Эта деятельность постоянно совершенствуется в соответствии с объективными требованиями производства и реализации товаров и услуг, усложнением хозяйственных связей и т. п.

Изменение сложившейся системы управления порождается объективной необходимостью и закономерностями рыночной системы хозяйствования, связанными с удовольствием в первую очередь индивидуальных потребностей, обеспечением заинтересованности работников в наивысших конечных результатах, использованием новейших технологий.

Управление персоналом сегодня приобретает особую значимость, поскольку позволяет реализовать, обозначить целый спектр вопросов адаптации индивида к внешним условиям, учета личного фактора в построении системы управления персоналом организации.

В задачи менеджеров входит: сделать работников способными к совместным действиям, а также придать их усилиям эффективность и результативность.

Целью управления персоналом стало побуждение работников к развитию их способности для более интенсивного и продуктивного труда.

Повышение эффективности руководства персоналом достигается за счет использования таких факторов, как:[1]

- хорошая организация рабочих мест;
- рациональное использование производственных площадей;
- систематическая переподготовка и повышение квалификации работников;
- обеспечение стабильности занятости;
- разработка и реализация различных социально-экономических программ.

Главной целью системы управления персоналом на современном этапе являются:

- обеспечение трудовыми ресурсами;
- организация их эффективного использования, профессионального и социального развития.

В соответствии с этими целями формируется система управления персоналом организации (рис. 1).[2]



Рисунок - Система управления персоналом организации

Представленный состав функциональных подразделений системы управления персоналом организации, объединен однородными

функциями, носителями которых являются различные подразделения по работе с трудовыми ресурсами предприятия. Эффективность управления обуславливается также рациональной производственной структурой предприятия, эффективной организацией управления.

Показателями, характеризующими производственную структуру предприятия являются:

- число подразделений на предприятии;
- число работающих по подразделениям предприятия;
- удельный вес и динамика численности работников, занятых в основном производств, во вспомогательном и в управлении.

Для характеристики организации управления применяются следующие основные показатели:[3]

- структура управленческого персонала;
- среднее число рабочих, приходящихся на одного мастера в цехах основного производства;
- уровень образования инженерно-технических работников (ИТР);
- механическая оснащенность инженерного и административного персонала (определяется делением стоимости технических средств на численность ИТР и служащих).

Показателями эффективности управления являются:

- отношение объема реализованной или чистой продукции к стоимости основных промышленно-производственных фондов;
- отношение промышленно-производственного персонала к численности работников управления (рассчитываются эти показатели на основе годовых отчетов).

Рациональность использования производственных ресурсов предприятия – средств труда, предметов труда и трудовых – определяется организационно-техническим уровнем производства, который характеризуется состоянием управления, организацией производства, эффективностью использования кадрового потенциала предприятия и т. п.

Эффективное управление кадрами на современном этапе формируется не произвольно, а в соответствии с потребностями и целями производства. Поэтому состав кадров, организационная структура, требования к работникам зависят от содержания и трудоемкости функций управления кадрами и спецификой предприятия.

Современные условия жизнедеятельности предъявляют высокие требования к повышению эффективности организации системы построения управления кадрами. Это, в первую очередь, проявляется в эффективно разработанной кадровой политики предприятия.

Эффективная система управления кадрами должна уметь приспосабливаться к изменяющимся целям объекта управления и условиям его работы, а также учитывать перспективы развития предприятия в целом.

Современному руководству в своей работе необходимо учитывать, что организационная структура и состав кадров оказывают огромное влияние на эффективность работы всей организации.

Поэтому первостепенный интерес для нас представляет подсистема планирования, формирования и развития кадров. Вследствие этого, в следующем разделе данной работы будет уделено пристальное внимание планированию и формированию состава и структуры кадров предприятия.

Использованные источники:

1. Иванцевич Дж, Лобанов А.А. Человеческие ресурсы управления. Основы управления персоналом. - М.: Дело ,2006.
2. Травин В.В., Дятлов В.А. Основы кадрового менеджмента. - М.: Дело ЛТД, 2007.
3. Шекшня С.В. Управление персоналом. Учебно-практическое пособие. - М.: Бизнес - школа «Интел- Синтез», 2008.

*Салимов А.Д.
студент, 4 курс
Кежун Е.А.
ассистент
Бакирский Государственный Аграрный Университет
г.Уфа*

ИНФЛЯЦИЯ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА БУХГАЛТЕРСКУЮ ОТЧЕТНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИЙ

В современных условиях рыночного хозяйствования экономическим процессам неизменно сопутствует повышение общего уровня цен на товары и услуги, что вызывается прежде всего переполнением каналов денежного обращения избыточной денежной массой при отсутствии адекватного увеличения товарной массы. Из этого следует, что на одну и ту же сумму денег по прошествии некоторого времени можно будет купить меньше товаров и услуг, чем прежде, происходит обесценивание денежных средств и снижение покупательной способности денег, что и является процессом инфляции.

Рассмотрим темпы месячной и годовой инфляции, рассчитанной на основе индексов потребительских цен, России с 2008 года по настоящее время, выраженной в % относительно предыдущего периода в таблице 1.

Таблица 1. Уровень Инфляции в России, %

	Янв	Фев	Март	Апр	Май	Июн	Июл	Авг	Сен	Окт	Ноя	Дек	Год
2013	0,97	0,56	0,34	0,5									2,39
2012	0,5	0,37	0,58	0,31	0,52	0,89	1,23	0,1	0,55	0,46	0,34	0,54	6,58
2011	2,37	0,78	0,62	0,43	0,48	0,23	-0,01	-0,24	-0,04	0,48	0,42	0,44	6,1
2010	1,64	0,86	0,63	0,29	0,5	0,39	0,36	0,55	0,84	0,5	0,81	1,08	8,78
2009	2,37	1,65	1,31	0,69	0,57	0,6	0,63	0	-0,03	0	0,29	0,41	8,8
2008	2,31	1,2	1,2	1,42	1,35	0,97	0,51	0,36	0,8	0,91	0,83	0,69	13,28

По данным таблицы мы видим, что инфляция в РФ имеет устойчивую тенденцию к снижению, и по итогам 2013 года, в соответствии с прогнозами главы Минфина РФ ожидается около 6 процентов.

Действующим законодательством РФ не предусмотрена корректировка данных бухгалтерской отчетности на уровень инфляции. Однако даже умеренная инфляция влияет на деятельность организаций, значительно искажает данные отчетности, подготовленной традиционным способом.

Инфляция усложняет возможность получения сторонними пользователями реальной картины о финансовом состоянии имеющих и потенциальных контрагентов.

В условиях инфляции показатели бухгалтерской (финансовой) отчетности недостоверно и необъективно отражают информацию.

Так, величина дебиторской задолженности теряет свою стоимость, что негативно сказывается на результатах деятельности организации, поскольку это ведет к снижению величины покупательной стоимости долга и, наоборот, организации, увеличивающие величину кредиторской задолженности, извлекают в период инфляции выгоду, так как могут расплатиться по своим обязательствам деньгами со сниженной покупательной стоимостью.

Инфляция приводит не только к неверному исчислению величин дебиторской и кредиторской задолженности. Последствия неприменения корректировок показателей отчетности:

- занижается величина себестоимости проданной продукции по сравнению с текущей стоимостью замещения ресурсов;
- величина прибыли в условиях инфляции становится завышенной (пересчет расходов с учетом восстановительных цен на используемые ресурсы привел бы к снижению суммы прибыли и отражению ее реального значения);
- искажается результат расчета финансовых коэффициентов, характеризующих эффективность вложения капитала, рентабельность организации, финансовое состояние

Т.о., инфляция оказывает существенное влияние на достоверность показателей финансовой отчетности, а неприменение методик корректировки показателей искажает представленную в ней информацию.

Современные ученые-экономисты выделяют несколько подходов к учету влияния инфляции:

- игнорировать в учете и не отражать при составлении бухгалтерской отчетности;
- производить пересчет по отношению к стабильной валюте;
- производить пересчет показателей отчетности по изменениям индексов цен.

Методика пересчета активов по курсу стабильных валют является наиболее простой, и она раньше использовалась в России. Суть ее состоит в том, что, в договорах на поставку или куплю-продажу товарно-материальных ценностей, их оценка производится в натуральном и денежном измерителях. Затем осуществляют пересчет в двух валютах: национальной и иной, более стабильной. При этом используется курс валюты, установленный на дату формирования отчетности.

Для более точного и реального положения можно проводить переоценку ежедневно в соответствии с действующими курсами валюты, но эта процедура весьма трудоемка и возможна лишь в том случае, если в организации применяется автоматизированная обработка данных бухгалтерского учета.

Кроме того, недостатком применения данной методики является то, что, во-первых, понятие стабильной валюты весьма относительно, так как любая денежная единица подвержена изменению курса, а во-вторых, в настоящее время Государственной Думой РФ одобрен законопроект, запрещающий использовать иностранную валюту для определения стоимости.

Соответственно объективность использования данной методики будет поставлена под сомнение.

По мнению авторов, наиболее целесообразной и рациональной является методика пересчета показателей отчетности по изменениям индексов цен.

В России для этой цели используется индекс потребительских цен, который рассчитывается как отношение стоимости фиксированного набора товаров и услуг в текущем периоде к его стоимости в базисном.

Важную роль в определении перечня показателей бухгалтерской финансовой отчетности, подлежащих корректировке в условиях инфляции, имеет степень ликвидности активов.

Так, денежные средства, как наиболее ликвидные активы, не подлежат корректировке на уровень индекса инфляции, а внеоборотные активы, запасы и затраты в незавершенном производстве - подлежат.

В условиях инфляции дебиторская задолженность ведет к снижению реального дохода организации, так как временной разрыв между возникновением долга и его погашением приводит к обесцениванию получаемых денежных средств.

Кредиторская задолженность, наоборот, выгодна организации, которая расплачивается частично обесцененными денежными средствами.

Различная степень выгодности дебиторской и кредиторской задолженности нередко приводит к преднамеренной задержке платежей, что существенно ухудшает денежное обращение в стране.

Рассмотренные последствия инфляции позволяют сделать вывод о том, что в условиях инфляции бухгалтерская отчетность зачастую не

позволяет объективно оценить реальную стоимость имущества организации, ее финансовое состояние, потоки денежных средств, результаты ее деятельности.

Использованные источники:

- 1 Интернет-ресурс: Таблица инфляции. уровень-инфляции.рф
- 2 Интернет-ресурс: Минфин: Инфляция в РФ по итогам 2013 года. www.rg.ru
- 3 Интернет-ресурс: Инфляция и рост цен в России. gia.ru
- 4 Интернет-ресурс: Корректировка дебиторской и кредиторской задолженности с учетом инфляции в пояснениях к бухгалтерской отчетности. fin-buh.ru

Салихова С.Ф., к.э.н., доцент

Федорова Е.А.

студент

ФГБОУ ВПО БГАУ

Россия, г.Уфа

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕЖБЮДЖЕТНЫХ ОТНОШЕНИЙ В РОССИИ

В Российской Федерации межбюджетные отношения определяются как деятельность, основанная на взаимосвязи органов государственной власти страны, субъектов, местного самоуправления, и связанная с исполнением и формированием соответствующих бюджетов. Все расходно-доходные схемы, входящие в общую систему государства, взаимосвязаны. Эту взаимосвязь определяют межбюджетные отношения[1].

Проблема реформирования бюджетной системы, эффективного использования общественных финансовых ресурсов, вопросы их централизации и децентрализации обуславливают высокую актуальность изучения сущности и принципов межбюджетных отношений, исследования их проблематики и разработку предложений по их совершенствованию.

Российская Федерация – страна с федеративной формой устройства, в связи с этим в системе межбюджетных отношений регионов и центра в РФ возникает проблема самообеспечения регионов и муниципальных образований и повышения доходности бюджетов всех уровней[2].

Таким образом, можно выделить три основные проблемы межбюджетных отношений:

- определение состава расходных полномочий и распределение их между бюджетами разных уровней;
- определение источников поступления денежных средств в бюджеты разных уровней для обеспечения расходных полномочий;

- организация взаимодействия между бюджетами и, прежде всего, оптимальная организация трансфертов между бюджетами разного уровня[2].

Для решения перечисленных проблем бюджетная политика на всех уровнях и развитие межбюджетных отношений должны быть направлены на рост ВРП регионов и экономического потенциала муниципальных образований и поселений[2]. В связи с этим предлагаются следующие направления совершенствования межбюджетных отношений Российской Федерации:

1. Прежде всего основным направлением является поддержание сбалансированности и устойчивости федерального бюджета основанного на бюджетировании, ориентированного на результат. Модернизация государственных финансов.

2. Справедливо распределять финансовую помощь регионам из федерального бюджета.

3. Выделять стимулирующую часть дотаций. Разработать подходы к их распределению в зависимости от динамики показателей, характеризующих качество управления муниципальными финансами.

4. Сократить перечень полномочий, которые передаются федерацией для исполнения «на места», при сохранении их централизованного нормативно-правового регулирования. Обеспечить реальный учет и контроль хода и условий реализации данных полномочий.

В настоящее время проблема межбюджетных отношений и, следовательно, применяемых методов к установлению состава и размеров закрепленных за субъектами доходов остается неразрешенной. Это свидетельствует о том, что существующая система межбюджетных отношений нуждается в реформировании.

Использованные источники:

1 Филатов, И. Межбюджетные отношения в Российской Федерации[Электронный ресурс]: И. Вишняков,-2012. Режим доступа:<http://fb.ru/article/41626/mejbyudjetnyie-otnosheniya-v-rossiyskoy-federatsii>. – 18.06.13;

2Корчагин,Ю. Межбюджетные отношения в федеративном государстве[Электронный ресурс]: Центр исследований региональной экономики/ Ю. Корчагин. Режим доступа: <http://www.lerc.ru/?part=articles&art=7&page=2>. -17.06.13

*Салихова С.Ф., к.э.н., доцент
Лукашевич И.В.
студент, 4 курс,
Башкирский ГАУ
Россия, г.Уфа*

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНОВ: ПРОБЛЕМЫ, АНАЛИЗ И ПУТИ РЕШЕНИЯ

Актуальность данной темы объясняется тем, что от изменения и устойчивости многих показателей социально-экономического развития регионов и территориальных образований всецело зависит экономическое состояние страны в целом.

Основной целью социально-экономического развития региона, безусловно, является повышение уровня и качества жизни населения на данной территории. Но так же не следует забывать о том, что каждый регион обладает определенными особенностями, которые имеют потенциал для удовлетворения потребностей всей страны.

Для анализа и оценки социально-экономического состояния регионов используются такие показатели как валовой национальный продукт(ВНП), валовой внутренний продукт(ВВП), реальный ВНП на душу населения, темпы роста этих показателей, средний уровень доходов населения, продолжительность жизни, уровень потребления материальных благ и услуг, уровень здравоохранения и многие другие.

На данный момент существует множество проблем, которые мешают эффективному экономическому росту регионов.

Одной из наиболее важных является проблема финансирования социально-экономического развития многих субъектов и территориальных образований страны. Такие регионы даже при наличии ресурсов, не могут решить те или иные проблемы именно из-за недостатка бюджетных средств.

Так же остро стоит проблема неэффективного использования выделяемых федеральным центром средств. Зачастую все выделенные средства уходят на нерациональное распределение и использование ресурсов или же вообще используются не по назначению.

Сегодня так же существует серьезная проблема отсутствия эффективной системы управления региональным развитием. Нет стимулов, которые побуждали бы органы управления к конкретным и целенаправленным действиям по повышению социально-экономического развития в регионах.

Во многих регионах, существуют такие проблемы как высокий уровень безработицы и бедности, низкий уровень социального и медицинского обслуживания, низкая заработная плата, что неизбежно приводит к снижению уровня жизни населения. Так же отсутствие собственного производства ведет к низкому экономическому состоянию данного территориального образования.

Для решения многих существующих проблем, необходимо создать, прежде всего, оперативную систему управления, которая будет включать в себя оценку не только достигнутого уровня развития, но и оценку его динамики, направленного на дальнейшее перспективное развитие.

Создание необходимых условий позволит Федеральному Центру более рационально и эффективно распределять средства по субъектам страны.

Особую актуальность приобретает необходимость формирования обновленной идеологии государственной региональной политики, отражающей переход от методов текущего ослабления сложившейся социально-экономической территориальной поляризации, посредством перераспределения финансовых ресурсов, к методам, ориентированным на собственное (внутреннее) развитие регионов[1].

Так же можно предложить создание самодостаточных регионов, которые должны быть обеспечены безопасностью в социально-экономическом отношении. Необходимо комплексно изучать территории и создавать производительные базы непосредственно в районе размещения сырья.

Необходимо поднимать уровень благосостояния населения, путем создания условий для жизнедеятельности людей за счет развития культурной, образовательной, социальной и других систем. Так же необходимо развивать и финансировать традиционные формы хозяйствования, существующих, например, в регионах Сибири и Севера.

Нужно проводить выравнивание научно-образовательного потенциала регионов, который служит основой инновационного потенциала, развитие которого создает предпосылки для запуска механизмов интенсивного экономического роста, так же проводить более полный учет региональной специфики (природно-ресурсный потенциал, агропромышленная политика, географическое положение и пр.)[2].

Это лишь немногие пути решения существующих проблем. Для формирования эффективной политики в сфере социально-экономического развития регионов, от которых зависит состояние в этой сфере и страны в целом требуется комплексное их решение. Если приложить усилия и начать реализовывать данные предложения, то можно добиться более устойчивого развития каждого региона, учитывая не только их интересы, но и всего государства.

Использованные источники:

1. Плотников, В.А. Направления совершенствования управления региональными социально-экономическими системами // Региональное развитие: экономика, управление и право: сб. тр. междунар. науч. конф. / под ред. д-ра экон. наук, проф. В.А. Плотникова, канд. экон. наук Т.Ю. Феофиловой. СПб.: Изд-во ГПА, 2008. С. 90-95.
2. Плотников, А.В. Управление социально-экономическим развитием регионов в посткризисных условиях // Известия Юго-Западного государственного университета / В.А. Плотников. – 2010. - № 3. – С. 95.

Салихова С.Ф., доцент, К.Э.Н.

Арсланов А.В.

студент

БГАУ

Россия, г.Уфа

КУРГАНСКАЯ ОБЛАСТЬ: ПРИЧИНА КРИЗИСА И ЕГО ТЕНДЕНЦИИ

Курганская область входит в состав Уральского федерального округа, являющегося главным центром российской тяжелой промышленности и топливно-сырьевой базой, благодаря автономным округам. Но следует отметить, что среди развитых регионов округа присутствует и одна депрессивная Курганская область, которая со времен распада СССР не может выйти из кризисного состояния. Наличие благоприятных условий для возделывания земель определило сельскохозяйственную направленность экономики региона. В советское время так же было развито машиностроение, предприятия которого были переведены в область во время Великой Отечественной войны.

С переходом на рыночные отношения Курганская область сразу попала разряд регионов-аутсайдеров. Стоит отметить, что и в до перестроичные годы регион был всегда дотационным. Истоки депрессии были заложены структурной экономической политикой страны в 60 – 80 - ее годы XX века, когда при решении проблем упор делался на централизованную систему финансирования субъектов и союзных республик.[1] Дотационные механизмы не только выбили у местных органов власти стремление к модернизации, но и привели Курганскую область к остаточному принципу финансирования со стороны государства, наряду с неразвитыми национальными образованиями РСФСР.

Главное богатство области - сельскохозяйственные угодья занимают почти 40 % площади области, но при этом имеют общероссийскую тенденцию к сокращению. В период с 1995 по 2010 г. эти площади сократились более чем в 1,5 раза. [2] Сейчас, когда машиностроение области находится в глубоком упадке, деградация другого такого крупного сектора экономики может привести к еще большей негативизации ситуации и крупным финансовым проблемам. Основной причиной развала машиностроительного комплекса региона являются структурные изменения в экономике и снижении конкурентоспособности его продукции, даже на российском рынке. Также регион потерял такую поддержку промышленного производства как государственные заказы. Сначала в виду их отсутствия, а затем из-за не способности к конкуренции с другими промышленными предприятиями округа и страны.

К сожалению, без административно-командной системы управления в стране, когда государство стремилось минимизировать региональную дифференциацию, такие регионы как Курганская область не способны к самостоятельности. Они не обладают хорошим географическим

положением, значимыми природными ресурсами и окружены куда более успешными субъектами. Регионы, как и компании, всегда будут делиться на успешных и отстающих. Задача государства не только помогать отстающим, что делается в виде дотаций, но и стараться максимально выработать у региона самостоятельность. У Курганской области, при нынешней проблеме снабжении северных территорий продовольствием, есть преимущество в наличии большого количества земель пригодных для сельскохозяйственной деятельности. При усилении взаимодействия с Ямало-Ненецким и Ханты-Мансийским автономными округами, регион получил бы большой рынок сбыта своей продукции, а северные территории усилили бы свою продовольственную безопасность. Такая кооперация регионов, к сожалению, пока слабо осуществляется в России, основной преградой для этого исследователи видят в сильной централизации государства.

Использованные источники:

- 1) Управление депрессивными территориями.
- 2) А. А. Туганова, В. В. Сеначина - Курганская область как депрессивная территория http://arbir.ru/articles/a_3842.htm

*Салихова С.Ф., к.э.н., доцент
Брезинская А.С.
студент*

*Башкирский Государственный Аграрный Университет
Россия, г.Уфа*

**ИНФОРМАТИЗАЦИЯ БЮДЖЕТНОГО ПРОЦЕССА В
МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОРГАНАХ ВЛАСТИ РЕСПУБЛИКИ
БАШКОРТОСТАН**

Сегодня информация является важнейшим средством организации и регулирования любой сферы жизнедеятельности общества, это одна из форм закрепления и распределения имеющихся и приобретаемых знаний.

Информационное обеспечение органов местного самоуправления в настоящее время является одной из самых актуальных и сложных проблем. За последнее время очень сильно увеличился поток информации, как внешней, так и внутриотраслевой. Так же, существует потребность постоянного улучшения эффективности управления, растет необходимость более качественной обработки информации. Благодаря данным проблемам государство ищет новые пути и методы организации обработки информационных потоков.

Информационное обеспечение муниципального управления - это система концепций, методов и средств, предназначенных для обеспечения пользователей (потребителей) информацией.[2] К пользователям относятся

любые субъекты, которым необходимо получить какую-либо информацию, интересующую их, обращаясь к средствам информационного обеспечения.

Существует определенная схема действий по исполнению бюджетных вопросов.

На первом этапе используются документы с применением электронной цифровой подписи. Согласно ФЗ от 06.04.11 “Об электронной цифровой подписи”, электронная цифровая подпись - это реквизит электронного документа, предназначенный для защиты данного электронного документа от подделки, полученный в результате криптографического преобразования информации с использованием закрытого ключа электронной цифровой подписи и позволяющий идентифицировать владельца сертификата ключа подписи, а также установить отсутствие искажения информации в электронном документе.[1]

На втором этапе используется автоматизированная информационная система “БашФин”. Автоматизированная информационная система управления бюджетным процессом «БашФин», предназначена для сбора информации от нижестоящих организаций, учреждений и последующего свода полученных данных[3].

Далее следует третий этап обработки информации. Для того чтобы документ был защищен от взлома и несанкционированного использования финансовое управление меняет ключ электронной цифровой подписи с помощью системы электронного документооборота. Система электронного документооборота - это система, позволяющая решать все типовые задачи электронного документооборота для работы с документами - регистрация и ввод документа, поиск документов, маршрутизация, создание отчетов, ведение архива, управление правами доступа в системе.[4] После того как ключ изменен финансовое управление отправляет работу в Управление Федерального Казначейства.

На четвертом этапе Управление Федерально Казначейства рассматривает заявку и посылает ее на рассмотрение в банк, что и является уже пятым заключительным этапом. Если банк одобрил заявку, то он отправляет выписку об исполнении заявки. Этот процесс происходит по той же схеме, только в обратном направлении.

В итоге можно сказать, что основной программой является автоматизированная информационная система “БашФин”. В ней происходит сбор и обработка информации финансовым управлением. Так же обработка информации осуществляется с использованием таких программ как:

1. Средство криптографической защиты информации Континент-АП.[7] Предназначен для:

- авторизации и обеспечения юридической значимости электронных документов при обмене ими между пользователями,

посредством использования процедур формирования и проверки электронной цифровой подписи;

- обеспечения конфиденциальности и контроля целостности информации посредством ее шифрования; обеспечение аутентичности;

2. Государственный расчетно-кассовый центр (Автоматизированное рабочее место “Клиент Банка России”).[7] Предназначен для:

- ввода и подготовки платежных документов;
- автоматического формирование пакетов электронных документов;

- система контроля состояния платежных документов;

- анализ и обработка электронных документов, поступающих из расчетной сети Банка России;

- обработка входных электронных платежных документов.

3. Прикладное программное обеспечение, автоматизированное рабочее место “Система удаленного финансового документооборота”. [7]

Автоматизированное рабочее место “Система удаленного финансового документооборота” - это принципиально новый канал обслуживания, с помощью которого каждый клиент в любое удобное для него время и из любой точки, подключенной к Интернету, имеет возможность:

- удобно и безопасно управлять своими платежами и финансовыми документами;

- иметь доступ к актуальной отчетности, сформированной в автоматизированной системе Федерального казначейства.

В будущем планируется облегчить процедуру отправки заявок организациями и учреждениями, т.е. программа “БашФин” будет иметь открытый доступ. Таким образом, процесс рассмотрения заявок будет ускорен.

Использованные источники:

1 Об электронной цифровой подписи [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 10.01.2002 N 1-ФЗ (ред. от 08.11.2007) // СПС «Консультант Плюс». Версия Проф.

2 Игонина, Л.Л. Муниципальные финансы [Текст]: учебник/ Л.Л. Игонина-М., 2009г.- 325с.

3 АИС “БашФин” [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://blog-rkhamitov.livejournal.com/6809.html?page=5>- 16.06.2013.

4 Внедрение СЭД [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://itufa.ru/services/directum/> - 16.06.2013.

5 Организационно-техническая документация и программное обеспечение [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://ufa.roskazna.ru/vacancy/18768>- 16.06.2013.

6 Установка обновленных сертификатов открытых ключей ЭЦП с использованием оснастки "КриптоПро CSP" [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://www.ucrb.ru/>- 16.06.2013

7 ППО АРМ СЭД [Электронный ресурс]: - Режим доступа: <http://ufa.roskazna.ru/vacancy/18768-> 16.06.2013

*Салихова С.Ф., доцент, К.Э.Н.
Градовцева А. А.
студент
БГАУ
Россия, г.Уфа*

ДЕМОГРАФИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ И КАДРОВЫЙ КРИЗИС В РОССИИ

В кризисные 90-ые годы уровень безработицы в нашей стране был крайне высокий, доходил до 13,3% в 1998 году. Экономический провал так же стал причиной демографического кризиса. Отголоском этой демографической ямы является надвигающийся кадровый кризис, который является противовесом безработице. Руководители соответствующих ведомств и кадровых агентств, а также исследователи в один голос заявляют о его приближении. А согласно последним исследованиям, проведенным группой IBS и НИУ ВШЭ среди директоров HR-агентств, дефицит кадров – это основной вопрос в организациях. За нехватку персонала, как основную проблему проголосовали почти 80% респондентов.[1] Отсутствие притока новых молодых сотрудников является причиной старения персонала, увеличение его среднего возраста на предприятиях с невысокой оплатой труда.

Схожая ситуация происходит и в других развитых странах. Особо плачевная ситуация в Японии. Имея особую японскую систему менеджмента и низкую рождаемость, страна так же имеет крайне малое количество мигрантов, которые, как правило, являются основным решением кадровых проблем в других странах.

Однако только в России имеются такая диспропорциональная половозрастная пирамида. В результате чего кадровая нехватка носит

лавинно образный характер. Доля трудоспособного населения с высоких 63,5% в 2008 году ожидаемо снизится до 57,6-57,9% в 2020-2025 годах. Россия будет ежегодно терять почти по миллиону трудоспособного населения. Так как в разряд пенсионеров будет переходить крупнейшая возрастная группа 50-55 летних людей.[2]. По стране в целом ситуация схожая, выделяются только республики Северного Кавказа, где все еще имеется высокий уровень безработицы, до максимальных по стране 63% в Чечне.

Возможным решением кадрового голода может стать привлечение трудовых мигрантов в страну. Сегодня России ежегодно принимает около 300 тысяч мигрантов, а теряет трудоспособного населения в 2 раза больше. Пока ситуация не такая явная, так как многие люди в нашей стране продолжают свою трудовую деятельность и после выхода на пенсию, но в среднем это продолжается не более 5 лет. Поэтому проблема носит отложенный характер, эксперты выделяют пик напряженности в кадровой сфере 2016-2018 годы.[3]

Нехватка трудовых ресурсов имеет большую негативную роль для дальнейшего развития экономики страны. Особенно это тяжело сказывается на староосвоенных регионах центральной части страны, где и без этого небольшое количество молодого населения выкачивается близлежащей Москвой. Используя опыт других стран, необходимо сделать ставку на автоматизацию производств и обслуживания. Это позволило бы не только решить проблему нехватки кадров, но и повысить производительность труда в целом.

Использованные источники:

- 1) HR портал <http://hr-portal.ru/news/rossii-grozit-kadrovyi-krizis>
- 2) Независимая газета
http://www.ng.ru/economics/2013-03-01/4_demography.html
- 3) Российская газета <http://www.rg.ru/2012/12/18/reg-cfo/ankor.html>

Салихова С.Ф.

кандидат экономических наук, доцент

Иванова Ю.А.

студент

ФГБОУ ВПО «Башкирский ГАУ»

Россия, Республика Башкортостан, город Уфа

ДЕМОГРАФИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БАШКОРТОСТАН

Анализ демографической характеристики населения дает ответ на многие вопросы жизни общества и тем самым помогает определить приоритеты и основные направления политики как всей страны, так и в отдельных ее субъектах.

Согласно статистическим данным, на начало 2012 года численность населения Республики Башкортостан составила 4064245 человек, из которых 2472276 человек – городское население и 1591969 – сельские жители [3]. По сравнению с 2011 годом численность уменьшилась на 7840 человек.

Основной причиной снижения численности населения в республике в 2012 г. является миграция (миграционная убыль за январь-сентябрь - 4219 человек [3]), которая отчасти компенсировалась естественным приростом населения.

Также причиной убыли является развитие процесса депопуляции населения (превышение смертности над рождаемостью). За январь-сентябрь 2012 г. в республике родилось 43688 человек, на 4,7 % больше, чем за январь-сентябрь 2011 г. С начала 2012 г. умерло 39908 человек. Естественный прирост населения за январь-сентябрь 2012г. составил 3780 человек [3].

В результате этих процессов Республика Башкортостан занимала седьмое место среди субъектов Российской Федерации по численности населения после Москвы (11503,5 тыс. человек), Московской области (7095,1 тыс. человек), Краснодарского края (5226,6 тыс. человек), Санкт-Петербурга (4879,6 тыс. человек), Свердловской области (4297,7 тыс. человек) и Ростовской области (4278 тыс. человек) [1].

Возрастной состав населения республики характеризуется гендерной диспропорцией. Нужно отметить, что имеет место перевес женщин над мужчинами. Численность мужчин на 2012 г. составила 1900338 человек, женщин – 2163907 человек [3]. Превышение численности женщин над мужчинами в составе населения отмечается с 30 лет, увеличиваясь с возрастом как следствие высокого уровня преждевременной смертности мужчин.

Половозрастная структура населения формирует соотношение между группами моложе трудоспособного, трудоспособного и старше трудоспособного возраста, что оказывает влияние на темпы роста воспроизводства трудового потенциала региона (таблица 1).

Таблица 1 Соотношение населения в трудоспособном, моложе и старше трудоспособного возраста Республики Башкортостан

Годы	Моложе трудоспособного возраста		Трудоспособный возраст		Старше трудоспособного возраста	
	чис. чел.	% к общей численности	чис. чел.	% к общей численности	чис. чел.	% к общей численности
2004	807	19,7	2495	61,1	783	19,2

2005	771	18,9	2528	62	776	19,1
2006	743	18,3	2557	62,8	771	18,9
2007	722	17,8	2570	63,2	774	19
2011	696	17,2	2547	62,9	805	19,9

Чем выше удельный вес населения в дорабочем возрасте, тем больше возможность естественного прироста трудовых ресурсов, и наоборот.

Можно заметить, что происходит сокращение удельного веса населения моложе трудоспособного возраста и увеличение доли населения старше трудоспособного возраста. Очевидно, что это создает определенную напряженность в трудовых ресурсах, в их расширенном воспроизводстве, происходит старение населения со всеми вытекающими отсюда социально-экономическими последствиями.

Таким образом, для современной демографической ситуации Республики Башкортостан характерным является высокий уровень смертности, снижение уровня рождаемости, естественная убыль населения, а также сокращение общей численности населения и его трудоспособной части, старение населения, миграция.

В сложившихся условиях необходимо обеспечить:

- во-первых, сокращение оттока населения, особенно молодежи. Для этого необходимо разрабатывать молодежные программы трудоустройства, в которых предусматриваются меры по отбору молодежи и направлению ее на учебу или переподготовку с учетом потребности в квалифицированных кадрах для развития производства республики [2]. Необходимо обеспечить поддержку молодых семей путем предоставления им жилья, кредитов и прочее;

- во-вторых, сокращение смертности населения в трудоспособном возрасте за счет повышения уровня материальной обеспеченности, снижения производственного травматизма, профессиональных заболеваний, социальной поддержки нуждающихся семей, создания нормальных условий труда и техники безопасности;

- в-третьих, снижение детской смертности путем создания условий для улучшения материального положения семей с детьми, и в первую очередь многодетных семей;

- в-четвертых, осуществление переселенческой политики преимущественно на территории республики с ослабленным демографическим потенциалом [1]. Для этого необходимо разработать договорные условия предоставления им жилья, расширить масштабы и структуру льгот для переселенцев, работающих в сельском хозяйстве.

Использованные источники:

1 Демографическая ситуация в России: состояние и приоритетные направления развития [Текст]: / Л.А. Ефимова // Региональная экономика – 2013. – № 6. – С. 16 – 20

2 Анализ демографического состояния в Республике Башкортостан [Текст]: / А.Г. Каримов // Вопросы экономики – 2013. – № 8. – С. 43 – 46

3 Территориальный орган федеральной службы государственной статистики по Республике Башкортостан [Электронный ресурс]- Режим доступа: <http://www.bashstat.ru/>

Салихова С.Ф., доцент, К.Э.Н.

Локошко Е. А.

студент

БГАУ

Россия, г.Уфа

ВЫРАВНИВАНИЕ УРОВНЯ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН

На сегодняшний день выравнивание регионов Российской Федерации является приоритетным направлением социально-экономического развития. Основной целью регионального развития, является достижение комплексного и динамичного развития хозяйственного комплекса.

Для экономики регионов при грамотном размещении производительных сил также необходимо отбирать территории, в которые можно вложить без риска финансовые ресурсы государства.

Одним из показателей развития является классификация регионов на доноров и реципиентов. По данным газеты «Новые известия» [1] на апрель 2013 года в России 10 регионов-доноров. Республика Башкортостан долгое время была регионом донором, но в период с 2006-2010 выбыла из данного списка. По состоянию на 2013 год [1] Республика Башкортостан не вошла в список регионов доноров. Следовательно, региону необходимо развивать новые отрасли, что создаст положительную динамику в области экономического развития. По данным Министерства экономического развития [3] социально-экономическое развитие РБ будет улучшаться, а в частности увеличится доля инвестиций в основной капитал, сельскохозяйственная продукция, также увеличится число жилья вводимого в эксплуатацию. Как одно из главных направлений развития РБ может выступать создание туристско-рекреационной зоны.

Туристско-рекреационная зона (ТРЗ) - вид особой экономической зоны, создаваемой для развития и оказания услуг в сфере туризма [2].

Одна из главных преимуществ туристско-рекреационной зоны – это создание инвестиционной привлекательности региона. Увеличение инвестиционной привлекательности способствует притоку капитала в регион, что впоследствии приведет к улучшению качества жизни населения и развитию экономики.

Неотъемлемой частью успешного функционирования региона является нормативно-правовая база. Основу должен составлять закон Республики Башкортостан, направленный на выравнивание региона в

области социально-экономического развития, так же необходимо разработать долгосрочную целевую программу по поддержке регионов входящих в состав Республики Башкортостан. Вследствие уникальности каждого региона при разработке программы необходимо провести комплексный анализ о демографическом, национально-культурном, социальном и экономическом развитии региона.

Подводя итог, можно сказать, что на данном этапе развития Республика Башкортостан нуждается в развитии новых отраслей, имея при этом огромный потенциал, также необходимо развитие нормативно-правовой базы в области развития регионов.

Использованные источники:

1. «Новые известия» [Электронный ресурс] : ежедневная общероссийская газета [Режим доступа] : <http://www.newizv.ru/economics/2013-04-29/181859-poterja-kormilcev.html>. - 14.06.2013
2. Туризм в России [Режим доступа] : <http://sokolov33.ru/index.php/osnovy-turizma/97-turistsko-rekreatsionnye-zony-rossii>. - 14.06.2013
3. Сайт Министерства экономического развития РБ [Режим доступа] : <http://minecon.bashkortostan.ru/>. – 14.06.2013

*Салихова С.Ф., к.э.н., доцент
Сюткина К.С.
студент
БашГАУ
Россия, г.Уфа*

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН

Еще до кризиса к Республике Башкортостан было пристальное внимание со стороны инвесторов. В кризис акценты кардинально поменялись. Излишняя зависимость региональных экономик от бизнеса считанных промышленных гигантов обернулась серьезными проблемами. Зато лучшие перспективы есть у регионов, инвестиционная привлекательность которых опирается на реальный прогресс в диверсификации экономики, социальную стабильность, низкие криминальные риски. Именно эти факторы формируют новый потенциал для регионального развития[1].

Президент Республики Башкортостан Рустэм Хамитов на заседании правительства отметил, что сегодня Башкортостан имеет большой инвестиционный потенциал, но у региона есть проблемы позиционирования в глобальном экономическом сообществе[2].

В период с 2001 по 2008 годы республика характеризовалась высоким уровнем инвестиционной активности, объем инвестиций в основной капитал, направленный в экономику республики, увеличился в 2,1 раза. По этому показателю республика стабильно входила в первую

десятку среди субъектов Российской Федерации. По итогам 2010 года по объемам вложенных в экономику инвестиций республика находится на 13 месте среди субъектов РФ и занимает 3 место в Приволжском Федеральном Округе.



Рисунок 1 Доля Республики Башкортостан в экономике России в 2010г., %

Республика Башкортостан обладает значительным инвестиционным потенциалом, высоким уровнем инвестиционной безопасности, имеет репутацию добросовестного заемщика и делового партнера. Международными рейтинговыми агентствами «Moody's» и «Standard&Poor's» по международной шкале на уровне «Bal» с прогнозом «Позитивный» и «BB+» с прогнозом «Позитивный» присвоенные Республике Башкортостан по долгосрочным кредитным рейтингам.

Проблема нежелания инвесторов участвовать в инвестиционных кампаниях РБ, по мнению Президента РБ, заключается в отставании республики по некоторым важнейшим показателям, которые оказались хуже, чем у регионов, что отставали от нас в прошлом десятилетии. Согласно данным последнего сравнительного исследования региональных экономик, опубликованного Министерством регионального развития РФ в конце 2010 года, промышленные показатели Республики Башкортостан выше среднего показателя по стране. Однако вряд ли это можно считать заслугой нашего поколения[4]. Мощный промышленный комплекс республики создавался десятилетиями. В то же время сегодняшние показатели инвестиционной привлекательности Башкортостана оказались в группе «ниже среднероссийского». По такому параметру, как доля отгруженной инновационной продукции в ВРП республика на 10-м месте в ПФО. Объем инвестиций в основной капитал на душу населения почти вдвое ниже среднероссийского, зарплаты – на четверть ниже средней по

стране. По обеспеченности населения республика находится на 56-м месте в РФ. А на ипотеку может рассчитывать не более 15-20% граждан». Необходимо решать эти проблемы, но для этого нужны дополнительные доходы.

Решением проблем инвестирования может стать активное участие инвесторов. Для привлечения инвесторов необходимо:

- Разработать стратегию, которая показала бы направление развития республики, какие отрасли развивать, какие необходимы ресурсы и каких результатов должна достигнуть республика, является важным барьером для привлечения инвесторов.

- Необходимо совершенствовать законодательную базу, которая бы описывала административные и технические регламенты предоставления государственных услуг.

- Необходима полноценно функционирующая инфраструктура сопровождения инвестиционных проектов[3].

Для реализации этих задач необходимо совершенствование инвестиционного законодательства РБ, формирование инвестиционного имиджа РБ как современной экономической площадки, соответствующей международным стандартам ведения бизнеса, должно осуществляться посредством участия в инвестиционных выставках, семинарах, конференциях и публикаций в СМИ.

Использованные источники:

1. Катасонов, В.Ю. Инвестиционный потенциал экономики: механизмы формирования и использования[Текст]: учебник.- М.:Анkil, 2009.- 328 с.;
2. Мацкуляка, И.Д. Государственные и муниципальные финансы[Текст]:учебник/И.Д. Мацкуляка.– М.:Анkil, 2009,640с.
3. Сухарев, О.С. Синергетика инвестиций[Текст]учебно-метод. пос./О.С. Сухарев, С.В. Шманёв, А.М. Курьянов 2008, 368с.
4. Шабалин, А.Н. Инвестиционное проектирование[Текст]: учеб. пособие/А.Н. Шабалин.– М.: Издательство.– 2008, 184с..

*Самороков В.Э.
магистрант*

*Иркутский государственный технический университет
Россия, г. Иркутск*

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ОБЛАСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ЦЕОЛИТНЫХ КАТАЛИЗАТОРОВ

Химическая и нефтехимическая промышленность относится к числу крупных базовых отраслей, в которой сосредоточено около 10 % основных фондов промышленности страны.

В настоящее время усилилось внимание к технологиям позволяющим осуществлять производство моторных топлив в нефтегазодобывающих районах. Это объясняется целым рядом причин: во-первых, значительной

удаленностью добывающих регионов от нефтеперерабатывающих заводов и, соответственно, большими затратами на перевозку топлив. Во-вторых, появлением большого количества собственников малых месторождений, добывающих относительно небольшое количество сырья и заинтересованных в собственном производстве моторных топлив. В-третьих, у большинства регионов отсутствуют средства для строительства крупных промышленных предприятий.

Многолетняя специализация предприятия ОАО «Новосибирский завод химконцентратов» в области химических технологий сформировала необходимое инженерное, исследовательское и аналитическое обеспечение производства, необходимое для создания производства катализаторов. Система менеджмента качества и системы охраны окружающей среды сертифицированы на соответствие требованиям международных стандартов.

Производство цеолитных катализаторов, основано на технологиях, близких ряду его существующих технологических переделов. Таким образом, как по уровню производственной и экспериментальной базы, так и по квалификации производственного персонала Новосибирский завод *химконцентратов обладает ресурсами, достаточными для эффективной реализации проекта.

Номенклатура продукции, состоящая из цеолитных катализаторов и порошков структуры ZSM-5, ориентирована на различные каталитические процессы переработки углеводородного сырья, устойчиво востребованные в различных отраслях нефтепереработки.

На каждом из этапов развития производство катализаторов имеет прибыльный характер. Годовой объем прибыли от реализации при последовательном увеличении производительности участка возрастает более высокими темпами за счет снижения себестоимости от «эффекта масштаба».

Было проведено маркетинговое исследование рынка предприятий нефтегазового комплекса для выявления наиболее привлекательных целевых сегментов.

Номенклатура продукции вновь создаваемого производства цеолитных катализаторов ориентирована под различные каталитические процессы и различных потребителей, от среднетоннажных по объему нефтепереработки и загружаемому катализатору (новые разработки специалистов ИК СО РАН, «САПР-Нефтехим», «Катахим») до традиционного крупнотоннажного – крекинга (катализаторы крекинга содержат 2- 4 % цеолитных порошков). В большей степени сбытовая политика по цеолитным катализаторам основывается на заказах от предприятий нефтегазопереработки, внедряющие технологию БИМТ. Расчетная производительность 1-й очереди создаваемого производства (150 тонн/год по цеолитному катализатору) выбрана с учетом темпов

коммерциализации технологии БИМТ. Институт катализа в опережение проекта по цеолитным катализаторам ведет работы в партнерстве с несколькими российскими и одной немецкой инжиниринговыми компаниями по коммерциализации технологии БИМТ на российском рынке и рынке стран СНГ (Казахстан, Украина).

Другое направление применения цеолитсодержащих катализаторов заключается в развитии крупнотоннажного процесса крекинга нефти. В настоящее время в России эксплуатируется восемь установок каталитического крекинга, имеющих суммарную производительность около 13 млн. т/год по вырабатываем нефтепродуктам. Потребность только российского рынка в цеолитсодержащих катализаторах крекинга составляет около 8 тысяч тонн в год. Большая часть нефтезаводов стран Содружества закупает импортные катализаторы, при этом рынок СНГ поделен примерно поровну между американской компанией Grace Davidson и голландской Engelhardt.

Ряд действующих и вводимых в строй отечественных предприятий по выпуску катализаторов технологически ориентирован на использование в качестве сырья уже готового полуфабриката - цеолитного порошка структуры ZSM-5, а не на синтез его в своей технологии. ООО «Компания КАТАХИМ», являющаяся разработчиком различных катализаторов, в том числе и для каталитического крекинга, совместно с ОАО «Салаватнефтеоргсинтез» готовит запуск крупнотоннажного производства катализаторов крекинга с использованием цеолитсодержащей добавки.

В городе Ишимбай планируется построить завод катализаторов крекинга и гидроочистки, являющийся одним из приоритетных проектов промышленного развития Башкортостана. Строительство производства предусматривается на площадке бывшего нефтеперерабатывающего завода. Уже введены в эксплуатацию установки первой очереди, при этом суммарная мощность строящегося завода составляет 3600 тонн катализатора в год.

Таким образом, на рынке России наблюдается дефицит как в готовых катализаторах крекинга нефти, основанных на преимущественное применение цеолита типа Y, так и в самой цеолитсодержащей добавке. В последующие годы сектор рынка нефтепереработки должен расшириться за счет существенного повышения технического уровня применяемого катализатора и удешевления не менее чем на 30 % производства высокооктановых бензинов, полученных в процессе каталитического крекинга. В основном это произойдет за счет внедрения в состав катализатора в качестве добавки 2,5 – 5 % низкомодульного порошка ИК-17-1, представляющего собой мелкодисперсный цеолит структуры ZSM-5.

В портфеле заказов ОАО «НЗХК» содержатся запросы от нескольких научно-внедренческих организаций на поставку цеолитных порошков для

использования в производстве катализаторов крекинга нефти и ароматизации попутных нефтяных газов.

В России производители катализаторов представлены следующими заводами:

1. ЗАО «Промышленные катализаторы» («Промкатализ»).
2. ОАО «Ангарский завод катализаторов и органического синтеза».
3. ООО Новокуйбышевский завод катализаторов (НЗК).
4. ЗАО «Нижегородские сорбенты»
5. Редкинский катализаторный завод
6. ООО «Компания «Новые технологии» (Стерлитамакский завод катализаторов).
7. ОАО «Ишимбайский специализированный химический завод катализаторов».
8. ООО "Метхимпром"
9. ЗАО "Самарский Завод Катализаторов"

Все вышеперечисленные заводы по производству катализаторов не являются прямыми конкурентами для ОАО «НЗХК», так как их продукция обладает иными технологическими характеристиками.

Наиболее вероятными рисками при реализации проекта являются риски отсутствия устойчивого спроса и риски, связанные с обеспечением исходными реагентами, их качеством и ценами. Для гарантированного обеспечения заказами ОАО «НЗХК» ориентируется на диверсификацию потребителей, применяющих различные каталитические процессы нефтегазопереработки, разрабатываемые и внедряемые независимыми друг от друга научными и инжиниринговыми организациями (ИК СО РАН, ООО «САПР-Нефтехим», ООО «Компания КАТАХИМ»). Для исключения рисков, связанных с качеством и графиком поставок исходного сырья, ОАО «НЗХК» ориентируется на использование в технологии материалов и реагентов, по которым имеется несколько поставщиков. По особым видам сырья осуществляются адресные контакты с производителями для подтверждения возможности поставок требуемых объемов.

Наиболее крупные предприятия на сотрудничество, с которыми ориентируется ОАО «НЗХК»

ООО ЛУКОЙЛ-Волгограднефтепереработка

ОАО "Московский НПЗ"

ОАО «Ярославнефтеоргсинтез»

По результатам проведенных маркетинговых исследований предприятию предложены рекомендации для разработки стратегии по выводу товара на рынок.

На сегодняшний день ОАО «НЗХК» имеет технологию и производственные мощности для проведения процесса синтеза искусственного цеолита. На существующей промышленной базе может быть организован выпуск ряда цеолитных катализаторов.

Вследствие положительного решения вышеперечисленных проблем возможно увеличение потребительского спроса на цеолитные катализаторы совместно с технологиями переработки нефти и газа небольшой мощности.

Поэтому для возобновления реальной деятельности по данному направлению необходимо организовать сотрудничество с нефтеперерабатывающей отраслью и, прежде всего с научными организациями данного профиля от НИОКР до постановки на производство.

Самороков В.Э.

магистрант

Иркутский государственный технический университет

Россия, г. Иркутск

РАЗВИТИЕ РЫНКА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ ГОРОДА ТОМСКА

С изменением политических и социально-экономических условий развития общества, с ликвидацией централизованного управления и планирования, гостиничный бизнес оказался не подготовленным к условиям рыночной экономики.

Но начиная с 1996-1997гг. в России отмечался “гостиничный бум” – это проникновение на наши рынки гостиничных цепей, внедрение международных стандартов и технологий обслуживания, создание учебной базы для подготовки специалистов в данной области, изменение форм собственности, типов и категорий гостиничных предприятий [1].

И сейчас уже можно говорить о том, что гостиничные предприятия страны и нашего региона стали идти в ногу со временем. Относительно города Томска следует отметить то, что в декабре 1999 года томский центр стандартизации и метрологии получил лицензию на самостоятельную оценку и присвоение категорий гостиницам. Ранее же для присвоения звезд необходимо было обращаться в Москву. Но до сих пор существует необходимость выводить российские гостиничные предприятия на более высокий уровень обслуживания и стремиться к получению международных сертификатов, для того чтобы быть конкурентоспособными хотя бы на отечественном рынке.

Можно говорить о том, что большая часть гостиниц Томска теперь ведет борьбу не за выживание, как это было еще несколько лет назад, а стремиться повысить свой уровень это свидетельствует о том, что ситуация на рынке гостиничных услуг города стабилизируется. Конкуренция вынуждает гостиничные предприятия соответствовать мировому уровню: повышать уровень обслуживания, вводить новые системы управления, использовать скидки, льготы, и другие тактические действия для увеличения продаж, стимулировать сбыт, создавать новые услуги, проводить эффективные рекламные компании.

Цель маркетинга в гостиницах заключается в создании им конкурентных преимуществ и максимально эффективной продаже гостиничных услуг. Эта цель заключается в основном в том, чтобы узнать и понять нужды клиента и предоставить ему такое обслуживание, чтобы оно соответствовало его ожиданиям [2].

Следовательно, нужно сказать, что маркетинг означает наличие:

- правильного продукта;
- в правильном месте;
- в правильное время;
- при правильной цене и при уверенности в том, что покупатель знает о существовании этого продукта.

Гостиничным продуктом является совокупность того, что можно предложить на рынке вниманию потребителя для приобретения, использования или потребления. Он включает физические объекты, услуги, места организацию и идеи [3]. В таблице – 1 приведена загрузка гостиниц города Томска на 2012 год.

Анализ рынка гостиничных услуг города Томска позволяет выявить варианты маркетинговых действий. Необходимо качественно улучшить предлагаемые услуги, попытаться изменить отношение клиентов к предоставляемым услугам, доказывая их преимущества по сравнению с предложениями конкурентов. Иными словами, побудить клиента уделять больше внимания тем характеристикам услуг, которым он раньше не придавал значения. Потому что, выбирая гостиницу, клиент обращает внимание на удобство ее местоположения, чистоту и обслуживание, цену номера и репутацию. Желаемые удобства включают хорошее качество матрасов, толстые полотенца, письменный стол, телефон для бесплатных местных разговоров и междугородных без дополнительной платы.

Гостиницам нужно попробовать и ввести новые, пусть малозначительные признаки, которые сделали бы ее предложение более привлекательным для потенциального клиента. Также, руководителям гостиниц следует оценить каждую возможность на предмет ее потенциальной привлекательности и вероятности достижения успеха. Так как тенденция развития может быть для них как угрозой, так и возможностью.

Таблица – 1. Загрузка гостиниц города Томска на 2012 год.

Названия гостиниц	Количество номеров	Загрузка, %
Гарантия, АОЗТ ПК	100	75
«У Людмилы», ТПУ	39	35
Гостиница АО ТЗРО	30	80
Гостиница института оптики атмосферы	3	100
Гостиница ТГУ	9	100

Гостиница ТУСУР	20	90
Дом иностранных специалистов	12	60
Октябрьская	61	90
Рубин	165	60
Северная	100	70
Сибирь	80	80
Спутник	73	60
Томск	200	70
Томь	17	60
Эдем	17	90
Радиотехнический завод	8	65

Слабость гостиничного бизнеса города Томска проявляется в отсутствии разнообразных по ценовым и качественным характеристикам средств размещения. Это не способствует количественному увеличению туристского и делового потоков гостей в город Томск.

Прогноз ситуации на рынке на ближайшие 5-10 лет говорит, что наибольшим спросом у гостей, прибывающих в Томск, будут пользоваться средства размещения экономического класса. Сейчас можно говорить о гостиничной индустрии города Томска как особой структуре, поскольку развивается система строительства, обустройства и оснащения гостиниц, в том числе и система маркетинговых исследований и маркетинговой поддержки гостиничного бизнеса.

В заключении нужно отметить, что успех гостиничных предприятий на рынке города Томска определяется грамотностью разработки бизнес-плана, определением рыночной стратегии, повышением уровня услуг, а также подготовкой и переподготовкой кадров.

Использованные источники:

1. Азар В. Гостиничные объединения.-М: Финансы и статистика, 2002.
2. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм. Учебник для вузов/Пер. с англ. Под ред. Р.Б.Ноздрёвой.- М.:ЮНИТИ,-2009.
3. Джозеф Д. Уэст Стратегия обслуживания в предприятиях индустрии гостеприимства. М.: -2011.

Самороков В.Э.

магистрант

Иркутский государственный технический университет

Россия, г. Иркутск

**СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ – ИНСТРУМЕНТ
УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ НЕФТЕДОБЫВАЮЩЕЙ КОМПАНИИ
«КРС – 1»**

Состояние Российской экономики во многом определяется состоянием и возможностью развития минерально-сырьевой базы (МСБ) страны и, прежде всего, нефтяной отрасли. Новые экономические условия, сложившиеся в период преобразования российской плановой экономики в конкурентную, рыночную потребовали привлечения новых методов обоснования системы оптимального сбалансированного развития МСБ страны, региона или предприятия. В нефтегазовом комплексе обостряются проблемы, среди которых следует отметить сокращение государственных инвестиций, падение объемов производства, неэффективное использование производственных ресурсов, избыточное энерго- и ресурсопотребление, слабое стимулирование иностранных инвесторов. Рост финансово-экономических показателей крупных нефтяных компаний не сопровождается приростом запасов сырья, компенсирующим его добычу. Создание вертикально-интегрированных нефтяных компаний позволило предотвратить резкое падение добычи, но структура производства и управления ими находится в стадии становления.

Методы обоснования очередности и эффективности освоения объектов не учитывают принятые в рыночной экономике подходы. Инвестиционная привлекательность нефтяных компаний оценивается по показателям, которые не полностью отражают эффективность производства, что затрудняет их отношения с государством и потенциальными инвесторами.

В современных условиях для эффективного функционирования и развития нефтегазодобывающего предприятия необходимо стратегическое управление, стратегический маркетинг, реализация которого должна повысить эффективность всей отрасли, способствуя достижению целей энергетической стратегии России до 2020 г.

На территории Томской области открыто 105 месторождений нефти и газа, из них в разработке находятся - 54 с утвержденными запасами около 80 процентов от общих. При этом в Томской области добывается около 2 % российской нефти. В 2011 году добыто менее 10 млн.т. нефти.

Максимальные объемы добычи УВ сырья в постсоветское время на территории Томской области достигнуты в 2004 году: добыто свыше 15 млн. тонн нефти, около 0,4 млн. тонн конденсата и свыше 5 млрд. м³ газа.

83 месторождения передано в недропользование на разведку и добычу углеводородов, из них в промышленной разработке находятся 46 месторождений. Обеспеченность запасами нефтегазодобывающих предприятий составляет более 20 лет. На 2011г. в нераспределенном фонде недр не осталось ни одного месторождения [1].

Стратегия – это генеральная программа действий. Она формулирует главные цели и основные пути их достижения. Стратегическое управление охватывает вопросы теории и практики управления в различных сферах экономики и на разных ее уровнях с целью выработки и реализации конкретных стратегий на основе развития предприятия (отрасли, экономики в целом). Это означает, что субъектами стратегического управления являются государственные органы власти, министерства и ведомства, крупные корпорации, фирмы, учреждения, общественные организации [2].

В бизнесе очень важно точно сформулировать задачу и определить маркетинговую стратегию. Сложность проблемы заключается в том, что в процессе деятельности на современном этапе развития рыночных отношений в России приходится иметь дело с совершенно разными условиями: с отсталыми предприятиями, имеющими низкую рентабельность, высокую энергоемкость, старое оборудование; а также с передовыми предприятиями, располагающими современными технологиями, оборудованием и квалифицированными менеджерами.

Вопрос о том, насколько парадигма стратегического управления способна обеспечить организациям в современном мире повышенные шансы на выживание, коммерческий успех и устойчивое развитие, представляется своевременным и актуальным [3].

В современных условиях для эффективного функционирования и развития нефтегазодобывающего предприятия необходимо стратегическое управление, стратегический маркетинг, реализация которого должна повысить эффективность всей отрасли [4].

На основании проведенных исследований можно сделать вывод, что необходимость формирования маркетинговой стратегии развития для компании ООО «КРС-1» в целях повышения ее конкурентоспособности на рынке. В рамках работы был проведен анализ нефтесервисного рынка Российской Федерации и Томской области с расчетом прогнозных значений, а также деятельности томского предприятия ООО «КРС-1».

Ниже представлена краткая справка о состоянии компании на данный период:

- в течение 2009-2012 гг. ООО «КРС-1» значительно расширила объем оказываемых услуг, ориентируясь на мелкие нефтедобывающие

компании Томской области и, частично, Новосибирской. Рост оборотов компании составил порядка 100% в год;

- оснащенность компании в целом соответствует требованиям к выполняемым работам с учетом среднегодовой численности бригад и является конкурентоспособной для рынка Томской области;

- рост оборотов компании достигается путем увеличения объемов услуг, оказываемых существующим клиентам и привлечением новых;

- непроизводительное время по итогам 2011 года составило 11887,76 часов или 17% от фонда отработанного времени;

- заработная плата работников ООО «КРС -1» в сравнении с показателями компаний-конкурентов ниже;

- текучка персонала незначительная (10% АУП и ИТР, 40% рабочие);

- недостаточно развито внутреннее обучение и обучение в области управления, индивидуальные программы развития и работа с кадровым резервом также отсутствуют;

- основное оборудование, используемое компанией для выполнения работ, принадлежит материнской компании (ООО «ТБНГ», ООО «НВС»), амортизация оборудования и средства на обновление парка возмещаются путем перечисления арендных платежей.

В ходе работы были определены основные и потенциальные конкуренты компании, а также оценены сильные и слабые стороны, возможности и угрозы ООО «КРС-1». Данная компания на рынке мелких нефтедобывающих компаний Томской области занимает порядка 13% по услугам КРС, что является своего рода пределом на данном рынке. Дальнейший рост возможен за счет выхода компании на рынок ОАО «Томскнефть» при сопоставимости показателей производственной эффективности, качества и оснащенности. В итоге была выработана альтернативная стратегия развития предприятия до 2020 года, которая была принята руководством компании.

Использованные источники:

1 Холимов Э.М. Кризис в восполнении запасов нефти может быть преодолен с помощью федеральной системы экономического стимулирования геологоразведочных работ // Геология нефти и газа. – 2011. – № 1.

2 Шахвердиев А.Х. Судьба инноваций и инноваторов нефтяной и газовой промышленности // Нефтяное хозяйство. – 2012. – № 6.

3 Михайлова Е.А. Стратегический менеджмент и стратегический маркетинг: проблемы взаимосвязи и взаимопроникновения // Менеджмент в России и за рубежом. – 2011.

4 Мхитарян, С. В. Отраслевой маркетинг: учебное пособие для вузов / С. В. Мхитарян. — М.: Эксмо, 2011. — 368 с.

*Самороков В.Э.
магистрант
Иркутский государственный технический университет
Россия, г. Иркутск*

**МЕТОДИКА ОПРЕДЕЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ
ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ
ООО «Томскбурнефтегаз»**

В настоящее время одной из наиболее острых проблем России остается обеспечение поступательного развития экономики. В числе факторов, влияющих непосредственно на процессы экономического развития, решающую роль играет инвестирование. В условиях трансформации экономики нашей страны в период перехода к рыночным условиям хозяйствования кардинальные изменения произошли и в организации инвестиционного процесса. Возникла актуальная необходимость формирования принципов нового механизма финансирования инвестиционной деятельности, как на микро уровне, так и в масштабах всего государства. Этим обуславливается интерес, проявляемый к исследованиям в области инвестирования. Результаты инвестиционного анализа позволяют потенциальному собственнику определить срок, необходимый для возврата первоначально инвестированной суммы, рассчитать реальный прирост активов от приобретения собственности, оценить потенциальную устойчивость к рискам денежного потока, формируемого конкретным объектом собственности, получения прибыли.

В процессе работы были исследованы такие вопросы как:

- Основные понятия инвестиционной деятельности;
- Роль инвестиционной политики в оздоровлении российской экономики;
- Сущность и содержание инвестиционных процессов;
- Виды и методы оценок эффективности инвестиций;
- Методы финансирования инвестиционных проектов;
- Учет неопределенности и риска при оценке инвестиционных проектов.

Предметом исследования работы является анализ инвестиционной привлекательности ООО «Томскбурнефтегаз». Для того чтобы успешно функционировать каждое предприятие сталкивается с необходимостью инвестиций, т.е. вложением средств в различные проекты с целью получения определенного результата в будущем. Инвестиции могут

осуществляться в форме денежных средств, паевых взносов, акций и других ценных бумаг, авторских прав, движимого и не движимого имущества и др.

Субъектами инвестиций являются предприятия (организации), использующие инвестиции. Часто такие предприятия в методических разработках называются реципиентом.

Объектами инвестирования (вложения средств) могут быть: покупка предприятия, зданий, сооружений, оборудования и других основных фондов, строительство и реконструкция предприятий, научные исследования, реклама, разработка и освоение новой продукции, подготовка кадров, приобретение ценных бумаг, пополнение оборотных средств и др.

Все инвестиции по их видам подразделяются на три группы:

- инвестиции в реальные (физические) активы;
- инвестиции в денежные активы (финансовые) активы;
- инвестиции в нематериальные активы.

Реальные инвестиции представляют собой инвестиции в материальные активы (земельные участки, здания, оборудование, товарно-материальные запасы и т.д.)

Финансовые инвестиции - вложения в финансовое имущество (ценные бумаги, депозиты в банке и т.д.). Отличительной чертой этих инвестиций являются их внешняя направленность за пределы предприятия.

Инвестиции в нематериальные активы – затраты на покупку патентов, лицензий, ноу-хау, подготовку и переподготовку персонала, вложения в научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки, рекламу и др.

Перечисленные выше виды инвестиций отличаются не только по своему содержанию, но и по целям и методам выполнения финансового анализа (экономической оценки инвестиций) [1].

В настоящей работе представлен один из возможных подходов к исследованию инвестиционной привлекательности предприятия. Этот подход был сориентирован на изучение влияния доходности предприятия на его инвестиционную привлекательность. Основой анализа был выбран показатель рентабельности собственного капитала.

На первом этапе предполагается освобождение этого показателя от случайных влияний текущего года, с целью повышения объективности используемых для дальнейших расчетов данных.

На втором и третьем этапах суть анализа заключается в поиске резервов роста определенной на первом этапе рентабельности собственного капитала. Смысл этого поиска заключается в определении максимально возможного уровня рентабельности собственного капитала для данного предприятия. Разность между максимально возможной величиной рентабельности и рентабельностью на сегодняшний день дает

резерв рентабельности собственного капитала, который мы можем мобилизовать, но при одном условии - возможности принимать участие в управлении предприятием, для чего и используется коэффициент корректировки – $2d$ [2].

Различие в этих этапах состоит в том, что возможности управления рентабельностью собственного капитала рассматриваются с разных точек зрения, причем действия, предпринимаемые в рамках этих точек зрения не взаимоисключают друг друга. Это значит, что при оптимизации коммерческой маржи и коэффициента трансформации, а также дифференциала и коэффициента заемных средств величина рентабельности собственного капитала увеличивается на 2 уровня, при этом это скорее не сложение резервов, а их произведение, что дает больший прирост рентабельности собственного капитала. Недостатками этих приемов является отождествление возможности полного использования этих резервов с возможностью полностью руководить деятельностью предприятия. А это не совсем так. Может сложиться такая ситуация, когда при приобретении контрольного пакета акций мы не сможем реализовать рассчитанные ранее резервы предприятия. Это случится не потому, что мы не сможем контролировать деятельность предприятия, а потому, что может эта деятельность стала невозможной или утратила смысл по каким-либо причинам (т.е. резерв, который мы определили ранее и на который мы рассчитывали перестал быть резервом по независящим от нас причинам) [3].

Заключительным этапом в определении расчетной величины будущей прибыли является ее корректировка на риск неполучения прибыли. Данная корректировка производится с помощью отношения имеющейся платежеспособности к нормативной величине, которое характеризует степень отклонения платежеспособности от нормы и приближение предприятия к грани банкротства.

Конечным результатом произведенных расчетов является определение коэффициента инвестиционной привлекательности предприятия в количественном и формализованном виде, позволяющем сравнивать предприятия разных отраслей, технологий и сфер деятельности.

Высокое значение коэффициента инвестиционной привлекательности $K_{\text{фтпривл.}} = 18\,157$, рассчитанного на примере ООО «Томскбурнефтегаз», обусловлено минимальным значением уставного капитала, и как следствие он принимает завышенное значение, т.е. вложив средства в данное предприятие, мы реально не получим рассчитанный эффект на момент сделки.

Рекомендацией может послужить повышение инвестиционной привлекательности за счет увеличения уставного капитала за счет средств

полученных от инвесторов и направления части нераспределенной прибыли по итогам года.

Вместе с тем необходимо отметить, что данная методика не может дать, в конечном счете, абсолютно точного и верного ответа на вопрос какое же предприятие наиболее привлекательно в инвестиционном плане. Основным недостатком ее, как, пожалуй, и многих других методик, является невозможность предвидеть кардинальные изменения в экономической системе страны. Она может давать обоснованные ответы лишь в стабильных и практически не изменяющихся условиях. В условиях, когда экстраполяция сегодняшних показателей на будущее не будет содержать существенной ошибки.

Использованные источники:

1. Беренс В. Хавранек П. Руководство по оценке эффективности инвестиций. М.: Инфра-М, -2011.
2. Завлин П.Н. Васильев А.В., Кноль А.И. Оценка экономической эффективности инвестиционных проектов (современные подходы). СПб.: Наука, - 2010.
3. Ковалев В.В. Финансовый анализ. Управление капиталом. Выбор инвестиций. М.: Финансы и статистика, - 2011.

Самороков В.Э.
магистрант

Иркутский государственный технический университет
Россия, г.Иркутск

РЕАЛИЗАЦИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ – ВЫХОД ИЗ КРИЗИСНОЙ СИТУАЦИИ НА ПРИМЕРЕ ОАО "АЭХК"

Технические науки

В данной статье рассмотрены инновационные проекты, при реализации которых возможен выход ОАО «АЭХК» из кризисной ситуации. Описаны свойства фторгипсовых отходов. Предложены мероприятия по утилизации данных отходов.

Самороков Виталий Эдуардович, магистрант, Иркутский государственный технический университет.

Ключевые слова: атомная энергетика, химический комбинат, гексафторид, фторгипс, ТВЭЛ, утилизация, отходы.

ОАО «Ангарский электролизный химический комбинат» («АЭХК») – предприятие атомной промышленности России, расположенное в городе Ангарске, предприятие Госкорпорации "Росатом".

Входит в контур Топливной Компании "ТВЭЛ".

Основные направления деятельности:

- Производство низкообогащенного гексафторида урана
- Производство сырьевого гексофторида урана
- Производство безводного фтористого водорода

Основная задача химического цеха ОАО «АЭХК» - выпуск гексафторида урана. Химический цех ОАО «АЭХК» является крупнейшим в России. Выполняет заказы ОАО «ТВЭЛ», Госкорпорации «Росатом».

Доля производственных мощностей ОАО «АЭХК», занимаемая конверсией урана в мировом производстве составляет более 20%.

Доля производственных мощностей ОАО «АЭХК», занимаемая обогащением урана в отечественном производстве составляет более 10% [1,2].

В феврале 2013 года председатель подкомитета по законодательному обеспечению использования атомной энергии Владимир Поцяпун официально заявил, что конверсионное производство на АЭХК убыточно и, поскольку мощности на нем устаревшие, прибыльным оно уже не станет. На сегодняшний день численность персонала на предприятии составляет 1200 человек, вместо 4200 работников на 2010 год. В результате когда-то мощнейший комбинат превратился в малозначащий экономический объект. Росатом и компания ТВЭЛ предлагают, направить средства, которые сегодня тратятся на покрытие убытков сублиматных производств, на создание "замещающих производств" в Ангарске. Требование Росатома - чтобы эти производства производили инновационную продукцию, которая будет востребована не только на внутреннем, но и на внешнем рынке.

В производстве безводного фтористого водорода химического цеха Сублиматного производства ОАО «АЭХК» в процессе сернокислотного разложения плавикового шпата образуются твердые отходы – кислые фторгипсовые отвалы. Кислые отвалы распульповывают водой, нейтрализуют известковым молоком и в виде пульпы отправляют на гидроудаление по обогреваемому пульпопроводу на шламовые поля. В настоящее время накоплено около 300 тыс. тонн фторгипсовых отвалов.

Фторгипс представляет собой влажную вязкую пастообразную или комкообразную не рассыпающуюся при отборе массу с влажностью до 40 % и $pH=6\div7$ серого или коричневатого цвета. При затворении водой и перемешивании масса легко превращается в подвижную пульпу. Плотность $\sim 2,3$ г/см³, растворимость в воде до 2 г/л.

Фторгипс по химическому составу представлен на 90÷95 % двойным гидратом сульфата кальция ($CaSO_4 \times 2H_2O$), в качестве примесей присутствуют: фторид кальция (флюорит - CaF_2), двуокись кремния (SiO_2) до 1,0 %, карбонат кальция до 4,0 % и до 0,7% сумма катионов (натрий, железо, марганец, алюминий, магний, калий и др.). Фторгипсовые отвалы отнесены к отходам V класса опасности (практически не опасный).

Шламовые поля ОАО «АЭХК» заполнены на 90 % своего объема. Строительство новых шламовых полей затратно и негативно скажется на увеличении себестоимости безводного фтористого водорода. Поэтому тема освобождения шламовых полей от фторгипса актуальна.

Главной целью утилизации отходов является их применение в промышленном производстве в качестве вторичного сырья, без оказания негативного воздействия на здоровье человека и окружающую среду, а не их долгосрочное хранение в отвалах. Одним из перспективных направлений является применение фторгипса в качестве добавки к цементу. Применение фторгипса в качестве добавки к цементу, аналогично природному гипсу. Но существует ряд недостатков. Остаточная повышенная кислотность может отрицательно сказаться на арматуре. Повышенная влага 40 % - делает проект в зимнее время - трудноосуществимым. На каждый недостаток можно найти решение. Значительно более удобный в технологическом отношении продукт получается при грануляции порошка с увлажнением водой или известковым молоком. Тонкодисперсное состояние фторгипса и его способность к гидратации при таком увлажнении способствуют тому, что образующиеся при окатывании гранулы имеют высокую механическую прочность.

Для облегчения и повышения прочности можно добавить алюмосиликатные микросферы, полученные из золы уноса ТЭЦ. По свойствам они аналогичны стеклянным микросферам, но значительно дешевле, и не требуют сложных технологий для изготовления.

Реализация данного направления применения фторгипса имеет ряд экономических и экологических плюсов:

- Утилизация фторгипса
- Частичная утилизация золоотвалов (в Иркутской области их несколько)
- Освобождение земель, занятых отвалами
- Снижение негативного воздействия на окружающую среду
- Снижение отрицательного воздействия на здоровье населения
- Техническая возможность реализации проекта (площади, помещения и коммуникации)
- Небольшие затраты на транспортировку, так как все, задействованные объекты находятся в пределах 30 км
- Сохранение рабочих мест.

Прибыль, полученная за счет реализации инновационной технологии, может использоваться по различным направлениям, в том числе и на дальнейшее развитие инновационных проектов.

Использованные источники:

- 1 Отчет по экологической безопасности ОАО «АЭХК», 2010
- 2 Отчет по экологической безопасности ОАО «АЭХК», 2009

Самороков В.Э.
магистрант
Иркутский государственный технический университет
Россия, г. Иркутск

ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ООО «КОМПЛЕКТСТРОЙ»

В условиях рыночной экономики становится значимым финансовое планирование. Это объясняется тем, что любое действие предприятия направлено на получение прибыли, но существует риск финансовых потерь. Поэтому каждый шаг должен быть предварительно рассчитан и обоснован, прежде чем будет совершено действие.

Финансовое планирование - один из инструментов управления финансами. Можно выделить ряд признаков, которые характеризуют финансовое планирование:

- регламентированность (упорядоченный процесс);
- связь с обработкой информации;
- направленность на достижение определенных целей;
- временной характер.

Под планированием понимается процесс разработки и принятия целевых установок количественного и качественного характера и определение путей наиболее эффективного их достижения. Результатом планирования является план или совокупность планов [1].

При разработке и внедрении комплексной системы планирования на предприятии необходимо определиться, что именно внедрять: бюджетирование или финансовое планирование.

Бюджетирование – это непрерывная процедура составления и исполнения бюджетов. Это процесс планирования будущей деятельности предприятия, результаты которого оформляются системой бюджетов. Взаимосвязь финансового планирования и бюджетирования проявляется в трех плоскостях – бюджетирование является методом, формой и основой финансового планирования.

В качестве метода финансового планирования бюджетирование позволяет выявить потребности предприятия в финансировании;

В качестве формы – бюджетирование позволяет составить план, охватывающий все стороны деятельности организации, и называемый бюджетом, или сметой.

В качестве основы – бюджетирование обеспечивает базовый аспект финансового планирования в виде операционных бюджетов.

Главное отличие финансового планирования от бюджетирования определяет конечный результат этих процессов. В частности, финансовое планирование определяет финансовые результаты, которые необходимо

достичь предприятию для обеспечения своей финансовой стабильности и развития, а бюджетирование определяет каким образом этого можно достичь и что для этого нужно делать. Иначе говоря, финансовое планирование определяет цель, а бюджетирование процедуру достижения этой цели.

Поэтому, первоочередная задача бюджета – это обеспечение выполнения стратегического финансового плана организации и основными ориентирами при составлении бюджетов являются стратегические цели компании.

По результатам проведенного анализа состояния финансового планирования в разрезе трех временных плоскостей планирования – перспективного, текущего и оперативного, на предприятии ООО «КомплектСтрой»– были определены следующие проблемы:

1. На предприятии отсутствует стратегическое финансовое планирование. Долгосрочный план разрабатывается только в рамках перспективных подрядных договоров, который представляет собой план производства. При этом, отсутствует конкретный финансовый план реализации намеченных стратегических мероприятий с определением необходимых затрат на реализацию программы и ожидаемых доходов.

2. Текущее финансовое планирование в организации осуществляется в форме сметного планирования баланса денежных расходов и поступлений. При этом не составляются прогнозные формы финансовых отчетов, которые являются итогом всего процесса текущего финансового планирования: прогнозный баланс, прогнозный отчет о финансовых результатах и прогноз движения денежных средств.

3. Оперативное финансовое планирование в организации осуществляется в рамках требований финансовых институтов, в целях которых составляется платежный календарь и кассовый план. Но в данной плоскости планирования не используются возможности управления ликвидностью и платежеспособностью предприятия.

В итоге было определено, что на предприятии отсутствует комплексный подход к реализации финансового планирования, что способствует разрозненности стратегического развития предприятия и системы бюджетирования.

В рамках совершенствования существующей системы финансового планирования в качестве антикризисных мероприятий были сформулированы следующие рекомендательные предложения:

- внедрить систему стратегического финансового планирования, основанную на результатах финансового анализа деятельности предприятия и отражающую направления развития компании в целом;
- подчинить систему текущих бюджетов реализации общей финансовой стратегии компании;

- внедрить составление трех финансовых форм по результатам текущего бюджетирования – прогнозного баланса, прогнозного отчета о финансовых результатах и прогноза движения денежных средств, – как ключевых рычагов управления результатами текущего финансового планирования;
- расширить функции финансового отдела предприятия в рамках новой политики, направленной на постановку и развитие текущего финансового планирования;
- посредством внедрения системы оперативного финансового анализа, который мог бы своевременно выявлять негативные изменения в финансовом состоянии предприятия, задействовать распределительную и контрольную функции использования платежного календаря, выражаемые оценкой изменения платежеспособности организации.

Финансовое планирование – это не только инструмент, позволяющий оценить, насколько успешно реализуются отдельные проекты и развиваются дела всей компании, но еще и способ вовремя включить механизмы защиты от кризиса.

Использованные источники:

- 1 Финансы и кредит / А.Ю.Казанская / Учебно-методическое пособие/ - Таганрог: ЮФУ. – 2007.
- 2 Экономика предприятия / Т.А. Фролова/ Лекции/ - Таганрог: ТТИ ЮФУ. - 2011.

Самороков В.Э.
магистрант

Иркутский государственный технический университет
Россия, г.Иркутск

АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ОАО «МАНТОМЬ»

Каким бы замечательным ни был ваш товар как таковой, все ваши усилия по достижению коммерческого успеха окажутся напрасными, если он окажется неконкурентоспособным. Именно поэтому все участники рынка, хотя бы они того или нет, сталкиваются с необходимостью ведения конкурентной борьбы. Вступая в поединок с конкурентами, необходимо владеть широким спектром информации о них. Ведь чем лучше вы знаете своих соперников, тем больше у вас шансов эффективно противостоять их действиям.

Знание конкурентов - основное условие эффективного маркетингового планирования. Компания должна постоянно сравнивать свои товары, цены, каналы распределения, мероприятия по продвижению и рекламные кампании с продукцией и маркетинговой политикой конкурентов и определять свои конкурентные преимущества и недостатки. Тем самым она получает возможность вести «прицельный огонь» по

позициям конкурентов и организовать эффективную оборону своих рубежей.

В настоящий момент предприятия Российской Федерации сталкиваются с проблемой организации анализа рыночной ситуации, более того, многие еще не до конца осознали необходимость его проведения. Так как в последнее время на рынке товаров промышленного назначения стал актуальным вопрос неплатежей, конкурентная ситуация обострилась на российском рынке, а в частности такая проблема возникла на промышленных предприятиях Томской области. В связи с этим руководители предприятий начали осознавать всю важность анализа внешней среды, и поэтому остро встала проблема отсутствия методик сбора рыночной информации, ее анализа и обработки.

Проблема анализа конъюнктуры рынка товаров промышленного назначения в отечественной литературе и периодике представлена достаточно ограниченным набором статей, включающих только общие теоретические выкладки. Такие же вопросы как методика сбора информации, специфика информационной недоступности этих рынков и особенности обработки результатов, не освещены вообще. Также в литературе анализ внешней среды не рассматривается как ключевой фактор эффективной деятельности промышленного предприятия. В настоящей работе предпринята попытка акцентировать внимание на взаимозависимости анализа внешней среды и эффективности деятельности предприятия. В работе проведен анализ товаров, потребителей, сбытовой деятельности, структуры рынка и рыночное прогнозирование продаж ОАО «Манотомь».

В связи с тем, что предприятие является одним из лидеров рынка с доказанной практикой стратегией и известной репутацией, то главной задачей, как производственного комплекса предприятия является сохранение и улучшение имеющегося положения.

Любая отрасль (товар) в своём развитии или жизненном цикле проходит последовательно четыре стадии: рождение, рост (развитие), зрелость, старение.

Поэтому отдельный вид бизнеса любого предприятия или структурного подразделения в определённый момент находится на одной из стадий и требует соответствующего ей анализа.

Исходя из того, что объёмы производства и продаж ОАО «Манотомь» резко возросли, продукция выпускаемая Манотомь отличается ростом спроса, можно сделать вывод, что завод находится на стадии роста. На рисунке 1 представлен жизненный цикл предприятия.

Кроме последовательных смен стадий жизненного цикла отрасли может меняться и конкурентное положение одних видов бизнеса относительно других.

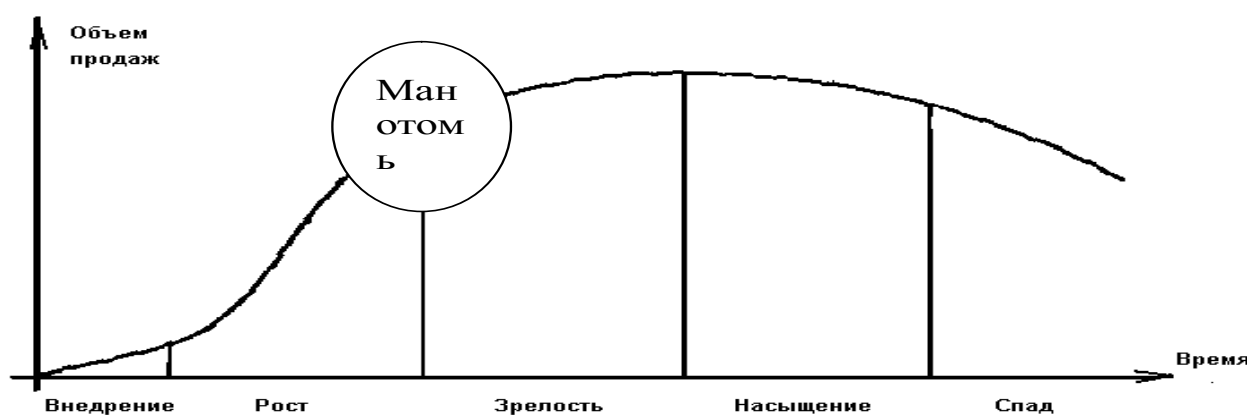


Рисунок 1 - Жизненный цикл ОАО «Манотомь».

Вид бизнеса может занимать одну из пяти конкурентных позиций: доминирующую, сильную, заметную, прочную и слабую.

Рассматривая конкурентное положение Манотомь можно сказать, что она занимает ведущую позицию, выпуская качественную продукцию, и является защищённым в технологическом плане.

В процессе исследования были выявлены следующие факторы, которые имеют практическую ценность для работы отдела маркетинга и предприятия в целом:

1. Выявлены развивающиеся отрасли экономики РФ и СНГ, и, соответственно, перечень потенциальных потребителей.
2. Проанализирована работа посредников, проведен анализ дилерской сети предприятия. В ходе данного анализа рассмотрены: условия поставки продукции, ценовая политика.
3. Исследована рыночная среда, выявлены наиболее значимые конкурентные преимущества ОАО "Манотомь" на данном рынке: широта ассортимента продукции, гибкая ценовая политика, условия оплаты и поставки.
4. Проведен анализ потребительского рынка (основные отрасли потребления - нефтегазовая, машиностроение).
5. Оценена эффективность проникновения на рынок ОАО "Манотомь".

По результатам исследования были сделаны выводы о целесообразности открытия региональных складов в других субъектах РФ, а также предоставления права крупным посредникам на распространение продукции "Манотомь". Желательно заключить договора с крупными предприятиями развивающихся отраслей (металлургия, машиностроение, строительство) и работать с ними без посредников, следить за возможными изменениями их потребностей.

*Самороков В.Э.,
магистрант
Иркутский государственный технический университет
Россия, г.Иркутск*

РЕАКТОРЫ НА БЫСТРЫХ НЕЙТРОНАХ - БУДУЩЕЕ АТОМНОЙ ЭНЕРГЕТИКИ

Во время глобального экономического кризиса потребление электроэнергии в развитых странах мира сократилось примерно на 18%. В 2012 потребление энергии вернулось на прежний уровень и продолжает увеличиваться, а доказанные запасы углеводородов сокращаться, а альтернативные источники энергии до сих пор не оправдали ожиданий и не способны компенсировать нехватку нефти и газа. Единственным выходом в сложившейся ситуации является развитие атомной энергетики.

Двигателями развития атомной энергетики в мире являются ограниченность ископаемых видов топлива и глобальное изменение климата.

В отечественной атомной энергетике проблема замещения выбывающих мощностей уже сегодня требует срочной мобилизации финансовых ресурсов. Нужны средства для продления сроков эксплуатации последующих энергоблоков. Причем потребуются выводить из эксплуатации энергоблоки, начиная с 2016 г. Это значит, что уже через 3 года необходимо вводить фактически по 1,5 ГВт мощностей ежегодно, для реализации энергетической стратегии России до 2020 года. Протесты экологических организаций, навязанное негативное отношение общества также способствовал тому, что перспективная отрасль оказалась в кризисе [1].

Решить проблему можно было бы за счет внедрения коммерческих реакторов на быстрых нейтронах. Отрасль располагает опытом в этом направлении и способна создать необходимые технологии, которые будут недорогими по затратам на строительство, а также по цене отпускаемой электроэнергии по сравнению с реакторами ВВЭР аналогичной мощности.

Россия накопила значительный позитивный опыт в «быстрой» энергетике. Общая наработка по этим технологиям составляет более 120 реакторолет из почти 300 в мире, при этом не было выявлено каких-либо принципиальных пороков этого направления. Особо следует отметить безупречную работу реактора БН-600 в течение 25 лет и формирование научно-технической базы для дальнейшего развития [2].

Это не означает, что необходим немедленный и полный переход на ядерные реакторы с быстрыми нейтронами. Это значит, что при строительстве данных реакторов, ядерная энергетика освободится от значительной части нынешних проблем и затрат и сможет направить дополнительные средства на более эффективное развитие отрасли, внедрение и продвижение инновационных проектов.

Новые технологии, основанные на быстрых нейтронах, а также создание промышленных реакторов на быстрых нейтронах - это возможность придать ядерной энергетике новый импульс для развития.

Строительство реактора БН-800 крайне важно для всей отрасли, поскольку дает России конкурентное преимущество в то время, когда другие государства не разрабатывают проектов в этом направлении.

Роль инвестиционного проекта по строительству реактора БН-800 заключается в том, что он нужен России как шаг на пути к коммерческим реакторам нового поколения и новой мощности.

Развитие ядерных технологий на коммерческой основе может стать одним из важнейших инвестиционных проектов государственного значения, объединяющих прикладные и фундаментальные исследования, строительство и эксплуатацию АЭС высокого уровня безопасности.

Единство прогресса науки и атомной отрасли обеспечивает безопасность Российской Федерации и является гарантом нашего будущего.

Использованные источники:

1. Мировая энергетика взгляд на десять лет вперед [электронный ресурс]. - Режим доступа.-URL: <http://www.globalaffairs.ru/свободный>
2. World nuclear association [электронный ресурс]. - Режим доступа.-URL: <http://world-nuclear.org/свободный>

Саубанова Л.М.

студент

специальности Финансы и кредит

Кабашова Е.В.

доцент

кафедры статистики и информационных систем в экономике

ФГБОУ ВПО Башкирский ГАУ

Россия, г.Уфа

ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ АВТОМАТИЗИРОВАННЫХ СИСТЕМ

Информационная безопасность играет большую роль, так как в наше время происходит информатизация всего общественного процесса в мире. Почти вся информация на предприятиях представлена в закодированном виде на машинных носителях, на которых хранятся важные документы. Информационная безопасность играет ключевую роль в эффективности обеспечения бизнес-процессов, как для коммерческих, так и для государственных предприятий. Именно поэтому государство стремится к повышению безопасности автоматизированных систем.

Согласно Ст.2 ФЗ «Об участии в международном информационном обмене» информационная безопасность – это состояние защищенности информационной среды общества, обеспечивающее ее формирование,

использование и развитие в интересах граждан, организаций, государства [1].

Татьяна Бакажинская считает, что безопасность и защита данных являются неотъемлемой частью функционирования как систем управления контентом, так и решений для управления электронными документами. Система управления контентом отслеживает, какой пользователь обращался к определенному документу, какие изменения внес в него, появилась ли новая версия этого документа. Безопасность здесь осуществляется на уровне доступа авторизованного пользователя [2].

Наталья Храмцовская, ведущий специалист по управлению документацией, уверена, что ситуация в России примерно такая же, как и в остальном мире: «Системы и средства защиты совершенствуются по мере роста угроз; постепенно осознается, что одними техническими средствами безопасность не обеспечить – необходим подбор кадров и работа с ними, а также комплекс организационных мер» [2].

Важной проблемой является то, что на сегодняшний день нет полной уверенности в действенности работы информационной безопасности. Как уже было сказано ранее, с совершенствованием информационной системы растет и число угроз.

Виктор Сердюк утверждает, что уязвимости являются основной причиной возникновения информационных атак. Наличие самих слабых мест в автоматизированной системе может быть обусловлено самыми различными факторами, начиная с простой халатности сотрудников, и заканчивая преднамеренными действиями злоумышленников [3].

На сегодняшний день можно выделить следующие основные виды технических средств защиты:

- средства криптографической защиты информации;
- средства разграничения доступа пользователей к ресурсам АС;
- средства межсетевого экранирования;
- средства анализа защищённости АС;
- средства обнаружения атак;
- средства антивирусной защиты;
- средства контентного анализа;
- средства защиты от спама.

Наиболее распространенной из видов технических средств защиты можно выделить средства антивирусной защиты. Они предназначены для обнаружения и удаления вредоносного ПО, присутствующего в автоматизированной системе. К таким вредоносным программам относятся компьютерные вирусы, а также ПО типа "троянский конь", "spyware" и "adware". И средства защиты от спама, которые обеспечивают выявление и фильтрацию незапрошенных почтовых сообщений рекламного характера [4].

Для совершенствования информационной безопасности ключевую роль играет работа персонала. Работники должны быть высококвалифицированными для того, чтобы разработать такую систему информационной безопасности, которая будет защищать информацию с достаточной степенью настойчивости и целеустремленности. Это требование предполагает наличие в составе системы информационной безопасности средств прогнозирования, экспертных систем и других инструментариев, позволяющих реализовать наряду с принципом «обнаружить и устранить» принцип «предвидеть и предотвратить».

Использованные источники:

1. Об участии в международном информационном обмене [Электронный ресурс]: федер.закон от 30 июня 2003 г. № 86-ФЗ: Принят Государственной Думой 5 июня 1996 года: (ред. от 29.06.2004) // СПС «Консультант Плюс».
2. Бакажинская, Т. Безопасность современных СЭД [Электронный ресурс] / Т. Бакажинская // Безопасность информационных систем. -2011. -№3. – Режим доступа: http://www.infobez.com/article.asp?ob_no=9586. -14.05.2013.
3. Сердюк, В. Информационная безопасность автоматизированных систем предприятий [Электронный ресурс] / В. Сердюк // Бухгалтер и компьютер. -2012. -№1. –Режим доступа: <http://www.interface.ru/home.asp?artId=17238>. -14.05.2013.
4. Титоренко, Г.А. Информационные системы в экономике [Текст]: учебник // Г.А. Титоренко. –М.: Юнити-дана, 2012г.

*Седлухо О.В.
ст. преподаватель
Хмельницкая Н.Н.
ст. преподаватель*

*ГУВПО «Белорусско-Российский университет»,
Беларусь, г.Могилев*

ИННОВАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ

Ведущая роль в инновационной составляющей развития экономики принадлежит именно государству. На современном этапе развития нашей и других экономик транзитивного типа и теории, и практики пришли почти к единогласному решению, что рынок не является панацеей для решения проблем, доставшихся в наследство от командно-административной системы. Попытка полностью либерализовать экономические отношения потерпела крах. Сейчас в большинстве стран осуществляется рациональное объединение рыночной экономики и активного государственного регулирования с целью достижения синергетического эффекта.

В экономике развитых стран происходят крупные структурные сдвиги, характеризующиеся возрастанием роли наукоемких, ресурсосберегающих и информационных отраслей, а также активной ролью государства в этих процессах. В то же время реформы, связанные с либерализацией всех сфер экономической деятельности, проводимые в странах бывшего СССР, привели к ситуации, в которой стали хорошо различимы элементы деиндустриализации. Особенно ярко это проявляется во все возрастающей зависимости от сырьевых отраслей. Снижение роли отраслей с производством, ориентированным на конечное потребление, ведет к несбалансированности экономики и нарушению воспроизводственных процессов в ней. В создавшейся ситуации добиться структурных сдвигов, диктуемых интенсивным экономическим ростом, без активной роли государства невозможно.

Главной задачей структурной перестройки экономики в соответствии со структурой экономик развитых стран является повышение удельного веса услуг и наукоемкой продукции до 50-60% от ВВП.

Современные воззрения на структурные преобразования позволяют утверждать, что важное место в развитии страны должна иметь промышленная политика. Именно она признается приоритетным направлением изменения структуры экономики, ведущим звеном всей структурной политики многими учеными-экономистами (С. Губанов, П. Никитенко, И. Михайлова-Станюта, Я. Дубенецкий, А. Цыгичко, Б. Плышевский и др.).

Некоторыми авторами предлагается предельно общее очертание сущности промышленной политики. Под ней подразумевают систему согласованных мер, реализуемых государством с целью повышения конкурентоспособности товаров и услуг национальных производителей на внутреннем и внешнем рынках и преодоления угроз экономической безопасности страны.

Наиболее точным в современных условиях с нашей точки зрения видится понимание промышленной политики С. Губановым, который подразумевает под ней общегосударственную политику программно-целевого регулирования процесса организационной, структурной и технологической модернизации индустриального воспроизводства с целью последовательного приращения выпуска наукоемкой продукции с высокой долей добавленной стоимости и увеличения покупательной способности занятых, всего населения страны.

Существует необходимость в разработке и реализации инновационной и инновационно-промышленной политик государства, главная задача которых заключается в создании такой системы, которая позволит в кратчайшие сроки и с высокой эффективностью использовать в производстве интеллектуальный и научно-технический потенциал страны. Грамотно проводимая инновационная политика сама по себе

является мощным инструментом, с помощью которого государство в состоянии преодолеть спад в экономике, обеспечить ее структурную перестройку и насытить рынок разнообразной конкурентоспособной продукцией.

Современная инновационная политика должна представлять собой комплексную систему мер по стимулированию, разработке, сопровождению, управлению, планированию и контролю процессов инновационной деятельности в сфере науки, техники и материального производства, увязанных с адекватными сопровождающими мерами в важнейших сферах жизнедеятельности общества, обеспечивающих в совокупности создание всех необходимых условий реализации текущих и перспективных целей социально-экономического развития государства. Она становится неотъемлемой и во многом определяющей частью общей промышленной политики, которая в условиях перехода к постиндустриальной экономике меняет свое содержание – ее главной целью становится повышение конкурентоспособности страны на основе развития высокотехнологичных и наукоемких производств. В этих условиях кардинально меняются и задачи промышленной политики. В условиях инновационной экономики она должна обеспечить осуществление структурных сдвигов в сторону приоритетного развития высокотехнологичных секторов экономики.

К основным направлениям государственной инновационной политики можно отнести: разработку и совершенствование нормативно-правового обеспечения инновационной деятельности, механизмов ее стимулирования; создание системы поддержки инновационной деятельности, развития производства, повышения конкурентоспособности и экспорта наукоемкой продукции; развитие инфраструктуры инновационного процесса, включая систему информационного обеспечения, систему экспертизы, финансово-экономическую систему, систему сертификации и продвижения разработок и т.д.; развитие малого инновационного предпринимательства путем формирования благоприятных условий для функционирования малых организаций и оказания им государственной поддержки на начальном этапе деятельности; совершенствование конкурсной системы отбора инновационных проектов и программ. Реализация в отраслях экономики относительно небольших и быстро окупаемых инновационных проектов с участием частных инвесторов и при поддержке государства позволит поддержать наиболее перспективные производства и организации, усилить приток в них частных инвестиций; реализацию приоритетных направлений, способных преобразовывать соответствующие отрасли экономики страны и ее регионов.

Для реализации инновационной политики правительством разработаны конкретные методы, целью которых является обеспечение эффективного внедрения инновационной программы.

Главными методами реализации инновационной политики являются: формирование законодательных условий для позитивных изменений в инновационной сфере, т.е. в законодательстве должна предусматриваться разработка соответствующих правовых актов; государственная поддержка и стимулирование инвесторов, вкладывающих средства в наукоемкое, высокотехнологичное производство, а также организаций (в период освоения ими инноваций) за счет введения определенных налоговых льгот, государственных гарантий и кредитов; совершенствование налоговой системы с целью создания выгодных условий для ведения инновационной деятельности; создание условий для формирования совместных предприятий по выпуску отечественной продукции и реализации ее на внешнем рынке, обеспечение рекламы отечественных инноваций за рубежом, вхождение в международные информационные системы для обмена информацией по инновационным проектам; обеспечение в зарубежных кредитных линиях квот для развития инновационной инфраструктуры, закупки оборудования в целях реализации инновационных проектов под гарантии государства и лицензий на технологии и ноу-хау для освоения производства новейшей продукции; консолидация усилий органов государственной власти и частных инвесторов, направленных на организацию взаимодействия со странами-членами ЕС, СНГ, другими государствами; развитие лизинга наукоемкого уникального оборудования; выделение государственных инвестиций для реализации инновационных проектов, имеющих общенациональный характер, но не привлекательных для частных инвесторов.

Важное место при реализации инновационно-промышленной политики играет инвестиционная политика. В качестве примера эффективной инвестиционной и структурной политики целесообразно привести ее китайский вариант, особенно в части привлечения иностранных инвестиций. Китайскую модель привлечения иностранных инвестиций отличает ярко выраженная концепция приоритетов и ограничений. Все отрасли народного хозяйства с точки зрения привлечения иностранных инвестиций подразделяются на четыре группы: поощряемые, разрешаемые, ограничиваемые и запрещаемые. После вступления в ВТО перечень поощряемых позиций для зарубежных инвестиций расширился со 186 до 262, а позиции ограничений сократились до 75. Инвестиции, относящиеся к поощряемым категориям, освобождаются от таможенных пошлин и НДС по импорту оборудования.

В настоящее время Китай относит к поощряемым следующие виды инвестиций: в преобразование традиционного земледелия в современное товарное сельскохозяйственное производство; в базовые инфраструктуры

и производства; в новые и высокие технологии; в исследовательские центры; в реконструкцию на базе передовых технологий машиностроительной, текстильной и легкой промышленности; в проекты комплексного использования природных и регенерированных ресурсов; в разрешенные виды продукции, полностью предназначенные для экспорта; в лидирующие отрасли западных регионов.

Многие промышленно развитые страны, располагая сравнительно небольшими запасами природных ресурсов и энергоносителей, концентрируют основные производственные мощности на срединных и завершающих стадиях технологического цикла: в перерабатывающей и обрабатывающей промышленности, сфере услуг, производстве конечной продукции. Этот тип технологической структуры считается прогрессивным.

В отличие от развитых, потенциал большинства развивающихся стран, напротив, сосредоточен на начальных стадиях технологического цикла: в добывающей и отраслях первичной переработки, т.е. в ресурсной сфере. Они экспортируют первичные ресурсы, энергоносители и продукты их переработки, импортируя конечную продукцию. Такой тип технологической структуры в мировой практике принято называть колониальным.

При разработке рекомендаций по совершенствованию инновационной политики, способной обеспечить технологический прорыв, на первом месте должно стоять совершенствование механизмов государственной поддержки.

В условиях ограниченности бюджетных средств на первый план выходят показатели эффективности их использования, что обуславливает необходимость совершенствования программно-целевых методов управления научно-технической сферой страны.

В целях оптимизации и повышения эффективности использования финансовых ресурсов уместно учреждение специального органа, включающего в свой состав независимых экспертов и действующего в общественных интересах.

Государственная инновационная политика в базовых отраслях должна быть направлена на ускоренное промышленное освоение отечественных и зарубежных научно-технических и технологических достижений мирового уровня, воспроизводство природных ресурсов.

В сложившейся ситуации существуют две возможные стратегии экономической политики, предопределяющие альтернативные направления будущего развития стран Содружества. Первая стратегия (или сценарий развития) состоит в продолжении политики либерализации по принципам «Вашингтонского консенсуса», применяемым для подготовки развивающихся стран и стран с переходной экономикой для свободного движения международного капитала. Результатом такой политики станет

деградация научно-производственного и интеллектуального потенциалов стран и их окончательное превращение в сырьевую периферию мирового рынка с дезинтегрированной и контролируемой извне экономикой. Другая стратегия исходит из национальных интересов и основывается на создании наиболее благоприятных условий для восстановления и развития научно-производственного потенциала и повышения благосостояния населения стран на основе активизации конкурентных преимуществ экономик государств-участников СНГ и их модернизации путем широкого внедрения современных технологий.

Таким образом, важнейшей прогрессивной тенденцией развития современной мировой экономики является ее растущая интеллектуализация на основе опережающего развития наукоемких и высокотехнологичных производств и рынков. В этой ситуации меняется характер и возрастает роль промышленной политики, которая, являясь составляющей экономической политики государства, все более подчиняется задаче выработки четкой инновационной стратегии.

Седлухо О.В.

ст. преподаватель

Хмельницкая Н.Н.

ст. преподаватель

ГУВПО «Белорусско-Российский университет»

Беларусь, г.Могилев

ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ КАК НЕОТЪЕМЛЕМЫЙ ЭЛЕМЕНТ РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ И МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Развитие Республики Беларусь, как и остальных стран-участниц Содружества Независимых Государств (СНГ), неразрывно связано с вхождением в современное мировое хозяйство, с успешным определением своего места в процессах глобализации. Очевидность этого сегодня практически не вызывает сомнения, ведь глобализация мировой экономики – это объективный процесс, всемирная стадия интернационализации экономической жизни, взаимодействие национальных хозяйств на мировом рынке.

В своей основе глобализация связана с научно-техническим прогрессом и представляет собой результат информационно-коммуникационной революции, которая стала катализатором ускорения мирохозяйственных отношений. Последние три десятилетия XX века, совпадающие с периодом ее разворачивания, были ознаменованы ростом физического объема мирового товарного экспорта почти в 4,9 раза при увеличении совокупного валового внутреннего продукта мирового экономического сообщества в 2,4 раза.

В последнюю четверть XX века человечество вступило в новую стадию своего развития – стадию построения постиндустриального общества, которое является результатом происходящей в современном мире социально-экономической революции. В основе каждой социально-экономической революции лежат свои специфические технологии, производственно-технологические системы и производственные отношения. Для постиндустриального общества эту роль, прежде всего, играют информационные технологии и компьютеризированные системы, высокие производственные технологии, являющиеся результатом новых физико-технических и химико-биологических принципов, и основанные на них инновационные технологии, инновационные системы и инновационная организация различных сфер человеческой деятельности.

Таким образом, возникает постиндустриальная экономика, фундаментом, базисом которой становится умственная сила человека, производящая интеллектуальный продукт. Основные принципиально новые особенности постиндустриальной стадии экономического развития состоят в том, что информация, знания и инновации превращаются в важнейший производственный фактор.

В связи с рассмотрением этого вопроса интерес представляют работы П.Г. Никитенко. Он пишет, что в условиях глобализации и ноосферизации («ноосфера» - «сфера разума» по В.И. Вернадскому) мирохозяйственных связей возможности государства по удовлетворению растущих потребностей общества, в первую очередь, определяются уровнем развития его научно-технического потенциала на основе планетарной системы знаний, накопленного разума – ноосферы. И в этом контексте одной из главных стратегических задач для стран с переходной экономикой является их ориентация на инновационный путь развития, то есть формирование и развитие инновационной экономики. Либерализация экономики, имевшая место в 90-е годы XX и начале XXI века, позволила сформировать основы рыночной экономики, которая, как показывает мировой опыт, является лишь первым шагом к дальнейшему, связанному непосредственно с переходом на инновационный путь, развитию.

Никитенко П.Г. пишет: «Стратегии инновационного развития нет альтернативы, и ей должны быть подчинены политика реформ и преобразований, тактика конкретных действий во всех проявлениях жизни общества и государства».

Современная постиндустриальная экономика характеризуется исключительно быстрым развитием науки и ее превращением в непосредственную производительную силу общества. Наукоемкие отрасли и высокие технологии в настоящее время играют ведущую роль в развитии экономики. В них материализуется основная часть результатов НИОКР, они определяют спрос на достижения науки и создают базу предложения материально-вещественных и информационных инноваций практически

для всех отраслей экономики. Результаты НИОКР, получаемые в высокотехнологичных отраслях, способствуют развитию других секторов национальных экономик.

Таким образом, научные исследования и разработки превратились в систему накопления и реализации новых знаний, а наука стала фактором экономического роста. Эффективное внедрение достижений науки в реальный сектор предопределяет конкурентоспособность национальной экономики.

На современном этапе развития мировой экономики инновационная деятельность во многом обуславливает уровень экономического развития страны. Освоение высоких технологий в производстве, выпуск новой конкурентоспособной продукции и завоевание рынков сбыта являются ключевыми факторами устойчивого экономического роста для большинства промышленно развитых стран.

Во второй половине XX века инновационная деятельность и прикладное использование ее результатов стали неперенными условиями осуществления расширенного воспроизводства во всех развитых странах. Активное влияние инноваций на экономическую сферу жизни общества изменило сам процесс расширенного воспроизводства, сделав его интенсивным, базирующимся на применении новых достижений науки и техники.

Изменение экономической роли инноваций в индустриально развитых странах привело к оформлению так называемой инновационной экономики, где инновационные процессы признаются в качестве ведущей движущей силы развития.

В связи с широким распространением самого понятия «инновационная экономика» перед учеными-экономистами встала важная задача его определения как экономической категории. Несмотря на то обстоятельство, что в последние годы появляются монографии, статьи, посвященные раскрытию сути данного явления, общепринятого толкования инновационной экономики как категории экономической теории еще не сложилось.

При введении понятия инновационной экономики необходимо его соотносить с другими, близкими, но не синонимичными понятиями, такими как «новая экономика» и «экономика, основанная на знаниях». По нашему мнению, эти понятия не являются тождественными, в то время как в последнее время в экономической литературе они чаще всего употребляются как таковые.

«Новая экономика» (или информационная экономика) в узком плане представляет собой совокупность экономических секторов, специализирующихся на информационных и телекоммуникационных технологиях и представленных следующими основными направлениями: производство средств программного обеспечения и сопутствующих услуг,

связанных с техническим обслуживанием; производство аппаратных средств и комплектующих; производство и обслуживание средств коммуникации. В более широком смысле под новой экономикой понимается такой принцип хозяйствования, при котором экономический рост определяется развитием информационных и телекоммуникационных технологий.

Понятие инновационной экономики часто соотносят с понятием экономики знаний, или «экономики, основанной на знаниях» (knowledge based economy), или «экономики, движимой знаниями» (knowledge driven economy). Такие экономисты как Д. Белл, М. Янг, О. Тоффлер, П. Дракер и др. полагают, что экономика знаний являет собой новую, постиндустриальную эру общественного развития, пришедшую сменить аграрную и индустриальную эпохи. Существенным отличием от экономики индустриального типа выступает то обстоятельство, что накопление богатства связывается уже не с материальными активами, а со знаниями.

Так, Н.И. Богдан под новой предлагает понимать экономику, «в которой решающую роль приобретает информация, а все большая доля продукции носит неосязаемый характер и основывается на эксплуатации идей, а не материальных продуктов».

А. Пороховский под новой экономикой понимает современные технологии, производящие компьютерное и коммуникационное оборудование с их программным обеспечением.

Л.М. Крюков дает следующее определение. «Новая экономика» – комплекс наукоемких отраслей, занятых производством и обслуживанием информационного оборудования, созданием и распространением программных продуктов, развитием коммуникационных сетей и т.п.

На наш взгляд, инновационная экономика имеет более широкий смысл, чем новая экономика или же экономика знаний. Действительно, производство компьютерной техники, телекоммуникации, микроэлектроника выступают как приоритетные высокие технологии, но в одном ряду с ними стоят роботостроение, биотехнологии, тонкая химия, оптико-волоконная техника, производство и переработка газа, космическая техника. И информация и знания действительно играют определяющую роль в повышении производительности труда, вложенного капитала, в росте конкурентоспособности как отдельных предприятий, так и национальных экономик в целом, однако основу благосостояния общества определяет производственная сфера.

По мнению И.В. Бойко, инновационная экономика – это способ реагирования на системные ограничения на пути экономического роста за счет создания, внедрения и коммерциализации новых технологий на всех уровнях принятия решений.

Следовательно, инновационная экономика может быть определена как способ хозяйствования, в основе которого лежит система экономических отношений, связанных с инновационной деятельностью, то есть с разработкой новшеств и их материализацией и коммерциализацией.

Инновационную экономику образуют все экономические субъекты, создающие инновационную стоимость, что подтверждается тем фактом, что в наиболее развитых странах мира около 80% годового прироста ВВП достигается за счет инновационного сектора.

Таким образом, современная экономика стремительно приобретает черты инновационной экономики, связанной с разработкой, внедрением и использованием новшеств, с преобразованием самого организационно-экономического механизма ведения хозяйства. На микроуровне инновации выступают в качестве материальной основы повышения эффективности производства, качества и конкурентоспособности продукции, снижения издержек. Инновационность становится неотъемлемой чертой фирм, определяющих уровень экономического развития национальной экономики. На макроуровне происходит процесс перехода от ресурсного, экстенсивного типа экономического развития к инновационному, интенсивному.

А. Гаралис, литовский ученый, дает следующее определение наукоёмкой экономике или "экономике, основанной на знаниях" – это такая экономика, в которой инновационные процессы – производство, приобретение, распространение и практическое применение знаний – превратились в главную движущую силу социально-экономического развития. Главная задача при этом состоит в росте эффективности использования знаний во всех отраслях экономики и во всех областях общественного развития.

Использованные источники:

1. Богдан, Н.И. Инновационная политика в условиях «новой экономики» / Н.И. Богдан // Организация и управление. – 2002. – №1-2. – С. 234-242.
2. Бойко, И.В. Инновационная экономика, новые возможности для России / И.В. Бойко // Открытая экономика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.opec.ru/analyze_doc.asp?d_no=43224.
3. Гаралис, А. Стратегические направления развития экономики знаний, информационного общества и аспекты психофизической самоподготовки специалистов информатики / А. Гаралис [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://edumedia.iatp.by/garalis.htm>.
4. Инновационная экономика / А.А. Дынкин [и др.], ИМЭМО. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Наука, 2004. – 352 с.
5. Краснов, А.Г. Теория инновационной экономики / А.Г. Краснов. – Чебоксары: Изд-во Чуваш. ун-та, 2001. – 294 с.
6. Никитенко, П. Сфера разума / П. Никитенко, А. Марков // Беларуская думка. – 2004. – №6. – С. 57-63.

7. Никитенко, П.Г. Инновационная деятельность и устойчивое развитие: Теория и методология / П.Г. Никитенко, А.В. Марков. – Минск: НО ООО «БПП-С», 2004. – 92 с.
8. Пороховский, А.А. «Новая экономика» активизирует роль общества и государства в общенациональном развитии / А.А. Пороховский // Проблемы теории и практики управления. – 2002. – №4. – С. 46-51.
9. Пороховский, А.А. Вектор экономического развития / А.А. Пороховский. – М.: ТЕИС, 2002. – 304 с.
10. Седлухо, О.В. Инновационная экономика. Тенденции и закономерности / В.Ф. Байнев, О.В. Седлухо // Финансы. Учет. Аудит. – 2007. – №1. – С. 15-20.

*Семенова А.А.
студент гр. СБ-11
Северо-Восточный Федеральный Университет
им.М.К Аммосова
Россия, Республика Саха(Якутия)
Г.Якутск*

СЕМЕЙНЫЕ КОНФЛИКТЫ

В каждом социуме, в соответствии с их нормами и правилами существует понятие семьи, семейных или брачных отношений. Рано или поздно за ухаживаниями молодого человека, следуют более сложные личностные отношения, которые приводят к созданию семьи. Этот новый виток в жизни каждого человека, влечет за собой множество изменений и в нем самом и в окружающих его людях. Молодой человек станет отцом, его родители дедушкой и бабушкой. Появятся новые роли, новые паттерны поведения.

И конечно, не всегда процесс перестройки сопровождается только позитивными изменениями. В процессе развития брачных отношений будут появляться различные проблемы, и наверно каждому человеку хочется, чтобы семья прошла все эти проблемы. Но сейчас такое время, когда большинство молодёжи вступают в брак, не обдумав своё решение настолько серьезно, насколько требует данный вопрос. Многие считают, что, получив паспорт, могут считать себя взрослыми и жить по своим правилам и принципам, не зависимо от родителей. Мало того, что часть из них вступает в брак, не достигнув совершеннолетия, но и делают это без согласия родителей. Прожив некоторое время, у многих из них это приводит к разводу.

С теоретической точки зрения объективно-дистантное рассмотрение брака не только задает отчужденность в подтексте, но и, извлекая на свет божий «зеркало статистики», кроме более или менее любопытных частных выводов приводит к довольно тривиальным общим выводам типа «крепок брак — крепка держава» и наоборот. А так как о

крепости державы сегодня говорить не приходится, то, хотим мы того или нет, подводим студента к выводу о том, что стоило бы переждать социальные бури, прежде чем пускаться в семейное плавание.

В психологии под конфликтом понимается обоюдное отрицательное психическое состояние двух или более людей, характеризующееся враждебностью, негативизмом в отношениях, вызванное несовместимостью их взглядов, интересов или потребностей. Конфликты бывают открытые или скрытые. Открытые конфликты принимают форму ссоры, скандала, драки и т. д. Скрытые же конфликты не имеют яркого внешнего проявления, это внутреннее недовольство, но их влияние на супружеские отношения не менее ощутимо, чем открытых. Особенности конфликтов в семье выражаются в том, что психическое состояние супругов может перейти в стрессовое, искажающее психику человека; обостряются отрицательные переживания в духовном мире человека, может наступить состояние опустошённости, при котором всё кажется безразличным.

Конфликт вызывается какой-то сложной для супругов проблемой. Конфликты специфичны для разных стадий развития семьи. Наиболее существенна роль конфликта в период формирования семьи, когда супруги только начинают приспосабливаться друг к другу. Именно на этом этапе важно определить способы и пути решения конфликтных ситуаций. На первом этапе развития семьи, когда закладывается система ценностей и формируется семейная микрокультура, важную роль играет функция досуга. С рождением ребёнка появляются новые проблемы, требующие разрешения, особое значение приобретает хозяйственно-бытовая и воспитательная функция. На этапе взросления детей, выхода супругов на пенсию отношения в семье меняются, и конфликт имеет другую почву.

*Сергеева О.С.
студент 5 курса
ВПИ (филиал) ВолгГТУ
Россия, г.Волжский*

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ

В настоящее время в мире не существует единой стандартизированной системы оценки кредитоспособности. Банки используют различные системы анализа кредитоспособности заемщика.

Существует три основных метода оценки кредитоспособности.

1. Анализ финансовых коэффициентов. Качественный анализ финансовых коэффициентов заключается в необходимости определить для каждого из них ограничения, отклонение от которых в ту или иную

сторону не является положительным моментом в деятельности организации, или такой анализ вообще невозможен в силу объективных причин.

2. Анализ денежного потока. При оценке величины денежного потока сопоставляются притоки и оттоки денежных средств заемщика за период, соответствующий периоду кредитования. На основе полученных данных может быть смоделирован денежный поток на планируемый период.

3. Анализ делового риска. Можно выделить следующие основные факторы делового риска: надежность поставщиков; сезонность поставок; длительность хранения сырья и материалов; и т.д.

Самым важным и наиболее часто используемым источником информации о кредитоспособности российские банки считают заверенную аудитором бухгалтерскую отчетность заемщика. Это объясняется тем, что бухгалтерская отчетность свидетельствует о финансово-экономическом положении предприятия и позволяет рассчитывать показатели и коэффициенты, необходимые для присвоения кредитного рейтинга.

Вместе с тем отечественным банкам, а как свидетельствуют бухгалтерские скандалы с манипулированием данными отчетности на Западе, и иностранным банкам следует более широко использовать альтернативную информацию, получаемую, например, из внешних источников. В противном случае достоверность присвоенного рейтинга ставится под сомнение.

Большое значение банки отводят кредитной истории заемщика, накопленной в данной кредитной организации. Безусловно, она служит источником надежной и достоверной информации, однако при заключении кредитного договора в первый раз не может быть использована. В этом случае банк обращается к независимым источникам информации. К сожалению, как показывает статистика, использование этого источника носит эпизодический характер.

Платежеспособность. О неплатежеспособности, как правило, свидетельствуют непокрытые убытки прошлых лет, непокрытый убыток отчетного года, краткосрочные и долгосрочные кредиты банков, просроченная краткосрочная и долгосрочная кредиторская задолженность, кредиты банков для работников, не погашенные в срок.

Имущественное положение. В рамках анализа имущественного положения заемщика проводится вертикальный и горизонтальный анализ финансовой отчетности, который позволяет составить наиболее общее представление об имевших место качественных изменениях в структуре средств и их источников, а также о динамике их изменений.

Ликвидность. Оценка ликвидности состоит в определении объемов и источников средств, используемых для покрытия различных видов активов организации. В зависимости от соотношения показателей собственных

оборотных средств и источников финансирования запасов определяется с некоторой долей условности тип текущей финансовой устойчивости заемщика: абсолютная финансовая устойчивость; нормальная финансовая устойчивость; неустойчивое финансовое положение; критическое финансовое положение.

Анализ деятельности крупнейших банков показывает, что кредитный рейтинг присваивается не всем заемщикам кредитной организации. В то время как подавляющее большинство крупных заемщиков получают кредитный рейтинг, довольно значительная доля средних и малых предприятий остается не охваченной рейтинговыми процедурами. Это может быть связано с небольшими объемами привлекаемых средств, а также с физической невозможностью банка присвоить рейтинг каждому предприятию.

В отечественной практике накоплен достаточный опыт оценки финансового положения предприятий-заемщиков. Обращение к этому опыту может быть полезным и в современных условиях, так как можно с уверенностью говорить о том факте, что определение кредитоспособности клиента носит в каждой кредитной организации индивидуальный, субъективный характер и общих рекомендаций по этому вопросу недостаточно. К сожалению, приходится констатировать, что детальный алгоритм определения рейтинга кредитоспособности является своеобразным ноу-хау конкретного банка (рейтинговой организации).

Мы не можем с уверенностью говорить о степени влияния отдельных факторов на значение рейтинга. Хотя в случае использования моделей непосредственной экспертной оценки вопрос о степени влияния факторов остается в любом случае открытым.

Методика Банка России. Важнейшим источником информации о финансовом состоянии заемщика является бухгалтерская отчетность предприятия. Кредитная организация рассчитывает следующие показатели:

- коэффициент текущей ликвидности, который характеризует обеспеченность предприятия собственными средствами и рассчитывается как соотношение оборотных активов и наиболее срочных обязательств предприятия (краткосрочные обязательства за вычетом некоторых статей баланса);

- коэффициент обеспеченности собственными средствами, который определяет наличие собственных оборотных средств, необходимых для финансовой устойчивости, и рассчитывается как соотношение разности раздела III «Капитал и резервы» и раздела I «Внеоборотные активы» и раздела II «Текущие активы»;

- стоимость чистых активов заемщика, которая не должна быть меньше величины уставного капитала предприятия.

Дополнительные требования Банка России включают в себя анализ прогноза денежного потока заемщика, планирование объема продаж и прибыли, а также анализ бизнес-плана и технико-экономическое обоснование (ТЭО) кредита. Также желательно ознакомление с кредитной историей заемщика. Кредитный рейтинг не присваивается.

Основным критерием кредитоспособности выступает финансовое состояние заемщика, анализ которого проводится по следующим направлениям:

- финансовые результаты (прибыль, убыток);
- ликвидность (платежеспособность);
- рыночная позиция (деловая активность, конкурентоспособность, устойчивая динамика положения на рынке);

Сформулированные ниже факторы позволяют выявить основные области оценки кредитоспособности заемщика рейтинговыми агентствами.

Качественные факторы:

- анализ и прогноз развития отрасли;
- технологические нововведения;
- положение предприятия;
- оценка уровня менеджмента;
- ассортимент выпускаемой продукции;
- конкуренция;
- барьеры по вступлению в отрасль;
- административное регулирование;
- диверсификация деятельности;
- структура собственности, степень зависимости;
- структура затрат.

Количественные факторы:

- показатели денежного потока;
- структура капитала предприятия (долгосрочные источники финансирования, внебалансовые обязательства);
- показатели прибыльности;
- финансовая независимость (изучаются возможные ограничения деятельности, связанные с взятыми на себя обязательствами по страхованию, полученным кредитам, облигациям).

Присвоение кредитного рейтинга в данном случае представляет собой модель непосредственной экспертной оценки, поскольку реальный вклад каждого показателя в значение рейтинга определяется по усмотрению агентства.

*Сибирякова С.Г.
студент I курса
Группа управления персоналом-12
Финансово-экономический институт
Северо-Восточный федеральный университет
Им. М.К. Аммосова
Научный руководитель:
Борисова У.С., д.социол.н.; профессор
г. Якутск*

ЭФФЕКТИВНОЕ ПРОВЕДЕНИЕ СОВЕЩАНИЙ

Актуальность – совещание при хорошем уровне подготовки и проведения является эффективным подходом управленческой деятельности, так как в основе решений, которые там принимаются по различным вопросам и проблемам лежат коллективные рекомендации и обсуждения.

Совещание – одна из самых основных форм управленческой деятельности. Во время совещания происходит обмен информацией между последователями и лидером, принимаются управленческие решения. Цель – рассмотреть процесс организации эффективного проведения совещаний.

Тот, кто собирается проводить совещание должен всегда помнить, что эффективные совещания начинаются до того, как кто-либо вошел в конференц-зал. И поэтому, каждое совещание должно иметь повестку дня и для того, чтобы все приглашенные активно участвовали в обсуждении вопросов, которые включены в нее, им надо заранее ознакомиться с ними. Для того, чтобы совещание прошло эффективно, нужно знать ряд правил: [1, с. 35]

1. Четко понимать цель совещания. Цель совещания всегда должна быть ясной и понятной.
2. Следить за результатом совещания. Отчет о совещании – тоже основной элемент совещания, о котором почти всегда забывают.
3. Обязанность руководителя. Руководитель должен, обязан, наполнить совещание смыслом.

Совещания могут быть смешанного типа, тогда для их проведения могут использоваться различные методы: [2, с. 312]

1. Определение времени начала и продолжительности совещания. Оптимальная продолжительность совещания один-два часа. Более длительное совещание менее результативно, так как, в таком случае, участники устают, их внимание и умственная деятельность ослабевают.
2. Определение круга участников. Приглашать на совещание случайных людей, которые будут играть там роль «бездельников», совершенно недопустимо и экономически неумно. Критерием отбора участника может

служить его рассудительность, компетентность и заинтересованность в обсуждаемом вопросе.

3. Подготовка помещения. Помещение, где будет проходить это мероприятие, должно быть свободным и комфортным для его участников. Ведь, если в помещении нечем дышать, накурено или тесно, эффективность обсуждения резко снижается. Стулья и кресла нужно поставить так, чтобы выступающий был виден всем.

4. Процедура проведения совещания. Ответственный за совещание должен и обязан, как радар, улавливать любые изменения интереса и внимания участников, быстро вмешиваться в ситуацию, следить за соблюдением регламента и повестки дня.

Пересекайте личные нападки участников друг на друга, скрытые под деловые выступления. Для этого попросите выступающих строго придерживаться следующих правил:

- не произносить много слов о важности того, что нужно сделать, а сразу переходить к сути вопроса;
- представляя свою точку зрения, обратить внимание на цифры и факты;
- пояснения излагать четкими и простыми, то есть понятными предложениями;
- внося предложение, обосновать его.

5. Завершение совещания. Подведение итогов. В конце совещания надо подвести итоги, озвучить принятые решения, представить ответственных, сроки вхождения в жизнь решения, промежуточные точки контроля.

Если проанализировать управленческую работу в общем, то можно выдвинуть направления, способствующие повышению ее эффективности. Одним из них является эффективное проведение деловых совещаний. Именно на эту деятельность руководитель Государственного казенного учреждения Республики Саха (Якутия) «Исполнительная дирекция по ликвидации последствий весеннего паводка и организации восстановительных работ в Республике Саха (Якутия)» тратит до 58% своего рабочего времени.

Исследуя вопрос проведения совещаний на предприятии, хочется отметить, что деловое совещание – это один из важных видов деятельности, особый фактор, влияющий на организацию режима работы коллектива. В наше время, мне кажется, что люди стали очень эгоистичными. Коллективизм – главный инструмент повышения авторитета предприятия. Как говорится «одна голова хорошо, а десять лучше».

Потребность проведения совещаний, конечно же, эффективна. Их необходимость заключается в ускорении процесса принятия решений и повышения их обоснованности, для эффективного обмена мнениями и опытом, для быстрого доведения конкретных целей до исполнения, но самое главное, для эмоционального воздействия участников совещания и,

как следствие, на весь коллектив. Как показывает опыт, деловые совещания не всегда приносят ожидаемый эффект из-за того, что многие руководители не знают технологию их организации и проведения. [3, Riastk.ru]

Деловое общение и деловой этикет определяются той обстановкой, в которой они проходят, в связи с этим, мне хочется совершенствовать процесс проведения деловых совещаний в целом, и по предприятию ГКУ РС(Я) «ИД по ЛПВП И ОВР в РС(Я)». Поскольку, совещание, понимается как способ координации работы людей – один из самых нужных видов делового общения, в том числе и для решения затруднений в области финансов, экономики, менеджмента – предлагается следующее:

1. В ГКУ РС(Я) «ИД по ЛПВП И ОВР в РС(Я)» провести курсы повышения квалификации, пригласив работников из других организаций похожего рода деятельности, то есть профессиональный обмен знаниями и опытом, поскольку, деловые совещания представляют собой вид организации труда, который действует в очень короткие сроки и имеет определенную целенаправленность, поэтому, чтобы сделать лучше организацию труда, и для того, чтобы предприятие стало конкурентоспособным, я думаю, что необходимо проводить повышение квалификации сотрудников.

2. Проводить оценку работников для того, чтобы повысить психологическую совместимость сотрудников организации, а это в конечном итоге приведет к улучшению коммуникаций и обеспечению более качественного информационного потока внутри организации. Показать себя с лучшей стороны, идти на небольшие уступки, что считается признаком хорошего тона, гибкости, этики, культуры, уважительного отношения к партнеру, и тогда последующее упорство в отстаивании своего мнения будет воспринято не как проявление упрямства, эгоизма и показа своего характера, а как вынужденный шаг.

3. Для психологического преимущества по составу групп – число участников согласовывать предварительно, уменьшать количество переговаривающихся. Так как нужно учесть то, что более многочисленные группы чаще всего не приходят к общему мнению.

4. Улучшить воспитательную и учебную задачу ведения деловых совещаний, содействовать дальнейшему повышению уровня квалификации и росту талантов сотрудников. Ведь на совещании сотрудники учатся работать в коллективе, достигать компромиссов, комплексно подходить к решению общих задач, обретать культуру общения и т.п. Почти, всем нам известно, что для некоторых работников пребывание на деловом совещании – это единственная возможность видеть и слышать руководителей высшей ступени, которым еще и дается возможность показать свой талант управленца.

5. В заключении – нужно оптимизировать ситуацию, выстроить сотрудника на эффективную работу. А это и есть добрая половина информации, внятно изложить свои мысли в конкретных действиях и перспективах ожидаемой совместной работы.

Таким образом, предприятие, его лидеры и последователи являются небольшой частью экономичности страны и всего мирового хозяйства. Руководители высшей ступени управления, должны и обязаны постоянно постигать, что предприятие живет на рынке и зависит в целом от него, и существует только благодаря работе своих сотрудников. Существование предприятия оправдывается фактом удовлетворения жизненных потребностей не только клиентов, но и своих собственных сотрудников – в достижении поставленной цели, а также улучшения качества условий работы.

Использованные источники:

1. Кейт Кинан. Проведение собраний и совещаний –М.: Эксмо, 2006. – 35 с.
2. Семенов А.К., Набоков В.И. Основы менеджмента – 5 изд., перераб. и доп. – М.: Дашков И.К., 2008. – 312 с.
3. Ria-stk.ru (дата обращения: 18.04.13)

*Сибирякова С.Г.
студент I курса*

*Группа управления персоналом-12
Финансово-экономический институт
Северо-Восточный федеральный университет
Им. М.К. Аммосова
Научный руководитель:
Борисова У.С.
д.социол.н.; профессор
г. Якутск*

МЕТОДЫ МЕНЕДЖМЕНТА

Метод – способ достижения какой-либо цели, решения конкретной задачи; совокупность приемов или операций практического или теоретического освоения (познания) действительности.

Под методами менеджмента понимают совокупность приемов и способов воздействия на объект управления для достижения поставленных организацией целей. [1, с. 42]

Широкое разнообразие частных методов и необходимость выбора менеджментом наиболее приемлемых для достижения конкретных целей требует их классификации. В качестве классификационных признаков при этом могут быть предложены: их содержание, мотивация, организационные формы и сфера применения.

В таблице приведена классификация методов менеджмента по названным признакам. [2, с. 76]

Классификационный признак	Группа методов управления
По содержанию методов управления	Экономические. Организационно-распорядительные. Социально-психологические. Правовые (юридические).
По мотивация воздействия	Материальная мотивация. Моральная мотивация. Принудительная (властная) мотивация.
По организационной форме	Единоличные (индивидуальные). Коллективные. Коллегиальные.
По сфере применения	Общие, принимаемые по всей системе управления. Локальные, принимаемые к отдельным частям системы управления.
По объекту управлений	Управление производством. Управление людьми. Управление организацией. Управление внешними связями.

Рассмотрим более подробно методы менеджмента по содержанию, которые можно разбить на 5 группы: организационные, административные, экономические, социальные и психологические. [3, Ria-stk.ru]

1. Организационные методы. Сущность их заключается в том, что перед началом любой деятельности необходимо произвести ряд действий по ее организации: выработка целей, нормативов и регламентов; создание проектов; определение методик и правил конкретных действий. Применение организационных методов изначально, создает основу действий. Они считаются пассивными и составляют базу для применения активных групп методов: административных, экономических и социально-психологических.

2. Административные методы (методы властной мотивации, «метод кнута»). Сущность их в открытом и регулируемом определенными нормами принуждении людей к какой-либо деятельности. При их применении руководитель (менеджер) берет на себя полную ответственность за результат деятельности, исполнитель же отвечает только за прямое неисполнение инструкций.

К таким методам относят: прямое административное указание, распоряжение, команды, приказы, совет, разъяснение, консультация, инструктирование, дисциплина, нормы, взыскание, поощрение. Данные методы могут быть представлены в трех формах: обязательная, согласительная, рекомендательная.

Эффективное администрирование предполагает четкое определение функций, структуры, прав и обязанностей, положения о подразделениях, трудовую дисциплину, компетенцию руководителей и специалистов.

3. Экономические методы («метод пряника»). В условиях рынка особую роль играют экономические методы. Они в отличие от административных предполагают не прямое, а косвенное воздействие на объект управления и базируются на непосредственной зависимости материальной обеспеченности человека от результатов его деятельности.

К экономическим методам относят: экономический анализ, финансовое планирование, хозяйственный расчет, формы собственности, оплата труда, материальное стимулирование, материальные санкции.

4. Социологические методы. Данные методы базируются на способах мотивации общественного воздействия на людей через «мнение коллектива». Они позволяют установить назначение и место сотрудников в коллективе, выявить лидеров и обеспечить их поддержку, связать мотивацию людей с конечными результатами производства, обеспечить эффективные коммуникации и разрешение конфликтов в коллективе. Данный метод основывается на том, что способности людей наиболее полно могут реализоваться, а производительность их труда резко повысится, если создан производственный коллектив, где существует творческая обстановка, здоровый социально-психологический климат, взаимопомощь, подчинение установленному порядку.

Выделяют следующие методы: социальное планирование, личностные качества, мораль, партнерство, соревнование, общение, переговоры, конфликт.

5. Психологические методы основываются на знании психологии человека, его внутреннего душевного мира и известны как «метод убеждения». Чтобы применять эти методы, надо знать психологические особенности отдельных групп и коллективов.

К основным элементам психологических методов относят: психологическое планирование, типы личности, темперамент, черты характера, направленность личности, интеллектуальные способности, способы психологического воздействия, поведение, чувства, эмоции, стрессы.

В работе менеджера важным является не только эффективное использование того или иного метода, а их согласование между собой, комплексное использование всех групп методов.

Использованные источники:

1. Н.Я. Сацков. Практический менеджмент. Методы и приемы деятельности руководителя – Донецк: ИКФ «Сталкер», 1998. – 42 с.
2. Филип Котлер, Бикхофф Нильс. Стратегический менеджмент по Котлеру. Лучшие приемы и методы – Альпина Паблишер, 2012. – 76 с.
3. Ria-stk.ru (дата обращения: 30.05.13)

Сидор Г.В.

преподаватель

кафедры финансов и банковского дела

Чортковский институт предпринимательства и бизнеса ТНЭУ

Украина, г. Чортков

ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРИНЦИПОВ БАНКОВСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ

В экономике кредитные отношения базируются на определенной методологической основе, где одним из важнейших элементов методологического обеспечения кредитных операций являются именно принципы кредитования, соблюдение которых в процессе организации предоставления и погашения кредитов являются необходимыми.

В экономической литературе нет единства взглядов на состав и содержание принципов кредитования. Одни авторы выделяют четыре [9], другие пять [8], остальные шесть [10] принципов современной организации кредитования.

Определение термина "принцип" подается в "Новом толковом словаре украинского языка" как "основное исходное положение, основа; особенность, положена в основу создания или осуществления чего-либо; правило, положенное в основу" [7, с.714]. В.Д. Лагутин по этому поводу отмечает, что "принципы банковского кредитования - это основные исходные положения, на которые опирается теория и практика кредитного процесса" [4, с. 45].

В системе принципов банковского кредитования особое место занимают специфические принципы, залогом эффективности которых является обязательность их соблюдения в практической реализации взаимоотношений, которые возникают между кредитором и заемщиком.

В научном плане системный подход к исследованию принципов кредитования является единственно правильным. По мнению В.С. Марцина "в системном подходе реализуется и конкретизируется научное понимание принципов кредитования как взаимосвязанной целостной совокупности определенных положений и понятий" [6, с. 18].

Подробно остановимся на оценке и рассмотрении принципов кредитного обеспечения, которые отражают сущность кредита.

Принцип срочности означает, что кредитор передает временно свободные средства, находящиеся в его распоряжении заемщику на

определенный четко оговоренный срок, который стороны должны согласовать в момент вступления в кредитные отношения. Для всех субъектов кредитных отношений имеет важное значение соблюдения принципа срочности, поскольку нарушение которого может закончиться предъявлением банком к заемщику финансовых требований.

Для кредитора своевременный возврат средств, предоставленных в ссуду является одним из существенных факторов поддержания ликвидности, для заемщика является одним из факторов влияния на возможность получения новых кредитов, а также возможность избежания уплаты повышенных процентных платежей за просроченные ссуды.

Банкам при кредитном обеспечении сельскохозяйственных предприятий не всегда правильно удается определить срок погашения кредита, который определяется исходя из продолжительности кругооборота капитала и окупаемости капиталовложений (проекта). Итак, важное значение для сельскохозяйственных товаропроизводителей имеет принцип срочности, ведь чем длиннее будет срок кредитования, тем выше риск непогашения ссуды.

Исходным в системе банковского кредитования является принцип возврата, который отмечает, что заем должен обязательно быть возвращен кредитору после его использования заемщиком.

Принцип возвращения лежит в основе организации кредитных отношений, полностью зависит от эффективной работы банка с индивидуальным заемщиком, а кредитные отношения необходимо строить так, чтобы полученная заемщиком чужая собственность в его хозяйстве осуществила круговорот и вернулась к кредитору. Если ссуда не будет возвращена потеряется экономическое содержание кредита и кредит превратится в безвозвратное финансирование.

При нарушении данного принципа кредитования предоставить новые займы будет невозможно, поскольку произойдет превращение срочной задолженности по кредитам в просроченную, а возвращены займы являются одним из ресурсов кредитного обеспечения. Как правило, новые кредиты не будут предоставляться в связи с наличием просроченных ссуд.

Субъекты, которые намерены вступить в кредитные отношения должны четко оговорить цель, на которую будут использованы кредитные средства, ведь только реализация конкретной цели (проектов, мероприятий) на которую выдан кредит, может обеспечить возможность предприятия погасить ссуду.

Целевой характер кредитного обеспечения всегда должен вызывать необходимость вложения предоставленных во временное пользование средств в конкретные хозяйственные проекты, определенные в кредитном договоре между банком и заемщиком.

Целевой характер кредита означает определение конкретных направлений применения дополнительных средств. Для

сельскохозяйственной отрасли основным данные направления являются стандартными - это заготовка семян, удобрений, кормов, горюче-смазочных материалов и прочее.

Со стороны банковского учреждения необходимо усилить контроль за целевым использованием привлеченных средств. По мнению М.Я. Демьяненко "это требование означает не возврат к тотальному контролю в старину, а соблюдение одного из требований кредитования. Большинство кредитов являются льготными, поэтому всегда будет соблазн использовать их не по целевому назначению" [2, с. 22].

В том случае, когда банк выявляет факты использования кредита не по целевому назначению он имеет право досрочно расторгнуть кредитное соглашение.

Для некоторых видов кредитов, например, потребительского, важнейшее значение заключается в источнике погашения кредита, а не целевом использовании, а предоставление банковского кредита в виде овердрафта имеет сложность контроля целевого использования кредитных ресурсов. По нашему мнению, этот принцип не является универсальным, главное чтобы ссуда была возвращена заемщиком в оговоренное время, в полной мере и с соответствующими процентами.

Принцип обеспеченности не допускает убытков от невозврата клиентом ссуды вследствие невыполнения заемщиком своих обязательств. По мнению В.С. Марцина, данный принцип означает "против задолженности по займам, которая отражается в пассиве баланса клиента-должника, должно быть определенное имущество, учитываемое в активе его баланса, или обязательство третьего лица погасить долг банку" [5, с. 20]. В учебнике "Финансы, денежное обращение, кредит" подается такая трактовка принципа обеспеченности кредита "этот принцип заключается в необходимости обеспечения защиты имущественных интересов кредитора в случае возможного нарушения заемщиком взятых на себя обязательств и находит практическое отражение в таких формах кредитования, как заем под залог или под финансовые гарантии. Особенно актуален в период общей экономической нестабильности" [10, с. 337]. В учебнике "Основы банковского дела" указано, что принцип обеспеченности кредита "применяется с целью защиты интересов банка и недопущения убытков от невозвращения долга вследствие неплатежеспособности заемщика" [11, с. 63].

Снижение риска кредитной операции является главной целью реализации данного принципа. Залог, гарантия, свидетельство страховой компании, поручительство - это реальное обеспечение погашения долгов. Как исключение, без обеспечения банковский кредит предоставляется тем заемщикам, которые имеют высокую платежеспособность, и тесные деловые связи с банковским учреждением.

В процессе кредитного обеспечения кредитор должен требовать от заемщика не только возврат основной суммы долга, но и уплаты дополнительной платы (процента, комиссии) за пользование им, т.е. кредит должен быть возвращен с соответствующей оплатой за его пользование.

На практике реализация этого принципа осуществляется с помощью такого механизма как банковский процент, где ставка банковского процента является своеобразной "ценой" кредита.

Для кредитора стимулом экономической заинтересованности предоставления средств во временное пользование является получение платы за счет которой они покрывают расходы и получают доход. Для заемщика платность ссуды тоже имеет немаловажное значение, она должна составлять лишь часть прибыли, им полученного, в случае превышения процентной ставки нормы прибыли, заемщик теряет экономический стимул к ведению своей хозяйственной деятельности. Это заставляет заемщика вкладывать привлеченные средства в эффективные проекты.

Сельскохозяйственное предприятие нуждается в установлении банком невысокого размера платы за пользование кредитными ресурсами, что обусловлено низкой доходностью деятельности сельского хозяйства по сравнению с другими отраслями экономики.

Указанные выше принципы кредитования являются общеизвестными и по ним нет дискуссий среди ученых.

Мы считаем целесообразным отметить еще принцип договорного характера, регламентирующий взаимоотношения между кредитором и заемщиком. Данный принцип до сих пор остается без внимания принципов кредитного обеспечения, несмотря на то, что между участниками кредитного соглашения в обязательном порядке оформляется кредитное соглашение.

В рыночных условиях эффективная реализация кредитных отношений требует учета интересов субъектов данных отношений, как кредитора так и заемщика. Поэтому по нашему мнению, есть необходимость в выделении еще одного принципа банковского кредитования - принципа эффективности, который не нашел своего отражения в банковской практике, в котором положено максимальное удовлетворение участников кредитных отношений в результатах своей деятельности.

Л.П. Кроливецкая [3, с. 216], Л. Рябина [8, с. 29] выделяют еще принцип дифференцированного характера кредитования. В процессе кредитного обеспечения учреждения банков дифференцируют заемщиков, т.е. используют субъективный подход к предоставлению кредитных ресурсов с целью защиты своих интересов. Это означает взвешенный подход к различным категориям потенциальных заемщиков со стороны

коммерческого банка. Кредиторы предоставляют кредитные средства лишь тем заемщикам, могут их вовремя вернуть.

Дифференциации предшествует анализ кредитоспособности должника, позволяет оценить его финансовое состояние. Некоторые банковские учреждения оценивают и рискованность цели, то есть способность заемщика заработать средства для погашения долга в процессе его текущей деятельности, что, на наш взгляд, имеет смысл.

В учебнике "Банковское дело" приведены еще такие принципы, как эффективности, опосредованности кредиту платежного оборота, рационального кредитования [1, с. 251]. Эти принципы, на наш взгляд, повторяются в выше приведенных принципах кредитования.

Полученную совокупность принципов кредитного обеспечения изображена на рис. 1.

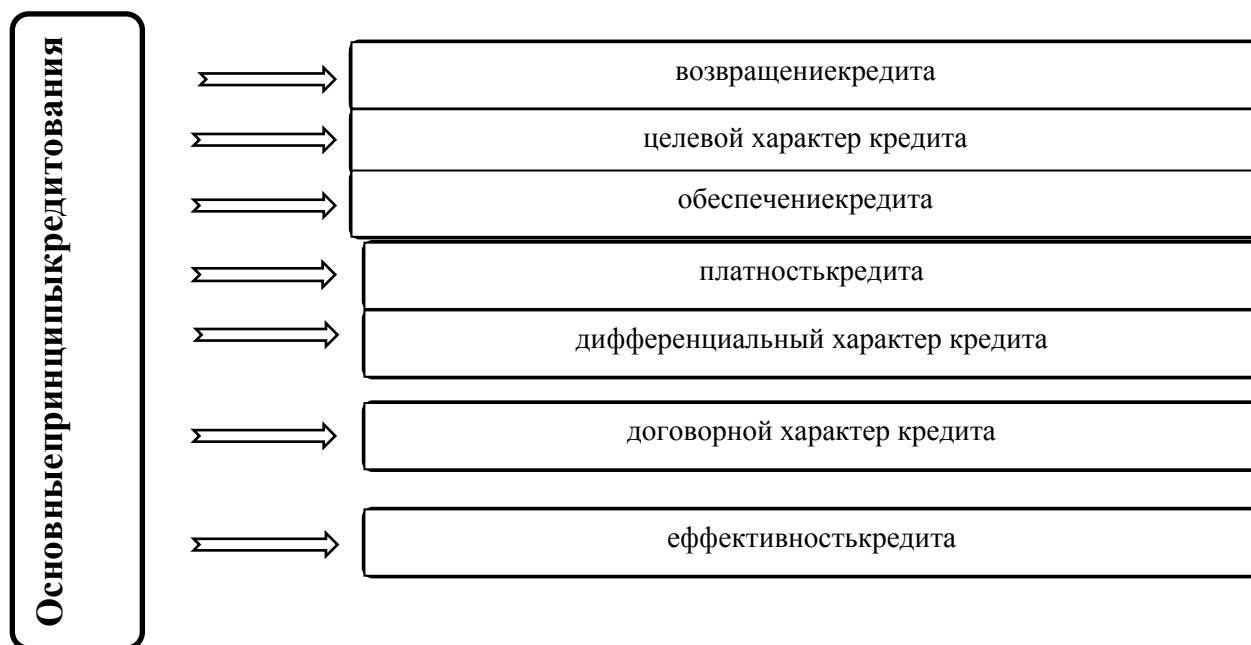


Рис. 1. Основные принципы кредитования

Подводя итог, необходимо отметить, что принципы кредитного обеспечения взаимосвязаны и вытекают из сущности кредита, поэтому ни одному из них нельзя предоставить преимущества. Именно их взаимодействие способствует эффективной организации кредитных отношений между кредитором и заемщиком.

Соблюдение на практике всех принципов банковского кредитования является обязательным для осуществления эффективной кредитной деятельности и только в комплексном их применении они могут обеспечить сбалансирование экономических интересов обоих субъектов

кредитных отношений и заинтересовать в лучшей результативности и эффективности их деятельности.

Многим видам кредита не присущи перечисленные принципы. Так например, принцип обеспеченности и целевого характера использования не применяется при предоставлении коммерческого кредита, принцип срочности и целевого использования - до вложений "до востребования".

На наш взгляд, принципы банковского кредитования не являются постоянными, т.е. неизменными, потому что развитие экономики приводит их изменение и вызывает появление новых принципов кредитного обеспечения.

Использованные источники:

1. Банковское дело: Учебник / Под ред. О.И. Лаврушина. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 672 с.
2. Дем'яненко М.Я. Кредитний механізм аграрного сектора економіки в період становлення ринкових відносин / М.Я. Дем'яненко // Економіка України. – 1999. – № 4. – С. 15-24.
3. Колесникова В.И., Кроливецкая Л.П. Банковское дело. – М.: "Финансы и статистика", 1995. – 476 с.
4. Лагутін В.Д. Кредитування: теорія і практика: Навч. посібник. – К.: Т-во "Знання", КОО, 2002. – 215 с. – (Вища освіта ХХІ століття).
5. Кредитні відносини у сучасних умовах господарювання та шляхи їх вдосконалення / В.С. Марцин // Економіка, фінанси, право. – 2009. – № 10. – С. 17-22.
6. Марцин В.С. Роль держави у формуванні сприятливої фінансово-кредитної політики в умовах економічної кризи / В.С. Марцин // Економіка, фінанси, право. – 2009. – № 4. – С. 18-22.
7. Новий тлумачний словник української мови: В 4 т. – К.: Вид. "Аконіт", 1999. – Т.3. – 875 с.
8. Рябініна Л. Теорія і практика кредитних відносин в Україні / Л. Рябініна // Вісник НБУ. – 2002. – № 1. – С. 26-29.
9. Сусіденко В. Принципи банківського кредитування: зміст і реалізація в умовах перехідної економіки / В.Г. Сусіденко // Банківська справа. – 1999. – №3. – С. 37-39.
10. Финансы, денежное обращение, кредит / Под ред. Л.А. Дробозиной. – М.: Финансы. Издательское объединение ЮНИТИ, 1997. – С. 337.

*Силаева Е.В., кандидат технических наук
доцент кафедры "Общепрофессиональные технические
дисциплины"*

*Акаева А. И.
студент 3 курса специальности "ФиК"*

*Шабаева А.А.
студент 3 курса специальности "ФиК"
Поволжский Государственный Университета Сервиса
Россия, г. Тольятти*

МЕТОДЫ СНИЖЕНИЯ ТРАВМАТИЗМА И ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЗАБОЛЕВАЕМОСТИ В САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ

В статье представлен анализ уровня производственного травматизма и профессиональной заболеваемости в Самарской области. Разработаны методы их снижения.

Ключевые слова; травматизм, экономическое развитие, условия труда, стресс, работник, работодатель, профессиональный риск.

Несмотря на целый ряд прогрессивных решений в области охраны труда, принятых в последние годы, ситуация с уровнем профессиональных заболеваний и травматизмом, в том числе со смертельным исходом, остается в нашей стране напряженной. При разработке методов снижения травматизма большое значение имеет правильное установление и выявление истинных причин, вызвавших несчастный случай. Прежде всего, это относится к организационно-техническим причинам, которые можно подразделить на следующие группы:

- нарушение норм, правил и инструкций по технике безопасности;
- плохая организация труда и рабочего места;
- неисправность оборудования или инструмента;
- нарушение технологического режима;
- отсутствие или неисправность ограждений и предохранительных приспособлений
- отсутствие или неисправность спецодежды, спецобуви, индивидуальных средств защиты.

В качестве основного объекта исследования была выбрана Самарская область. Её отличает развитые промышленность и сельское хозяйство, а также многопрофильная структура экономики, включающая наиболее проблемные позиции охраны труда отрасли. [1]

Одним из важнейших показателей состояния здоровья рабочих является профессиональная заболеваемость. В течение последних 5 лет в Самарской области было зарегистрировано 2266 случаев профессиональных заболеваний и отравлений.

Начиная с 2011 года учет профессиональной заболеваемости ведется по количеству всех впервые выявленных случаев (диагнозов) профессиональных заболеваний. Ранее учет проводился по количеству больных (человек), на которых центром профпатологии оформлялось одно извещение с указанием нескольких диагнозов профессиональных заболеваний.

Так, в 2012 году в Самарской области зарегистрировано 568 случаев профессиональных заболеваний и отравлений у 379 лиц (в 2011г. 564 случая у 364 лиц, в 2010 г. – 450 случаев у 283 лиц). [2]

Относительный показатель профессиональной заболеваемости на 10 тыс. работающих в 2012 году составил 5,1 (в 2011 году 5,7), при среднемноголетнем - 2,84.

Уровень профессиональной заболеваемости в Самарской области в 2012 году выше аналогичного показателя по РФ, равного 1,92. Самарская область занимает 1-ое место по уровню профессиональной заболеваемости среди 14 субъектов, входящих в Приволжский ФО.

В разрезе административных территорий наиболее высокие показатели профессиональной заболеваемости были зарегистрированы в г.о. Самара – 63,4% (в 2011 году – 46,7%), г.о. Отрадный – 10,6% (в 2011 году - 9,8%), Нефтегорский район – 8,0% (в 2011 году - 11,4%), г.о. Тольятти – 4,6% (в 2011 году - 10,6%) (в абсолютных цифрах: г.о. Самара – 360 случаев, г.о. Отрадный – 60 случаев, в Нефтегорском м.р. – 45 случаев, г.о.Тольятти – 26 случаев).[3]

В структуре впервые выявленных в 2012г. профессиональных заболеваний наиболее распространенными являются заболевания, связанные с воздействием физических факторов (нейросенсорная тугоухость, вегетативно-сенсорная полиневропатия рук, вибрационная болезнь) – 57,2% случаев. На втором месте - заболевания, связанные с физическими перегрузками и перенапряжением отдельных органов и систем (пояснично-крестцовая радикулопатия, моно и полинейропатии) – 28,3%, на 3-ем месте - заболевания, вызываемые воздействием промышленных аэрозолей (пневмокониоз, хронический пылевой бронхит) с удельным весом 7,1%.

95% случаев профессиональных заболеваний было зарегистрировано у лиц в возрасте 45 лет и старше. При этом в 85% случаев профессиональные заболевания регистрировались у больных со стажем работы с вредным фактором более 20 лет.

Согласно сведениям, полученным Управлением в рамках ведения социально-гигиенического мониторинга по разделу «Условия труда и профессиональная заболеваемость», число работающих во вредных условиях труда на подконтрольных Управлению объектах составило 218169 человек, в том числе женщин – 75862 (34,7%). [2]

В Самарской области продолжается тенденция снижения удельного веса объектов 3 группы, крайне неудовлетворительных в санитарно-эпидемиологическом отношении: с 30,1% в 2007 г. до 22,6% в 2012 г. Однако данный показатель остается выше среднероссийского (11,5%). Например, к объектам 3 группы относятся такие предприятия как: ОАО «Авиакор-Авиационный завод», ЗАО «Сокское Карьеро-Управление» - г.о. Самара, ЗАО «Балашейские пески» - Сызранский район, ООО «Транспорт-Отрадный 2» - г.о. Отрадный.

По данным Управления наиболее неблагоприятными (по удельному весу предприятий 3-ей группы) наиболее неблагоприятными (по удельному весу предприятий 3-ей группы) в 2012 году являлись условия труда в производстве летательных и космических аппаратов (62,5%), сельском хозяйстве (41,6%), производстве прочей неметаллической минеральной продукции (37,6%), химическом производстве (34,4%), производстве автомобилей (26,9%), строительстве (25,6%), производстве машин и оборудования (28,4%), на транспорте (20,8%).

По результатам проведенных в 2012 году Управлением мероприятий по контролю в отношении 700 предприятий Самарской области, установлено, что требования действующего санитарного законодательства в части обеспечения безопасных условий труда работающих выполняются не всегда.[2]

Так, на ряде предприятий работники подвергаются воздействию вредных факторов, таких как производственный шум, вибрация, вредные химические вещества, превышающих гигиенические нормативы. Удельный вес проб воздуха рабочей зоны с превышением ПДК на пары и газы составил – 0,9% (в 2011г. – 0,5%), на пыль и аэрозоли – 1,7% (в 2011г. – 3,5%) от общего числа исследованных проб.

В 2012г. за выявленные нарушения законодательства в области обеспечения санитарно-эпидемиологического благополучия населения составлено 886 протоколов об административном правонарушении, в т.ч. 219 - на юридических лиц. 225 материалов дел передано в судебные органы, в том числе 17 дел о приостановлении эксплуатации объектов. Вынесено административных мер воздействия (штрафов) – 661, на сумму - 2 859 700 рублей. [4]

Исходя из вышеизложенного, основными задачами на ближайший период являются:

1. Для работодателей, осуществляющих производственную деятельность на территории области:

принятие необходимых мер по обеспечению безопасных условий труда работающих в соответствии с требованиями законодательства в области обеспечения санитарно-эпидемиологического благополучия населения.

2. Для Управления Роспотребнадзора по Самарской области:

обеспечение действенного госсанэпиднадзора за объектами с наиболее неблагоприятными условиями труда и наиболее высоким уровнем профессиональной заболеваемости.

Обеспечение экономики квалифицированными кадрами, привлечение молодежи требует повышения качества и комфортности рабочих мест путем улучшения условий труда и обеспечения безопасности занятых на них работников.

Ежегодно наибольшее количество погибших в результате несчастных случаев на производстве (более 70%) наблюдается в организациях таких видов экономической деятельности, как строительство, обрабатывающие производства, сельское хозяйство, транспорт, добыча полезных ископаемых.

Вредные условия труда являются причиной большого числа профессиональных заболеваний.

Всего по данным центров профпатологий в Российской Федерации насчитывается около 160 тыс. работников, страдающих различными формами профзаболеваний. При этом численность заболевших на производстве ежегодно увеличивается на 8 тыс. человек.

Следует отметить, что ежегодно почти треть всех выявленных профессиональных заболеваний и отравлений в стране регистрируется при обращении работников за медицинской помощью, а не в ходе медосмотров. [2]

Таким образом, можно констатировать, что показатели заболеваемости в регионе обусловлены развитием экономики в регионе за счет использования устаревших технологий и оборудования. Так же есть другие причины, одной из которых является человеческий фактор. Известно, что от 70 до 90% несчастных случаев происходит из-за ошибочных действий персонала. Человеческий фактор – это очень сложная и многообразная категории, в которой значимые факторы проявляются в зависимости от постоянно меняющихся обстоятельств. В качестве таковых обычно рассматриваются состояние физического и психологического здоровья, уровни знаний, профессионализма, практических навыков и опыта, заработная плата, и другое. Работодатель, от которого непосредственно зависят условия труда, тоже оказывает определенное влияние на отдельные аспекты человеческого поведения. Это проявляется в создании благоприятной атмосфере в коллективе, установлении доверительных отношений с работниками, в условиях оплаты труда, реакциях на ошибки работников, но в причинах несчастных случаев на производстве самое серьезное значение имеет та часть проявления человеческого фактора, которая зависит непосредственно от самого работника.[3]

Главная проблема заключается в том, что крайне сложно каким-то прямыми действиями контролировать проявление человеческого фактора и

тем более управлять ими. Можно создать идеальные условия труда, т. е. сделать все, что зависит от работодателя, но, кроме производственных отношений, существуют бытовые, социальные. Они зачастую приводят к взвинченному или подавленному состоянию работника, которое не только отражается на его работе, но и оказывает негативное воздействие на окружающих. Даже если человек контролирует свое не лучшее состояние и это внешне никак не проявляется, оно обязательно скажется в действиях. В таком случае вероятность несчастного случая с получением производственных травм возрастает многократно. [1]

Реализация системного подхода к сохранению здоровья работников на производстве требует, в первую очередь, обеспечения качественного наблюдения за состоянием здоровья работников, выявления профессиональных заболеваний на ранних стадиях, когда возможно полностью восстановить трудоспособность работника.

Для качественного улучшения ситуации в области сохранения здоровья работников необходимо:

- 1) реализовать меры по совершенствованию материально-технической базы центров профпатологии, укомплектовать их необходимым оборудованием и штатами в соответствии с утвержденными стандартами;
- 2) обеспечить подготовку необходимого количества врачей-профпатологов;
- 3) создать федеральный центр профпатологии;
- 4) повысить качество проведения периодических медицинских осмотров работников путем совершенствования материально-технической базы учреждений здравоохранения и усиления контроля за соблюдением порядка проведения медосмотров;
- 5) разработать и реализовать меры, направленные на повышение доступности профпатологической помощи работников предприятий, расположенных в сельской местности, труднодоступных районах;
- 6) подготовить поправки в действующее законодательство в части наделения Министерства полномочиями по утверждению списка профессиональных заболеваний, гармонизированного с основополагающими документами Международной организации труда в данной сфере;
- 7) для объективной оценки уровня профессиональной заболеваемости, оценки эффективности функционирования службы профпатологии, начиная от момента подозрения на профессиональное заболевание до результатов лечебных и реабилитационных мероприятий, создать персонифицированный регистр лиц, страдающих профессиональными заболеваниями;
- 8) продолжить работу по совершенствованию нормативной базы в части медико-профилактического обеспечения здоровья работников, осуществить разработку и утверждение 30 стандартов оказания

медицинской помощи при основных формах профзаболеваний, установить единые критерии проведения экспертизы связи заболеваний с профессией; 9) разработать и внедрить в практику предварительных и периодических медицинских осмотров скрининговых методов и методов ранней диагностики наиболее часто встречающихся профессиональных и социально значимых заболеваний. [2]

Введение программного подхода к планированию и реализации на региональном уровне мероприятий по улучшению условий труда работников, целевых показателей и индикаторов реализации программ позволит обеспечить единый системный подход в рамках страны к улучшению условий труда, сокращению производственного травматизма работников.

Комплексное решение вышеназванных задач позволит обеспечить достижение главной цели – качественного улучшения условий труда работников, снижения показателей производственного травматизма и профессиональной заболеваемости в среднесрочной перспективе (7-10 лет) в 1,5 – 2 раза, т.е. до уровней, достигнутых в развитых странах (США, Япония).[3]

Переход к современной системе управления охраной труда, сформированной на основе оценки профессиональных рисков, предупреждения случаев повреждения здоровья работников на производстве обеспечит сохранение жизни и здоровья работников на производстве, будет способствовать улучшению демографической ситуации в стране и повышению качества трудового потенциала.

Использованные источники:

1. Ахметов А.Ф., Ибатуллин У.Г., Состояние условий труда в регионах ПФО и разработка предложений по снижению уровня травматизма с использованием механизма страхования// Безопасность жизнедеятельности. - 2012. - №6. - С.2-7
2. Михина Т.В. Сравнительная оценка состояния производственного травматизма в субъектах Российской Федерации// Охрана и экономика труда. - 2011. - № 3 (4). - С.45-51.
3. Федеральная служба по труду и занятости [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.rostrud.ru>
Охрана труда в России [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://ohranatruda.ru>

*Силаева Е.В., кандидат технических наук
доцент кафедры
"Общепрофессиональные технические дисциплины"
Демина А.В.
студент 3 курса специальности "ФиК"
Поволжский Государственный Университета Сервиса
Россия, г.Тольятти*

БЕЗОПАСНОСТЬ И ОХРАНА ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИИ И ПУТИ ИХ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

В статье представлен анализ производственного травматизма на предприятии, его причины, охрана труда на предприятии. Разработаны меры по предупреждению травматизма на предприятии.

Ключевые слова: травматизм, условия труда, работник, безопасность труда, контроль.

Вопросы безопасности и охраны труда, а также здоровья работников являются очень важными и актуальными для любого предприятия в России, в том числе для малого или среднего бизнеса. Охрана труда – это важнейший элемент социальной политики современного государства. Без соблюдения законов по охране труда, а также без модернизации мер по обеспечению безопасных условий труда на предприятиях невозможно эффективное развитие бизнеса.[2]

За прошедшие годы экономических реформ в России было принято немало усилий, направленных на улучшение условий охраны труда на предприятиях, в частности, разработано множество программ и принята масса законов, касающихся данного вопроса. Но, к сожалению, уровень нарушений охраны труда и, как следствие, производственный травматизм на предприятиях в России остается довольно высоким, по сравнению с экономически развитыми странами. [1]

По данным Росстата, коэффициент частоты несчастных случаев на малых и средних предприятиях на производстве превышает средний показатель по всем отраслям экономики, а по травматизму со смертельным исходом этот показатель в малом и среднем бизнесе превышает общероссийский в три раза. Аналитические данные об условиях труда свидетельствуют о том, что за последнее время численность работающих, занятых на работах с неблагоприятным их состоянием систематически растёт. По данным статистики каждый третий работник в стране трудится в условиях, не соответствующих гигиеническим нормативам. И это притом, что общая численность работников производственных подразделений практически не увеличивается. На конец 2012 года количество занятых в условиях, не отвечающих гигиеническим нормативам условиям труда равно 31,8 % от общей численности работников соответствующего вида экономической деятельности. [4]

Можно выделить три основные причины высокого производственного травматизма на малых и средних предприятиях в России:

- отсутствие необходимых знаний и навыков по вопросам охраны труда у директоров малых и средних предприятий и, как следствие, несоблюдение законов, касающихся охраны труда;
- нехватка или отсутствие необходимых методических и справочных материалов по вопросам охраны труда;
- недофинансирование мероприятий, связанных с охраной труда.

На предприятиях обрабатывающей промышленности и по добыче полезных ископаемых уровень воздействия вредных производственных факторов выше, по сравнению с другими отраслями. Так в 2012 году количество работающих под воздействием повышенного уровня шума по добыче полезных ископаемых составило 60,5 % от общей численности занятых в условиях, не отвечающим гигиеническим требованиям. В то время как в отрасли связи этот показатель составляет 15%. К сожалению со временем этот показатель ухудшается, в 2004 году количество работающих под воздействием повышенного уровня шума по добыче полезных ископаемых составляло 52,8 %. [3]

Также повышается уровень вибрации на предприятиях, в обрабатывающей промышленности в 2005 году он составлял 7,7%, в 2012 – 9,8%.

Что касается г.о. Тольятти, на ОАО «Автоваз» за 2012 год произошло 52 несчастных случая, из которых 37 тяжелых и 11 со смертельным исходом.

Фактические расходы на компенсации и средства индивидуальной защиты в 2012 году составили 141 300 789 рублей. Из них 63 269 400 рублей было потрачено на компенсации и СИЗ в область обрабатывающей промышленности. Большую часть компенсаций составляют оплата дополнительного отпуска и труда в повышенном размере.[5]

Несмотря на выше сказанное технологии безопасности труда на предприятии улучшаются, так как численность пострадавших при несчастных случаях на производстве имеет снижение.

Таблица 1 Производственный травматизм

	2008	2009	2010	2011	2012
Численность пострадавших при несчастных случаях на производстве, тыс. чел.					
Всего	66,1	58,3	46,1	47,1	43,6
Мужчины	47,8	41,6	32,2	33,4	30,7

Женщины	18,3	16,7	13,9	14,3	12,9

Из таблицы видно, что число мужчин пострадавших на предприятии превышает число женщин.

Изменения в положительную сторону затрагивают, например, показатель загазованности воздуха рабочей зоны в области добывающей промышленности в 2005 году был равен 14,3 % от общей численности занятых в условиях, не отвечающих гигиеническим требованиям, в то время как в 2012 году он составил 11,4%.[4]

В целях обеспечения наиболее безопасных условий труда, снижения числа случаев травматизма, а так же в целях предупреждения травматизма, на предприятиях нужно провести следующие мероприятия:

- улучшить контроль за выполнением требований и инструкций по технике безопасности;
- улучшить организацию рабочих мест, укомплектовать их технологической отметкой;
- уделить особое внимание и провести курсовое обучение по охране труда и техники безопасности с рабочими;
- провести проверку знаний техники безопасности персонала, обслуживающего электроустановки, грузоподъемные машины;
- устранить в оборудовании конструктивные недостатки, последствия которых могут привести к травмам;
- обеспечить обязательное испытание для грузоподъемных машин;
- осуществить контроль за выполнением графиков планово-предупредительного ремонта оборудования электроустановок;
- провести измерения сопротивления заземляющих устройств оборудования, изоляции электроустановок, аппаратов, электросети предприятия с оформлением документов в сроки и нормы согласно ТЭП и ПТБ.[5]

Исходя из выше сказанного можно сделать вывод, что безопасность охраны труда на предприятиях требует повышенного внимания. Несмотря на то, что есть улучшения, все же безопасность работников на предприятиях России находится на среднем уровне. В связи с этим Российскому Правительству будет полезным обратить внимание на зарубежный опыт в экономически развитых странах. В таких странах прекрасно понимают, что для достижения более высоких стандартов, улучшения производительности труда необходимо также постоянно разрабатывать и совершенствовать условия охраны труда.

Использованные источники:

1. Калинин А.В. Состояние охраны труда на предприятиях в мире // Вопросы инновационной экономики. — 2011. — № 5 (5). — с. 37-42. — <http://www.creativeconomy.ru/articles/14525/>

2. Раздорожный А.А. Охрана труда и безопасность: Учебное пособие. - М.: Издательство «Экзамен», 2010.-512с..
3. Федеральная служба по труду и занятости [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.rostrud.ru>
4. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://www.gks.ru/>
5. Охрана труда в России [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://ohranatruda.ru>

*Силаева Е.В., кандидат технических наук
доцент кафедры "Общепрофессиональные
технические дисциплины"*

Демина А.В.

студент 3 курса специальности "ФиК", Поволжский

Государственный Университета Сервиса, Россия, г.Тольятти

БЕЗОПАСНОСТЬ И ОХРАНА ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИИ И ПУТИ ИХ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

В статье представлен анализ производственного травматизма на предприятии, его причины, охрана труда на предприятии. Разработаны меры по предупреждению травматизма на предприятии.

Ключевые слова: травматизм, условия труда, работник, безопасность труда, контроль.

Вопросы безопасности и охраны труда, а также здоровья работников являются очень важными и актуальными для любого предприятия в России, в том числе для малого или среднего бизнеса. Охрана труда – это важнейший элемент социальной политики современного государства. Без соблюдения законов по охране труда, а также без модернизации мер по обеспечению безопасных условий труда на предприятиях невозможно эффективное развитие бизнеса.[2]

За прошедшие годы экономических реформ в России было принято немало усилий, направленных на улучшение условий охраны труда на предприятиях, в частности, разработано множество программ и принята масса законов, касающихся данного вопроса. Но, к сожалению, уровень нарушений охраны труда и, как следствие, производственный травматизм на предприятиях в России остается довольно высоким, по сравнению с экономически развитыми странами. [1]

По данным Росстата, коэффициент частоты несчастных случаев на малых и средних предприятиях на производстве превышает средний показатель по всем отраслям экономики, а по травматизму со смертельным исходом этот показатель в малом и среднем бизнесе превышает общероссийский в три раза. Аналитические данные об условиях труда свидетельствуют о том, что за последнее время численность работающих, занятых на работах с неблагоприятным их состоянием систематически

растёт. По данным статистики каждый третий работник в стране трудится в условиях, не соответствующих гигиеническим нормативам. И это притом, что общая численность работников производственных подразделений практически не увеличивается. На конец 2012 года количество занятых в условиях, не отвечающих гигиеническим нормативам условиям труда равно 31,8 % от общей численности работников соответствующего вида экономической деятельности. [4]

Можно выделить три основные причины высокого производственного травматизма на малых и средних предприятиях в России:

- отсутствие необходимых знаний и навыков по вопросам охраны труда у директоров малых и средних предприятий и, как следствие, несоблюдение законов, касающихся охраны труда;
- нехватка или отсутствие необходимых методических и справочных материалов по вопросам охраны труда;
- недофинансирование мероприятий, связанных с охраной труда.

На предприятиях обрабатывающей промышленности и по добыче полезных ископаемых уровень воздействия вредных производственных факторов выше, по сравнению с другими отраслями. Так в 2012 году количество работающих под воздействием повышенного уровня шума по добыче полезных ископаемых составило 60,5 % от общей численности занятых в условиях, не отвечающим гигиеническим требованиям. В то время как в отрасли связи этот показатель составляет 15%. К сожалению со временем этот показатель ухудшается, в 2004 году количество работающих под воздействием повышенного уровня шума по добыче полезных ископаемых составляло 52,8 %. [3]

Также повышается уровень вибрации на предприятиях, в обрабатывающей промышленности в 2005 году он составлял 7,7%, в 2012 – 9,8%.

Что касается г.о. Тольятти, на ОАО «Автоваз» за 2012 год произошло 52 несчастных случая, из которых 37 тяжелых и 11 со смертельным исходом.

Фактические расходы на компенсации и средства индивидуальной защиты в 2012 году составили 141 300 789 рублей. Из них 63 269 400 рублей было потрачено на компенсации и СИЗ в область обрабатывающей промышленности. Большую часть компенсаций составляют оплата дополнительного отпуска и труда в повышенном размере.[5]

Несмотря на выше сказанное технологии безопасности труда на предприятии улучшаются, так как численность пострадавших при несчастных случаях на производстве имеет снижение.

Таблица 1 Производственный травматизм

	2008	2009	2010	2011	2012
Численность пострадавших при несчастных случаях на производстве, тыс. чел.					
Всего	66,1	58,3	46,1	47,1	43,6
Мужчины	47,8	41,6	32,2	33,4	30,7
Женщины	18,3	16,7	13,9	14,3	12,9

Из таблицы видно, что число мужчин пострадавших на предприятии превышает число женщин.

Изменения в положительную сторону затрагивают, например, показатель загазованности воздуха рабочей зоны в области добывающей промышленности в 2005 году был равен 14,3 % от общей численности занятых в условиях, не отвечающих гигиеническим требованиям, в то время как в 2012 году он составил 11,4%.[4]

В целях обеспечения наиболее безопасных условий труда, снижения числа случаев травматизма, а так же в целях предупреждения травматизма, на предприятиях нужно провести следующие мероприятия:

- улучшить контроль за выполнением требований и инструкций по технике безопасности;
- улучшить организацию рабочих мест, укомплектовать их технологической отметкой;
- уделить особое внимание и провести курсовое обучение по охране труда и техники безопасности с рабочими;
- провести проверку знаний техники безопасности персонала, обслуживающего электроустановки, грузоподъемные машины;
- устранить в оборудовании конструктивные недостатки, последствия которых могут привести к травмам;
- обеспечить обязательное испытание для грузоподъемных машин;
- осуществить контроль за выполнением графиков планово-предупредительного ремонта оборудования электроустановок;
- провести измерения сопротивления заземляющих устройств оборудования, изоляции электроустановок, аппаратов, электросети предприятия с оформлением документов в сроки и нормы согласно ТЭП и ПТБ.[5]

Исходя из выше сказанного можно сделать вывод, что безопасность охраны труда на предприятиях требует повышенного внимания. Несмотря на то, что есть улучшения, все же безопасность работников на

предприятиях России находится на среднем уровне. В связи с этим Российскому Правительству будет полезным обратить внимание на зарубежный опыт в экономически развитых странах. В таких странах прекрасно понимают, что для достижения более высоких стандартов, улучшения производительности труда необходимо также постоянно разрабатывать и совершенствовать условия охраны труда.

Использованные источники:

1. Калинин А.В. Состояние охраны труда на предприятиях в мире // Вопросы инновационной экономики. — 2011. — № 5 (5). — с. 37-42. — <http://www.creativeconomy.ru/articles/14525/>
2. Раздорожный А.А. Охрана труда и безопасность: Учебное пособие. - М.: Издательство «Экзамен», 2010.-512с..
3. Федеральная служба по труду и занятости [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.rostrud.ru>
4. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.gks.ru/>
5. Охрана труда в России [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://ohranatruda.ru>

Сладков Н. А.

магистрант

Старикова С.С., к.э.н.

доцент кафедры «Финансы и кредит»

Поволжский государственный университет сервиса

РФ, г.Тольятти

НАЛОГОВЫЕ ДОХОДЫ БЮДЖЕТА РФ: АНАЛИЗ И ОЦЕНКА

Одним из важнейших инструментов государственной финансовой и экономической политики является консолидированный бюджет.

Консолидированный бюджет РФ не рассматривается и не утверждается законодательными органами. Необходимо понимать тот момент, что такой бюджет является прежде всего статистическим, характеризующий данные по доходам и расходам, источникам поступления средств и направлениям их использования по территории Российской Федерации [1].

Показатели консолидированного бюджета применяются при бюджетном планировании. В частности, при определении нормативов отчислений от регулирующих налогов в бюджеты субъектов РФ и размеров дотаций в расчет принимаются объемы консолидированных бюджетов административно-территориальных образований [4].

При анализе формирования и использования централизованного финансового фонда страны (т.е. суммы всех финансовых ресурсов, поступающих в бюджетную систему) необходимо знание показателей

консолидированного бюджета. Именно с помощью показателей консолидированного бюджета РФ можно найти степень централизации финансовых ресурсов, которые формируются в стране и отражаются в сводном финансовом балансе государства.

Исследуем динамику поступлений налоговых доходов. Для этого обратимся к таблице 1 [5].

Таблица 1.

Динамика налоговых доходов консолидированного бюджета (млрд. руб.)

Виды доходов	2009	2010	2011	2012
Всего налоговых доходов	9616,62	11600,38	14788,39	16562,92
Налог на прибыль организаций	1264,64	1 774,57	2 270,54	2 355,70
Налог на доходы физических лиц	1 665,82	1 790,50	1 995,81	2 261,48
Налог на добавленную стоимость на товары (работы, услуги), реализуемые на территории Российской Федерации	1 176,91	1 329,09	1 753,58	1 886,45
Акцизы по подакцизным товарам (продукции), производимым на территории Российской Федерации	327,41	441,36	603,88	783,64
Налог на добавленную стоимость на товары, ввозимые на территорию Российской Федерации	873,36	1 169,51	1 497,17	1 659,69
НАЛОГИ НА СОВОКУПНЫЙ ДОХОД	175,54	207,71	234,34	271,29
НАЛОГИ НА ИМУЩЕСТВО	569,69	628,24	678,03	785,49
Налог на добычу полезных ископаемых	1 053,84	1 406,31	2 042,55	2 459,40
Таможенные пошлины	2 509,41	2 853,09	3 712,49	4 099,78

Из данной таблицы видно, что общие доходы в периоде с 2009 по 2012 года имеют положительную тенденцию роста. Этот аспект свидетельствует о том, что экономика страны вышла из экономического кризиса 2008 года, т.к. размер поступлений в бюджет увеличивался из года в год.

Определим относительное отклонение налоговых доходов по годам

Таблица 2.

Относительное отклонение налоговых доходов в период 2009-2012,
%

Виды доходов	2010/2009	2011/2010	2012/2011	2012/2009
Всего налоговых доходов	20,63	27,48	12,00	
Налог на прибыль организаций	40,32	27,95	3,75	86,27
Налог на доходы физических лиц	7,48	11,47	13,31	35,76
Налог на добавленную стоимость на товары (работы, услуги), реализуемые на территории Российской Федерации	12,93	31,94	7,58	60,29
Акцизы по подакцизным товарам (продукции), производимым на территории Российской Федерации	34,80	36,82	29,77	139,35
Налог на добавленную стоимость на товары, ввозимые на территорию Российской Федерации	33,91	28,02	10,85	90,02
НАЛОГИ НА СОВОКУПНЫЙ ДОХОД	18,33	12,82	15,77	54,55
НАЛОГИ НА ИМУЩЕСТВО	10,28	7,93	15,85	37,88
Налог на добычу полезных ископаемых	33,45	45,24	20,41	133,88
Таможенные пошлины	13,70	30,12	10,43	63,38

Поступления от налога на прибыль организаций с 2009 по 2012 увеличились на 1091,06 млрд. руб. или на 86,27%. Поступления от налога на доходы физических лиц в указанный период выросли на 595,66 млрд. руб. или на 35,76%. Поступления от налога на добавленную стоимость на товары, реализуемые на территории Российской Федерации, возросли на 709,54 млрд. руб. или на 60,29%. Суммы поступлений от акцизов увеличились на 456,23 млрд. руб. или на 139,35%. Поступления от налога на добавленную стоимость на товары, ввозимые на территорию Российской Федерации, возросли на 786,23 млрд. руб. или на 90,02%. Поступления от налога на совокупный доход увеличились на 95,75 млрд. руб. или на 54,55%. Доходы от налога на имущество возросли на 215,8 млрд. руб. или на 37,88%. От налога на добычу полезных ископаемых в бюджет поступило больше на 1405,56 млрд. руб. или на 133,38%. Поступления от таможенных пошлин выросли на 1590,37 млрд. руб. или на 63,38%. Таким образом можно сделать вывод, что все статьи налоговых доходов в периоде с 2009 по 2012 год имели тенденцию роста.

Для более детального анализа налоговых доходов рассмотрим таблицу удельного веса доходов консолидированного бюджета (таблица 2).

Таблица 3.

Структура доходов консолидированного бюджета за 2009-2012, %

Виды доходов	2009	2010	2011	2012
Всего налоговых доходов	9616,62	11600,38	14788,39	16562,92
Налог на прибыль организаций	13,15	15,30	15,35	14,22
Налог на доходы физических лиц	17,32	15,43	13,50	13,65
Налог на добавленную стоимость на товары (работы, услуги), реализуемые на территории Российской Федерации	12,24	11,46	11,86	11,39
Акцизы по подакцизным товарам (продукции), производимым на территории Российской Федерации	3,40	9,80	4,08	4,73
Налог на добавленную стоимость на товары, ввозимые на территорию Российской Федерации	9,08	10,08	10,12	10,02
НАЛОГИ НА СОВОКУПНЫЙ ДОХОД	1,83	1,79	1,58	1,64
НАЛОГИ НА ИМУЩЕСТВО	5,92	5,42	4,59	4,74
Налог на добычу полезных ископаемых	10,96	12,12	13,81	14,85
Таможенные пошлины	26,09	24,59	25,10	24,75

Из данных представленной таблицы видно, что наибольший удельный вес в общем объеме доходов имеют таможенные пошлины. Удельный вес налогового дохода имеет более 20% от общего объема доходов. Наименьший удельный вес имеют акцизы по подакцизным товарам (продукции), производимым на территории Российской Федерации, доля данного дохода колеблется около 3-4%. Лишь в 2010 году неналоговые доходы составили 9,8% от общего объема доходов.

Максимальный удельный вес в 2009 году у таможенных пошлин 26,09%. Минимальный удельный вес в 2010 году у неналоговых доходов 24,59%.

Для полной представления динамики поступлений налоговых доходов построим диаграмму исполнения консолидированного бюджета РФ по доходам [5].

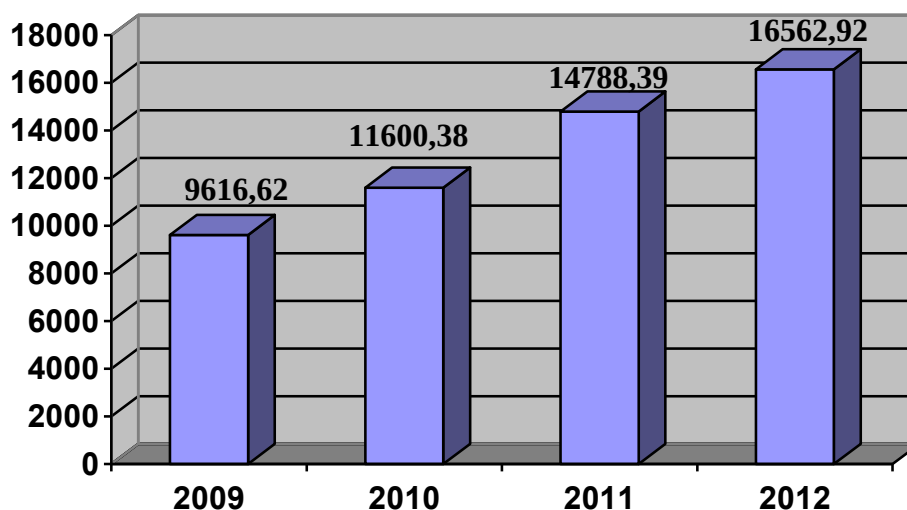


Рисунок 1. Исполнение консолидированного бюджета РФ по доходам, млрд. руб.

Из представленного рисунка 1 видно и подтверждается тот момент, что в периоде с 2009 года по 2012 происходило постоянное возрастание уровня налоговых доходов.

Таким образом, можно утверждать, что в целом картина сложилась благоприятная и можно сделать вывод, что на протяжении 2009-2012 гг. налоговые доходы консолидированного бюджета росли из года в год.

Но не всё так хорошо, как кажется на первый взгляд. Существует важная проблема, как недополучение доходов в консолидированный бюджет. Во многом это связано с уклонением как организаций так и физических лиц от полной уплаты налогов. Т.е. организации укрывают полученные доходы, а физические лица получают зарплату в «конвертах». Тем самым до бюджета не доходят огромные денежные средства. Как с этим бороться? Необходимо выбрать правильные и чётко сформулированные направления по развитию налоговой системы, которые способствовали минимизации проявления такого рода проблем. Вот какие меры планируется в период 2013-2015 гг. государством в рамках развития налоговой системы.

В рамках налога на прибыль планируется:

1) упростить налоговый учет и сблизить его с бухгалтерским учетом.

В частности, заменить декларации по налогу на прибыль за отчетные периоды упрощенными расчетами по авансовым платежам. А также

отменить особые правила определения некоторых показателей в налоговом учете, если применение этих правил нецелесообразно;

2) изменить порядок восстановления амортизационной премии. Восстанавливать ее нужно будет, только если ОС, к которому она была применена, продано (ранее чем по истечении 5 лет с момента ввода в эксплуатацию) взаимозависимому лицу;

3) исключить из перечня необлагаемых доходов недавно включенные туда доходы в виде имущества или прав, переданных организации ее участниками в целях увеличения ее чистых активов;

4) уточнить понятие агрессивной среды, чтобы сузить сферу применения повышающего коэффициента амортизации.

По налогу на имущество организаций предполагаются следующие мероприятия:

1) освободить от налогообложения движимое имущество (машины, оборудование и др.);

2) перейти к определению налоговой базы исходя из кадастровой, а не остаточной стоимости имущества;

3) поэтапно в течение 7 лет отменить некоторые крупные льготы (например, в отношении железнодорожных путей общего пользования, магистральных трубопроводов, линий электропередачи и т.п.).

Налог на доходы физических лиц:

1) ограничить перечень не облагаемых НДФЛ компенсаций и пособий в целях устранения его неоднозначного и расширительного толкования;

2) освободить от налогообложения некоторые социально значимые доходы, например в виде:

- стоимости медицинских услуг, оплачиваемых за своих работников работодателями на «доходно-расходной» УСНО или ЕСХН;
- единовременных выплат безработным в рамках программы по содействию самозанятости;
- субсидий фермерам из бюджетов различного уровня;
- земли, бесплатно предоставляемой многодетным семьям.

Что касается транспортного налога, тут планируются следующие мероприятия:

1) ограничить перечень не облагаемых НДФЛ компенсаций и пособий в целях устранения его неоднозначного и расширительного толкования;

2) освободить от налогообложения некоторые социально значимые доходы, например в виде:

- стоимости медицинских услуг, оплачиваемых за своих работников работодателями на «доходно-расходной» УСНО или ЕСХН;
- единовременных выплат безработным в рамках программы по содействию самозанятости;

- субсидий фермерам из бюджетов различного уровня;
- земли, бесплатно предоставляемой многодетным семьям.

Специальные налоговые режимы:

- 1) ввести новый спецрежим для предпринимателей с 2013 г. - патентную систему налогообложения;
- 2) сделать с 2013 г. спецрежим в виде ЕНВД добровольным и постепенно отменить его к 2018 г.;
- 3) упростить переход на спецрежимы;
- 4) освободить спецрежимников от обязанности вести бухучет.

Таким образом, вы достижение указанные направлений в конечном итоге позволит стабилизировать российскую налоговую систему.

Консолидированный бюджет РФ регулирует многие аспекты жизни государства. В общем можно сказать, что с ним связаны многие процессы которые происходят внутри государства [3].

Устойчивость всех каналов бюджетного финансирования, построение гармоничной системы бюджетных отношении на всей территории Российской Федерации является важнейшим требованием и условием политической и экономической стабильности государства. В реализации этой задачи особое место занимает консолидированный бюджет РФ.

Использованные источники:

1. Бюджетный кодекс РФ от 31.07.1998 N 145-ФЗ.
2. Налоговый кодекс РФ, часть первая и вторая от 31.07.1998 N 146-ФЗ.
3. Александров И. М. Бюджетная система Российской Федерации. – М.: «Дашков и Ко», 2007.
4. Литовских А.М., Шевченко И.К. Финансы, денежное обращение и кредит: Учебное пособие. - Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2008. - 135 с.
5. www.info.minfin.ru/ сайт: Министерства финансов РФ

Слугина Ю.В.

студент 5 курса экономического факультета

Кидяева И.А.

студент 5 курса экономического факультета

Мордовский государственный университет имени Н.П. Огарёва

г. Саранск

ФИНАНСИРОВАНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ В ФИННО-УГОРСКИХ СТРАНАХ

В данной статье рассмотрены особенности финансирования образования в финно-угорских странах, проанализирован контингент учащихся по учреждениям образования, а также ВВП на душу населения и доля государственных расходов на образование в Финляндии, Карелии и Мордовии, подробно изучена структура государственного бюджета Финляндии, в частности статья «Расходы на образование».

Система образования в Финляндии, Карелии и других финно-угорских странах основывается на Международной системе классификации образования по ступеням (МСКО). В соответствии с данной классификацией система образования выглядит следующим образом:

- 0 ступень, включает воспитание детей в детских садах;
- на 1 и 2 ступени, осуществляется обеспечение стандартных элементов образования;
- 3 и 4 ступени, осуществляемое в средних и старших классах в средних школах, профессиональных школах и предполагает общую или специальную подготовку.
- 5 и 6 ступени, характерны для университетов, колледжей, высших профессиональных школах.

На рисунке 1 приведена структура системы образования в Финляндии. В отличие от России, где среднее образование включает 11 лет обучения в Финляндии на 1 год больше – 12 лет, предполагающее 3 года обучения на 3 и 4 ступени, а именно в гимназиях профессиональных училищах. Политехникумы обеспечивают высшее профессиональное образование по системе бакалавриата.

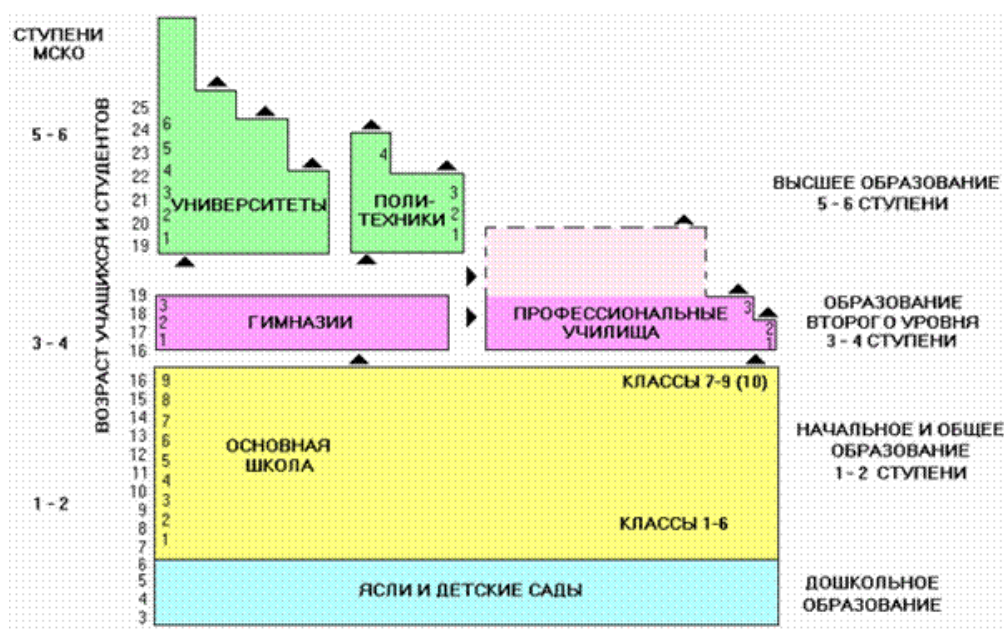


Рисунок 1 – Структура образования в Финляндии.

В таблице 1 показано деление студенческого и учащегося контингента по образовательным учреждениям Финляндии. Можно сказать, что учащиеся распределены между гимназиями и профессиональными училищами на 3-4 ступени образования в пропорции

45-55% с большим приемом, а также выпуском, из профессиональных училищ. Поэтому прием и выпуск на 5-6 ступени высшего образования больше в политехниках, чем в университетах. Соотношение преподаватель:студент/ученик для Финляндии на уровне школы составляет 1:15, на уровне гимназии 1:18, на уровне профтехучилища 1:11, на уровне высшего образования в политехниках 1:28, в университетах 1:20.

Таблица 1– Статистические показатели системы образования Финляндии.

2012 год	Степень обучения				
	1-2	3-4		5-6	
	основная школа	гимназии	профессиональные училища и колледжи	политехники	университеты
Образовательные учреждения	4046	465	358	53	44
Студенты, всего	603 531	140 032	169 884	124 022	167 800
Выпуск/прием		(выпуск)	(прием)	(прием)	(прием)
Преподаватели	44 211	7 011	15 233	4 334	7 690

По данным рисунка 2 можно проанализировать ВВП на душу населения, и долю государственных расходов на образование в финно-угорских странах. Для Финляндии, Карелии и России ВВП базируется на уровне 24-33 тыс.руб. долларов на душу населения, а государственные расходы составляют 13%. Доля расходов на образование колеблется от 4 до 7% от ВВП.

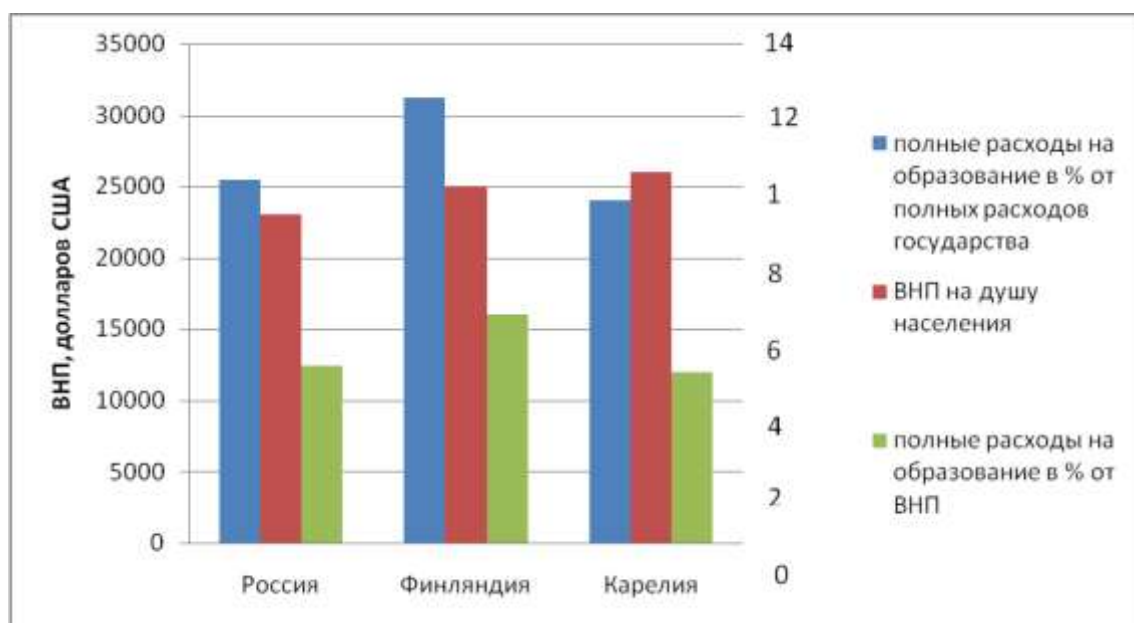


Рисунок 2 – Валовой национальный продукт и расходы государства на образование в финно-угорских странах за 2012 год.

Необходимо подробнее изучить структуру государственного бюджета Финляндии за 2012 год и статью «Расходы на образование» в данном бюджете. Общие расходы бюджета составили 5475877 тыс. евро, из них 5 975 млн. евро или 16,1% на образования. В Финляндии финансирование образования осуществляет Министерство образования. Структура данных расходов приведена на рисунке 3. Следует сказать, что в Финляндии на финансирование высшего образования тратится около 23,5 % государственных расходов, на общее среднее – 33,4% , тогда как в Карелии на высшее и среднее образование приходится 60,1%.

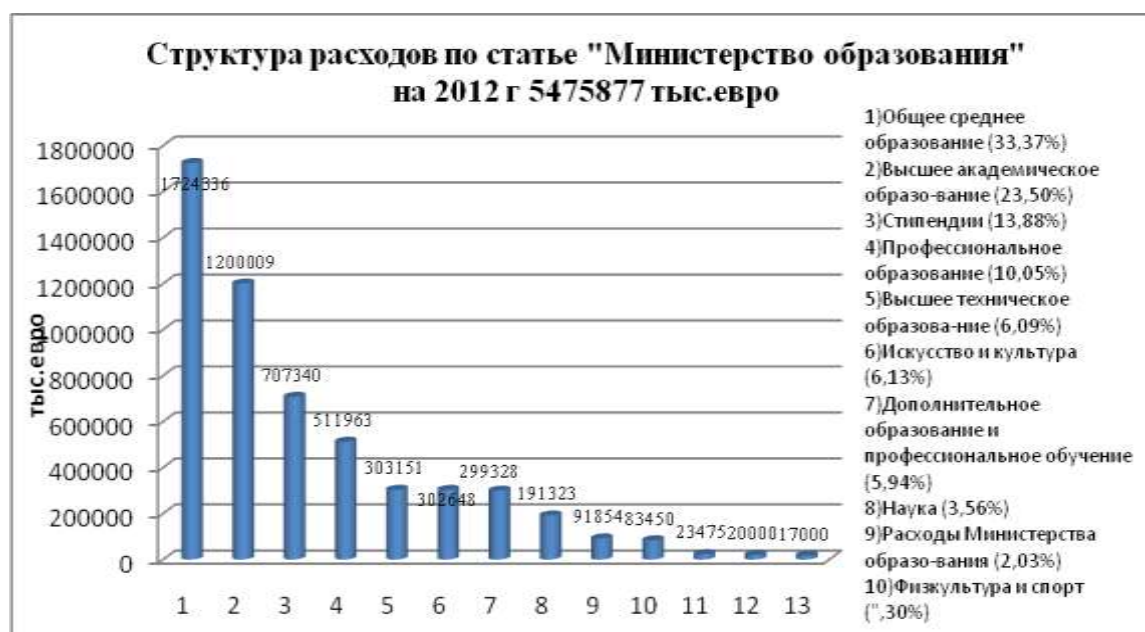


Рисунок 3 – Структура расходов бюджета Финляндии по статье «Образование».

Если для одного ученика или студента эти расходы в данной стране в школе составляют 6,3 тыс. евро, а профессиональном училище – 6,6 тыс. евро, то университете – 9,3 тыс. евро. В таблице 2 приведены данные по Финляндии и другим финно-угорским странам в 2012 году. Видно, что разграничение по уровням образования максимальна в Карелии и Удмуртии.

Таблица 2 – Расходы на 1 студента или ученика (в долларах США).

Страна	Степень обучения		
	1-2	3-4	5-6
Финляндия	5 579	5 863	8 144
Марий-Эл	7 819	7 628	12 096

Удмуртия	6 077	5 911	14 222
Карелия	6 582	8 157	19 220

Соотношение групп по областям обучения в Карелии и иных странах финно-угрии, осуществляется путем сравнения категории студентов вузов Карелии и Финляндии в 2011/2012 учебном году с выпуском из вузов Карелии в 2012 году (рис. 4).

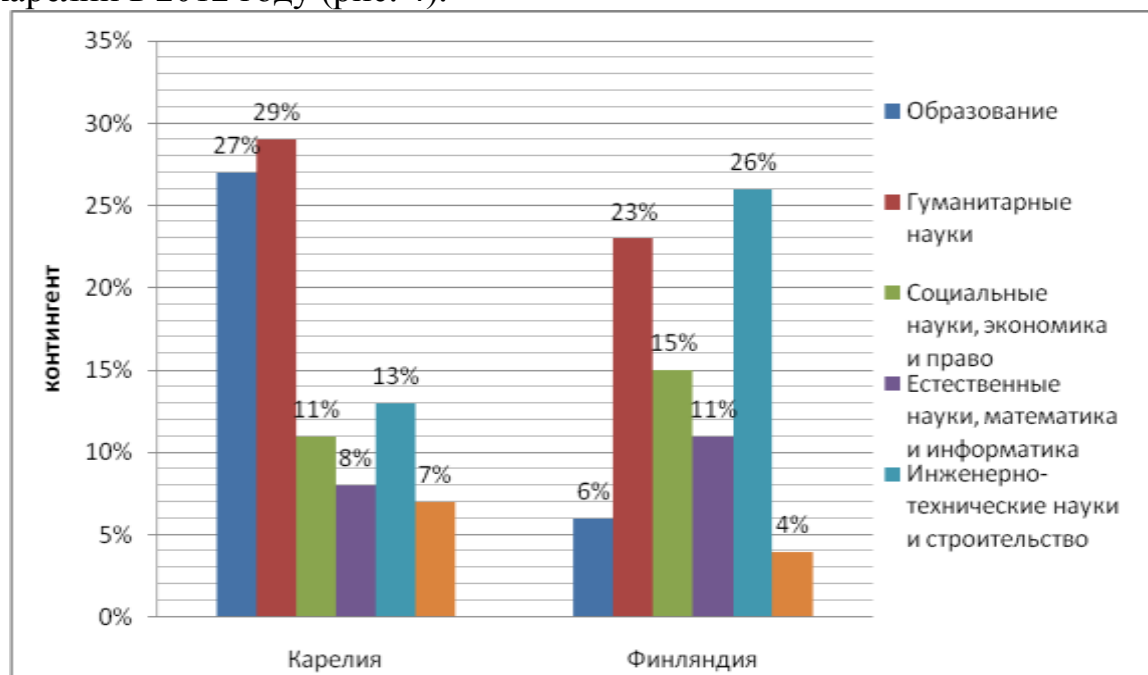


Рисунок 4 –Категория студентов по областям обучения в Карелии и других финно-угорских странах.

Как видно из диаграммы, в высшем образовании Карелии наибольшую долю составляют специальности группы «Образование». Несмотря на то, что в эту же группу входят те науки, которые в других странах являются «гуманитарными», в сумме это превышает долю категории студентов по таким же специальностям в финно-угорских странах. Также для Карелии характерно большая доля обучения студентов в области права. Это можно объяснить стремлением усовершенствовать рынок специалистами этой области.

На основе произведенного анализа финансирования образования в финно-угорских странах можно сделать следующие выводы:

- Система образования финно-угорских стран основывается на Международной классификации образования по ступеням (0 – 6 ступени).
- В отличие от России, где среднее образование включает 11 лет обучения в Финляндии на 1 год больше – 12 лет.
- Для Финляндии, Карелии и России ВВП базируется на уровне 24-33 тыс.руб. долларов на душу населения, а государственные расходы

составляют 13%. Доля расходов на образование колеблется от 4 до 7% от ВВП.

– Расходы бюджета на финансирование образования с каждым годом растут. В 2012 году в Финляндии на образование было выделено 5 975 млн. евро или 16,1%. Следует сказать, что в Финляндии на финансирование высшего образования тратится около 23,5 % государственных расходов, на общее среднее – 33,4% , тогда как в Карелии на высшее и среднее образование приходится 60,1%.

– Для одного ученика или студента расходы по статье «Образование» в финно-угорских странах в школе составляют 6,3 тыс. евро, а профессиональном училище – 6,6 тыс. евро, то университете – 9,3 тыс. евро.

Использованные источники:

1. Закон РФ «об образовании» от 10 июля 1992 г. N 3266-1 [Электронный ресурс]: с изм. и доп.// Гарант [Сайт справочно-правовой системы]- Режим доступа: <http://www.garant.ru>.
2. Официальный сайт Министерства образования Республики Мордовия [Электронный ресурс] – режим доступа: <http://mo.edurm.ru>.
3. Официальный сайт Министерства образования и науки Республики Финляндии [Электронный ресурс] – режим доступа: <http://minobr.finland's.ru>.
4. Официальный сайт Министерства образования и науки Республики Карелия [Электронный ресурс] – режим доступа: <http://minedu.karelia.ru/map.php>.

Старикова М.С.
студент

институт экономики управления и права
Иркутский государственный технический университет
Иркутск, Россия

МЕСТО РОССИИ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Место России среди других стран мира. Обычно этот показатель явно занижается, так как используются оценки нашего ВВП в долларах по официальному валютному курсу. Между тем, адекватную картину можно составить только исходя из паритета покупательной способности (ППС) рубля и доллара. На базе такого подхода объем ВВП Российской Федерации, например, в 2006 году оказывается равным не 600–800 млрд дол., как получается по официальному курсу, а 1,5 трлн долларов.

Начиная с 1968-го, ООН осуществляет Проект международных сопоставлений (ПМС), в соответствии с которым объемы ВВП разных стран мира сравниваются по ППС. Советский Союз в течение долгих лет отказывался принимать участие в этой программе, а взамен Москва предоставляла собственные, причем завышенные, показатели

национального дохода и ряда других параметров экономического развития в долларах. СССР присоединился к Проекту международных сопоставлений лишь в 1990-м, незадолго до своего распада. Российская Федерация была включена в ПМС ООН за 1993 год и впоследствии стала постоянной участницей этой программы, снабжая ее всеми необходимыми базовыми данными. Для расчета ППС за 1999-й в рамках проекта Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) и Евростата Россия предоставила информацию о ценах почти на 3 тысячи товаров и услуг, сформировав тем самым «корзину» для сравнения своего ВВП с другими странами в долларах. Подобные же расчеты были произведены за 1996, 1999 и 2002 годы с расширяющимся числом базовых данных по ценам на сравнимые товары и услуги – компоненты ВВП.

ВВП России в 2003 году составлял более 1,3 трлн дол. и наша страна занимала 10-е место в мире, отставая от США и Западной Европы примерно в 8 раз, от Китая – в 5 раз, от Японии – почти в 3 раза, от Индии – в 2,3 раза, от Великобритании, Италии и Франции – в 1,2 раза, от Бразилии – на 4 %.

По ВВП в расчете на душу населения мы отставали от США в 4 раза, от Западной Европы – в 3 раза, от Канады и Японии – в 3,1–3,3 раза, от Германии – в 3 раза, от Великобритании, Италии и Франции – менее чем в 3 раза, но Мексику опережали на 18 %, Бразилию – на 22 %, Китай – в 1,8 раза, Индию – в 3,2 раза. По общему объему своего ВВП Россия вплотную стоит за Бразилией, и не исключено, что в ближайшие годы мы превзойдем эту страну по данному показателю. Но самое главное – Россия заметно приблизилась к уровню Великобритании, Италии и Франции, отставая от них теперь уже в пределах всего лишь 20 %. Однако в последнее время, а именно с начала года экономика России вошла в фазу резкого замедления темпов роста. Рост ВВП оставил всего 1 % г/г в 1 квартале 2013, против 2% роста в 4 квартале 2012 года и 3,4 % г/г в целом за прошлый год. Обращают на себя внимание сильные позиции КНР. Китайский ВВП превышает уже 60 % от ВВП США, а ВВП Японии составляет сегодня лишь около половины ВВП Китая.

Обратимся теперь к промышленному производств. По объему промышленного производства Россия – 6-я в мире (немногим более 20 % от уровня США); это гораздо более высокая позиция, чем по показателю ВВП. В Европе мы занимаем второе место после Германии, опережая, Великобританию, Италию и Францию. Канаду мы превосходим практически вдвое. Сказывается наличие у нас мощной добывающей промышленности и военно-промышленного комплекса. Что касается производительности труда, то по этому показателю Россия отстает от США практически в 5 раз, от Канады – в 4 раза, от основных стран Западной Европы и Японии – примерно в 3,5–3,7 раза, от Мексики – на 36 %, от Бразилии – на 14 %. Зато мы вдвое превосходим Китай и почти втрое

– Индию. Теперь рассмотрим по доходам населения. В 2003 году доходы населения составляли в России в среднедушевом выражении 4 690 дол., то есть 95 % от среднемирового уровня. Личные доходы в расчете на душу населения в России равнялись 17,9 % от уровня США, 28,8 % от уровня Германии, 29,7 % от уровня Японии и 211,7 % от уровня Китая.

Такова статистическая, чисто количественная характеристика места России в мировой экономике конца XX – начала XXI века.

Россия как страна незавершенных реформ. Экономический рост в России в настоящее время носит экстенсивный характер и происходит прежде всего за счет традиционной неконкурентоспособной продукции. Россия почти не производит современной и высококачественной конкурентоспособной продукции массового спроса гражданского, т.е. невоенного, назначения. Более того, в отличие от новых индустриальных стран и таких крупных развивающихся стран, как Бразилия, Индия и тем более Китай, Россия пока не сумела пробиться на широкий мировой рынок, занять собственные надежные ниши по поставкам готовой, а не сырьевой промышленной и сельскохозяйственной продукции. Россия остается также и страной не доведенных до конца реформ. Большинство неудач в сфере российской экономики и ее реформирования было обусловлено слабостью институтов власти, отсутствием необходимой политической воли к созданию истинно эффективной рыночной экономики и формированию демократического строя. Нельзя не сказать и о том, что на Западе часто называют «российской ментальной инвалидностью», – об отсутствии четкости и определенности в общественном сознании. Еще не став прочно на путь рыночных реформ и последовательной демократизации, Россия боится «оранжевых» и иных революций, «тлетворного» влияния Запада и часто избирает путь изоляционизма, неприятия ценностей глобализации и европеизации. В этом отношении характерны оценки известного немецкого политического деятеля Отто Ламбсдорффа: «Российское общество само не решило, чего оно хочет, по какому пути желает идти. Так, сегодня в России существуют рядом друг с другом как самые прогрессивные, так и реакционнейшие тенденции, рыночное хозяйство и государственная экономика, свобода и авторитаризм, прогресс и реакция.

Используя старую терминологию, можно было бы сказать: в России в настоящее время царит единство противоположностей».

В связи с этим РФ и ее экономику ожидает немало трудностей, смут и неопределенностей. Наиболее опасные из них могут быть связаны с обострением социального недовольства, а также с территориальными проблемами. Но в принципе у России есть все предпосылки не только для экономического роста, но и для экономического и социального процветания. И, прежде всего это колоссальные людские, технологические, производственные и природные ресурсы:

предприимчивые и образованные люди нового поколения, научно-технический потенциал в виде большой армии ученых, многочисленных НИИ и КБ, внушительного военно-промышленного комплекса, станочного парка и т. д. К этому следует также добавить финансовые ресурсы и проявленную в последние годы политическую волю к возрождению России.

Прогноз экономического развития России. В перспективе до 2015 года можно ожидать достаточно нормального и качественно улучшенного роста ВВП и промышленного производства. При этом среднегодовой темп роста ВВП до 2015-го составит, скорее всего, порядка 5 %, промышленного производства – несколько меньше (4 %). Некоторое отставание темпа роста промышленности от темпов роста ВВП характерно для стран, находящихся на постиндустриальной стадии развития экономики. Есть основания полагать, что в экономике России уже начался процесс перехода к постиндустриальной стадии. Помимо роста капиталовложений, который сейчас опережает рост ВВП, со временем должны заработать такие факторы, как ускорение научно-технического прогресса, широкомасштабная предпринимательская инициатива, форсированный экспорт готовых изделий, прежде всего продукции машиностроения. Мы знаем, что в своей программе экономического развития до 2008-го правительство уже и среднегодовой темп роста ВВП на уровне почти 6 %. Если согласно программы экономического развития правительство стремится к увеличению ВВП на уровне почти 6%, то данный сценарий может быть реализован, « если до 2015 года удастся избежать катастроф, подобных дефолту августа 1998-го, если в стране продолжатся рыночные экономические реформы, если будет осуществляться и впредь модернизация ее экономики и производственного аппарата. В противном случае темпы экономического роста неизбежно снизятся или же примут еще более некачественный, мобилизационный характер, и тогда вопрос о месте России в мировой экономике приобретет совсем иной смысл и перейдет в иную плоскость.»

Существует два варианта возможной государственной экономической политики на перспективу до 2015 года. Во-первых, частичный возврат к авторитарным методам прямого государственного воздействия на развитие экономики с использованием рыночных механизмов, экономических рычагов и стимулов на базе уже созданных элементов рыночной инфраструктуры. Во-вторых, более решительное и настойчивое продолжение ранее начатых рыночных реформ с признанием допущенных ошибок, их исправлением и корректировкой рыночного курса, дальнейшим сотрудничеством с передовыми странами Запада, упором на ценности правового государства и гражданского общества.

Второй, наиболее предпочтительный вариант связан с необходимостью обеспечить современную законодательную базу и

поместить экономический рост в рамки правового государства и гражданского общества. Важно, чтобы не мешали бюрократы-чиновники, которые вмешиваются в естественный процесс конкурентной хозяйственной деятельности в корыстных интересах, и осуществить давно назревшую административную реформу в целях оздоровления всего общества, что наглядно подтвердили данный процесс недавно нашумевшие коррупционные скандалы. Не менее существенно сохранить приверженность демократии и нормальному взаимодействию рыночных и демократических институтов и в основу экономического развития страны положить конкурентоспособность и широкий поток инноваций.

Данный прогноз позволяет предположить, как наша экономика будет выглядеть относительно экономик других стран. Так, в США долгосрочные, или «исторические», среднегодовые показатели темпов роста ВВП равняются примерно 2,7 %. Однако в 1990-е экономика Соединенных Штатов демонстрировала более высокие темпы, составлявшие порядка 4 % в среднем в год (вторая половина этого десятилетия), хотя в 2001–2003 годах эти темпы заметно снизились. Можно предположить, что на перспективу до 2015-го среднегодовой прирост ВВП США будет равен не менее 2,8 %. Поскольку темпы роста американской промышленности обычно составляют чуть более 70 % темпов роста ВВП, для промышленности США можно принять на перспективу среднегодовой прирост в размере 2 %.

В Германии долгосрочный ретроспективный среднегодовой прирост ВВП был не ниже, а выше, чем в Соединенных Штатах. Однако, начиная с 1970-х годов она стала отставать от США по темпам развития своей экономики. Последнее четко проявилось в 1990-е и особенно в самые последние годы, когда германская экономика под влиянием ряда внутренних факторов оказалась чуть ли не самой больной среди стран – членов ЕС. На перспективу до 2015 года можно принять для Германии среднегодовой темп роста ВВП в размере до 2,6 %, промышленного производства – 1,8 %.

Во Франции долгосрочный «исторический» темп роста ВВП был ниже, чем в Германии и Соединенных Штатах. В последние годы, однако, Франции удалось несколько приблизиться к США по динамике этого показателя. Вместе с тем на перспективу до 2015-го, как мне представляется, вряд ли целесообразно исходить для этой страны из среднегодовых темпов роста ВВП и промышленности, превышающих соответственно 2,5 % и 1,2 %.

Весьма необычные и интересные вещи происходят с показателями экономического роста Великобритании. В течение многих десятилетий ее экономика развивалась заметно медленнее экономик других ведущих капиталистических стран. В Европе даже появился термин «английская болезнь». Однако после либеральных реформ Маргарет Тэтчер страна

заметно ускорила свой экономический рост, и в 1980-е годы среднегодовой прирост ВВП Великобритании (2,7%) был выше, чем в Германии, Франции и США. В последние годы темпы роста экономики Великобритании замедлились и были ниже, нежели в Соединенных Штатах, но выше, чем в Германии, Италии, Франции и Японии. В западной прессе стали всерьез рассматривать перспективы того, что Великобритания обгонит Францию по объему ВВП. Но на период до 2015-го, думаю, можно исходить из среднегодовых темпов роста ВВП Великобритании в 2,4 %, ее промышленного производства в 1,1 %, т. е. не более высоких, чем во Франции.

Прогноз по главным странам Западной Европы позволяет сделать ориентировочные оценки возможных темпов роста ВВП и промышленности по всему Западно-Европейскому региону. Среднегодовой прирост ВВП Западной Европы до 2015 года составит порядка 2,5 %, промышленного производства – 1,7 %. При этом, похоже, западноевропейская экономика будет расти до 2015-го несколько медленнее, чем американская. Экономические позиции Западной Европы после долгого периода их относительного усиления в последние два-три десятилетия стали ослабевать по сравнению с позициями США. Сегодня нет оснований полагать, что за ближайшее десятилетие эта тенденция изменится. В Соединенных Штатах более низкая норма налогообложения, ниже, чем в Западной Европе, норма накопления и норма безработицы, более высокая конкурентоспособность. США имеют более сильные позиции в области выпуска высокотехнологичной продукции, инновационной активности и инфраструктуры научно-технического прогресса, что будет в значительной мере определять экономический рост и лицо экономики любой развитой страны в начале XXI века. Традиционно Соединенные Штаты превосходят Западную Европу по широте и риску предпринимательской активности.

Доля России в мировом ВВП в 2000 году была равна всего 2,1 %, (в 1913 году в современных границах – 6,2 %), соотношение ВВП России к ВВП всего Западно-Европейского региона составляло в 2003-м году 12,5 % (в 1913 году – 18 %). В 2015 году доля России в мировом ВВП будет равна почти 3 %, а соотношение ВВП России и всей Западной Европы составит порядка 17 %. Доля России в мировом ВВП в 2015-м будет, как минимум, вдвое меньше, чем в 1913-м. Станет меньше доля нашей страны и в мировом промышленном производстве. По оценке ИМЭМО РАН, доля России в современных границах в мировом промышленном производстве в 1913 году была равна 8,9 %, в 2000-м – 4,4 %, в 2015 году она вряд ли намного превысит 5 %, что заметно меньше, чем в 1913-м. Никогда еще за несколько последних столетий Россия не имела таких низких показателей по сравнению как с мировым ВВП, так и с ВВП ведущих стран Европы.

Таким образом, за более чем вековой период не повысится доля нашей страны в мировой экономике, ее важнейшие макроэкономические показатели не вырастут относительно уровня США. Тем не менее экономически Россия в перспективе неизбежно будет сильным государством, займет по размерам ВВП первое место в Европе и пятое-шестое место в мире.

*Старикова А.С.
Мингазова З.Р., к.полит.н.
ст.преподаватель
ФГБОУ ВПО «Башкирский государственный
аграрный университет»
Россия, г.Уфа*

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ

Демократические изменения в России затронули почти все сферы общественной и политической жизни. Осуществляемая глобальная модернизация общественно-политического процесса актуализировала необходимость совершенствования института государственной службы в целом. Одним из факторов позитивного развития государственной гражданской службы является система мер, которые обеспечивают высокий уровень квалификации работников этой сферы. К числу подобных мер, несомненно, относится все чаще употребляемое в современной теории и практике понятие «деловая репутация».

На сегодня термин «деловая репутация» часто бывает использован как в нормативных правовых, так и в судебных актах Российской Федерации. Вместе с тем определение «деловая репутация» в законодательстве совершенно не раскрыто.

Проанализируем значение понятия «репутация». Само слово русским языком взято от французского *reputation* и латинского *reputatio* (размышление, рассуждение) и означает: добрая или плохая слава о человеке; общественное мнение о человеке, об учреждении. Таким образом, репутация может быть как хорошей, так и плохой и представляет общее мнение о ком-либо или о чем-либо [3].

К понятию «репутация» в разнообразных источниках выявляется более или менее единообразный подход, но с понятием «деловая репутация» вопрос обстоит по-другому.

Гражданский кодекс Российской Федерации относит деловую репутацию вместе с жизнью и здоровьем, достоинством личности, личной неприкосновенностью, неприкосновенностью частной жизни, личной и семейной тайной, правом свободного передвижения, выбора места пребывания и жительства, правом на имя, правом авторства и иными личными неимущественными правами к нематериальным благам, которые принадлежат гражданину от рождения или в силу закона, неотчуждаемы и непередаваемы иным способом.

В юридических источниках существует несколько подходов при определении понятия деловой репутации.

По мнению А.А. Власова, деловая репутация - это положительная оценка деловых качеств лица, занятого в сфере предпринимательства, отраженных в общественном сознании [2]. Н.К. Рудый ограничивает область общественных отношений, где деловая репутация защищается, указывая, что информация, в связи с которой можно предъявить иски о защите деловой репутации, должна касаться или профессиональных, или деловых качеств лица, которые связаны с участием в коммерческом, гражданском обороте, с продажей товаров, работ или услуг [6]. Другие обозначают репутацию как оценку личности в обществе: родственниками, сослуживцами, друзьями, а также как оценку ее компетентности [4]. Третьи считают репутацию уже сложившимся мнением о лице, который основан на оценке общественно значимых его качеств, а деловую репутацию – оценкой профессиональных качеств [5].

Так, можно заключить вывод, что существует необходимость разработать и реализовать иные, новые подходы к характеристике понятия «деловая репутация государственного служащего». Эти подходы должны синтезировать имеющиеся теоретические наработки, а также вытекать из того, что важным носителем феномена деловой репутации выступает сам госслужащий, который сочетает высокие личностные, профессиональные и общекультурные качества, создающие соответствующий уровень рассматриваемого явления. Сегодня же анализ нормативных источников и практики замещения государственных должностей показывает, что большинство существующих правовых норм не являются барьером для поступления на государственную и муниципальную службу недобросовестных лиц, небрежно относящихся к государственному языку, которые не владеют информационными технологиями и не желают перестраивать свою деятельность в соответствии с вызовами времени.

На сегодня многое сделано для становления и реформирования государственной службы: укреплена правовая база, стала более совершенной система формирования и профессионального развития кадров, расширен объём образовательной деятельности среди работников органов власти, увеличена заработная плата. Это все сочетается с низким уровнем доверия граждан к органам власти. Главная причина — неспособность чиновников решать не только комплексные проблемы, но и совсем простые бытовые задачи. Понижается престиж и удовлетворенность работой у самих госслужащих. Из материалов социологических исследований, которые были проведены специалистами кафедры государственной службы и кадровой политики РАГС при Президенте РФ, следует, что сегодняшней кадровый состав федеральной государственной гражданской службы оценивается в большей степени как «средний». Это видно из таблицы 1 [7].

Таблица 1. Уровень кадрового состава государственной службы

высокий	4,5%
скорее высокий, чем низкий	28,8%
скорее низкий, чем высокий	49,3%

низкий	10,2%
затруднились ответить	7,2%

Более четверти опрошенных определили профессионализм нижнего звена управления как низкий, что требует принятия соответствующих мер.

Таблица 2. Уровень руководства и уровень профессионализма госслужащих, %

Уровень руководства	Уровень профессионализма		
	средний	низкий	высоки
Высший руководящий состав	15,1	63,0	21,9
Среднее звено управления	14,0	70,9	15,1
Нижнее (линейное) звено управления	27,5	66,1	6,4

Именно невысокий профессионализм и низкий уровень нравственных качеств кадрового состава федеральной государственной службы в большой степени определяют негативный имидж государственного служащего в массовом сознании общества. Так, в январе 2009 г. госслужащие ответили на вопрос: «Каков, по Вашему мнению, имидж государственного служащего у населения?» следующим образом: положительный 4,2%; скорее негативный, чем положительный -73,7%; негативный 14,5%; затруднились ответить 7,6%.

Зарубежный опыт реформирования государственного аппарата показывает, что успешность реализации нормативно-правовых, организационно-управленческих и кадровых программ зависит от организационной культуры государственной службы и от формирования положительного образа государственного служащего. На этом этапе научный поиск в области становления позитивного имиджа в России находится на этапе исследования сложившегося имиджа государственных служащих и выявления набора личностных и деловых качеств, которыми, с точки зрения общества, должны обладать чиновники.

Согласно программе «Реформирование и развитие системы государственной службы РФ на 2009–2013 гг.», в 2011–2013 гг. предполагается мониторинг общественного мнения об эффективности государственной службы, внедрение эффективных технологий и современных методов кадровой работы, направленных на повышение профессиональной компетентности, мотивации государственных служащих, увеличение престижа и авторитета государственной службы. Все эти меры должны помогать становлению адекватного, многогранного взгляда на имидж государственного служащего.

На сегодня осуществлены следующие мероприятия в рамках решения поставленных задач: введен конкурсный отбор и установлены новые квалификационные требования к государственным служащим; разработан этический кодекс государственного служащего. Кодекс не является административно-правовым документом, невыполнение его норм не влечет административного или уголовного наказания, но он определяет свод правил добросовестного, антикоррупционного поведения, призван помочь правильно ориентироваться в сложных ситуациях, выступает как инструмент общественного контроля над деятельностью

государственных служащих, является важным критерием для профессионального подбора и отбора кадров в сфере государственной службы.

Таким образом, профессиональная деятельность государственных служащих связана с взаимосвязью общественных, групповых и индивидуальных интересов. Ее можно считать разновидностью управленческой деятельности, сочетающей руководство процессами в различных жизненных сферах и руководство людьми. Оценка эффективности профессиональной деятельности государственных служащих и государственного управления прямо связаны с уровнем доверия в отношениях между обществом и властью, в становлении которого огромную роль играет имидж служащих, который сложился в общественном сознании населения.

В качестве мер становления позитивного имиджа чиновников можно выделить 2 группы. Одна – обращена к повышению эффективности деятельности государственных служащих и осуществляется за счет усовершенствования методов кадровой работы. Вторая – связана с разработкой и попытками внедрения строгих этических норм профессиональной деятельности государственных служащих, которые призваны дисциплинировать их, повысить их компетентность в сложных ситуациях, связанных с выполнением должностных обязанностей. Освещение средствами массовой коммуникации особенностей деятельности, трудности решаемых задач, объективно достигнутых успехов способно создавать содержательный, реалистичный образ государственных служащих, укреплять их авторитет, повышать доверие к власти и государству.

Использованные источники:

1. Акимова, Е. Ю. Социально-психологический анализ профессиональной деятельности государственных служащих [Текст] / Е. Ю. Акимова // В мире научных открытий. – Красноярск. – 2010. – № 4 (10). – Ч. 2. – С. 79–81.
2. Власов, А.А. Особенности судебной защиты чести, достоинства и деловой репутации. [Текст] / А.А.Власов // Юрист. - 2005. - № 1. – С. 25.
3. Михалевич, Е.В. Деловая репутация: субъекты гражданских правоотношений, имеющих право на ее защиту. [Текст] / Е.В. Михалевич // Юрист. – 2012. - №4. – С. 37.
4. Лебедев, В.М. Комментарий к Уголовному кодексу Российской Федерации [Текст] / Под ред. В.М. Лебедева. М., 2004. С. 129.
5. Потапенко, С. Правовая позиция Верховного суда РФ по диффамационным спорам [Электронный ресурс] / С. Потапенко // Режим доступа: <http://www.supcourt.khakasnet.ru/clauses/001.htm>..-20.04.2013.
6. Рудый, Н.К. Правовая характеристика чести, достоинства и репутации. [Текст] / Н.К. Рудый // Юрист. - 2008. - № 3. – С. 11.
7. Тавокин, Е. П. Государственные служащие: самооценка эффективности, деловых и нравственных качеств [Текст] / Е. П. Тавокин // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2010. – № 2 . – С. 7–21.

Старикова М.С.
студент
институт экономики управления и права
Иркутский государственный технический университет
Иркутск, Россия

ФОРМИРОВАНИЕ КЛАСТЕРНОЙ ПОЛИТИКИ В АПК

В статье анализируются вопросы формирования кластерной политики в АПК, как основы устойчивого социально-экономического развития региона, как приоритетной функции государственного регулирования аграрным сектором.

Ключевые слова: Кластер, устойчивое развитие, государственное управление, региональное управление, агропромышленный комплекс, сельское хозяйство, кадровый потенциал, инновации, малые формы хозяйствования.

Разрушение производственного потенциала, отставание в технологическом развитии замедляют рост, не позволяют производить конкурентоспособную продукцию, что, в свою очередь, отражается и на конкурентоспособности отрасли, региона и страны в целом. Кроме того, современный этап развития экономических отношений в значительной степени характеризуется потребностью в инновационных формах и методах функционирования хозяйствующих субъектов. Однако в рамках современного законодательства не существует таких организационно - правовых форм, которые могли бы регулировать деятельность различных рыночных институтов, работающих в определенной сфере на территории региона.

Результаты исследований. В связи с этим в экономической теории стали появляться концепции развития, которые позволяют обеспечить взаимодействие всех участников рыночного процесса на определенной территории, подчинив его единой цели. В основе этих процессов находится понятие «кластер».

Итак, что же такое кластер? Наиболее полно охарактеризовал кластеры Клейнер, сказав, что «Кластеры – группы организаций (компаний, предприятий, объектов инфраструктуры, научно-исследовательских институтов, ВУЗов и др.), связанных отношениями территориальной близости и функциональной зависимости в сфере производства продукции, ее реализации или потребления ресурсов» (см.рис.1).



Рисунок 1. Структура кластера

Во-вторых, кластеры являются оптимальным инструментом в управлении региональной экономикой. По своему функционалу и экономической сущности они связывают автономные организации, региональные промышленные комплексы и отраслевые альянсы. Поэтому к кластерам можно применять как методы классического корпоративного управления, так и методы управления *трансформационными изменениями*. Наиболее известна модель «Даймонд» (см.рис.2).



Рисунок 2. Модель кластера «Даймонд»

В-третьих, кластер – всегда синоним комплексной модернизации. Инновационная составляющая кластера должна стать условием динамичного развития компаний, входящих в его состав. Это в свою очередь станет определяющим условием развития территорий, улучшения качества жизни населения этой территории.

В-четвертых, кластерная модель, согласно трудам основоположника данного направления Майкла Портера, «кластер - это группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере, характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга» и приводит к повышению конкурентоспособности национальной экономики (см.рис.3).

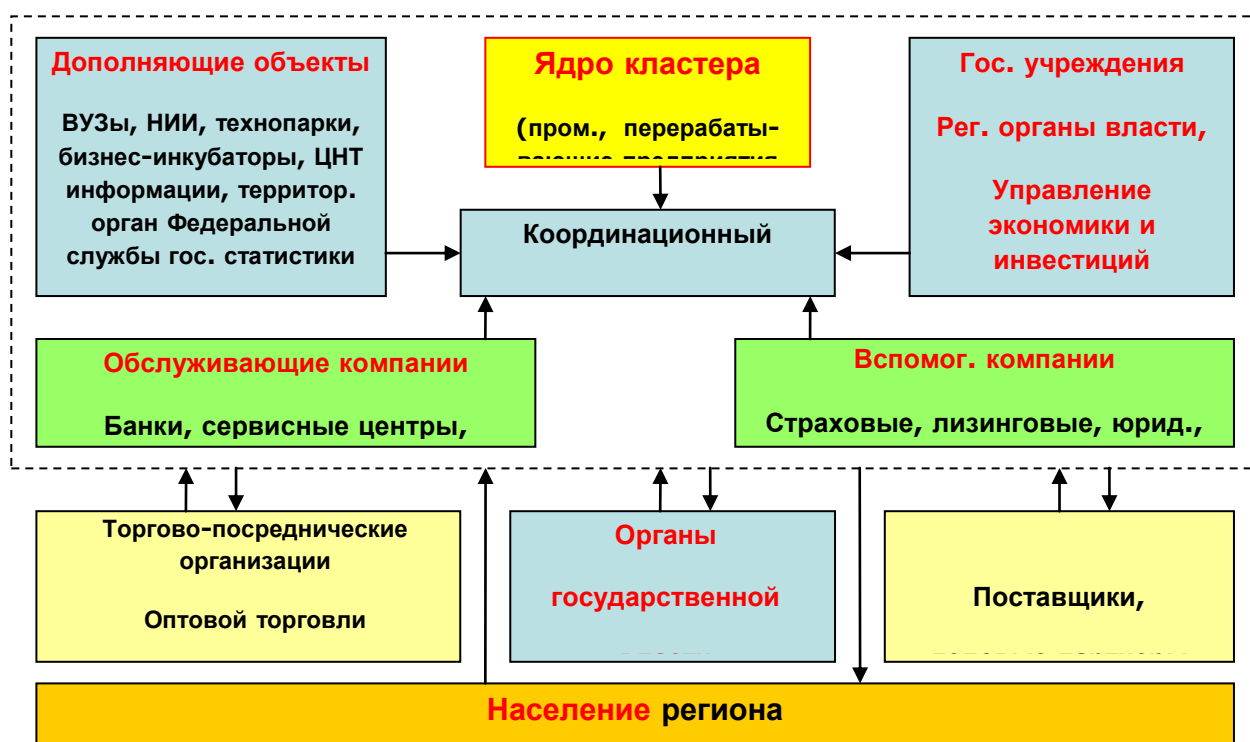


Рисунок 3. Модель регионального экономического кластера

Применительно к сектору малых форм хозяйствования кластер представляет собой целостную систему пространственно сконцентрированных специализированных рыночных субъектов, включающую в себя не только предприятия малых форм собственности, но и связанных с ними органов государственной власти, местного самоуправления, организаций инфраструктуры, образования, консалтинга и пр.

Реализация кластерной политики в развитии сектора малых форм хозяйствования в АПК региона, подразумевает анализ экономической обстановки и выявление «местных влияний» на нее. Как правило, эти вопросы заключаются в главных четырех признаках, составляющих основу конкурентных преимуществ любой экономической системы. К числу таких признаков относятся:

1. Условия для факторов. Позиция региона в факторах производства, таких как наличие квалифицированной рабочей силы или инфраструктуры, степень их доступности для обеспечения конкурентоспособности отрасли.
2. Состояние спроса. Характер спроса на внутреннем рынке для отраслевого продукта или услуг.
3. Родственные и поддерживающие отрасли. Наличие или отсутствие в регионе поставщиков ресурсов и услуг, а также предприятий перерабатывающей промышленности.
4. Устойчивая стратегия, структура и соперничество. Наличие в регионе программы развития отраслей и хозяйствующих субъектов, а также характер внутренней конкуренции.

Перечисленные факторы обуславливают формирование конкурентной среды, в которой субъекты эффективно функционируют, и в своей совокупности представляют собой ромб конкурентных преимуществ М.Портера.

На начальной стадии формирования кластера особую роль играет фактор наличия и степени развитости институтов инфраструктуры, обслуживающей малые формы хозяйствования в АПК.

Деятельность регионального некоммерческого партнерства по развитию малых форм хозяйствования в АПК региона координирует Совет - паритетный орган власти. Его основная цель - объединить в единую сеть субъекты предпринимательства (в том числе между собой, образуя основы кластера) - институты инфраструктуры, органы власти, общественные неправительственные организации - экспертные советы при государственных органах.

Важным элементом функционирования кластера должно стать активное участие государственных органов управления. Структуры, объединяющие интересы государства и частного капитала, создают благоприятный экономический фон для малых предприятий.

Роль региональных органов власти в решении данной задачи будет состоять в разработке необходимого методико-аналитического инструментария, ведении соответствующей базы данных, составлении на основе собственных оценок информационных справок и заключений, как общего характера, так и по индивидуальным запросам (самих предприятий, органов власти и управления, финансово-кредитных организаций).

В состав некоммерческого партнерства также входят организации, на территории которых расположены производственные мощности, необходимые для реализации задач партнерства в рамках обозначенного выше кластера. Важную роль в функционировании некоммерческого партнерства будут играть непосредственно субъекты малых форм хозяйствования.

Особое значение имеет развитие системы страхования малых предприятий. Крупные страховщики не занимаются малыми предприятиями, и им приходится иметь дело с мелкими страховыми фирмами, поскольку одним из распространенных обязательных условий получения кредита является страховка. Решению данных проблем будет способствовать создание общества взаимного страхования.

Инновационная составляющая в системе кластера включает организации сферы услуг, обеспечивающие: информационное сопровождение, инновационные разработки, консультирование по вопросам эксплуатации техники и оборудования, применения удобрений, лизинга, стратегии развития предприятия, подготовки и осуществления

инновационных сделок и др. В совокупности данные организации образуют инфраструктуру инновационного процесса.

Выводы. Взаимодействие между членами некоммерческого партнерства в рамках кластерной политики позволит обеспечить инновационный путь развития субъектов малых форм хозяйствования, выработать экономический механизм частичного перераспределения доходов, обеспечит заинтересованность в конечных результатах всех участников. Появится стимул для притока в аграрный бизнес инвестиций, сделает его привлекательным для государства и крупных финансово-кредитных организаций.

Степанова А.М.

студент группы СБ-11

Финансово-экономический институт

«Северо-Восточный университет им. М.К.Аммосова»

г.Якутск, Россия

Научный руководитель:

Попова Л.Н.

доцент кафедры СиУП

кандидат философских наук

ТЕОРИЯ КОММУНИКАТИВНОГО ДЕЙСТВИЯ Ю. ХАБЕРМАСА

Сложные процессы в мировой политике и в экономике ставят новые вопросы перед социальными исследователями. Среди них заметное место занимает известный немецкий социальный философ Ю. Хабермас. Главное внимание Хабермас уделяет анализу процессов переходности и способам преодоления сопутствующих им конфликтов. Его концепция способна послужить методологической предпосылкой для продуктивного обсуждения сегодняшней ситуации постсоциалистических странах, где имеют место конфликтные ситуации, связанные с переходным периодом их развития, со столкновением различных интересов и сил.

Повышение роли коммуникации в процессе системных преобразований актуализировало ее изучение в зарубежных и российских научных кругах и вместе с тем значительно расширило понимание этой проблемы. В этих условиях используется всё разнообразие подходов к изучению предмета коммуникации и коммуникационного пространства. К научным трудам, раскрывающим природу коммуникации как результат общественного развития, анализирующим принципы функционирования и структуру политической коммуникации, относят работы как отечественных ученых – М.М. Бахтин, В.П. Конецкая, Г.Г. Почепцов, А.И. Соловьев и зарубежных – Ч. Кули, П. Лазарсфельд, М. Маклюэн, Ю. Хабермас.

Объект исследования – коммуникация как совокупность разнообразных средств, способствующих формированию открытых, устойчивых отношений в политической системе. Предмет исследования –

состояние, сущность, теории и модели коммуникационных процессов в жизни общества.

Основная цель курсовой работы заключается в комплексном исследовании коммуникации как важного социального процесса в жизни общества.

Данная цель потребовала решения следующих задач:

- Дать общую характеристику творчеству Юргена Хабермаса;
- Раскрыть основное содержание Теории коммуникативного действия;
- Показать современное значение данной теории;

Гипотеза исследования: коммуникация один из важных факторов консолидации общества, высокого уровня легитимности всех институтов, согласования политических интересов, разрешения общественно-политических конфликтов, открытого диалога власти и общества и, как следствие, – стабильности всей социальной и политической системы.

Актуальность: Идеи Ю.Хабермаса приобретают особую актуальность в настоящее время, когда одной из глобальных проблем, порожденных развитием цивилизации в XX столетии, становится проблема взаимопонимания между людьми, преодоление отчуждения в сфере межличностной коммуникации, установления диалога различных культур, философских школ и направлений.

Решающая идея Хабермаса состоит в том, что правила речевого действия могут стать темой разговора, дискуссии, одним словом, дискурса. Дискурс – это больше, чем свободный разговор, в котором собеседники не думают о соблюдении правил речевой коммуникации. Дискурс – это диалог, ведущийся с помощью аргументов, позволяющих выявить общезначимое, нормативное в высказываниях. Но если обнаружена нормативность высказываний, то тем самым задана и нормативность поступков. Дискурс обеспечивает коммуникативную компетентность. Вне дискурса последняя отсутствует. Дискурсом является не любой диалог, а достигший известной стадии зрелости. Для характеристики этой стадии Хабермас использует термин *Mündigkeit* (мюндихкайт), что в переводе с немецкого означает совершеннолетие. Дискурсом является тот диалог – напомним читателю, что по определению в диалоге может участвовать сколь угодно большое число лиц, – который покинул стадию недостаточного совершенства, инфантильности (т.е. детскости в рационально-лингвистическом смысле). Примером мюнданного диалога, или дискурса, является беседа психоаналитика с пациентом, излечивающая последнего от недугов. Далеко не всегда усилия психоаналитика достигают успеха; в таком случае участники диалога не выявили причины болезни. Возможно, они известны врачу, но их не удалось довести до сознания больного. Только в том случае, когда участники диалога выработали совместное, да к тому же еще и действенное общее мнение, – налицо

дискурс. Темой дискурса являются правила речевых актов (прагматические универсалии), которые в свою очередь конституируют правила поступков и предметных действий. Дискурс в идеале – это образец, модель выработки коммуникативной компетенции. Конкретные дискурсы могут быть более или менее успешными, не исключены споры, обиды, несогласия (дисконсенсусы). Для Хабермаса важнейшее значение имеет сам факт актуальности дискурса. Именно в нем вырабатываются правила совместного общежития людей, которое Хабермас отнюдь не подвергает, подобно, например, Хайдеггеру, уничижительной критике. Беда людей состоит не в том, что они в обществе, якобы, теряют свою индивидуальность; совместное житие людей может быть более или менее успешным и счастливым, мэкой же оно становится только тогда, когда страдает недостаточной коммуникативной зрелостью. Те общности людей, которые обладают коммуникативной компетентностью, Хабермас подводит под понятие коммуникативной общественности (Цffentlichkeit). Немецкому Цffentlichkeit едва ли возможно подобрать однословный русский эквивалент. В немецком языке в это слово вкладывается несколько социальных значений: общество, не тайное, а открытое, каждому доступное и понятное, предназначенное для всех граждан (и являющееся в этом смысле гражданским обществом с соответствующей государственностью). Гласность, открытость – это необходимые, но недостаточные условия для конституирования коммуникативно-компетентного общества. Способно ли общество и в какой степени реализовать идеалы дискурса – вот в чем решающий вопрос для всякого общества, стремящегося к лучшему будущему. Итак, к специфике хабермасовской философии мы подошли с помощью понятий дискурса, мюнданности, (коммуникативной) общественности. Безусловно, к этому следует добавить акцентирование Хабермасом практической функции философии. Дискурс выступает языковой деятельностью, открывающей подступы к науке, искусству, технике и труду. Здесь он проходит свою проверку на истинность. Все вышеизложенное подводит к желанию уяснить, каким образом сам Хабермас реализует дискурсивность философии в своих статьях, монографиях и выступлениях. Всякий образованный философ не чужд дискурсивной деятельности, но не каждый аргументирует в хабермасовском стиле. Главная мысль Хабермаса состоит в том, что философия призвана открыть простор публичному употреблению разума, процедурам дискурсивного волеобразования и изъяснения, условиям рациональных дискурсов и переговоров. Никто и ничто не заслуживает большего доверия, нежели сами участники дискуссии, они найдут ответы на актуальные вопросы. Для Хабермаса множасьщиеся попытки отрицания актуальности философии, эстетики, культуры несостоятельны. Он полагает, что в стремлении опрокинуть идеалы Просвещения (модерна) постмодернисты делают принципиальную ошибку, а именно

удовлетворяются самопроизвольным, неразумно контролируемым взаимодействием когнитивного (мыслительного), эстетически-экспрессивного и морально-практического. "Мне кажется, что из той путаницы, которая сопровождает проект модерна, из ошибок экстравагантных программ упразднения культуры нам скорее следует извлечь уроки, чем признать поражение модерна и его проекта". Ясно, что Хабермас имеет в виду развитый им вариант коммуникативной философии, в которой не только не отказывается от достоинств разума, а наоборот, старается придать им необходимый коммуникативный лоск. Желая обеспечить будущее проекту модерна (Просвещения), Хабермас критически относится к трем разновидностям, как он выражается, консерватизма. Староконсерваторы (Х.Йонас, Р.Шпе-манн) — традиционалисты, недоверчиво встречают новые веяния. Неоконсерваторы (ранний Витгенштейн и др.) относятся к достижениям модерна не без одобрения, но недостаточно критично, не принимая всерьез замыкание "...науки, морали и искусства в автономных, отъединенных от жизненного мира сферах ...". Младоконсерваторы (среди них М.Фуко и Ж.Деррида) формируют непримиримый антимодернизм, противопоставляя разумному началу необоснованные принципы, в том числе волю к власти и поэтическое (в дионисийском духе) начало. Именно от младоконсерваторов (точнее, от постмодернистов) последовала самая резкая реакция на критическое выступление Хабермаса. Философ Юрген Хабермас вскрывает согласие людей друг с другом и с самими собой в их дискурсивной практике. Хабермас абсолютизирует силу разума. Нет никаких сомнений насчет актуальности хабермасовской философии. Она, безусловно, входит в фонд философских достижений XX века. Исходя из работ Хабермаса, на сегодня в обществе сложилась такая ситуация, когда средства массовой коммуникации самостоятельно формируют мнение общества, манипулируя им в интересах вышестоящих властей. СМИ исключили возможность для человека, самостоятельно мыслить и критически рассуждать. Следует вывод, что выходом из сложившейся ситуации может стать только смена принципов работы по которым действительно работают СМИ. Завершая анализ системы социальной коммуникации, можно подвести следующие итоги:

- коммуникация представляет собой процесс передачи, обработки и обмена значимой информации в обществе, где идет непрерывный процесс взаимообмена информацией между политическими и общественными институтами, индивидами и социальными группами на всех уровнях социально-политического взаимодействия.

- информационный обмен в рамках социальной и политических систем общества реализуется с помощью средств массовой коммуникации (телевидение, пресса и иные печатные СМИ, радио, глобальные компьютерные сети) и сочетает в себе широкий спектр форм и каналов

связи; различные цели коммуникации (манипулирование, консенсус, диалог и др.) и участников процесса коммуникации (социальные группы, государственные структуры, коммерческие компании, отдельные индивиды и т.д.).

- социальная коммуникация выступает как атрибут, то есть необходимое, существенное, неотъемлемое свойство общественной деятельности в любом ее проявлении. Эффективная социальная коммуникация становится основным фактором, определяющим функциональную эффективность и дальнейшее развитие общественной системы. Идеи, выдвинутые Хабермасом, одним из наиболее выдающихся представителей коммуникативно-прагматической ориентации в современной философии, приобретают особую актуальность в настоящее время, когда одной из глобальных проблем, порожденных развитием цивилизации в XX столетии, становится проблема взаимопонимания между людьми, преодоление отчуждения в сфере межличностной коммуникации, установления диалога различных культур, философских школ и направлений. Поэтому представляется, что рефлексия относительно условий возможности языкового понимания в коммуникативном сообществе и в будущем будет одним из приоритетных направлений в философии языка.

Использованные источники:

1. История социологии: учебник/ отв. Ред. Г.В.Осипов, В.П.Култыгин. – М. : Норма, 2009. – 1104с.
2. Методы социологического исследования : учебник. - М. : ИНФРА-М, 2011. – 768 с. – (Высшее образование).
3. Адамьянц Т.З. Социальные коммуникации: Учебное пособие для вузов/ «Высшее образование» (гриф).-М.:Дрофа. 2009.-204с.
4. Кашкин В.Б. Введение в теорию коммуникации.-Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000-167 с.
5. Конечкая В.П. Социология коммуникации: Учебник/ В.П.Конечкая.- М.;Международный университет бизнеса и управления, 1997.-304 с.
6. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации/ Г.Г. Почепцов М., 2001. – 488 с.
7. Хабермас, Ю. Теория коммуникативного действия :/ Ю. Хабермас.//Вестник Московского университета. Серия 7 : Философия. – 1993 – №4 – Стр. 43-63.
8. Алексеева, Т. А. Современные политические теории / Т. А. Алексеева – М. РОССПЭН 2001. – 479 с.
9. Марков А. П. Проектирование маркетинговых коммуникаций. Рекламные технологии. Связи с общественностью. Спонсорская деятельность : учеб. пособие / А. П. Марков, 2006. – С.309.
10. Шарков Ф. И. Правовое регулирование коммуникационной деятельности: в рекламе, связях с общественностью, журналистике : учеб. пособие / Ф. И. Шарков, 2008. - 324 с.

11. Березин В.М. «Сущность и реальность массовой коммуникации.-М.: Изд-во РУДН, 2002
12. Цуканова Е.В. Психологические трудности межличностного общения.- Киев, 1985.-154с.
13. Харрисон Ш. «Связи с общественностью. Вводный курс. Пер. с англ. под ред. Г.Е. Алпатова.- Спб.:Изд. Дом «Нева», 2003.- 368с.
14. Бусова, Н. А. Юрген Хабермас о становлении коммуникативного действия / Н.А. Бусова // Вопросы философии. – 2006. – №10 - Стр. 153-166.
15. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов М., 2007. – 488 с.
16. Хабермас, Ю. Теория коммуникативного действия / Ю. Хабермас.//Вестник Московского университета. Серия 7: Философия. – 2007 – №4 – Стр. 43-63.

Степанова А.М.
студент группы СБ-11
Финансово-экономический институт
«Северо-Восточный университет им. М.К.Аммосова»
г.Якутск, Россия
Научный руководитель:
Попова Л. Н.
доцент кафедры СиУП,
кандидат философских наук

ИСЛАМСКИЙ ЭКСТРЕМИЗМ НА РУБЕЖЕ ВЕКОВ

Термин «исламский экстремизм» описывает явление, не новое в истории человечества, приобретшее в настоящее время особую актуальность, криминальность содержания. Усиление исламского экстремизма, острота используемых его субъектами форм и методов, интенсивность и повсеместное распространение сегодня создают реальную угрозу жизненно важным интересам личности, общества и государства. Экстремизм, активно осуществляемый в сфере политических отношений, проник во все области общественной жизни, оказывает деструктивное влияние на развитие общества, установление гражданского согласия, проведение социально-экономических реформ; без знания и учета сущности и содержания которого, используемых форм и методов насильственного воздействия воплощение в жизнь конкретной государственной политики может оказаться неэффективным. Научная новизна. На рубеже XX - XXI веков усилился интерес и научного сообщества к исламскому вопросу. Исследователи стали всё чаще задаваться вопросами о том, насколько в современных условиях после многолетнего атеизма, господствовавшего в стране, необходима религия для становления человека как личности, для формирования его духовной культуры, мировоззренческой и социокультурной составляющей. Кроме

того, в России стали изучаться темы исламского фундаментализма и экстремизма. В связи с этим необходимо переосмысление и оценка социально-политических изменений в политическом облике страны. Это особенно важно сделать и для того, чтобы разобраться, какова степень влияния «исламского фактора» и насколько опасны те тенденции в развитии религиозной жизни, с которыми мы сталкиваемся в настоящее время. Учитывая современные международно-политические реалии и опираясь на анализ ситуации в России важно понять, в каком направлении пойдет развитие ислама в дальнейшем. Следует создавать условия, чтобы мусульмане успешно адаптировались к условиям быстро меняющейся российской действительности, успешно жили и действовали в условиях многоконфессионального общества. Это требует критического осмысления изменений, произошедших в религиозной жизни мусульман за последние годы, поиска путей изменения содержания исламского просвещения.

Целью работы: анализ негативного воздействия исламского радикализма на мирное существование планеты и его угроза для национальной безопасности и целостности России.

Задачи:

1. показать объективные стороны исламской религии, в чем ее привлекательность в современном мире;
2. определить идейные истоки и основные концепции исламского радикализма;
3. рассмотреть основные концепции исламских реформаторов и фундаменталистов
4. определить основные угрозы исламского радикализма в России.

По разным подсчетам, в России проживает от 15 до 30 млн. мусульман. Быстро растущее количество приверженцев ислама в стране может превратиться в общественно-политическую силу в стране и при определенных обстоятельствах оказаться в конфронтации с российским государством, православной церковью и с широкими слоями русского населения, которому внешними силами сейчас прививается дух ксенофобии, исламофобии. Следует учитывать, что ислам - религия, которая имеет собственный политический проект. А мусульманская интеллигенция в России сегодня начинает активно пытаться реализовать проект исламизма, чтобы добиться определенных политических целей в стране. В России большинство мусульман принадлежат к мирным (ханафитскому и шафиитскому) мазхабам суннитского направления в исламе. Однако в последнее время стали проникать представители радикальных течений в исламе. В стране и во всем мире активизировались так называемые фундаменталисты. Несмотря на то, что изначально появление этого термина связано с радикально-консервативным течением в американском протестантизме, которое зародилось в конце XIX века и

получило название от журнала «The Fundamentals», издаваемого в США в 1910-1912 годах.¹ Таким образом, учитывая современные международно-политические реалии и опираясь на анализ ситуации в России, важно понять в каком направлении пойдет развитие ислама в дальнейшем, каковы его будущие реалии. Это сможет помочь выработать предложения и рекомендации, касающиеся формирования долгосрочной внутри- и внешнеполитической стратегии России в отношении ислама в XXI веке с учетом её национально-государственных интересов. Угроза ислама. Причины подъема на современном этапе. Говоря о современном "исламском" терроризме и его угрозе, необходимо подчеркнуть, что и непосредственной причиной развития терроризма в регионе следует считать распад социалистической системы и развал Советского Союза. В результате распада СССР с предшествовавшим ему банкротством идей социализма во многих государствах Ближнего и Среднего Востока (Египет, Ирак, Сирия, Ливия, Афганистан и др.), идеологический вакуум там, а затем и в мусульманских регионах России быстро стал заполняться исламом. Последний предстает прежде всего в его самой воинствующей форме — в форме радикального ваххабизма, требующим с помощью "священной войны" вернуть мусульманский мир к халифату. Фиксируя активизацию ислама на мусульманском Востоке и в России, эксперты отмечают, что ислам, которому присуще враждебное отношение к либеральным ценностям и который может привести только к тирании и обнищанию, стремится заполнить вакуум, образовавшийся после коллапса коммунизма. В настоящее время "ваххабизм"² получил наибольшее распространение в Дагестане и Чечне. В Дагестане до известных событий августа-сентября 1999 г. активистов этого экстремистского течения в исламе насчитывалось до нескольких тысяч. Наиболее известным дагестанским радикал - ваххабитом считается Багаутдин Магомедов (Багаутдин Мухаммад, Мухаммед Кизилюртовский, или мулла Багаутдин), бывший руководитель Кизилюртовского центра ваххабитов - салафитов. Экстремисты, располагая широкими и тесными контактами с религиозными деятелями многих государств Ближнего и Среднего Востока, внесли существенный вклад в религиозно-теоретическое обоснование чеченского сопротивления в период военных действий в Чечне. После завершения чеченских событий 1994-96 гг. М.Багаутдин активно занимается организацией ваххабитских ячеек - "исламских обществ" ("джамаатов") на территории Дагестана. На их основе в середине 1997 г. создается общественно-политическая организация "Исламское сообщество Дагестана" ("Джамаат уль-Исламий-ун, ИДД), получившая официальную регистрацию в министерстве юстиции РД. Основной целью

¹ <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=184&level1=main&level2=articles>

² habzief.org > История Ислама

ИДД объявляется выход Дагестана из состава России и построение исламского государства. Необходимо подчеркнуть, что всплеск исламизма на Северном Кавказе, особенно в ее северо-восточной части, вряд ли был бы осуществим без всесторонней поддержки из-за рубежа. Как уже отмечалось, многие государства Ближнего и Среднего Востока (Саудовская Аравия, Иордания, Пакистан, Турция, Афганистан и др.) и расположенные на их территории неправительственные организации, учреждения, фонды активно продвигают сюда политизированный ислам. Среди последних: "Лига исламского мира" (ОАЭ), "Таблиг-и джамиат-и ислами" (Пакистан), "Международная исламская организация спасения" (МИОС, или "Аль-игаса-аль-исламия") и многие другие. Таким образом, исламские экстремисты преследуют следующие цели: установление в обществе основ исламского теократического государства, введение в общественную практику норм шариата и, наконец, восстановление халифата в качестве единого государственного образования всех мусульман. Прежде всего, противоречия экономического характера, основными из которых являются: резкое несоответствие результатов экономической реформы ожиданиям общества; несоразмерно высокая цена реформы (падение вдвое производства, обнищание большинства населения). Все это порождает некомпенсируемый рост цен, растущую безработицу, криминализацию общества. В условиях ограниченных финансовых, материальных ресурсов эти обстоятельства грозят социальной катастрофой. Особое значение в современной российской действительности приобретают социальные противоречия. Во-первых, это противоречия, обусловленные расколом общества на группы с различным экономическим положением. Это влечет за собой замедление процесса формирования среднего слоя, значимость которого в социальной структуре создает основу стабильности общества. В-третьих, противоречия, обусловленные углублением национальных, религиозных и иных конфликтов. Последствия их могут быть крайне негативны: формирование очагов напряженности, перерастающей в вооруженные конфликты, например, осетино-ингушский и особенно чеченский конфликты. В данных конфликтах мы видим эксплуатацию социальных, экономических проблем общества путем эффективной пропаганды через развитые структуры «благотворительных» фондов, центров, школ и призывов насильственными методами решить возникшие проблемы. Данная угроза опасна не только для Северокавказского региона, но и для других регионов России.

Остается только сожалеть, что, имея богатый опыт (Афганистан, длительный диалог с исламским миром и глубокие традиции востоковедения), российские власти упустили момент для решения вопроса на начальной стадии с минимальной затратой ресурсов, и только с

появлением очевидной угрозы безопасности страны государство обратило внимание на решение данного вопроса.

Резюмируя данную главу можно выделить следующие угрозы:

-Угроза территориальной целостности России, с помощью пропаганды продвигается в сознание жителей северокавказских республик идея единого, независимого от России мусульманского государства.

-Криминогенная угроза. Например, С. Радуевом в речи на очередном выпуске боевиков было отмечено, что основная задача их «сеять смертельный ужас, захватывать в заложники и убивать».

-Террористическая угроза. Чечня превратилась в базу международного терроризма.

Использованные источники:

1. Федеральный Закон от 25 июля 2002 года № 114-ФЗ "О противодействии экстремистской деятельности". Собрание законодательства Российской Федерации, 2002, № 30.
2. Авцинова Г.И. Экстремизм политический // Политическая энциклопедия. В 2 томах. – М., 1999. Т. 2.
3. Амирокова Р.А. Политический экстремизм: к постановке проблемы // Социокультурные, политические, этнические и гендерные проблемы современного российского общества: Материалы 49-й научно-методической конференции «Университетская наука – региону». – Ставрополь: Изд-во СГУ, 2004.
4. Бондаревский В. П. Политический экстремизм // Социально-политическое взаимодействие на территории: механизмы, трансформации, регулирование. – М., 1999.
5. Залужный А.Г. Некоторые проблемы защиты конституционных прав и свобод граждан от экстремистских проявлений // Конституционное и муниципальное право. – 2007, № 4.
6. Решетников М. Исламские истоки терроризма // Аргументы и факты. – 2001. – № 42.

*Степанова В.А.
студент СВФУ ФЭИ
Россия, г.Якутск*

ЯКУТСК В ЦИФРАХ

В мире больше двух с половиной миллионов городов . Якутск среди них уникален как крупнейший мегаполис на вечной мерзлоте , где горожане живут в самых экстремальных условиях.

Здесь преимущественно царят низкие температуры, а люди испытывают острейший дефицит солнечного света в одно время года и его переизбыток в другое . В нашем рационе питания не хватает таких важнейших продуктов питания, как свежие овощи , фрукты , целой группы витаминов и минералов . И высоки цены на белковые продукты – мясо и рыбу . В

этом отношении наш город – это клад для социологов, удивляющихся нашим условиям жизни, люди здесь с оптимизмом смотрят в свое будущее, о чем говорит положительная демографическая динамика.

А я продолжаю разгадывать эту загадку в теме социологического портрета жителей Якутска по его округам.

ГУБИНСКИЙ – В РАЗВОДЕ

В современном мире беспорядка только семья и добрые отношения между близкими людьми могут стать центром нашей жизни и наивысшим приоритетом.

Довольно интересна и познавательна раскладка по семейному положению в округах. В каком округе больше шансов найти свою вторую половину? Где больше консерваторов, ценящих официальный штамп в паспорте, или ценителей устных договорных отношений.

В части семейных пар цифры по семи округам примерно близки друг к другу. Чуть больше остальных (42%) холостых и незамужних горожан в самом социально благополучном округе Центральном. И просто выбивается из всех по «семейным» показателям Автодорожный округ – всего 27 человек из ста стали называть себя свободными от семейных уз людьми. И 52% - в зарегистрированном браке! Вот, где живет «соль земли», и обосновалось российское патриархальное сознание. Почему так случилось – судить не беремся. Можно предположить, что здесь именно та золотая середина, которые выбирают в поисках жилья молодые семейные пары, - новое и относительно дешевое жилье по ипотеке. Или, может быть, сюда, ближе к городу, селятся исконно патриархальных деревень – Хатасс, Владимировки, Табаги... «Опасно, - говорит опрос, - искать себе пару в Губинском округе, где больше всего разведенных...»

Ваше семейное положение	Автодорожный	Гагаринский	Губинский	Октябрьский	Промышленный	Сайсарский	Строительный	Центральный
Холост/ незамужем	27	40	38	33	39	39	41	42
В зарегистрированном браке	52	37	31	46	39	41	36	37
В гражданском браке	9	15	16	9	10	10	16	10

Разведен/а	10	6	11	9	8	7	2	7
Вдовец/а	2	2	4	3	4	3	5	4
Всего :	100	100	100	100	100	100	100	100

В зависимости от округа проживания

БЕЗДЕТНЫЙ ЦЕНТРАЛЬНЫЙ

« Вот наследие от Господа – дети » . В старых и умных книгах что ни слово – то жемчужина истины . ну что может быть ценнее детей ? социология говорит о том , что с повышением уровня жизни населения резко падает демография . В этом отношении округ Центральный – это наша старушка Европа . Здесь у сорока четырех опрошенных респондентов отсутствуют дети . И ни у одного из 100 жителей не оказалось более четырех детей . Лидеры среди многодетных – Автодорожный , Сайсары и Строительный округа .

Резюмируя это , подведем основные тенденции , а это :

Автодорожный округ – семейный (52% -замужем , женаты , 14% - имеют три ребенка , 7%- четыре ребенка);

Губинский округ – ненадежный (16%- гражданские браки , 11%-разведены);

Центральный округ –одиночки (44%- не замужем , не женаты , 14%- имеют три ребенка , 44%- нет детей) .

Есть ли у вас дети ?	Автодорожный	Гагаринский	Губинский	Октябрьский	Промышленный	Сайсарский	Строительный	Центральный
Детей нет	33	40	37	36	34	42	42	44
Один	23	25	17	32	24	16	21	22
Двое	23	22	27	26	27	22	23	27
Три	14	10	14	4	12	14	7	7
Четыре и более	7	3	5	2	3	6	7	-
Всего :	100	100	100	100	100	100	100	100

ГАГАРИНСКИЙ- В АРЕНДЕ

Как говорил классик , во всем виноват квартирный вопрос . Данные опроса показывают цифру обеспеченности собственным жильем жителей Якутска в 54%. Удручающая цифра , притом , что как мы знаем , большая часть из данной категории – это молодежь и средний возраст . Перспектив на приобретение жилья у людей ничтожно мало . Есть , конечно , кабала, называемая ипотекой , но это уже совершенно другой разговор . Кстати , недавно в разговоре с риэлтором услышала , что на волне кризиса в Испании прошел вал ипотечных банкротств , когда из квартир в банке выселили тысячу семей . И сегодня меблированную «однушку» на побережье моря можно купить за полтора миллиона рублей ...

Но перейдем к нашим реалиям . Лучше всех себя чувствуют жители Октябрьского округа : 66% живет в каменном многоквартирном доме . За ним с 57% идет округ Центральный . В аутсайдерах Гагаринский – здесь всего 28 счастливых . Более всего владельцев деревянного жилья – 11 человек – обитает в Промышленном округе , менее всего -1% - в Октябрьском . Чемпион по арендованию жилья – округ Гагаринский . Целых 45 % опрошенных показали , что живут либо на условиях аренды , либо у родственников . Это огромный показатель . В центральном , к примеру , таковых только 17 человек . Как ни странно и, ближе к нему только Строительный округ с 22% . Цифра довольно удивительная . Лично я могу предположить , что условия в Строительном округе настолько гнусные , что люди избегают этот округ . Предпочитая ему Промышленный (38%) и Сайсарский (37%)

Ваши жилищные условия :	Автомобильный	Гагаринский	Губинский	Октябрьский	Промышленный	Сайсарский	Строительный	Центральный
Собственная квартира в каменном доме	44	28	55	66	47	36	42	57
Собственная квартира в деревянном доме	11	4	4	1	13	5	11	11
Собственный частный дом	8	9	8	1	2	12	11	13
Собственная комната в общежитии	3	9	2	-	-	6	9	1
Собственного жилья нет	28	45	30	30	38	37	22	17

Всего :	100	100	100	100	100	100	100	100

ЧТО В КОШЕЛЬКЕ У ГОРОЖАН

В России как и во многих странах , побежденных капитализмом , не принято заглядывать в кошелек к ближнему своему . Можно схлопотать не только по рукам , но и по любопытному носу . Но коли представилась такая возможность , мы , конечно , заглянем в карман к жителям , тем более и, карман-то , как бы общий .

Совокупный доход семьи до 30 тыс руб указала самая большая категория – 20, 6% жителей города . У 8% доход до 10 тыс руб .

Больше 200 тысяч рублей получает только ничтожно малый 0,1% опрошенных . Поразительно , что опросчиков вообще пустили за порог таких квартир . Единственного богатея нашли в Губинском округе . Не там , на самом деле искали ... В богатых также ходит Центральный округ – здесь до двухсот тысяч дохода имеют три семьи. Низкодоходные округа(до 30 тыс руб): Автодорожный-59% , Гагаринский-62% , Промышленный-55%. Высокодоходный округа(от 50 тыс руб): Губинский – 32%, Октябрьский-30% , Центральный-36%.

Каков совокупный ежемесячный доход Вашей семьи ?	Автодорожный	Гагаринский	Губинский	Октябрьский	Промышленный	Сайсарский	Строительный	Центральный
До 10 тыс руб.	7	12	6	10	11	9	6	3
От 10 до 20 тыс руб.	23	16	8	14	26	20	17	4
От 20 до 30 тыс руб.	29	34	14	12	18	19	20	19
От 30 до 40 тыс руб.	15	20	19	17	16	18	20	19
От 40 до 50 тыс руб.	15	10	21	13	13	16	20	19
От 50 до 70 тыс руб.	7	5	17	14	10	13	12	17
От 70 до 100 тыс руб.	2	2	8	14	3	3	3	12
От 100 до 150 тыс руб.	1	1	6	4	3	-	1	4
От 150 до 200 тыс руб.	1	-	-	2	-	2	1	3
Больше 200 тыс руб.	-	-	1	-	-	-	-	-
Всего :	100	100	100	100	100	100	100	100

Стенура И.В.
ст. лаб.
Институт психологии НАПН Украины
Шушарина С.С.
завуч школы, учитель-методист, СШ 192,
Украина, г. Киев

НАЧАЛЬНЫЙ ЭТАП РАЗВИТИЯ СРЕДСТВ СВЯЗИ И ШИРОКОВЕЩАТЕЛЬНОГО РАДИО В ГЕРМАНИИ (1880–1932) В КОНТЕКСТЕ ИСТОРИКО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ

Исторический контекст. Германия как национальное государство сложилось вокруг Прусского королевства. Параллельно становлению молодого государства в стране совершенствуется и система связи. С 1877 г. по 1881 г. в Германии, было проведено 20 подземных кабельных телеграфных линий общей протяженностью около 5,5 тыс. км. Пионер телеграфа в Германии – Фридрих Клеменс Герке. В 1887 г. немецкий физик Г. Р. Герц (1857—1894) экспериментально доказал справедливость гипотезы Дж. Максвелла о существовании и свойствах электромагнитных волн. С 1880 г. по 1913 гг. в Германии наблюдается экономический и научный подъём. Уже тогда сформировались концерны: электротехнические Сименс/Siemens, AEG, оптики «Карл Цейс»/Carl Zeiss, химические Фарбениндустри/IG Farbenindustrie, BASF/BASF. Существовала и крупная военная промышленность – компании Круппа, Маузера. В 1906 г. американец Ли де Форест создал трехэлектродную вакуумную лампу — триод. В 1910 г. инженеры Рейке и Штраус в Германии, Либен в Австрии, сконструировали триод с сеткой в виде перфорированного листа алюминия, помещенной в центре баллона. Это открыло путь к применению таких ламп в конструировании радиооборудования в качестве детектора, и как усилителя. Кроме того, усилители можно было использовать и для уже сконструированных тогда диктофонов и магнитофонов. Все эти изобретения были использованы и в военной области. Так уже к концу Первой мировой сообщения в виде азбуки Морзе записывались и передавались с большой скоростью, что сокращало время сеансов связи.

К 1913 г. Германия даёт уже 16 % промышленного производства в мире [4, с. 57]. Относительно поздно сформировавшаяся страна не получила ни обширных колоний, ни мощного военного и торгового флота, ни особенного мирового влияния. В 1914 г. Германия вступила в Первую мировую войну на стороне своего союзника Австро-Венгрии. Немцы разработали концепцию блицкрига – мгновенной наступательной войны, опираясь на своё высокое промышленное развитие. Война, однако, стала позиционной (немцам остро не хватало ресурсов для её ведения), новосозданный морской флот не сумел противостоять английскому, недооценено немцами было и единение Англии, Франции, России

(Антанта), а потом и США («война на два фронта»). Экономика Германии была переведена на военные рельсы в русле мобилизационной модели; народ терпел всяческие тяготы (забастовки и митинги обострились к 1918 г.).

Слабым звеном коалиции Центральноевропейских держав становится Австро-Венгрия. Эта страна была вовлечена в военнотехническую и инженерную кооперацию с Германией. Там, говоря современным языком, было много научно-инженерных центров в области проводной связи и радио. Австро-Венгрия была к тому времени внутренне политически неустойчивой страной, и её проблемы не могли не ударить по Германии.

Ещё в 1884 г. инженер и менеджер австриец Карл Чейя организует компанию по производству телеграфного оборудования «Vereinigte Telephon- und Telegraphenfabriks-Aktien-Gesellschaft Czeija, Nissl & Co.» – генподрядчик всего телеграфного оборудования в Австро-Венгрии. 15 июня 1904 г. Отто Нуссбаумер (1876–1930) в университете Граца представил голосовую радиопередачу. Роберт фон Либен, австрийский изобретатель, разработал в 1910 году «Glühkathodenröhre» («глухкатоденрёрэ») – усилитель на триодной лампе. Стало возможно громкое прослушивание. Радиозаводы располагаются и в Австрии, и в Швейцарии, и Германии [2]. Функции триода усиливать и генерировать электромагнитные колебания были открыты немецким изобретателем-радиотехником Александром Мейснером (1883—1958) в 1913 г. Ламповые генераторы стали использовать для получения мощных незатухающих электромагнитных колебаний. Отсюда удалось построить первый ламповый радиопередатчик. Передатчик Мейснера (Майснера) мог передавать как телефонные, так и телеграфные сигналы. Совместно с Хансом Бредовым, в годы Первой мировой войны, Мейснер ведёт голосовые передачи по радио. Первые серийные радиолампы поступают в Германию из Базеля в Швейцарии в 1917 году, «Глухлампенфабрик» (Glühlampenfabrik) делает электронные лампы в соответствии со спецификациями профессора Ханса Цикендрахта [2].

Тем не менее, как не старались связисты связать все уголки Австро-Венгрии воедино – судьба «лоскутной империи» была предрешена: среди её народов крепили идеи национального самоопределения: чехи, словаки, поляки, украинцы, создали свои национально-патриотические комитеты. Антанта и США признали эти эмигрантские группы в качестве правительств де-факто. Идею разделения Австро-Венгрии поддерживал и президент США Вудро Вильсон. [2, с.343]. Тактика раскачивания социальных и национальных противоречий у противника не была новой. Немцы пытались вывести из войны Россию. Германия всячески поддерживала национальные движения на окраинах Российской империи, и симпатизировала большевистской партии выступавшей против войны. И

хотя в результате Октябрьской (1917) революции в России у власти оказались большевики, а другие создаваемые национально-государственные образования на территории бывшей Российской империи нередко оказывались заложниками немецкой политики, военная ситуация вокруг Германии оставалась тяжёлой. Кардинально не улучшилось положение страны и после заключения Брестского мира (3 марта 1918 г.).

К концу 1918 г. немцы понимают, что война проиграна. Антанта и США выдвигают требования выхода страны из войны, а также требуют политических изменений в Германии. В ноябре 1918 г. в стране происходит революция, и власть переходит к социал-демократам (несмотря на выступление леворадикальных сил), которым удаётся провести в жизнь вполне демократическую конституцию. Во время ноябрьской революции 1918 г. заработала коммунистическая радиостанция (нам неизвестно радиотелеграфная или всё же голосовая), которая объявила о победе именно пролетарской революции, а не буржуазной – как было на самом деле. За этими трансляциями стояла группа «Спартак» (из которой позже сформировалась КППГ – Компартия Германии). Этим фактом озабочилось правительство – и были приняты законы о «Радиосуверенитете Германии» (1919). Объявлялось суверенным право Рейха (игра слов: имеется в виду «государство», а не нарицательное нацистский Рейх – прим. наше, здесь и далее) на создание и функционирование передающей и приёмной аппаратуры.

Согласно условиям Версальского мирного договора (28 июня 1919 г.). Германия теряла территории, армия ограничивалась до 100 000, запрещены были современные вооружения, страна должна была платить денежные выплаты – репарации [1, с.149]. Легальная численность армии была ограничена, но военные и политики находят лазейку для формирования полувоенных организаций, чтобы в случае войны можно было нарастить численность армии – рейхсвера. В том же году организовывается крайне правая Немецкая народная партия (НАП), позже Национал-социалистическая немецкая рабочая партия (НСДАП).

Республика не принесла стабилизации. В Германии была подорвана экономика: гиперинфляция, падение жизненного уровня, власть чёрного рынка, социально-психологическая надломленность общества. Фактически у каждой семьи были погибшие или раненые. Для большинства революция и демократические порядки не стали логическим развитием политического процесса: демократия ассоциировалась с режимом, установленными под давлением держав-победительниц. Правые силы Народная партия (НП), Национальная народная партия (ННП) призывали народ к реваншу, восстановлению имперских порядков, эксплуатировали чувство униженности народа Германии. Левые силы с КППГ во главе считали, что цель развития общества – социализм. Срединного пути держались Демократическая партия, христианские демократы (ХДП) и

социал-демократы (СДПГ). Партии имели свои военизированные организации, случались восстания и попытки переворота (правый путч Каппа 1920г., левые выступления в Руре и Гамбурге 1920–21гг., «пивной путч» Гитлера–Людендорфа в 1923г.).

Рождение широковещательного радио. И вот в этот непростой момент для Германии идёт формирование системы радиовещания. Первой публичной передачей (считается днём рождения общественного вещания в стране) стала передача из Вустерхаузена – передатчик (Sender Königs Wusterhausen) был в ведении Рейхспочты (Reichspost) – посвящённая празднику Рождества (20.12.1920). Здесь была смонтирована 210 метровая мачта с антенной. Почтовые служащие принесли в студию музыкальные инструменты, музицировали, пели, а у кого не было музыкальных талантов – декламировали стихи и желали счастливого Рождества. Бредов (отец немецкого радио), работавший в почтовом ведомстве, ратовал за создание публичного радио, хотел не только снабдить население приёмниками, но и передатчиками. Государство думало по-другому. С 1922 г. запрещен был частный приём радиопередач. Но в 1923 г. его отменяют, потому что заработали публичные частные радиостанции. Также законы 1922 г. запретили «обратную связь» от слушателя к вещателю. Т.е. у слушателя не должно быть радиопередатчика – в противном случае в эфире наступил бы хаос от такой «радиопереклички» [8].

Предшественниками немецких станций также считаются «Радио Пресса» («Presserundfunk») и «Радио экономика» («Wirtschaftsrundspruch»), которые были в ведении Express Service GmbH. Этот радиосервис базировался на оплачиваемых профессиональных приемниках, принимавших сигнал от передатчика в Вустерхаузен (Wusterhausen) на всей территории Рейха. Это было эксклюзивное вещание сообщений прессы и экономических (фондовых) новостей ориентированное на предпринимателей, органы управления, политиков как канал быстрой подачи информации (принимать программы частным лицам не позволялось). Государственный секретарь в Министерстве почт Ханс Бредов отстаивал проект централизованного радиовещания как новой услуги, но правительства земель не понимали его идей, потому массовое немецкое радио началось с создания децентрализованной сети станций [9].

Первой регулярно вещающей радиостанцией в Германии было радио из Берлина. 29 октября 1923 года основывают «Немецкий час» («Deutsche Stunde, Gesellschaft für drahtlose Belehrung und Unterhaltung mbH»). Известное как «Radio–Stunde AG», «Funk–Stunde AG». В первые годы радиослушатели строили мачты и антенны, чтобы принять побольше станций. Почтовое ведомство выдавало лицензии на радиоприёмник, проверяло монтаж антенн, и также задавая владельцам радиоприёмников вопросы по физике и радиотехнике(!).

В 1923 г. Германия отказывается платить репарации и франко-бельгийские войска входят в Рейнскую область, конфискуя немецкое имущество. Это дополнительно вносит хаос в хозяйственную жизнь в стране, усиливает экономический кризис. Рур – крупный промышленный центр – дезорганизован, никто не работает. Берлин печатает необеспеченные деньги. Раскручивается инфляция – на банкнотах появляются шестизначные цифры. Если в Гамбурге активизируются левые (Эрнст Тельман), то в Баварии консолидируются правые. Экстремистская НСДАП под руководством Гитлера оказалась в центре событий. 8 ноября 1923 г. Адольф Гитлер на собрании «национального фронта» в мюнхенской пивной «Бюргербройкёллер» потребовал устроить шествие на Берлин с выдвижением правых лозунгов. На следующий день Гитлер и отставной генерал Людендорф во главе колонны пошли по улицам, но были разогнаны («пивной путч»).

Лондонская The Times связывала создание берлинского радио с политической ситуацией в Веймарской республике и дивилась этому событию: «Первое немецкое радио в Берлине основано в октябре 1923 года во время большой денежной инфляции и социальной напряженности. Стоимость первой лицензии для приёма была 780 млрд старых марок или 60 золотых марок. Тем не менее, были найдены к концу года свыше тысячи оптимистов, которые были готовы потратить эти огромные суммы за право слушать первые немецкие радиопередачи. После стабилизации национальной валюты, плата снизилась до 24 золотых марок в год, что эквивалентно £ 1 фунт 4 шиллинга. В Германии в настоящее время около двух миллионов абонентов радио» [13].

В Берлине запускают первую широковещательную станцию – она заработала 10 декабря 1923 г. Основателем радиостанции считается бывший советник министерства иностранных дел Эрнст Людвиг Восс. Штаб-квартира располагалась на Потсдамерштрассе 10 в Доме Фокса (Vox-Haus). В совет директоров входили Джордж Фредерик Кнёпфке, Уильям Вагнер (технический директор) и Теодор Велдерт (пресса, лекции и обучающие программы). Джордж Фредерик Кнёпфке с 1924 по 1933 г. – директор станции, он отвечал также за коммерческие и художественные вопросы. Первым председателем Совета директоров был с 1924 по 1927 гг. Курт Магнус. Председатель правления радиостанции был Ганс Бредов, члены правления Ханс Флеш, Карл Хагеманн. С 1926 г. при радиостанции организовали оркестр. В зоне действия передатчиков были Берлин, Потсдам, районы Щецина, Шверина, Магдебурга, Франкфурта-на-Одере, т.е. частично и земли Мекленбург-Шверин, Мекленбург-Стрелиц и собственно Пруссии. Всего было около 8 млн потенциальных слушателей нового СМИ. С 1929 г. работали региональные дирекции Берлина, Потсдама, Штеттина, Франкфурта-на-Одере, Магдебурга [5;8].

Не отставал от Берлина и Лейпциг. С конца января 1924 работает Лейпцигское радио («средненемецкое радио») или Mitteldeutsche Rundfunk A.G. (MIRAG). Передатчик ставят на территории знаменитой Лейпцигской ярмарки. 2 марта 1924 г. слушатели услышали в динамиках: «Привет, привет, – это Лейпциг, Лейпциг». Радиус вещания первоначально в радиусе 150 км: Лейпциг, Дрезден, Хемниц, Эрфурт, Галле, часть Магдебурга, т.е. в зону действия попадали земли Саксония, Тюрингия, Анхальт, Брауншвейг и Пруссия. Число потенциальных слушателей было такое же и у Берлинского радио – 9 млн. Станция была акционерным обществом – основной акционер газетный магнат Херфурт. Директор и основатель станции Эрвин Йайгер.

Дочерняя компания берлинской радиостанции (Deutsche Stunde in Bayern GmbH, München) была организована в Мюнхене (Бавария). Работала с марта 1924 г. Основатель Герман Клопфер, Йозеф Бем и Роберт Риммершмидт. Директор Эрнст Людвиг Фосс. В том же 1924 г. станция открыла ретранслятор в Нюрнберге. С 1930 г. это отдельное Баварское радио (Bayerische Rundfunk GmbH) [8;9].

В 1924 г. радио получил и Франкфурте-на-Майне. Тут на территории заброшенного завода в г. Хелигенсток начинает работать радиостанция. У истоков вещания стоят бизнесмены Фриц фон Опель и химический промышленник Карл-Адольф Шлэйснер. Станцию называют Немецкой радиослужбой юго-запада (SÜWRAG). Интересно, что идеи Опеля и Шлэйснера не поддерживает тогдашний канцлер Германии Филипп Шейдеман, который присматривался к площадке в г. Касселе. Уставной фонд составил 60 000 золотых марок. Передатчик был мощностью 700 Вт и заработал 1 апреля 1924 г. [8].

В январе 1924 г. стартовало радио и в Гамбурге. Тут его организаторами становятся группа торговцев зерном во главе с Фредериком Блоком. Первый офис был на Шюльтерштрассе, в здании почтового ведомства. Первый радио-директор Ханс Боденштедт. Называлось оно NORAG – северогерманское радиообщество.

Южнонемецкое радио Süddeutsche Rundfunk AG (SÜRAG) было основано в Штутгарте в начале весны 1924 г. как юридическое лицо, а с мая 1924 г. пошло вещание.

Радио в Силезии – Die Schlesische Funkstunde A.G (SFAG) – радио в Бреслау (Вроцлаве, ныне это территория Польши), открытое в мае 1924 г. Зона покрытия передатчика – прусская провинция Силезия. В зоне управления силезского радио была и знаменитая станция в Гляйвице (первоначально ретранслятор, потом самостоятельное вещание). Силезское радио работало первоначально с территории университета Бреслау. Её основателями считается физик Отто Лумер и четыре бизнесмена.

Кёнигсбергское радио ORAG – Ostmarkradio AG – первая радиоккомпания в Кёнигсберге (ныне г. Калининград Российской

Федерации) и в Пруссии. Старт вещания 2 января 1924 г. из небольшого дома на территории выставочного комплекса Германской Восточной ярмарки в Кёнигсберге. Передатчик был на мачте Закхаймских ворот. Станция вещала музыкальные передачи, новости, но важнейшей составляющей были передачи для деловых людей [8;9].

«Западнонемецкая радиокомпания» (WERAG) работала с 1924 г. из г. Мюнстера; но в конце 1926 г. станция переезжает в Кёльн, где строят большой передающий центр. Государство ставит перед станцией задачи вещания в Рейнской области и в Руре. Интересно, что мэром Кёльна был в то время Конрад Аденауэр, впоследствии первый канцлер ФРГ. Таким образом, основные игроки на поле немецкого радио сформировались в первой половине 1924 г., что называется в разгар кризиса. Организация станций велась на деньги предпринимателей при поддержке интеллигенции, учёных и чиновников почтового ведомства, которые поняли, что это поможет пополнить налоговую копилку почты – за эксплуатацию приёмника брали плату [9;12].

В 1924 г. в Германии пик кризиса – видя, что страна погружается в хаос, США предоставляют Германии кредиты (план американского банкира Чарльза Дауэса, апрель 1924 г.) на восстановление экономики. Годы с 1924 по 1929 г. получают наименование «золотых двадцатых» – это период недолгой стабилизации в экономической жизни Германии. Зарплата пошла вверх, большим уважением стали пользоваться профсоюзы, в целом улучшилась соцзащита наёмных работников. Экономика развивалась в сторону высокотехнологического сектора: широко внедряется новая техника, конвейерное производство. Экономические успехи Германии способствовали повышению авторитета государства в мире. Действия Версальского договора смягчили, Германию признали равноправным членом международного сообщества (она в Лиге Наций, сблизилась с Францией, поддерживала европейские мирные инициативы; переговоры в Локарно, пакт Бриана-Келлога). С СССР Германию с 1922 г. стал связывать Раппальский договор [1].

Поступательное развитие радиосети. Приток денег в «золотые двадцатые» подтолкнули развитие сети радиовещания. В Германии тогда существовали только приёмные средневолновые устройства в диапазоне длин волн от 250 до 700 м (средние волны 430–1200 кГц). Причём приемники могли быть сделаны только официально признанными компаниями. Государство, таким образом, достигало контроля над рынком радиоприёмных устройств. Кроме того, от радиостанций требовалось избегать политических заявлений, эротики и сатиры. С 1928 г. эти ограничения были постепенно ослаблены: появились злободневные комментарии (в т.ч. и в адрес правительства). С 1927 г., ежегодный лицензионный сбор составляет 24 марки. Тем не менее, появляются нелегальные, «чёрные слушатели», которые приобрели радиоприёмник в

обход закона и слушали радио бесплатно (не выплачивая сбора). Судом осуждалось около 150–180 человек в месяц по стране, в т.ч. часть злостно уклоняющихся от платы получало тюремные сроки. С января 1925 г. появляются коротковолновые приёмники, и энтузиасты слушают радио из США. Население в целом охотно покупает ламповые «Грюндиги», «Сабы» и «Телефункены». С 1926 начинает вещание «Немецкая волна» (Deutsche Welle GmbH), позже известная как Дойчландзендер (Deutschlandsender). В 1929 г. в Вустерхаузене, под Берлином, работает радиостанция «Немецкая волна», задачей которой была подготовка передач для немцев, живших за пределами Германии. В феврале 1926 г. Немецкая национальная почта покупает 51 % акций берлинского радио. С этого момента оно под контролем Министерства Почт. С 1 июня 1926 г. бывший государственный секретарь в Министерстве сообщения Ханс Бредов, назначен комиссаром вещания Германии. Он же и председатель правления Государственной радиоконпании Reichs-Rundfunk-Gesellschaft mbH (RRG). Она объединяла под своей крышей все местные региональные радиостанции. Ханс Бредов был с 1927 по 1933 г. также и председателем берлинской радиостанции «Radio-Stunde AG».

20 декабря 1927 г. в Зейсене заработал Второй канал на длинных волнах (240 кГц). Это был один из самых мощных передатчиков в Европе. [10; 12]. В октябре 1928 г. в Германии компания Телефункен/Telefunken получает от государства задание построить станцию коротковолнового диапазона в том же Зейсене для нужд трансграничного вещания. В 1929 г. состоялся первый радиообмен между США и Германией. Новогодняя программа немецкого радио прозвучала на американском радио NBC. [11] С США разворачивается и взаимовыгодное сотрудничество.

Экономика. К 1929 г. германский экспорт превысил на 34 % довоенный уровень. По уровню экспорта страна вышла на третье место после США и Великобритании. Вместе с «дауэсовской» помощью во второй половине 20-х годов XX века произошло обновление основного капитала, широко используется новая техника, конвейерное производство – производительность труда поднялась на 20 %, а в высокотехнологичных областях производства 30–40% по сравнению с 1913 г. В 1927 г. немецкая промышленность вышла на уровень 1913 г. по объёмам выпуска промпродукции. На втором месте в мире страна была по производству чугуна и добыче угля. Для страны в мировом промышленном производстве выросла с 8 % в 1923 г. до 12 % в 1929 г. [1, с.163] Концерны Siemens, AEG, IG Farbenindustrie вошли в списки крупнейших в мире. Этот период характеризуется тесной связью немецких и американских компаний. [3, с. 4]. Накануне кризиса иностранные предприниматели устремляются на рынок Германии. IG Farbenindustrie (IGF) имела 7 компаний- филиалов в США (одна из них «Джаско» практически занималась информационной работой в США в области химии). «Стандарт

ойл оф Нью Джерси» (Рокфеллер)/ Standard Oil Company (New Jersey) в 1927–1929 гг. заключила ряд договоров с IGF. С ней были заключены договора о разделе сфер – она не выходит на рынок США, а «Стандарт ойл» налаживает производство синтетического топлива в Германии, поставляет оборудование технологии по производству каучука (в 1938 г. искусственный каучук «неопрен» попал в Германию через трест Дюпона). «Империял Кемикал индастри»/ Imperial Chemical Industries (Великобритания) имела долю в IGF. «Ройал датч шелл»/ Royal Dutch Shell в нефтяной промышленности Германии. Компания по производству оптики, основанная выходцами из Германии Джо Якобом Бошем и Генри Ломбом «Бош и Ломб» (Bausch & Lomb) делилась информацией о технологиях с Цейс/Zeiss. Подозревают, что Цейс использовал их в продукции и гражданского, и военного назначения. На рынке США работал отдел Бош-США/Bosch corp. – USA) [3, с. 33]. К 1938 г. американская телеграфная компания ИТТ/ITT скупает немецкую телеграфную сеть (к 1938 г. – контролирует 40 %). Американская электротехническая и энергетическая Дженерал Электрик/General Electric (GE) владела 30 % акций AEG, а через неё пакетами акций в Siemens (радио и электрика) и Osram (лампы) [3, с. 34]. Из США и Британии импортировалось стратегическое сырьё. Автопромышленность уже с 20-х годов получает толчок «Дженерал моторс»/ General Motors (GM) и Форд /Ford финансируют строительство завода грузовых машин. GM почти что выкупила весь Опель/Opel, в 1929 г. соорудив автосборочный завод в Рюмельсгейме (в 1936 г. завод в Бранденбурге – производил до 150 машин в сутки).

Экономический кризис (1929) больней всего ударил по США. Промышленное производство в США упало к 1932 году (с 1929 г.) на 46,2 %, в Германии на 46,7 %, Франции 31,9%, Британии 16,5%. (по [3, с. 4]) Успехи Германии на международной арене зиждились на быстром экономическом возрождении страны. Кредиты для банков в основном из США и реализация дешёвых немецких товаров по всей Европе была основой этого. Кредитование происходило в основном на краткосрочной основе – при малейших трудностях в США кредиты могли быть отозваны. Это и произошло 25 октября 1929 г. во время мирового финансового кризиса. Он ударил по Германии очень сильно – никаких существенных резервов у страны не было. Банки Центральной и Восточной Европы были, кроме того, связаны с промышленностью долгосрочными кредитами и пакетами акций, что при «остановке» промышленности стало для них фатальным. Внутренний рынок буквально вымирает – денег ни у кого не остаётся – люди перестают покупать дорогие товары. Начинается волна разорений банков. В стране 7 млн безработных, десятки тысяч малых и средних предприятий разорились.

Промышленники уже после поражения страны в Первой мировой войне разделены на две группы: 1) современные производства с большими доходами, новым оборудованием и технологиями, работающие ещё и на экспорт; 2) сильно пострадавшие от поражения концерны: военные, добывающие, сделавшие ставку на колонии, а также аграрный сектор. Первая группа делала ставку на поддержку духа «Веймара», социал-демократов и либерального отношения к рабочим, но это было верно до кризисного 1929 г. После исчезновения денег в экономике все предприниматели вынуждены были прибегать к снижению зарплаты, увеличению рабочего дня и увольнениям («экономии»): поэтому сотрудничество с социал-демократами (СДПГ), профсоюзами, рабочим движением стало невозможным. Вторая группа изначально делала ставку на правых, не признавала республики, тосковала по старым дореволюционным имперским временам. В кризис их вера в неспособности республиканцев управлять страной лишь усилилась. Даже простые люди стали связывать республику и экономические проблемы. Растущие выступления недовольных рабочих во время кризиса озаботили бизнесменов обеих групп; а кроме того у многих раздражение вызывали левокоммунистические радикалы («боевики КПП»), которые выступали против интересов буржуазии, а в перспективе могли её и ликвидировать по советскому образцу. Всё это наводило на мысль о наведении порядка, в обстановке которого экономическое развитие пойдёт лучше и спокойнее. Консервативные предприниматели начинают поддержку радикальных правых партий, в частности и НСДАП Гитлера [7].

Для радио и прессы в целом такой курс означал усиление право-консервативного начала в эфире. Как и во всей тогдашней Европе решающей становится роль государства в управлении СМИ. Однако, частные фирмы продолжают быть поставщиками радиооборудования для радиостанций, студий и конечного приёмного оборудования – радиоприёмников. Так в 1931 г. в Берлине открывают суперсовременный для того времени Дом Радио (Haus des Rundfunks). Церемонию возглавляет Ханс Бредов – отец немецкого широкоэвещательного радио [5;6]. В 1932 г. на выставке IFA в Берлине был представлен массовый коротковолновой радиоприёмник [11].

Описываемый этап развития средств связи, и радио в частности, характеризуется разными формами частно-государственного партнёрства. Он является переломным в политической и экономической истории государств Центральной Европы, и вывел, в какой-то момент, на первый план активность граждан: предпринимателей, служащих, учёных. Неразвитость демократии и общественных институтов не смогли отстоять гуманистические принципы вещания начального периода: просвещение, взвешенность, высокую мораль и культуру. Пресса попадает в водоворот

политики, а вскоре она станет и монопольным рупором идей гитлеровской партии.

Использованные источники:

1. Ватлин А.Ю. Германия в XX веке /А.Ю.Ватлин –М.: Российская политическая энциклопедия – М. : Росспэн, 2002. – 336 с.
- 2.Воцелка Карл История Австрии / Карл Воцелка; пер. с нем. В.Брун-Цеховой, О.Величко, В.Ковалёва. – М. : Весь Мир, 2007 – 502 с.
3. История Великой Отечественной войны / Под рук. Г.Д.Деборина; Айрапетян М.Э., Богуш Е.Ю., Болтин Е.А. [и др., кол. авторов]. – Т.1 Подготовка и развязывание войны империалистическими державами. – М. : Воениздат 1960. – 532 с.
4. История Германии : учебное пособие : в 3 тт. / Под общ. ред. Б. Бонвеча, Ю. В. Галактионова. — М.: КДУ, 2008. —Т. 2: От создания Германской империи до начала XXI века / А. М. Бетмакаев, Т. А. Бяликова, Ю. В. Галактионов (отв.ред.) [и др.]. – М.: КДУ, 2008. – 672 с: ил.
5. Кузьмина С. «Говорит Берлин»: Работает выставка, посвященная 75-летию столичного Дома радио /С. Кузьмина [Электрон.ресурс] // Европа-Экспресс № 12 (420).– 20 марта 2006 – Режим доступа : http://www.euxpress.de/archive/artikel_1078.html
6. Ширер У. Берлинский дневник. Европа накануне Второй мировой войны глазами американского корреспондента / У.Ширер Пер. с англ. Л.А. Игоревского. — М.: ЗАО Центрполиграф, 2002. — 508 с.
7. Яхлов А.В. Институциональный и электоральный кризисы в период демократического транзита (Веймарская республика 1919–1933) / А.В.Яхлов [Электрон.ресурс] //Политэкс. – Режим доступа: http://www.politex.info/index2.php?option=com_content&task=view&id=141&pop=1&page=0
8. Diller Ansgar Rundfunk bis 1945 [Электрон.ресурс] / Ansgar Diller. – Режим доступа: http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/diller_rundfunk45/gez_rundfunkgeschichte_bis45.html
9. Dussel Konrad Deutsche Rundfunkgeschichte / Konrad Dussel. – 3., überarb. Aufl. – Konstanz : UVK–Verlagsgesellschaft, 2010. – 335 S.
10. Meyers Enzyklopädisches Lexikon. Bd. 6, Mannheim 1972. – S. 697
11. Mit 8 kW rund um die Welt. Deutscher Weltrundfunk in der Weimarer Zeit. Geschichte des Kurzwellenrundfunks in Deutschland 1929–1932. Deutsche Welle. – Köln– Berlin : Verlag Haude und Spener, 1969.
12. Wie der Rundfunk in Deutschland begann. ELRO Verlag s gesellschaft mbH, Königs Wusterhausen 1994. – S. 24
13. The Times: „Broadcasting in Germany“. – Die London Times. – 6 Oktober 1927. – Seite 6.

Степура И.В.
ст. лаб.
Институт психологии НАПН Украины
Шушарина С.С.
завуч школы, учитель–методист, СШ 192
Украина, г. Киев

РАЗВИТИЕ ШИРОКОВЕЩАТЕЛЬНОГО РАДИО И ТВ В ГЕРМАНИИ (1933–1945)

Политический контекст. В 1932 г. состоялись выборы президента Германии. Побеждает действующий президент Гинденбург, но вторым приходит Гитлер [1, с.184]. «Многие немцы, голосовавшие в те дни за Гитлера, одобряли не все его идеи и пункты программы... Большинство тяготело к национальному сообществу и социалистическому «народному государству», предложенному Гитлером» [5].

Состоявшиеся после президентских парламентские выборы приносят победу НСДАП и это самая большая фракция в рейхстаге. Гитлер встречается с промышленниками и убеждает их, что только авторитарное правление преодолет пороки Веймарской системы. Стране нужна порядок и дисциплина, которую обеспечит НСДАП. Авторитарно настроенные промышленники поддержали будущего фюрера.

Из допросов в заключении Круппа (1945): «Экономика нуждается в спокойном поступательном развитии. В результате борьбы между многими немецкими партиями и беспорядка не существовало возможности для производственной деятельности. Мы члены семьи Круппа, не идеалисты, а реалисты. У нас создалось впечатление, что Гитлер обеспечит нам необходимое здоровое развитие... Жизнь это борьба за существование... В этой борьбе нам было необходимо суровое и крепкое руководство» [18].

Другие крупные фракции в парламенте – СДПГ и КППГ, были погружены во взаимную идейно-политическую борьбу и не видят опасности, исходящей от нацистов. После выборов канцлером назначают Папена. 13 августа 1932 г. Гинденбург предлагает Гитлеру пост вице-канцлера в правительстве Папена, но тот отказывается [1, с.187–189].

Первое заседание парламента открывает старейший депутат – Клара Цеткин (1857–1933). Указав на экономический и социальный кризис Германии, Цеткин призвала защитить конституцию и сбросить кабинет «фашиста» Папена. Папеном действительно была задумана реформа общественной системы в сторону ограничения парламентаризма. Радикальные партии КППГ и НСДАП он планировал и вовсе запретить [1, с. 191].

После речи Цеткин парламент избирает президентом рейхстага Германа Геринга (1893–1946) главу фракции НСДАП. Папен однако, остаётся на своём посту и выдвигает новую программу экономии: сокращает пенсии и пособия. Рейхстаг голосует за недоверие Папену, но

Гинденбург в ответ распускает парламент. Новые выборы 6 ноября 1932 г. НСДАП вновь набирает большинство, но фракция уже меньше (193 мандата). Коммунисты и социал-демократы – 211 мандатов. Немецкие промышленники пишут письмо Гинденбургу с просьбой назначить Гитлера канцлером. Но канцлером становится К. Шлейхер, который принялся убеждать Гинденбурга объявить чрезвычайное положение, запретить коммунистов КПП и нацистов (НСДАП), т.е. фактически установить диктатуру. Партийные лидеры и промышленники все выступали против Шлейхера одним фронтом. Сложно сказать каким диктатором был бы генерал Шлейхер, но его уход расчистил дорогу к власти Гитлеру. [1, с.191–193; 15]

После кризиса основные капиталистические страны впали в период депрессии, но Германия, опираясь на иностранные кредиты и развитие военно-промышленного комплекса быстро преодолела негативные экономические тенденции [8, с.7]. Также надо учитывать, что за годы кризиса в простое оказались 2/3 от всех промышленных мощностей [1]. Было 5,6 млн. безработных [8 с.14–16]. 30 января 1933 г. президент Гинденбург назначает Гитлера канцлером. Это правительство было коалиционным НСДАП + националисты НННП Гугенберга, вице-канцлером был Папен [15].

Чтобы разгромить своих противников 27 февраля 1933 г. нацисты организуют провокацию – поджог рейхстага, обвиняя в этом коммунистов. На следующий день 28 февраля 1933 г. выходит закон о защите государства, где приостанавливались гражданские свободы, возможен был арест без санкции прокурора. Тут же начинаются гонения на коммунистов, несогласных, левых, евреев, многие оказываются в тюрьмах, незаконно удерживаются в созданных лагерях. Распускают и парламент – на новых выборах 5 марта 1933 г. нацисты снова собирают много голосов, но большинства не набирают. Тогда Гитлер ставит вопрос о передаче мандатов коммунистов национал-социалистам – так искомое большинство и было получено. Гитлер назначает акт открытия нового рейхстага в гарнизонной церкви Потсдама. Военные, чиновники и помещики собрались и слушали речь президента Гинденбурга. Перед правительством стоят сложные задачи – дисциплина, патриотизм и подчинение нужны для того, чтобы преодолеть экономическую депрессию и безработицу, – указывал Гинденбург. После Гитлер и Гинденбург, взявшись за руки, пошли к гробнице Фридриха II и возложили венки. Радио вело прямую трансляцию этого события, и оно стало переломным для немецкого общества. Новый рейхстаг соберётся уже в опере «Кроль» с нацистским большинством и под охраной СС.

С 24 марта 1933 г. рейхстаг наделяет А.Гитлера возможностью издавать законы и менять конституцию, никак с ним не советуясь (на 4 года).

Профсоюзы были распущены, вместо них был создан Германский трудовой фронт во главе с одним из соратников Гитлера, рейхслайтером Робертом Леем. Забастовки были запрещены, предприниматели объявлены хозяевами предприятий. Вскоре была введена обязательная трудовая повинность. С 14 июля 1933 г. распускались все партии [15].

Во времена Третьего Рейха положение работников ухудшилось, из-за разгона профсоюзов. Хотя при этом имели место социальные и культурные мероприятия, проводимые во многом за счет вычетов из зарплаты.

Сокращение зарплаты в процентах от национального дохода в 1933 г. составляла 77 %, в 1938 г. 66%, а и по возможности покупки продуктов питания за период с 1927 до 1937 г. снижение на 20–30% [23].

Государство осуществляло социальные меры относительно рабочих и служащих. Собирали деньги для безработных – «зимняя помощь», была программа дешёвого отдыха – «сила через радость» (туризм, массовый спорт, физкультура, драмкружки, посещение культурных мероприятий). Создавались санатории.

Безработные использовались на социальных работах, например, строились дороги, за минимальную плату (всего около 4 млн человек). Была распространена «сельская помощь», когда молодёжь направлялась в сельские хозяйства без оплаты труда за одно лишь содержание. Женщинам, если она после вступления в брак пять лет не выходила на работу, представлялась ссуда в 1000 марок. При рождении первого ребенка часть ссуды списывали, в случае нескольких детей списывалась вся сумма; женский труд не приветствовали – снижали число работающих.

Пропаганда. После прихода НСДАП к власти Гитлер предоставил министру народного просвещения и пропаганды доктору Геббельсу полный контроль за работой немецких радиостанций. С 1 мая 1933 г. радиослужбу подчинили Министерству пропаганды, передав её из под крыла почтового ведомства. Министерство пропаганды делилось на группы, а те на секторы. Группа радио решала две задачи важные для нацистов – национализировать радио и унифицировать его программы, а также организовать выпуск массовых «народных приёмников», что многократно усиливало пропагандистский эффект радио.

С лета 1933 г. в обязательном порядке 28 ведущих радиостанций Германии стали создавать простой и дешёвый массовый народный приёмник – «Volksempfänger». VE30.1 – Volksempfänger, а 30.1 – это 30.01.1933 г. – день, когда к власти в стране пришёл Гитлер. Идея была достаточно новой, чтобы остановиться на ней поподробнее. Обычно доминирует упрощённая точка зрения, что он мог принимать лишь местное радио и служил орудием идеологического принуждения.

Т.Гладков пишет, что с 1936 г.: «Населению было также запрещено слушать передачи иностранного радио. Производимый в огромном количестве и продаваемый по необычайно низкой цене так называемый

«народный радиоприёмник» позволял принимать на средних волнах лишь несколько германских радиовещательных станций». Был запрещён ввоз иностранных газет. Изначально «массовый приёмник» был модульным и расширяемым. Правда в нём не было диапазона коротких волн, но докупив усилитель можно было слушать Лондон или Москву на длинных волнах. Но на деле чаще всего он применялся для приема лишь местных радиостанций. Ну, а чтобы подстраховаться, власти издали закон, по которому просто-напросто запрещалось прослушивание зарубежных голосов [3].

Вот как об этом сказано у Зульцмана: «Закрывать доступ в Германию чужой информации в виде газет, журналов и т.п. не представляло большого труда, но ограничить проникновение радиоволн и сделать, их безвредными было гораздо труднее. Эту задачу нельзя решить и принудительным введением так называемых «народных радиоприёмников», обладающих незначительной мощностью приёма. Небольшого дополнительного приспособления было достаточно, чтобы слушать радиопередачи противника на большей части территории Германии даже при помощи маломощного «народного приёмника» [7]. «Народные приёмники» навязывали практически в обязательном порядке. Были организованы комиссии, которые проверяли семьи на наличие таких приёмников [7].

Народный приёмник [дешевая общедоступная модель радиоприёмника] благодаря низкой цене позволит широким массам пополнить ряды радиослушателей. Наука и промышленность сделали для этого всё возможное, заслужив благодарность правительства и всей нации» – утверждал Геббельс. Каждый владелец радиоприемника был обязан платить за него ежемесячно в качестве пошлины в 2 рейхсмарки, которые шли на нужды министерства пропаганды [7;11].

В структуре Министерства пропаганды была и группа кинематографа. Сюда входила система нарождающегося телевидения – с 1935 г. в Берлине была регулярная телепрограмма, а в 1936 г. трансляции велись со стадионов Берлинской олимпиады.

Палата радиовещания Рейха (Reichsrundfunkkammer) была создана 3 июля 1933 г. Её создают из партийного отдела НСДАП. Цель – создание единства управления всех субъектов радиовещания. Но в 1934 г. прессу – производство и торговлю – подчинили Министерству экономики, распустили и общественную организацию «Союз радиослушателей». В 1937 г. Палата радио состояла из пяти коллективных членов: управление, пропаганда, хозяйство и техника, право и культура. С 1 сентября 1935 г. основали отдел радиовещания (Rundfunk), включивший всех работников от директоров и ведущих радиопередач, до звукооператоров и инженеров. Президентом Палаты радиовещания с 1933 по 1937 г. был Хорст Дресслер-Андресс [6].

«Под контролем министерства пропаганды находилось всё немецкое радиовещание. Отдел радио формулировал политику в области радиовещания и осуществлял надзор за её выполнением. В его руках находилась Германская радиовещательная корпорация и 26 млн радиослушателей – 40 % населения страны. Имелось несколько радиостанций (Мюнхен, Кёнигсберг, Лейпциг, Дрезден, Гамбург), которые вели вещание на европейские страны, главным образом для немцев, проживающих за пределами Германии («фольксдойче»). Постоянно наращивалось количество передач на «дальнее зарубежье». В 1938 году суточная продолжительность зарубежных передач составила на страны Западного полушария 22 часа, Африки – 8 часов, Азии – 21. Более половины передач велось на английском языке, около 40 % – на немецком» – пишет Панарин [11, с. 46].

Развитие международного радио в 1920-е – 1930-е гг. сопровождалось попытками ряда государств, использовать трансграничное вещание для осуществления своих экспансионистских внешнеполитических целей. Если первоначально германские радиопередачи на зарубежные страны, принявшие регулярный характер в 1929 году, были ориентированы преимущественно на проживающих за границей немцев, то в 1933 году Германия открыла иновещание на английском и немецком, в следующем году – на испанском и голландском языках [11,с.21]. На коротких волнах из Берлина, Дрездена и Мюнхена велись радиотрансляции оперных спектаклей, передавались симфонические концерты из Лейпцига. В эти передачи искусно вплеталась нацистская пропаганда. Вещание на зарубежные страны осуществляли специально созданные радиостанции: на Эльзас-Лотарингию работала радиостанция во Франкфурте-на-Майне, на Бельгию вещали из Кёльна, на Данию из Гамбурга и Бремена, на Чехословакию из Бреслау и Глейвица, на Австрию из Мюнхена. Радиовещание на остальные страны велось круглосуточно на двенадцати языках из громадной радиостудии в Зезене. [6; 7; 10].

«К началу Второй мировой войны германские передачи на зарубежную аудиторию велись на семи языках на несколько регионов мира, включая Южную Азию, Центральную и Южную Америку, Африку и арабские страны. Их общая среднесуточная продолжительность составляла 75 часов. Особое внимание уделялось вещанию на заморские территории, находившиеся под управлением Великобритании и других колониальных держав. Иновещательные программы состояли из выпусков новостей, репортажей, пропагандистских политических материалов, передач на темы культуры, но две трети эфирного времени занимали развлекательные передачи (преимущественно музыкальные), призванные привлечь зарубежную аудиторию к постоянному прослушиванию германского «всемирного» радио». [9, с. 21].

Развитие промышленности. 7 марта 1936 г. Гитлер отказался от условий Локарнского договора. В сентябре 1936 г. на нацистском съезде в Нюрнберге поставлен четырехлетний план достижения Германией сырьевой самодостаточности и дальнейшего усиления промпроизводства. Наблюдателям было ясно, что это план военных приготовлений [11, с.62].

О.Дитрих писал (1957): «В 1933 году Гитлер сказал: «Дайте мне четыре года». С тех пор он дал миллионам работу и хлеб, поднял уровень жизни в Германии. Почему народу было не верить ему? Люди, конечно, понимали, что Гитлер энергично перевооружает Германию. Они видели, что преобладающей причиной ликвидации безработицы являются военные заказы. Народ, конечно, понимал, что растущая внутренняя сила рейха чревата опасностями извне, но верил, что перевооружение ведётся ради обороны. Более того, его личное благосостояние зависело от дальнейшего развития промышленности. И только небольшая группа специалистов была озабочена экономической и финансовой политикой Германии» [5].

Промышленность переводилась на военные рельсы, страна была разбита на военно-хозяйственные округа (Wehrwirtschaftbezirk). В сентябре 1936 г. утверждают четырёхлетний план развития промышленности. В дополнительном секретном циркуляре ставилась задача сделать армию боеготовой за эти годы [8,с.22].

Капитальные вложения в экономику Германии 1932–38 гг. (по [17] в млн рейхсмарок. 1932 г. в экономику всего 2590, в военную отрасль 620; 1933 – 3150 и 720; 1934 – 3150 и 720; 1935 – 9040 и 5150; 1936 – 13220 и 9000; 1936 – 13220 и 9000; и на 1937 г. 15470 и 10880 соответственно.

Индекс промпроизводства (1929 – 100 %), 1932 – 60,7 %, 1938 – 125,7%. Индекс производства средств производства 1929: 43,1%, 1938: 131,2% [23].

К началу Второй Мировой войны Германия имела самый большой в мире парк металлообрабатывающих станков – 1,6 млн. единиц. Синтетического горючего вырабатывалось 1 600 000 тонн. [8, с.23].

Последовательно претворялся план постройки шоссейных дорог (и автобанов). Имея развитую дорожную сеть войска можно было перемещать с большой скоростью.

Строительство шоссейных дорог (млн рейхсмарок) (по [17], [8,с.23]. Так в 1932 г. было вложено средств 805 млн, 1933 – 1238, 1934 – 1694, 1935 – 1876, 1936 – 2144, 1937 – 2400, 1938 – 3376.

Финансирование военно-промышленного производства пошло как из касс разгромленных партий и профсоюзов [8,с.25], а также часть взносов в «Трудовой фронт» Лея. С июня 1933 реквизируются средства неарийского населения, преимущественно евреев. В период 1933–1938 г. выпускались векселя «по созданию работ», а с 1935 г. государственные облигации через которые привлекались средства населения в принудительном порядке.

«До некоторой степени производство оружия может быть экономически оправданным в том смысле, что оно гарантирует стране безопасность и возможность мирного развития. Но если в стране военное производство занимает главенствующее положение по отношению к другим отраслям промышленности и если в мирное время в результате военных расходов правительственный долг возрастает настолько, что нарушается нормальный отток денег в казну в течение длительного времени, это уже серьёзный повод для беспокойства. В предвоенные годы сложно было судить, действительно ли эти страхи обоснованны, или стремительно развивающаяся экономика Германии законным образом сдержит рост долга. Сегодня мы знаем, что Гитлер купил экономическое процветание ценой миллиардов правительственного долга — долга такого ошеломляющего, что перегруженная структура кредитов создала бы для него огромные трудности в будущие годы мира. Не эта ли ситуация позже заставила Гитлера развязать войну?» – писал Дитрих [5].

Состояние радиосети. С 1 января 1939 г. Геббельс переименовывает радиовещание Германского Рейха в Великогерманское радио, включая в него, наряду с передатчиками на немецкой территории, станции в Австрии (аншлюс с Германией) и Чехии (протекторат Богемия и Моравия). Структура вещания Великогерманского радио во время Второй Мировой войны сводилась к следующему: «Во время Второй мировой новости начинались в 5-30. Всего было 9 блоков новостей. Заканчивались новости в 20-00 главной передачей, которая длилась порядка 20 минут. Предварялись новости заставкой фанфар, что привлекало внимание к информационному блоку» [15].

Хорошей технической организацией радиотрансляций отличалось перемирие (а фактически капитуляция Франции в Компьенском лесу в 1940 году). Это передача для немецких и американских радиожурналистов была невероятно сложна. Американские компании CBS и NBC транслировали событие в прямом эфире. Немецкое радио вышло позже – в записи. [12,с.374–375] По условиям военной цензуры всё выступление надо было записать, проверить и лишь потом дать в эфир, но на практике американское радио вышло в прямой эфир. Такое решение принял начальник радио при министерстве пропаганды Рейха Ойген Хадамовский и начальник коротковолнового вещания Дитрих, хотя потом они и говорили, что не предполагали такого... Уже в 1940 году воздушные тревоги внесли неразбериху в работу Берлинского дома радио [12, с.407–408]

В середине 20-х годов был создан Всегерманский телевизионный союз промышленных и радиовещательных фирм. В страну были приглашены английский учёный Д.Бёрд и венгерский Денеш фон Михали (Михайи). Немецкая система механического телевидения на 30 строк с частотой смены кадров 12,5 кадр/сек. Над собственной системой работал и

Август Каролус (концерн «Телефункен»). Каролус представил разработку в марте 1929 г. — передача 1 час 20 минут показывалась на экране 8х10 сантиметров. Третья компания «Фернзе АГ» (Fernseh AG). Её создали Леве, Пейс и Бош совместно с англичанином Бёрдом. Для координации усилий в 1929 г. была основана Германская ассоциация телевидения, начавшая с 1930 г. публиковать свой журнал «Фернзеен» («Телевидение», Fernsehen).

Первые регулярные передачи в эфир в Германии начались в марте 1929 г., а в январе 1931 г. телевидение стало звуковым. Немецкий учёный Манфред фон Арденне в августе 1931 г. продемонстрировал полностью электронную систему телевидения (100 строк).

С 1931 г в Германии появились и первые телевизоры с электронным кинескопом. К работе подключились компании TCL (ТКЛ), «Мюллер», «Лоренс».

Передачи ведёт Имперское радиообщество (180 строк). Именно эта система использовалась для передач с Берлинской олимпиады 1936 г. В марте 1935 г. было объявлено, что передачи берлинского телецентра становятся регулярными. Телецентр «Большой Берлин» проработает с 1935 до 1943 года. Передачи шли трижды в неделю. Это были спектакли, музыкальные концерты, скетчи, выступления партийно-государственной номенклатуры. Позднее стали выходить специальные передачи для молодежи, регулярные пропагандистские беседы. Была показана специально написанная для телевидения 30-минутная опера «В ласточкином гнезде».

Немецкое телевидение имело свои особенности — телевизоров в индивидуальном пользовании почти не было. Они были в телесалонах — учреждениях коллективного просмотра. Что-то похожее на кинотеатры. Программа в газетах не публиковалась и зрители, пришедшие в телесалон, не знали точно, что там увидят.

9 апреля 1935 г. в берлинском музее почт появился первый телесалон на 30 человек с двумя телевизорами, а осенью того же года открылся телетеатр с проектором на 300 человек. С 15 января 1936 г. берлинский телецентр показывает передачи со стандартом 180 строк ежедневно с 20.00 до 22.00. Существование телевидения в Германии преподносилось как большой успех страны на международной арене. Так перед сотрудниками телецентра была поставлена задача освещать Олимпийские игры (1936). Присутствие камер на стадионах должно было показать техническую мощь немецкого государства. Объем вещания возрос до 7–8 часов в сутки. В Берлине работали 25 просмотровых зала. Кабельная линия протянулась в Гамбург. Затем были созданы кабельные линии Берлин — Лейпциг, Берлин—Нюрнберг, Берлин — Мюнхен и Кёльн. К 1937 г. чёткость изображения подняли до 441 строки. Появилась аппаратура, позволявшая передавать цветное изображение. Были

предприняты попытки выпустить телевизор со стандартом развёртки 1029 строк, однако он оказался слишком дорог. Во время войны развитие ТВ сворачивают, хотя из телецентра шли программы для раненых в госпиталях [4].

Вместе с развитием промышленности (радио и связи) росла и совершенствовалась немецкая сеть радиопередатчиков. В немецкой сети вещания большое значение имели целый ряд станций. Так с площадки Бильведер Северная вещательная компания (NORAG) 2 мая 1924 г. начала из Гамбурга вещание на средних волнах 759 кГц (395 м), мощностью 0,7 кВт. [19]

После конференции по распределению частот в Люцерне (1933) [20] станция получила с 15 января 1934 г. частоты 764 кГц, 805 кГц и 945 кГц, с мощностями от 2 до 10 кВт. С 1 апреля 1934 г. на станции Бильведер-Моорфлет (Billwerder-Moorfleet) началось вещание студии Райхсзендер / Reichssender (из Гамбурга). Заработали синхронно два мощных 100 кВт передатчика средних волн (904 кГц). На площадке установили деревянную башню в 145 м и с 27 сентября 1938 г. заработало иновещание на английском языке в сторону Великобритании. Вообще относительно быстровозводимые деревянные башни сыграли важную роль в информационно-пропагандистской войне нацистской Германии против соседей.

Все передатчики остались нетронутыми до самого окончания войны, только радиомачты сократили в 1941 г. до 85 метров. Капитуляция в Северной Германии пришлась на 4 мая 1945 г. В тот же день в эфире прозвучало «Это радио Гамбурга, станция союзного военного правительства». [5;14]

Известен историкам радио и ставший историческим передатчик Мюхлакер (Mühlacker) – радиопередатчик СВ диапазона, что рядом с г. Пфорцхайм. Станцию сдают в эксплуатацию 21 ноября 1930 г. Главным подрядчиком выступает компания Telefunken. Мощность передатчика 60 кВт. До 20 декабря 1930 г. шли пробные трансляции, а после на частоте 833 кГц она начала свою постоянную работу. Станция обошлась казне в 45 000 рейхсмарок. Собственником станции была Немецкая почта / Deutschen Reichspost, но её арендует Süddeutsche Rundfunk AG (SÜRAG) / Южно Германское Радио [21]. Станция оснащается восемнадцатью 20 кВт передатчиками с водяным охлаждением Рёрен/Röhren (Type RS255) – это даёт 60 кВт мощности на выходе [21]. В 1934 г. монтируют два 300 кВт передатчика (типа RS300), которые теперь дали общую выходную мощность 100 кВт. 15 января 1934 г. одновременно с вступлением в силу частотного плана в Люцерне введена в эксплуатацию частота 524 кГц [22]. В качестве антенной системы до 1934 г. применяли Т-антенну, которая была установлена на двух 100 метровых деревянных башнях, расположенных на расстоянии 310 метров. В 1933–34 г. эта антенна была

заменена на передающую антенну, которая состояла из провода, который был прикреплен к 190 метровой деревянной башне. Одна из демонтированных башен была позже восстановлена в Кобленце. На 6 апреля 1945 г., эта башня, которая, возможно, была самой высокой построенной когда-либо из древесины, была взорвана по приказу Вермахта [3;14;16].

Передатчик Мюхлакер изначально был с фиксированной частотой, т. е. его выходная частота не могла быть быстро изменена. Ещё до начала войны, однако, станция обзавелась системой плавной перестройкой частоты по всей полосе вещания. С сентября 1939 по март 1940 г. там базируется и IV мобильная (резервная) станция немецкой почты Райхспост/Reichspost, готовая приступить к работе в случае воздушных налетов. В марте 1940 г. Мюхлакер получил второй так называемый «Преобразовательный передатчик». Это 100 кВт передатчик от Telefunken, который может изменить в короткое время диапазон частот от 500 кГц до 1350 кГц, и до 1500 кГц. Характер вещания был таков: в течение дня эта станция эксплуатируется в качестве пропагандистской на границу, а вечером переводилась в общую сеть вещания Рейха [21].

Во всяком случае, еще двум радиопередатчикам не повезло – их взрывают в конце войны. Когда к началу 1945 г. войска Антигитлеровской коалиции перешли границы Германии 20 марта 1945 г. по Великогерманскому радио зачитывают приказ Гитлера (о выжженной земле). Вот что там говорилось: «Борьба за существование нашего народа вынуждает использовать все средства, которые могут ослабить боеспособность противника и помешать его дальнейшему продвижению... Приказываю:

1. Разрушать на территории Рейха все имеющие военное значение средства связи и транспорта, промышленные объекты и центры снабжения, а также реальные ценности, которые противник может использовать ... для продолжения войны.

2. Ответственными за разрушение всех военных объектов, включая средства транспорта и связи, являются военные власти; за разрушение промышленных объектов, центров снабжения и прочих ценностей – гаулейтеры и имперские комиссары по обороне ...

3. Данный приказ максимально быстро довести до войсковых командиров, какие бы то ни было противоположные указания недействительны» [10].

В ходе этой акции немецкая радиопередающая сеть сильно пострадала.

Передатчик Лангенберг (Langenberg, Западнонемецкое радио WERAG) был введен в эксплуатацию в 1927 г., и до 1934 г. этот передатчик использовал в качестве антенны Т-антенну, подвешенную на двух 100 м изолированных от земли башен, с мощностью в 60 кВт. В начале

1930-х годов радикальные левые пытались проникнуть на станцию с целью обнародования в эфире своих лозунгов. В 1934 г. мощность была увеличена до 100 кВт и на площадке встали две деревянные башни высотой 160 м деревянной башни. В октябре 1935 г. буря снесла башни. В качестве замены была подвешена треугольная антенна, опиравшаяся на три 45 метровые деревянные решётчатые башни, построенные в декабре 1935 г. В 1940/41 гг. эта конструкция была дополнена 240 м высокими мачтами, изолированными от земли. На 12 апреля 1945 г., вся система антенн передатчика Лангенберг была взорвана подразделениями СС.

Работа радиоцентра Хайлигенсток (Гессенское радио) началась в июле 1926 г. Эта средневолновая радиостанция первоначально мощностью 1,5 кВт позже 17 кВт. Частоты были от 700–770 кГц до 1157 кГц (волна параллельна Лейпцигу) С принятием в 1934 г. частотного плана в Люцерне волны передатчика устанавливаются на 1195 кГц. Частота была общей с передатчиками в Касселе, Кобленце, Трире и одно время Фрайбурга и Кайзерслаутерна.

В 1930 г. станция была усилена до 25 кВт. В качестве передающей башни использовалась 107 метровая деревянная башня, которая простояла до 1934 г. В 1938 г., эта башня была снесена из-за плохого состояния и заменена новой деревянной башней такой же высоты. Во время этого была смонтирована вспомогательная антенна, которая протянулась между двумя деревянными столбами, каждый по 35 метров. Незадолго до подхода армии США 25 марта 1945 г. башня уничтожена по приказу нацистов.

Передатчик Исманинг Баварского радио был построен в 1932 г. на замену радиостанции в Стадельхайме. Была инсталлирована Т-антенна, которая была установлена на двух 115-метровых деревянных решётчатых башнях. В 1934 г. была проведена реконструкция и появилась новая, тоже деревянная башня, высотой 156 метров, напоминающая Эйфелеву башню в Париже, хотя и деревянную. Башня получила название Эйфелевой башни Баварии. Старые же мачты разобрали, причём одна из них переехала в Нюрнберг (стояла до 1961 г.). Передающее оборудование было поставлено фирмой Лоренц (Lorenz). Исторический радиопередатчик впоследствии сохранили для истории.

Ещё один исторический передатчик был во Фленсбурге (в районе Юргенсби, Jürgensby). В строй он входит в 1928 г., когда и принят был в эксплуатацию немецкой почтой – Deutschen Reichspost. Первоначально на передатчике использовался четверка Т антенн 25 метров в длину, которая была прикреплена к двум 60-метровым деревянным башням, которые были расположены на расстоянии 80 метров. В 1934 г. текущая мощность уже 500 Вт после была увеличена до 3000 Вт. С 15 марта 1935 г. началось строительство 90-метровой деревянной башни. Сдача сооружения – 9 апреля 1935 г. Две деревянные башни с Т-антенной были демонтированы в августе 1935 г. Передатчик Фленсбург под конец Второй мировой войны

был в рабочем состоянии. Поэтому с него 8 мая 1945 года Карл Денниц объявил о капитуляции Германии [13].

Выводы. Подавляющее число немцев рассматривало поражение в войне как национальную катастрофу, воспринимали её как освобождение лишь ряд антифашистов, часть социал-демократов и коммунисты. Рухнул государственный строй, регламентировавший всю жизнь немецкого народа, не было ни центральных, ни местных органов власти. Мифы нацистской пропаганды также рухнули – не было высшей расы, побеждена была немецкая «непобедимая армия», в войне почти со всем миром не помогло и «чудо-оружие». Вместе с иллюзиями немецкого народа канула в лету и пропагандистская машина нацистского радио.

Использованные источники:

1. Винцер О. 12 лет борьбы против фашизма и войны. – М. : Изд. иностр. лит-ры, 1956. – с.13.
2. Галкин А.А. Германский фашизм / А.А. Галкин. – М. : Наука, 1989. – 352 с.
3. Гладков Т. К. Тайны спецслужб III Рейха. «Информация к размышлению» [Электрон.ресурс] / Т.К. Гладков – М. : Эксмо, 2010 г. – Режим доступа: http://www.historylib.org/historybooks/Teodor-Kirillovich-Gladkov_Tayny-spetssluzhb-III-Reykha--Informatsiya-k-razmyshleniyu/17
4. Голядкин Н.А. Краткий очерк становления и развития отечественного и зарубежного телевидения / Н.А.Голядкин. – М. : ИПК работников телевидения и радиовещания, 2001. – Ч.1 – 90 с., Ч. 2 – 73 с.
5. Дитрих О. Двенадцать лет с Гитлером. Воспоминания имперского руководителя прессы. 1933–1945. [Электрон.ресурс] — М. : Центрполиграф, 2007. — http://militera.lib.ru/memo/0/one/german/dietrich_o01.rar
6. Жолквер-Краснопольская Валентина Радиополитика и радиопропаганда в Третьем Рейхе / В. Жолквер-Краснопольская; Немецкая волна [Электрон.ресурс]. – Режим доступа : <http://www.radioscanner.ru/info/article201/>
7. Зульцман Рудольф Пропганда как оружие в войне // Итоги второй мировой войны — М., 1957 г.— Режим доступа: <http://psyfactor.org/propaganda4.htm>
8. История Великой Отечественной войны / Под рук. Г.Д.Деборина; Айрапетян М.Э. Богуш Е.Ю., Болтин Е.А. [и др. кол. авторов]. – Т.1 Подготовка и развязывание войны империалистическими державами.— М. : Воениздат 1960. – 515 с.
9. История Германии : учебное пособие : в 3 тт. / Под общ. ред. Б. Бонвеча, Ю. В. Галактионова. — М. : КДУ, 2008. —Т. 2: От создания Германской империи до начала XXI века / А. М. Бетмакаев, Т. А. Бяликова, Ю. В. Галактионов, [и др.]; отв. ред. Ю. В. Галактионов, сост. науч.-справ, аппарата А. А. Мить.— М.: КДУ, 2008. — 672 с.

10. Мадер Ю. Сокровища «чёрного ордена» . Документальный рассказ. / Ю.Мадер; пер. с нем.– М. : Политиздат, 1965. – 205 с.
10. Панарин И.Н. СМИ, пропаганда и информационные войны / И.Н. Панарин. – Москва, 2012. – 132 с.
11. Ширер У. Берлинский дневник. Европа накануне Второй мировой войны глазами американского корреспондента / У.Ширер; пер. с англ. Л.А. Игоревского. – М. : ЗАО Центрполиграф, 2002. – 508 с.
12. AM–Frequenzlisten 1926–1978. – Режим доступа : <http://members.aon.at/wabweb/radio/dampfr.htm>
13. Diller Ansgar Rundfunk bis 1945 / Ansgar Diller. – Режим доступа: http://www.mediaculture-online.de/fileadmin/bibliothek/diller_rundfunk45/gez_rundfunkgeschichte_bis45.html
14. Die Deutschen 1918 bis 1945. Leben zwischen Revolution und Katastrophe. – Berlin Saeculum Verlagsges. mbH, 2008.– 16 s. – Eine Zeitreise in Texten, Bildern und Filmen (ser.)
15. Dussel Konrad Deutsche Rundfunkgeschichte / Konrad Dussel. – 3., überarb.Aufl. – Konstanz : UVK–Verlagsgesellschaft, 2010. – 335 S.
16. Erbe Rene Die nationalsozialistische Wirtschaftspolitik 1935–45 im Lichte der modernen Theorie. Zürich: 1958, S.25
17. Hindels J. Hitler war kein Zufall. –Wien, 1962.–S.99.
18. Pole Anna–Gesa Rundfunk in Dritten Reich – der Volksempfänger als Sprachrohr Der nazionalistischen Propaganda– München: GRIN Verlag GmbH, 2000. – 18 s.
19. Rundfunkchronik 1924. – Режим доступа: <http://www.rfcb.ch/hinnen/international002.html>
20. Rundfunkchronik 1934. – Режим доступа: <http://www.rfcb.ch/hinnen/international004.html#1934>
21. Rundfunkchronik 1945. – Режим доступа: <http://www.rfcb.ch/hinnen/international006.html#1945>
22. Vielejahrhefte für Konjunkturforschung , 10, Jahrgang Heft 1 , Teil A, S. 44
23. Wirtschaft und Statistik, 1939. – N 21–27. –S. 706.

Степура И.В.
ст. лаб.
Институт психологии НАПН Украины
Шушарина С.С.
завуч школы, учитель-методист, СШ 192
Украина, г. Киев

ТЕЛЕВИДЕНИЕ И РАДИО ФРГ : СТАНОВЛЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ВЕЩАНИЯ (1950-60-е годы)

Общественно-политическая ситуация. В западной зоне оккупации 23 мая 1949 г. образуется Федеративная Республика Германии. Благодаря помощи ФРГ со стороны США по «плану Маршалла», а также в результате реализации планов экономического развития страны, разработанных под руководством Людвига Эрхарда, в 1950-х годах был достигнут быстрый рост экономики («германское экономическое чудо»), продолжавшийся до 1965 г. Во главе правительства легендарный канцлер – Конрад Аденауэр. Аденауэр был сторонником «расставания с иллюзиями прошлого». Он считал, что процветание Германии лежит в русле сотрудничества с западноевропейскими демократиями. До 1969 г. в ФРГ правила ХДС (обычно в блоке с Христианско-социальным союзом (ХСС) и реже со Свободной Демократической партией – СвДП). Мощным импульсом для немецкой экономики стал «корейский бум». В 1950–1953 гг. была война в Корее. Вооружений не хватало, и для Германии снимают запреты на производство военной продукции, концерны снова заработали «на войну» [5].

Также росту экономики ФРГ послужили процессы интеграции западноевропейских стран. «В результате экономических реформ была достигнута децентрализация бизнеса – концерны монополисты были разделены на части, деятельность банков стала носить региональный характер («структурная перестройка»). Рост экономики вызвал и рост благосостояния, и рост покупательной способности населения. Государство получило возможность платить социальные пособия и пенсии («благосостояние для всех»). На предприятиях вводились «советы предприятий», где половину голосов имели рабочие, половину предприниматели. Они служили для гармонизации отношений наёмных работников и бизнеса (программа «соучастия»). Для рабочих вводились льготы. Были созданы и Объединённые независимые профсоюзы (ОНП). Были выпущены акции при приватизации государственной сферы по льготным ценам («собственность для всех»). Уже к концу 50-х годов миллионы граждан Германии провели отпуск за рубежом» [5, с.499–501]. В 1955 году ФРГ вошла в НАТО. План перевооружения армии Германии внёс госсекретарь США Дин Ачесон (1893–1971). Началось новое военное строительство, образовался бундесвер. В 1955 г. со страны фактически был снят «оккупационный статус» [2].

Радио и ТВ в оккупационных зонах ФРГ. Как известно, после поражения Германии во Второй мировой войне, её территория была разбита на зоны оккупации, где проводилась программа денацификации. В частности все существующие радиовещательные и телестанции были закрыты. Вещание обеспечивали полностью подконтрольные оккупационным военным властям пресса и радио.

«Аполитичность СМИ, – пишет А.В. Тимофеева, – немыслимая во времена Веймарской республики, поощрялась союзническим командованием. Таким образом, периодика в Западной Германии оказалась вынуждена развиваться по законам свободного рынка, которые были ограничены после 1945 г. политикой государств-союзников, а после 1949 г. – антимонопольным законодательством» [8].

В 1948 г. состоялась Копенгагенская конференция, которая распределила частоты для телевидения в Европе. Выделение происходило даже в случае, если своего телевидения в стране не было и его предстояло только создать. На конференции был принят стандарт телевидения в 625 строк. В 1950 г. заработал Гамбургский телецентр (ФРГ).

В ноябре 1950 г. Гамбург показал первые экспериментальные программы. Центр работал трижды в неделю по два часа. В 1951 г. заработали передатчики и в Западном Берлине, в ряде других городов, но единой телесети ФРГ ещё не существовало [9].

В западной зоне оккупации с 1945 по 1947 гг. на радиостанциях работал иностранный персонал, но постепенно работу стали доверять и немцам. Поначалу идея о передаче собственности вещательных организаций в руки немецких властей сходу отвергалась, а в частные руки их также решено было не передавать (хотя газеты передавались в частную собственность).

Положительным примером для ФРГ (в отличие от СССР и ГДР) стали США. И в этом велика роль кино, прессы, радио и ТВ. Солдаты США с первых дней оккупации Германии вели взвешенную политику по отношению к населению. Корректность, открытость в общении, щедрость – вот качества продемонстрированные американцами. Стереотипы американского образа жизни пришли изначально в ФРГ из американского кино. После эстафету подхватили и СМИ. Они организуются во многом с ориентацией на английские и американские образцы. Радио и ТВ со второй половины 50-х годов превратили политику в увлекательное и «смотрибельное» шоу. Музыкальная популярная культура для молодёжи определялась во многом американскими образцами и исполнителями. Для Германии это был новый и непривычный процесс [2, с. 209].

Общественное ТВ и радио. В качестве основной формы собственности союзники выбрали общественно-правовую форму, напоминающую английскую схему по которой работает BBC. В этом

случае компания не принадлежит ни частным лицам, ни государству, а находится в «собственности общества» – общественное телевидение [1].

Для радиокompаний, а позднее и для телеорганизаций был избран статус **«общественно-правовых учреждений»**, формально не зависимых от государства и подчиненных землям (административные единицы, из которых состоит ФРГ), а не федеральным властям. Это означало, что они не могут принадлежать государству (как тогда во Франции) или быть коммерческими предприятиями (как в США). Стратегическое управление компанией осуществляется наблюдательным советом, состоящим из представителей крупных партий, общественных организаций, церковных конфессий, профсоюзов и т. д., что должно обеспечивать взвешенную программную политику. Наблюдательный совет назначает управляющий совет, занимающийся повседневным управлением компанией и – генерального директора компании, который осуществляет непосредственное руководство компанией. Первую телерадиовещательную компанию по такой схеме, призванную обеспечить демократическое развитие немецких СМИ, создали британцы в своей оккупационной зоне – это NWDR (Nordwestdeutscher Rundfunk) – там же она и осуществляла вещание. Англичане организовали «Радио Гамбурга», осенью 1945 г., как «Северо-Западное немецкое вещание» (NWDR) – общую радиостанцию для всей британской зоны, в том числе и для Берлина. Основной площадкой для передатчика становится Гамбург. В Кёльне, была ещё одна радиостанция. Отцом – основателем NWDR стал англичанин Хью Карлтон Грин (Hugh Carlton Green), позже он будет генеральным директором BBC. По схожей схеме были созданы вещательные компании у американцев и французов в соответствующих зонах оккупации. Радио в послевоенный период – основной источник информации для немцев [3].

Мюнхен попадает в американскую оккупационную зону. В 1945 г. заработало радио Мюнхена. В январе 1948 г. станция передана в руки немецкой администрации. В 1949 г. станция становится учредителем ассоциации ARD. В 1949 г. Баварское радио (BR) стало вещать в FM диапазоне (Bayern 1). Это была первая такая станция в Европе. В второй канал Bayern 2 – заработал в 1959 г. из Нюрнберга. В 1954 г. BR впервые выпустила свои собственные региональные программы для Баварии в составе общей программы ARD. В 1960 г. впервые транслировались по радио BR региональные программы для баварцев и швабов [7].

ARD и ZDF. В 1949 г. была создана общественно-правовая телерадиокompания ARD (Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland — Рабочее Содружество общественно-правовых телерадиокompаний Федеративной Республики Германии). Ныне это крупнейшая телерадиокompания Европы и самая большая общественно-правовая компания ФРГ. В рамках ARD

осуществляется вещание первого канала немецкого телевидения: ARD – «Das Erste», также около десятка местных телеканалов, с передачами производимыми компаниями членами содружества, т.е. местными общественно-правовыми телерадиокомпаниями. Работают свыше пятидесяти локальных радиопрограмм. Членами ARD ныне являются (в алфавитном порядке): Bayerischer Rundfunk (BR); Hessischer Rundfunk (HR); Mitteldeutscher Rundfunk (MDR); Norddeutscher Rundfunk (NDR); Radio Berlin-Brandenburg (RBB); Radio Bremen (RB); Südwestfunk (SWR); Saarländischer Rundfunk (SR) ; Westdeutscher Rundfunk (WDR) [1;4].

На заре структура союза была иная. Вот как выглядит ранняя история вещателей в конце 40-х . Компания SWF была основана после Второй мировой войны в качестве вещателя для французской зоне оккупации с землями Баден, Вюртемберг-Гогенцоллерн и Рейнланд-Пфальц, а SDR для земли Баден-Вюртемберг в американской зоне оккупации. Т.е. SWF вещала для двух земель. Французы строят для этих нужд радиостанцию в Кобленце, которая вещает на всю зону своей оккупации кроме Саара. Она то и стала базой для создания SWF. В зоне образованной SWF ранее до 1945 г при Веймаре и нацистах самостоятельного вещателя не было. Эту область обслуживали вещатели Радио Рейха (Reichssender) из Франкфурта, Штутгарта и Саарбрюккена.

Американцы уже 3 июня 1945 г. создали в своей зоне оккупации «Радио Штутгарт», ежедневно распространявшее свои программы по несколько часов в день на средних волнах. В 1949 г. Радио Штутгарта была передана в ведение правительства земли Баден-Вюртемберг и переименовывается в Южно-немецкого радио (SDR). Спустя год, SDR стал одним из основателей ассоциации теле- и радиовещания ARD.

Сейчас SWF и SDR отдельно не существуют, т.к. в мае 1997 г .премьер-министрами земель Баден-Вюртемберг и Рейнланд-Пфальц был подписан Договор об учреждении Südwestrundfunk (SWR). Причины объединения были финансовые.

Северонемецкое радио (Norddeutsche Rundfunk, NDR) ведёт свою историю от довоенного радио NORAG. Компания NDR была создана в 1954 г. путем разделения NWDR на NDR и WDR.

Западногерманское радио в Кёльне (WDR) является общественным вещателем в Северной Рейн-Вестфалии, основано в Кёльне. Это член ARD и крупнейший вещатель в рамках союза, крупнейшая компания в Европе. Исторические корни уходят в первые годы развития радио в Германии. В 1924 г. в Мюнстере организуется «западногерманское радио WEFAG» – Westdeutschen Funkstunde, позже Westdeutsche Rundfunk AG (WERAG); в годы Третьего Рейха Райхсендер Кёльн/Reichssender Köln в рамках Великонемецкого радио (Großdeutschen Rundfunks).

Радио Франкфурта (ныне Гессенское радио – HR) было основано американцами в 1945, немецкая администрация приходит в 1948 г. В

1951г. радио занимает здание, предназначенное для парламента ФРГ. Столицу первоначально хотели разместить во Франкфурте, но потом был избран Бонн. В этом здании радио и проработает вплоть до 1999 г.

Нынешнее «Радио Саар – SR» было основано во французской зоне оккупации как «Радио Саарбрюкен», с французскими и немецкими программами. В 1947г. руководство передали немцам. В 1953 г. в Саар пришло телевидение, но оно было французским *Telesaar*. Немецкая же компания передавала только радио. Саар присоединился к ФРГ 1 января 1957 г. SR тогда же вошла в ARD [12].

В 1953 г. вещательные компании, входящие в ARD согласились ежедневно выпускать общую двухчасовую телепрограмму. Тогда же был образован постоянный комитет телепрограмм ARD из представителей всех земель, но особым весом обладали Гамбург и Мюнхен. Там были крупные телецентры, где сосредоточен был творческий и инженерный кадровый резерв. Крупные телецентры находились в Кёльне, Штутгарте, Зап. Берлине и др. Также для целей объединённого вещания сооружалась радиотрансляционная сеть – в 1953 г. вошли в строй радиорелейные линии Гамбург – Кёльн и Гамбург – Берлин, а вскоре передачами телевидения была охвачена вся территория ФРГ. Так появилась общая «Первая программа» (или ARD) [9;12].

ARD функционирует как независимое ТВ в Великобритании: земли самостоятельно создают телецентры, которые ведут собственные передачи, а в определенные часы объединяются для выпуска общей программы. Региональное окно на ARD установлено с 17.30 до 20.00. Утренняя и вечерняя программы, общая для всех земель, строятся по общеустоявшейся схеме из материалов, подготовленных земельными телецентрами из совместных постановок и совместно купленных сериалов. Новости и информационно-аналитические передачи готовит Гамбург.

В Западном Берлине была создана американская радиостанция «Риас», а близ Мюнхена «Свободная Европа», развернувшая своё вещание на Восточную Европу и СССР. Вместе с США ФРГ развернуло планомерную пропаганду в направлении ГДР и других социалистических стран [2, с.186]. Времена Аденауэра были временем антикоммунизма. К.Зонтхаймер отметил: «Антикоммунизм был определяющей идеологической эмблемой эры Аденауэра» [цит. по 2, с.208].

На протяжении 50-х годов федеральное правительство пыталось поставить телевидение в той или иной степени под контроль государства, но в 1962 г. Конституционный суд пресек эти попытки. Были планы создания второго государственного канала ТВ. Это отразило опасения относительно монополизма ARD в обществе. Собирались создать свободный частный канал или частный канал под контролем государства, но идею, в конце концов, отвергают. В качестве альтернативы был создан второй, также общественно-правовой канал – ZDF (*Zweites Deutsche*

Fernsehen), отличавшийся от ARD тем, что ARD являлся децентрализованной структурой, содружеством множества местных компаний, а вот ZDF создавался как вертикально организованный и централизованный проект. Штаб-квартира ZDF расположена в г. Майнц, есть свыше десяти студий по стране. ZDF стартовало 2 апреля 1962 г. [3].

Основным источником общественно-правового вещания является абонентная плата (Gebühren). 30 % от абонентной платы идёт ZDF, 70 – ARD. Более высокая доля ARD объясняется тем, что компания занимается и радиовещанием тоже.

В 1970 г. ARD открыло Третью программу – культурно-просветительскую, сильно децентрализованную. Ныне на территории отдельных земель действуют и свои локальные телерадиокомпании. В Германии цветное вещание в системе PAL началось с 1967 г. Уже к 1970 г. цветные передачи занимали на ARD – 60, на ZDF – 55 процентов времени[1].

В 60-70-е годы общественное телевидение ФРГ отводило новостям, общественно-политическим и документальным передачам 1/3 эфирного времени. В изложении преобладала дикторская подача информации, присущ был и определённый дидактизм. После 22.00 эфир регулярно наполняли интеллектуальными передачами [1].

Резонансные темы немецких электронных СМИ. В первые годы существования ФРГ ощущался недостаток демократической культуры, учреждение государства состоялось без широкого общественного обсуждения и поддержки (как и Веймарская демократия). Как и при Веймарской демократии критика правительства, бюрократии воспринималась как служение целям коммунистов («антикоммунизм»). В 1962 г. в ФРГ разгорается скандал в связи с делом журнала «Шпигель». Этот журнал раскритиковал боеготовность немецких войск. В ответ власти арестовали редактора и провели обыск в редакции. Общественность вышла на митинги, встав на защиту свободы слова и против авторитарных тенденций в управлении страной. [2, с. 213–214]

В 50-е годы для немецкой журналистики популярными были темы поиска «золота партии» (НСДАП). Часть из них по свидетельствам была затоплена в озере Топлиц в Австрии. В 1959 г. была даже организована экспедиция журнала «Штерн» из Гамбурга. Бывший офицер ВМФ, а потом журналист Вольфганг Леде занимался поисками. Он и становится звездой СМИ [6, с.158].

В 60-е годы в ФРГ прошли изменения в социально-экономической жизни благодаря «экономическому чуду». Число лиц физического труда упало на 30% и его число стало таким же, как лиц умственного труда и чиновничества. Начисто исчезли «пролетарские» кварталы, отсюда ушло и противостояние властям. Быт семьи (уже малодетной) формировали материальные возможности, а не старая общественная мораль. И тут

формирующей структурой стало телевидение. Большое впечатление проводили на первых порах *прямые трансляции*. В 60-е годы число телеприёмников выросло в 4 раза, просмотр телепередач способствовал выравниванию образа жизни немцев, сближал их культурные и общественные стереотипы и установки. Телевидение изменило распорядок дня, а досуг люди смогли проводить и дома [2, с. 216–217].

Во время бурного экономического роста из-за нехватки рабочих рук был разрешён въезд в страну гастарбайтеров из юго-восточной Европы. В середине 1970-х годов в стране их проживало около 4 миллионов человек (11 % рабочей силы). Это стало причиной для увеличения социальных расходов государства, что после нефтяных кризисов легло тяжелым бременем на государственную казну. Для приезжих организуют программы на радио на национальных языках, образовательно-культурные передачи для интеграции в немецкое общество.

В 60-е годы в ФРГ прошли студенческие выступления. Молодёжь выросшая после войны требовала перемен в общественном устройстве, демократизации студенческой жизни. Многие тогда примкнули к леворадикалам (Социалистический немецкий союз студентов, СНСС; выделился из СДПГ). «Новые левые» исповедовали идеологию коммуно-анархического толка, с элементами романтики и утопии [5, с.437–439]. Выступления начались в 1965 г. в Свободном университете Западного Берлина. Телевидение широко освещает демонстрации. Выступления перекидываются и на другие высшие учебные заведения – митингуют против войны США во Вьетнаме, под вопрос ставятся авторитеты старшего поколения. Другими протестными формами являлись мини-юбки, музыка «Битлз», причёски, сексуальное раскрепощение [2, с. 217].

Музыкальные коллективы при компаниях ARD. При земельных телерадиостудиях были созданы оркестры, музыкальные группы и иные художественные коллективы, что внесло большой вклад в дело развития немецкой и мировой культуры. Традиция финансирования музыкальных коллективов сохраняется и теперь.

Симфонический оркестр NDR – был основан в 1945 г. как «Симфонический оркестр NWDR» в Гамбурге в 1955 году и продолжается по наследству компанией NDR под своим нынешним названием. «Радиофилармония NDR» – была основана в 1950 г. как «Ганновер Радио Оркестр NWDR». Оркестр с 2003 г. называется «NDR Радиофилармонией». Есть и оркестр более широкого жанра «NDR Pops orchestra». NDR имеет хор с 1946 г. , который снискал известность исполнением старинной европейской музыки, хотя иногда поёт и современные мелодии. NDR Bigband – биг-бэнд, основан в 1945 году в рамках NWDR, с 1955 г. он продолжил работу под эгидой NDR в Гамбурге («NDR studio Band»). С 1971 г. – нынешнее название.

После войны и компания WDR организывает музыкальные коллективы. Симфонический оркестр WDR, основанный в 1946 г. в качестве преемника оркестра, основанного в 1926 г. при имперской станции Кёльна (Reichssenders Köln). Радиооркестр WDR (Rundfunkorchester Köln WDR Radio Orchestra), был основан в 1947 г. как «Оркестр Германа Хагесштедта» / «Orchester Hermann Hagedstedt». Поддерживался NWDR, а начиная с 1956 г. и WDR. Оркестр WDR Big Band, известен как «Большой оркестр развлечений». Хор радио WDR в Кёльне, основан в 1955 г. Биг-бэнд WDR (WDR Big Band Köln); основанный в 1947 г. как «Оркестр танца и развлечений Адальберта Лужковского»/ «Tanz- und Unterhaltungsortchester Adalbert Luczkowski».

При Гессенском радио существует два собственных оркестра: Франкфурт-на-Майне симфонический оркестр радио Гессена (до 2005 Radio-Sinfonie-Orchester Frankfurt) – основан в 1929 г. и даёт гастролы по стране и за рубежом. В составе 117 музыкантов, оркестр представляет свои концерты, как симфонической музыки, так и новой музыки. Биг-бэнд гессенского радио, основанный в 1946 г. как танцевальный оркестр радио Франкфурта, известный позже как джаз-оркестр в 1970-е годы.

При SWR работают три национальных оркестра радио – два симфонических оркестра: наследие двух отдельных компаний SDR и SWR. Это симфонический оркестр Баден-Бадена и Фрайбурга и симфонический оркестр радио Штутгарта SDR. Бывший Хор Südfunk (Штутгарт) называется «Вокальный ансамбль Штутгарта»/ SWR Stuttgart, а танцевальный оркестр Südfunk – это SWR Big Band. Компания поддерживает и сотрудничает с «Германской Радио филармонией» в Саарбрюкен-Кайзерслаутен. Она была образована в 2007 году в результате слияния основанного в 1951 г. SWR Радио Оркестра Кайзерслаутерна (сочетал классику и лёгкую классическую музыку) с SR симфоническим оркестром радио Саарбрюкена [10]

Нельзя не коснуться и **развития телерадиопередающей сети** в этот временной период. В 50-е годы происходит постепенный поворот от мощных длинноволновых (ДВ), средневолновых (СВ) станций к относительно маломощным FM станциям (сетям станций). Немаловажно и то, что ФРГ после войны лишилась многих частот СВ-вещания, и это было закреплено международными договорами. Европейская вещательная Конвенция 1952 г. (Стокгольм) закрепила за странами новый диапазон – УКВ (FM). Германия получает много частот в этом диапазоне. Но опыта работы с УКВ в потребительском секторе было немного, потому заслуга немецких инженеров и техников по внедрению широкого FM вещания в стране огромна. Первая FM станция была в Баварии. Массовая закладка станций новой радиосети пришлось на 50-е годы. Строят как высотные, так и маловысотные сооружения из стали (решётчатые, трубчатые). Для создания новых площадок вещания использовались (где возможно) горы,

холмы и возвышения. Шла и замена деревянных довоенных башен на стальные – так башня высотой 216 м подымается во Фленсбурге. Этот передатчик знаменит тем, что 8 мая 1945 г. Карл Денниц объявил с него о капитуляции Германии. В 1948 г. его передают с баланса немецкой почты компании NDWR. С 1956 г. заработал передатчик близ Штайнкиммена. Это стальная 298 метровая мачта с оттяжками из стальной трубы, самое высокое строение в Германии (четвёртое в Европе).

В районе столицы ФРГ Бонна были две мачты 97 и 137 м (заменяют в 1985 г. на одну 180 м). В Клеве (WDR) – передатчик был построен в 1953 г. В ведении того же WDR запускают площадку в Ноттульне. Первая башня была построена в 1951 г. Вещание началось 22 марта 1952 г. в диапазоне FM. В 1958 г. были планы телевизионного вещания на площадке «Мюнстерланд». На трубчатой мачте высотой 87 м, были смонтированы дополнительные антенны для телеканала ARD. 15 ноября 1959 г., телевидении начал работать на канале 25 метровом канале (25 ТВК). Для нужд телевидения в 1961 г. была построена 182 метровая стальная башня (труба; ныне разобрана). Передатчик Тойтобургер Вальд заработал в 1951 г. (мачта 60 м, после 102 м) в ведении WDR как FM передатчик. Работа радиоцентра Хайлигенсток началась в июле 1926 г. В конце войны станцию взрывают, но уже в 1947 г. радиоцентр восстанавливают и возводят башню высотой в 122 м. С 1952 по 1967 г. строят ещё четыре мачты разной высоты.

В рассматриваемый период закладывают комплекс телерадиопередатчиков Франкенварте, что на юго-западе от центра города Вюрцбург (Бавария) на горе Николаса (359 м над уровнем моря). Тут же есть старая (1894) смотровая башня. Первая радиомачта построена в 1951 г. (демонтирована в мае 2011 г.). В 1961 г. сооружают 113 метровую мачту – оттуда пошли передачи радио, FM радио и телевидения. С 1950 г. известен крупный телерадиоцентр в Вендельштайн (Бавария) – 55 м на горе (1794 над ур. м.). Из-за труднодоступности аппаратура передатчика управляется дистанционно из радиоцентра в Дилленберг (Dillenberg). Схожий случай трубчатая башня на горе Кройцберг, 927,8 м над уровнем моря, существующий с 1951 г. (Бавария); башня в Грюнетен (1670 м. над ур.м.); Передатчик в Бротяклригел (1951г.,1960 г.); Хохер Боген (1952 г.) близ г. Римберг. С 1951–52 гг. заработала площадка в Охсенкопф; и также в Аалене.

Передатчик Исманинг (построен в 1932 г.) работал вплоть до 1956 г. с антеннами, построенными ещё в 1934 г. В 1947 г. строят 105 метровую, изолированную от земли мачту с вантами, откуда пошли передачи «AFN» в СВ диапазоне– американской военной радиосети. С 1958 по 1969 гг. с неё идут передачи УКВ. В 1951 г. одновременно с принятием частотного плана в Копенгагене строят две стальные мачты по 94 м, изолированные от земли. С них работало Баварское радио (Bayerischer Rundfunk) до 1969 г.

С 1969 г. по 1994 г. «AFN» на средних волнах частота 1107 кГц. Для СВ-вещания в 1969 г. построили 171,5 м, изолированную от земли мачту-трубу с вантами-растяжками.

На территории крупного передатчика Мюхлакер (работал с 1930 г.) в 1950-х годах строят 273 м мачту с СВ и FM антеннами (частота: СВ 576 кГц, мощность: 100 кВт). Там же две других башни 130 метров и 80 метров в высоту и две передающие антенн коротковолновой связи (КВ) [10].

Передатчик Хохер Майснер – радиоцентр в Хессиш Лихтенау с четырьмя антенно-мачтовыми сооружениями 220 м, 155 м, 95 м, 40 м (под эгидой Гессенского радио). Строительство начато в 1952 г. В регионе Рейн-Майн в 1952 г. открыт телерадиоцентр Гроссер Фельдберг (Таунус), значение которого важно и поныне. Ещё в 1902 г. там строят обзорную башню, откуда в 1949 г. работает FM станция. Интересно, что в 1937 г. на горе строят башню с бетонным основанием и деревянным верхом для нужд телевидения, но после 1939 г. её используют как радарную башню. В 1951 г. ввели локальный телерадиоцентр в Вюрцбурге (100 м башня); передатчик Хардберг (Оденваль) – 115 м.; в этом же году стали строить крупный центр СВ- вещания в Диллберг (Бавария); также Бюттельберг, Пфаффенберг.

При разворачивании сети радиостанций в западных оккупационных зонах случались интересные истории. Так в 1946 г. на склоне холма возле спортивной площадки в Айлсхаузен в Херфорд (Herford) была построена 50-метровая решётчатая башня для вещания на средних волнах. Передавали в эфир программы Северо-Западного немецкого радио (NWDR). Построить стационарную станцию и студию быстро не могли и передающее оборудование находилось в автомобиле, который изначально предназначался для радио пропаганды среди солдат Вермахта в годы Второй мировой войны. Там монтируют передатчик типа «Урсула», который ранее работал в эфире Восточной Пруссии.

Отдельным явлением в архитектуре можно признать **железобетонные телерадиобашни**, разработанные немецкими архитекторами. Телевизионная башня Штутгарта (Fernsehturm Stuttgart) – первая в мире (1956 г.), построенная из железобетона (и являющаяся прототипом многих башен этого типа по всему миру). Архитектор Фриц Леонгардт. Фундамент башни мелкий – 8,20 метра и состоит из двух взаимонаправленных усеченных конусов. Конус погружён в землю по эстетическим соображениям, а для других сооружений, таких как Берлинская телебашня, Останкинская телебашня в Москве или Рейнтурм (Rheinturm, 1961 г.) в Дюссельдорфе коническое дно полностью или частично выступает над землей и, таким образом, оно видно. Ствол составляют 3,25-метровой ширины кольца 27 метров в диаметре и радиальных предварительно напряженных стальной проволокой оказывают дополнительную поддержку. Цилиндрический ствол башня

сужается вверх. На входе диаметр 10,80 метра, а на уровне верхней корзины 5,04 метра. Там тем не менее помещаются два лифта и лестница. Верхняя корзина – четырёхэтажная: форма цилиндр, сужающийся как конус – этажи 138, 141, 144, 147 метров. Панорамное кафе размещено на платформе в корзине башни. Максимальный диаметр корзины башни: 15 м. Телебашня в Дортмунде – Флориантурм/Florianeturm — телевизионная и радиовещательная башня (федеральная земля Северный Рейн – Вестфалия). Она была сооружена в 1959 году к федеральной садово-парковой выставке в городском Вестфальском парке. Архитектор Вернер Нимеер. На момент сооружения башня была самым высоким сооружением в Германии – её первоначальная высота составляла 219,6 м (сейчас – 211,4 м, 14 место в списке высочайших сооружений ФРГ). Башня представляет собой железобетонный цилиндр, конструктивно подобный дымовой трубе. Высота железобетонной трубы составляет 129,75 м с уменьшающейся кверху толщиной стен. Внутри трубы расположены лифтовые шахты и винтовая лестница на 762 ступени. Выше находится корзина, в которой размещены технические службы, вращающийся ресторан и две смотровые площадки. С отметки 173,4 м начинается антенна. Ещё одна бетонная телебашня – Олимпиятурм в Мюнхене. После Нюрнбергской телебашни это второе по высоте сооружение в Баварии. Строили с 1 июня 1965 по 22 февраля 1968 г. [11].

Во времена «холодной войны» был известен передатчик Торфхаус-Харц (земля Нижняя Саксония). Его используют тогда для создания системы связи для Западного Берлина минуя территорию ГДР. Была смонтирована специальная радиорелейная система с двумя 10 м параболическими зеркалами, для передачи данных, телефонной связи, радио и ТВ. Данные шифровались, но их все равно перехватывала секретная служба ГДР. Там была построена в частности стальная башня высотой 279,8 м.

Выводы. Данный период развития широковещательного радио и ТВ характеризуется следующими чертами. 1) ввиду формирования двух немецких государств строится новая сеть радиопередатчиков, при этом из-за дефицита частот в диапазоне СВ, ДВ, осваивается новый диапазон УКВ–FM; архитектурным явлением становятся бетонные телебашни. 2) наряду с денацификацией произошло коренное изменение организации вещания – переход к общественно-правовой системе с сочетанием как земельной традиции вещания (ARD), так и тенденцией создания вертикально-интегрированных структур (ZDF). 3) ФРГ включилась в агитационную компанию в направлении ГДР и восточного блока.

Использованные источники:

1. Артищев А.И. Общественное телевидение : Германия // Федотов М.А. и соавт. «Перспективы создания общественного телерадиовещания в Российской Федерации» законопроект «Об общественном

телерадиовещании» [Электрон.ресурс] / ЮНЕСКО – Режим доступа: <http://handtohelp.com/blog/2011/12/22/>

2. Ватлин А.Ю. Германия в XX веке. – М. : Российская политическая энциклопедия – М. : Росспэн, 2002. – 336 с.

3. Вороненкова Г. Ф. Путь длиною в пять столетий: от рукописного листка до информационного общества : Национальное своеобразие СМИ Германии / Дисс... доктор филологических наук (спец. 10.01.10 журналистика). – М. : Языки русской культуры, 1999. – 640 с.

4. Голядкин Н.А. Краткий очерк становления и развития отечественного и зарубежного телевидения / Н.А.Голядкин. – М. : ИПК работников телевидения и радиовещания, 2001. – Части 1 и 2; Ч.1 – 90 с., Ч. 2 – 73 с.

5. История Германии : учебное пособие : в 3 тт. / Под общ. ред. Б. Бонвеча, Ю. В. Галактионова. – М. : КДУ, 2008. –Т. 2: От создания Германской империи до начала XXI века / А. М. Бетмакаев, Т. А. Бяликова, Ю. В. Галактионов, [и др.]; отв. ред. Ю. В. Галактионов, сост. науч.-справ, аппарата А. А. Мить.– М. : КДУ, 2008. – 672 с.

6. Мадер Ю. Сокровища «чёрного ордена» . Документальный рассказ. / Ю.Мадер ; пер. с нем. А.Гутермана и Г.Рудого .– М. : Политиздат, 1965. – 205 с.

7. Муравлёва Е.Н. Баварское телевидение в системе телевидения Германии . Автореф. дисс...канд. филол. наук. 10.01.10 (журналистика). – М, 2006. – 18 с.

8. Тимофеева А.В. Газетная группа «Вестдойче альгемайне цайтунг» : От регионального издательства до международного мульти-медиа концерна Автореф.дис... канд.филол.наук(спец 10.01.10 Журналистика) – М., 2003 – 18 с.

9. Bösch Frank Bewegte Erinnerungen Zum Wandel von Geschichte im Fernsehen und in Ausstellungen seit den 1950er Jahren /F. Bösch. – URL: http://www.museenfuergeschichte.de/downloads/news/Frank_Boesch-Bewegte_Erinnerungen.pdf

10. Dussel Konrad Deutsche Rundfunkgeschichte / Konrad Dussel. – 3., überarb.Aufl. – Konstanz : UVK–Verlagsgesellschaft, 2010. – 335 S.

11. Geschichte des deutschen Fernsehens / Knut Hickethier. Unter Mitarb. von Peter Hoff. – Stuttgart ; Weimar : Metzler, 1998. – XI, 594 S. :

12. Geißler Marie-Ann Zur Geschichte des Fernsehens in Deutschland – Ein Fernsehversuchsprogramm startet auf dem Hamburger Heiligengeistfeld / Universität Hamburg. – München, GRIN Verlag GmbH 2005 – 19 S. – ISBN (eBook): 978-3-638-43892-6 - DOI: 10.3239/9783638438926 (Arc N V46764)

*Стенура И.В.
ст. лаб.
Институт психологии НАПН Украины
Шушарина С.С.
завуч школы, учитель-методист, СШ 192
Украина, г.Киев*

ТВ И РАДИО ФРГ (1970–90-е ГГ.) ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ОБЩЕСТВЕННО-ПРАВОВОГО И КОММЕРЧЕСКОГО ВЕЩАНИЯ

Политический контекст. Ещё в 1963 г. канцлер К. Аденауэр уходит в отставку, на его место избирают Л. Эрхарда (1963–66). Деятельность Эрхарда приходится на конец периода быстрого роста и развития кризисных явлений в стране. В это время идут напряжённые дискуссии между сторонникам «атлантизма» – усиленного сотрудничества с НАТО и США, и «голлистами» за расширение и особые отношения с Францией [5, с.213–214]. При Эрхарде проходила социально-культурная политика признания коллективной вины за нацистские преступления. Прошёл суд над персоналом нацистского лагеря Освенцим. Улучались отношения с СССР и странами восточного блока.

В 1969 г. в ФРГ победу на выборах одерживают социал-демократы. В дальнейшем социал-демократы и христианские демократы чередовались в ФРГ у власти. К власти приходит Вилли Брандт (Герберт Эрнст Карл Фрамм). При нём начались реформы в сфере образования (доступность для малоимущих, профтехобразование и пр.), социальной политики и программ страхования (пенсионного, медицинского). Но это требовало расходов [8].

В 1970 г. в рамках т.н. «новой восточной политики» был заключён договор о дружбе СССР и ФРГ, Польши и ФРГ (с признанием границ). В 1971 г. В. Брандт получает Нобелевскую премию мира. ХДС/ХСС объявила курс СДПГ– СвДП «социалистическими экспериментами», критикуя вкуче и восточную политику, но Брандт и СДПГ побеждают на выборах (1972). Нормализация отношений «на востоке» продолжилась.

В мае 1973 г. советский руководитель – генеральный секретарь компартии Л.И. Брежнев посещает Бонн и заключает важные торгово-экономические договорённости. В июне 1973 г. ФРГ официально признала ГДР, подписав с ней Договор об основах отношений. Был в этом же году договор о дружбе с Чехословакией (Мюнхенский договор 1938 г. признавался ничтожным). В этот же период у ФРГ установились дипломатические отношения со всеми странами Восточного (советского) блока. В 1973 г. наступил мировой нефтяной кризис – сокращается объём добываемой нефти в результате арабо-израильской войны, цены на нефть выросли, и это послужило толчком к глубокому кризису в ФРГ. Число безработных достигло 1,2 млн.чел, инфляция 7 %, промпроизводство упало на 7 %; в стране волна забастовок. В этот момент была одобрена

программа строительства АЭС, а по всей стране ввели меры по экономии электричества. Брандт уходит в отставку. Поводом становится раскрытие агента разведки ГДР – референта Брандта. Его меняет Хельмут Шмидт. Министром иностранных дел становится известный политик Ханс Дитрих Геншер. Правление Шмидта приходится на пик кризиса – 1975 г. – наблюдалось падение производства и одновременный рост цен (стагфляция) [8]. Бизнесмены были освобождены от ряда налогов, зарплата почти не росла, и вводились всевозможные меры экономии. В 1976–1980 гг. спад сменился экономическим подъёмом. Это позволило во второй половине 70-х продолжить социальные реформы и реформы высшей школы, что позволило приблизить учебные курсы к практике. СвДП – СДПГ либерализовала семейный кодекс: женщины получили право на развод, разрешены аборт сроком до трёх месяцев по социальным показаниям. Шмидт выступал за усиление сотрудничества с НАТО. При нём на территории Германии появились американские ракеты с ядерными боеголовками («Першинг-2», «Томагавк»), что, как указывали в НАТО, делалось в ответ на постановку на боевое дежурство СС-20 Советскими Союзом. Наряду с этим - СССР стал самым крупным торговым партнёром ФРГ. 80 % нефти и газа для ФРГ поставлялись из Советского Союза, советские заказы в промышленности играли стабилизирующую роль для немецкой экономики [4, С.3–5]. Интересно, что именно Шмидт предложил регулярные встречи руководства наиболее развитых стран мира в формате G7. В это время углублялась интеграция в рамках ЕЭС (Европейского Экономического Сообщества), где крупнейшим донором была ФРГ (2 млрд долл. вноса). Совместная работа в рамках ЕЭС сближала ФРГ и Францию, сглаживала исторические противоречия. В 1979 г. были первые выборы в Европарламент, в 1979 г. же ввели «экю» – безналичную валюту для расчётов между странами ЕЭС, прообраз нынешнего евро [8].

Во время правления СДПГ – СвДП в стране действовали левозкстремистские террористические организации. В 1972 г. на Олимпиаде в Мюнхене арабские террористы захватили и расстреляли израильскую сборную. «Фракция красной армии» (РАФ) устраивала поджоги и взрывы в торговых центрах. В 1975 г. террористы РАФ захватили посольство ФРГ в Стокгольме, а в 1977 г. немецкий пассажирский самолёт в Сомали. В 1977 г. – убиты генпрокурор З. Бубак, председатель правления «Дрезднер банка» Ю. Понто, президент союза работодателей Х. Шлейер. В это же время совершались погромы, взрывы бомб, правые террористы и неонацисты оскверняли еврейские кладбища [8].

В стране в 70-е годы наблюдался подъём всевозможных общественных движений, прежде всего экологических. Гражданские инициативы будь то «против дискриминации женщин», бытовое

обустройство придомовых территорий, помощи инвалидам и малоимущим, вступали в конфликт с неповоротливой бюрократией, люди выдвигали своих представителей в местные органы власти [5, с.235]. Пресса и, прежде всего, телевидение подхлестывало интерес к «экзотическим» движениям типа «возвращения к природе». Участники там сами ткали одежду, выращивали еду на своём огороде, жили коммунарами [5, с.236].

Положение прессы и ТВ. В сложных обстоятельствах политической борьбы между СДПГ и ХДС/ХСС дискутируются вопросы организации прессы, прежде всего электронных медиа. Уже в начале 70-х годов стало ясно, что будущее за многоканальным телевидением – неминуче освоение эфира – как метрового так и дециметрового. Опыт США показывал перспективы кабельного телевидения. Важность спутникового телевидения наглядно представляла деятельность советских и американских вещательных организаций. На тот период в ФРГ существует общественное телевидение – ARD (созданное как союз региональных вещателей) и ZDF (вертикально интегрированный централизованный проект); была и третья децентрализованная региональная программа. Встал вопрос о возможности существования частных телеканалов или каналов со смешанной собственностью. А, кроме того, было неясно – возможно ли вещание в ФРГ каналов с иностранным участием?

Политики разбились на два лагеря – часть ратовала за конкуренцию, включая частную инициативу, с общественно-правовыми ARD и ZDF (ХДС/ХСС); другая часть считала, что допущение на рынок частных компаний с неизбежной высокой частью программ иностранного производства подорвёт культурную идентичность немецкого народа (СДПГ). Они утверждали, что коммерческие программы, финансируемые на рекламные деньги, низкопробны, потакают массовым вкусам. А, кроме того, при появлении частных каналов неизбежен импорт программ из США – самого крупного производителя телепрограмм и фильмов. На практике же правящие социал-демократы, опасались усиления связанной с крупным капиталом демохристианской оппозиции, которая то и могла открыть крупные медиаорганизации, влияющие на общественное мнение [6;11].

ХДС и ХСС выступали за развитие в стране кабельной сети, потому что общественно-правовыми каналами деятельность этих партий, по их мнению, освещалась предвзято. В СДПГ, напротив, кабельное телевидение считали угрозой публицистической миссии СМИ.

Эпоха Коля. Реализация концепции смешанного вещания на практике. В 1982 к власти в ФРГ приходит коалиция ХДС/ХСС–СвДП с канцлером Гельмутом Колем (на посту до 1998 г.). Экономическую доктрину сформулировал министр экономики Ламбсдорф: «Меньше

государства, больше рынка, частной инициативы и ответственности» [8, с.470].

Коль провёл сокращения госаппарата, упали темпы не всегда обоснованного строительства (исчезли «долгострои»), пособия стали более дифференцированными, отменены стипендии на школьников, а студенты получали стипендию как ссуду; снижались и другие расходы. Снижались налоги – стимулировали частную инициативу и одновременно потребительский спрос. Налоговые льготы стимулировали создание средних и малых предприятий. Была проведена приватизация почты. Эти меры и снижение цен на нефть, интеграционные процессы в ЕЭС, способствовали улучшению экономической ситуации в стране. По экспортным показателям ФРГ выходит в 1986 г. на первое место в мире. Инфляция в 1987 г. 0,2 % (в 1982 г. – 5 %). К началу 80-х годов ФРГ вышло на третье место в мире после США и Японии по экономической экспансии в страны третьего мира. Большинство населения составил средний класс. Однако в стране была массовая безработица – 2 млн чел. Были приняты «экологические» законы, особенно после аварии на Чернобыльской АЭС. В 1987г. в Бундестаг прошла Партия Зелёных («экологов») [8, с. 476–478].

Будучи вынужденной политически лавировать между двумя сверхдержавами СССР и США, ФРГ проводила достаточно самостоятельную политику относительно СССР и восточноевропейских стран социалистического блока. СССР – важнейший торговый партнёр. Взаимные визиты Г. Коля и советского руководителя М. Горбачёва сблизили позиции по мировой политике. ФРГ стала посредником между Востоком и Западом в политическом диалоге. В 1983 г. ФРГ выделяет ГДР кредит в 2 млрд марок. ГДР смягчило риторику относительно ФРГ. Началась программа культурных и спортивных, образовательных обменов. В 1987 г. наметилось потепление в политических отношениях ГДР–ФРГ. Была принята программа совместных инфраструктурных проектов в ГДР – в области транспорта, линий связи, телекоммуникаций и т.п. На телецентры ГДР поставлялась эфирная техника ФРГ и других стран Запада. Вся эта политика на деле расшатывала идейные устои ГДР.

В начале 80-х годов получает импульс европейское спутниковое телевидение. Именно при Коле в 1983 г. федеральное правительство постановляет: создать собственную спутниковую систему. Сначала предусматривалась аренда иностранных спутников, и только затем изготовление собственных. В 1984 г. в распоряжении ФРГ было уже два канала на спутнике ECS–I Европейского агентства – впервые появилась техническая возможность транслировать сигнал на всю страну [11].

В июне 1982 г. в Людвигсхафене (федеральная земля Рейнланд-Пфальц) на базе общественно-правовых компаний была создана Организация кабельных коммуникаций (PKS), а 1 января 1984 г. запущен

её кабельный пилотный проект, который можно назвать «большим взрывом в СМИ» – он дал жизнь каналам «SAT.1» и «RTL Plus». Одновременно были запущены проекты в Мюнхене (Бавария) – 1985 г., и Дортмунде (земля Северный Рейн-Вестфалия) – 1988 г.), Берлине [11].

Общественно-правовое вещание оставалось единственным вещанием на территории ФРГ вплоть до конца 1980-х гг. Именно при Коле в законодательство были внесены изменения, позволившие создавать частные радио- и телекомпании. К середине 80-х годов Федеральный конституционный суд ФРГ постановил, что многообразие и плюрализм могут возникнуть только при наличии большого числа компаний, в том числе частных, пусть и с идейно односторонними передачами [13].

В начале 80-х годов XX века государственное вещание тоже модифицируется. Правительство ФРГ форсировало создание спутниковых «ответвлений» ARD и ZDF –каналов «1+» (Айнс-плюс, 1986) и «3Sat» (Драй сат) соответственно.

«3Sat» стал ответом на выход в эфир в январе 1984 г. франкоязычной спутниковой межгосударственной программы TV-5. Вещание «3Sat» стало возможным благодаря кооперации ZDF, австрийского государственного телевидения ORF и швейцарского SRG с целью беречь, развивать и распространять немецкоязычную культуру. Спутниковый канал «1+» — культурно-просветительское дополнение к первой программе [13].

Особенности развития частного телевидения в Германии состояло в том, что оно было связано с крупными газетно-журнальными концернами и прокатчиками фильмов [13].

Первые частные немецкоязычные каналы были иностранными. С территории Люксембурга (1984) на западные земли ФРГ начал вещать немецкоязычный общеразвлекательный спутниковый канал «RTL», одним из совладельцев которого является печатный концерн Бертельсмана. Сигнал передавался на спутник ECS-1, а с него ретранслировался на кабельные станции, которые распределяли его по сетям. Надо отметить, что для ФРГ кабельное телевидение в середине 80-х годов всё ещё было редкостью (к концу 1986 г. только 9 % семей были подключены к кабельному ТВ) [11].

Наследники медиамагната А. Шпрингера и прокатно-производственной компании Л. Кирха, 1 января 1985 г. запустили вещание первой частной кабельно-спутниковой программы «SAT-1». Передачи можно было смотреть через спутник, но чаще его принимали владельцы нарождающихся кабельных сетей и доставляли абонентам. Только в 1986 г. в эфир вышла первая частная программа в Баварии. В 1987 г. в Мюнхене заработал ещё один эфирно-спутниковый канал «ProSieben», принадлежащий Г. Акермансу и Л. Кирху. Его наполнение составили

американские сериалы и художественные фильмы, кроме того выходило 15 выпусков новостей в сутки [11;13].

В ответ на появление частного телевидения общественные ARD/ZDF двинулись к большей простоте и доходчивости вещания, стали больше экспериментировать и творчески «искать» – реформа пошла на пользу всей системе телевидения. В 80–90-х гг. в ФРГ разворачивается антинацистская кампания с участием СМИ.

В 1989 г. в ГДР разразился общественно-политический кризис. Ещё летом страну покидает 255 000 человек через открытые границы Венгрии и Австрии. В ответ власти закроют границы с Чехословакией и Венгрией. Далее тысячи восточных немцев бегут в посольства Венгрии, Чехословакии и ФРГ с просьбой об убежище [5, с.260–261]. В Лейпциге были крупные манифестации. На праздновании 40-летия ГДР советский лидер М. Горбачёв сказал, что стране нужны реформы. На следующий день лидером ГДР стал Эгон Кренц, однако в его реформаторские способности уже никто не верил. Многотысячные митинги продолжались – 4 ноября 1989 г. в Берлине собралось от 500 тыс. до 1 млн человек они требовали демократии, свободы слова, отказа от социализма .

9 ноября 1989 г. член Политбюро ЦК СЕПГ Гюнтер Шабовский объявил об упрощении порядка выезда, но руководство ГДР не собиралось отменять погранконтроль. Но митингующие восприняли его слова буквально и хлынули к контрольным пунктам на границе Западного и Восточного Берлина. Пограничники тоже были дезориентированы. Шлагбаумы были подняты, и произошла встреча западных и восточных немцев. В течении двух следующих недель 13 млн граждан ГДР посетили Западный Берлин. Сравнение уровня жизни между ГДР и Западным Берлином было не в пользу Восточной Германии. Раздающиеся призывы к сохранению ГДР не были подхвачены, быстро распространилась точка зрения о необходимости объединения с ФРГ («Мы один народ»).

Канцлер ФРГ Г. Коль выступает с программой «10 пунктов». В ней говорилось о поддержке ГДР со стороны ФРГ при условии демократических и экономических реформ. Восстановление единства Германии сначала мыслилось в рамках процесса евроинтеграции. В декабре 1989 г. СЕПГ переименовывается в ПДС – Партию демократического социализма (возгл. Грегор Гизи); другие партии выходят из единого блока под водительством СЕПГ–ПДС, и её руководящая роль была упразднена.

В августе 1990 г. между ФРГ и ГДР был подписан Договор об объединении Германии и немецком единстве, предусматривавший ликвидацию ГДР, и её присоединение к ФРГ с территориальным переустройством по западногерманскому образцу. Большую роль в этом объединении сыграл СССР и тогдашний президент М.Горбачёв. В этом же году закончились все правоотношения связанные с оккупационным

режимом стран-победительниц СССР, США, Франции и Великобритании. Германия полностью восстановила свой суверенитет и стала определять свои внешнеполитические ориентиры самостоятельно.

3 октября 1990 г. Германская Демократическая Республика и Западный Берлин были включены в состав Федеративной Республики Германии. [9;10].

Интересная тема – вхождение в состав ТВ ФРГ телевидения ГДР. ТВ ГДР (DFF) на закате существования ГДР стало независимым вещателем. В эфир пришли ток-шоу, в студию звонили зрители, телевидение стало более острым, начался обмен материалами с ТВ ФРГ. Но с процессом объединения DFF огосударвляется и теряет самостоятельность [1;2].

15 декабря 1990 г. в 19.58 на частотах DFF 1 стала вещать западногерманская ARD. DFF уходит на более слабый по мощности дециметровый канал. В таком состоянии оно проработает до 00.00 часов 31 декабря 1991 г. После чего вещание отключено окончательно. В 1991 г. предпринимались попытки сохранить канал, но на реформирование нужны были гигантские средства.

Предлагалось создать в той или иной форме ассоциацию телестудий восточногерманских земель с объединяющим каналом DFF. Часть зрителей желала сохранить любимые программы DFF. Интегрирование телерадиовещания бывшей ГДР в систему СМИ объединенной Германии могло пойти по двум направлениям. Можно было либо сохранить ту же централизованную структуру и отказаться от пропагандистских задач, внедрив в управление телерадиокомпанией и программную политику демократические принципы, либо создать новую систему вещания по образцу старых земель. Был сделан выбор в пользу второго пути, и концепция DFF как «третьей колонны» в системе общественно-правового вещания Германии наряду с ARD и ZDF не была реализована [1;2].

Говоря коротко, идея эта не получила одобрения у руководства ФРГ, поскольку такая практика могла затормозить развитие общенемецкого сознания. В построении телевидения были введены унифицированные стандарты телевидения ФРГ. Региональные студии на территории ГДР были включены в состав общественно-правовой телерадиокомпаний ARD как филиалы. На базе вещания ГДР создали две компании в составе ARD: «Средне немецкое вещание» / Mitteldeutscher Rundfunk (MDR) и «Радио Берлин-Бранденбург» /Radio Berlin-Brandenburg (RBB) [7].

Немецкие политологи и историки избегают относительно ГДР термин аншлюс (Anschluß, хотя он отражает суть произошедшего, по мнению А. Ватлина), поскольку возвращает нас к событиям присоединения Австрии в 1938 г., а предпочитают говорить о вхождении (Beitritt) [5, с.275–276]. Сложно сказать, насколько такая оценка правомерна по отношению ко всем сферам жизни в ФРГ после

объединения, однако, каналы ТВ ГДР действительно были поглощены союзом ARD и компанией ZDF.

После присоединения к ФРГ у жителей ГДР были завышенные ожидания; руководство ФРГ раздавало обещания превратить восточные земли в «цветущий сад». Ясного плана интеграции производств на востоке в технологические цепочки ФРГ не было. После изучения выяснилось, что конкурентоспособных предприятий около 10 %, остальные нерентабельные, вредные и т.п. Производительность труда рабочих ГДР оказалась существенно ниже, чем у рабочих ФРГ. Жизненные принципы восточных немцев: коллективизм, тяга к социальной справедливости, ниже дисциплина. Из западных земель в восточные шли денежные вливания – трансферты. В 2000-х годах стали наблюдаться положительные сдвиги в экономике: реализованы были строительные и инфраструктурные проекты (включая цифровую наземную телефонию и кабельное ТВ на основе оптоволоконной связи), стала развиваться связь и информационная сфера [7;9].

В 1997 г. был либерализован рынок кабельного телевидения. В аналоговых пакетах было 30 каналов, повторяющих свободные эфирные. В цифровых пакетах – 60. Со спутника идёт 300 каналов. Операторы на спутнике Premiere и в кабеле Unity Media / Arena предоставляют доступ к иностранным каналам за отдельную плату. Кроме того, Premiere сама производит около 11 тематических каналов [15, р. 29].

На сегодняшний день система немецких аудиовизуальных СМИ носит название «дуальной» системы. Это означает, что в Германии существует лишь две формы собственности на телемедиа: а) общественно-правовая форма собственности; б) частная форма собственности. Немецкими законами очерчивается круг передач, которые недопустимы; основную часть времени вещания нужно отдавать европейским программам; существуют регламентации по рекламе, спонсорской помощи.

Для общественно-правового вещания устанавливают основной источник финансирования – налог на радио и телевидение, а доходы от рекламы и спонсоров являются дополнительными. Для этих же компаний накладываются ограничения на рекламу.

Собирает налог особая организация «GEZ»: расшифровывается как *Gebühreneinzugszentrale der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in der Bundesrepublik Deutschland* – Центр получения сборов для открытых телевизионных и радио каналов Федеративной Республики Германия. Теленалог 17,98 евро в месяц, а радионалог 5,76 евро в месяц (цены 2009 г.). К радиоприёмникам относят и радио-будильники, мобильные телефоны, компьютеры с выходом в Интернет. К ТВ относят также любые телетюнеры, мобильные телефоны с функцией ТВ. (http://www.tupa-germania.ru/2009/07/blog-post_19.html). GEZ может проверить квартиру

под видом электрика или водопроводчика и выписать штраф в сотни евро в случае обмана.

Земельные телерадиокомпании, входящие в **ARD**, совместно делают одну общую телепрограмму («Первая программа»). При этом за каждой станцией сохраняется право составлять и выпускать собственную программу. Структура управления земельными телерадиокомпаниями следующая: Совет по телевидению и радио (40–58 человек), Административный Совет, Управляющий. Совет выбирает и отзывает Генерального директора и Административный совет. Совет по телевидению и радио консультирует и админсовет, и директора; утверждает решения в области хозяйственной деятельности [3].

ZDF – общественно-правовая телерадиокомпания с общегерманским статусом; штаб-квартира в Майнце, десяток студий по всей стране [3].

3sat – центральноевропейская культурологическая телесеть (общественная, без рекламы) Германии (компания ZDF), Австрии (ORF) и Швейцарии (SRG–SSR, ранее SRG), т.е. основных немецкоязычных стран. Вещание 3sat началось 1 декабря 1984 г. Язык вещания – немецкий (стандартный немецкий и австрийский немецкий) [3].

ARTE – франко-немецкий культурно-информационный канал, с немецкой стороны создаваемый при участии ARD и ZDF.

3 мая 1953 г. стартовало иновещание Федеративной Республики Германии «Deutsche Welle» («Немецкая волна»). Оно начало регулярную трансляцию радиопрограмм для зарубежной аудитории из Кёльна. В первые годы программы выходили в эфир на немецком языке на волне Северозападной германской вещательной компании (NWDR). Радио «Немецкая волна» служила для единения немецкоязычной общественности за рубежом ФРГ, также ставились цели восстановить уважение и доверие к Германии со стороны международного сообщества.

Поначалу «Немецкая волна» «приспосабливала» к международным нуждам программы, подготовленные ARD и ZDF, но с 1983 г. производит и свои собственные программы. С 1983 г. для Америки, а с 1990 г. для СССР. С 1992 г. работает спутниковая телепрограмма «ТВ Немецкая волна» (DW–TV). Вещание идёт круглосуточно на немецком, английском и испанском языках.

Крупнейшие коммерческие каналы ФРГ – передаются через кабель, спутник и в системе наземного ТВ стандарта DVB–T [15, р. 29].

RTL Television — немецкая коммерческая телекомпания, крупнейшая среди частных телекомпаний ФРГ. Входит в состав RTL Group. Штаб-квартира телеканала находится в Кёльне. Телекомпания приступила к вещанию 2 января 1984 в Люксембурге. Полномасштабное вещание в Германии ведётся с 1992 г. Зона вещания – Германия, Австрия и Швейцария.

Super RTL – канал на основе немецкого телеканала **RTL** управляющийся **Disney Fernsehen GmbH & Co.** Направлен на детскую, и с недавнего времени, на семейную аудиторию.

ProSieben (Pro 7) – коммерческая телевизионная компания в Германии. Начала свою деятельность 1 января 1989 г. С 2003 г. станция часть ProSiebenSat.1 Media, принадлежащая группе инвесторов во главе с Хаимом Сабан. ProSieben является второй по величине частной телекомпанией Германии. Хотя некоторые программы ProSieben собственного производства, но в эфир идёт много североамериканского импорта [13, p. 29].

Существует и развивается немецко-американский проект **N-TV** информационного канала по типу CNN. Он открылся в 1993 г.

Phoenix – политико-информационный канал, практически весь контент которого составляют прямые включения с политических событий, длительные выступления депутатов, чиновников и т. д.

Развитие наземной вещательной сети. Наряду с развитием кабельной и спутниковой сети, развитие наземных ретрансляторов было весьма важным и имело свои особенности. Из общих тенденций развития радиосети можно назвать следующие. В 70–80-х гг. объёмы средневолнового (СВ) вещания падают, снижается и мощность. Пальма первенства переходит к FM вещанию как более качественному и экономичному. В 2000–х годах СВ-радиовещание на большинстве станций сворачивается, а ряд радиостанций закрывают, демонтируют или консервируют. В конце 90-х появляется цифровое вещание типов DAB и DRM. Площадки открытые или модифицированные в 50-60-е годы реконструируются – там по необходимости сооружаются новые антенно-мачтовые сооружения. В конце 1990–2000-х произошёл переход от аналогового к цифровому ТВ.

Получает дальнейший импульс сооружение бетонных башен для вещания. Так широко известны типовые серии башен FMT 2, FMT 2/73, FMT 3, FMT 3/72, FMT12, FMT13. Так в Ангельбурге в 1968 г. построена башня FMT3; построена и башня Хабихтсвальд FMT 3/72 высотой 186 метров; построена 1972–1975 гг. В 1973 г. строят железобетонную телебашню в Бамберге – 139 м типа FMT2. Передатчик Вельден (Аугсбург) – 158,5 м. железобетонная башня, построенная в 1983 г. – тип FMT 2/72 высотой в 75 м; имеет корзину с рабочими залами для оборудования. Передатчик Регенсбург-Цигетсберг тип FMT2/73 (1976 г.). Передатчик в г. Аахен (Мюлленкленкес) – 133 м. башня (FMT 12) была построена в 1984 г. Передатчик Nohe Linie находится к северо-востоку от Регенсбурга на 475 м горе близ города Тегернхайм. В 1972 г. там построена 152 м вантовая мачта из стальной трубы. В 1998 г. введена бетонная башня в 166 м Передатчик Хоенпайсенберг – железобетонная башня 158,76 м, построена в 1978 г. Передатчик Любек – это башня типа FMT 13, расположенная в

муниципалитете Стокельсдорф (Stockelsdorf) к северу от Любека. Используется для трансляции FM-радио и цифрового ТВ в DVB-T. Построена в 1976 г. Высота 158 м (площадки для антенн на 99 и 107 м). Передатчик в г. Аахен (Мюлленкленкес) – типа FMT12, высотой 133 м.

Комбинированные башни – бетонное основание + стальная труба: например, Эдеркопф (126 м, 1981), Нордхелле (150 м, 1984).

Продолжилась постройка железобетонных башен по индивидуальным проектам. Телевизионная башня в Мангейме (Баден-Вюртемберг) – железобетонная, построенная в 1973–1975 гг. архитектурным бюро «Хайнле, Вишер и партнёры». Высота 212,8 м – это самое высокое сооружение Мангейма. После сооружения башни в Киле в 1975 г., арх. Герхард Крайзель и Гюнтер Мюллер, её конструкцию повторяют в Мюнстере 1985–1986 – 229,5 метров, а в 1991 г. в Куксхавене под названием «Фридрих Клеменс Герке» (пионер телеграфии в Германии), также копия в Бретере. Башню «Герке» строили с 1990 по 1992 г. Первый камень в фундамент был уложен 26 апреля 1990 г. в присутствии президента Германии Рихарда фон Вайцзеккера, канцлера Германии Гельмута Коля. Известна и телебашня в Дюссельдорфе («Рейнтурм») – самое высокое здание в городе – 240,50 м., десятая по высоте телебашня в Германии (2013). Построена в 1982 г.

Оригинальной бетонной башней – памятником архитектуры является Европатурм Франкфурт. Строилась с 1974 по 1979 г. На ней расположены передатчики ТВ и радио, антенны радиорелейных сетей, мобильной связи.

С появлением небоскрёбов антенны устанавливают и там (по американскому образцу). Так во Франкфурте – в 1996–1999 построен небоскрёб Майнтауэр (высота 200 метров, с антенной 240 метров), где смонтированы антенны радио. Передатчик на небоскрёбе гостиницы в г. Аугсбург (1972) – здание является самым высоким сооружением в Аугсбурге и одним из десяти самых высоких зданий в Баварии: 107,2 м (158 м с антенной). На крыше антенна радио. Кёльн Турм (Köln Turm, The Cologne Tower) – офисное здание в Кёльне поднявшееся на 148,5 м. высоту (165,48 м, включая антенны). В здании 44 этажа. Строительство здания продолжалось с июня 1999 г. по ноябрь 2001 г. На крыше радиопередатчики.

Вместе с тем, продолжают строить стальные мачты и решётчатые башни. Передатчик Бонн-Венусберг – башня для г. Бонн, высотой 180 метров, построенная в 1985 г. Она заменила старые мачты 97 и 137 м. Радиопередатчик Клеве – в 1994 г. Была построена современная 126-метровая стальная мачта. Передатчик Ральстед (Гамбург) – была построена в 1994 г. – 163-метровая стальная орешечённая мачта с оттяжками. В 2009 г. возведена новая 250 м мачта. [12;13].

Выводы. Рассмотренный период является переломным в развитии, как ФРГ, так и её вещательных организаций. На фоне поступательного

развития наземной, а позже спутниковой передачи и кабельного вещания, произошло становление дуальной общественно-частной системы вещания. Объединение двух немецких государств послужили коренным изменениям в структуре общенемецкого ТВ и радио – структуры ТВ ГДР вошли в союз ARD.

Использованные источники:

1. Алексеева М.М. Трансформация системы аудиовизуальных СМИ в Восточной Германии в 1989–2003 гг. Автореф. дисс. на соиск. ... канд. филол. наук по спец. 10.01.10 журналистика. – М., 2011 – 18 с.
2. Алексеева М.М. Реорганизация телевидения и радио Восточной Германии в 1990–1991 гг. [Электрон.ресурс] // Электронный научный журнал «Медиаскоп». – 2011. № 2. – Режим доступа: <http://mediascope.ru/node/814>
3. Артищев А.И. Общественное телевидение : Германия // Федотов М.А. и соавт. «Перспективы создания общественного телерадиовещания в Российской Федерации» законопроект «Об общественном телерадиовещании» [Электрон.ресурс] / ЮНЕСКО – Режим доступа: <http://handtohelp.com/blog/2011/12/22/>
4. Буланов Г.А. Федеративная республика Германия / под ред. Г.А. Буланова, О.В. Еремеев, М.Б.Киселёва, Краснов Ю.М., М.Ю. Медведков. – М.: Международные отношения, 1990. – 128 с.
5. Ватлин А.Ю. Германия в XX веке. – М. : Росспэн, 2002. – 336 с.
6. Вороненкова Г. Ф. Путь длиною в пять столетий: от рукописного листка до информационного общества : Национальное своеобразие СМИ Германии. — М.: Языки русской культуры, 1999 – 640 с.
7. Вильгельм К.Ю. История средств массовой информации объединённой Германии 1990–2000 гг. Автореф. дисс. на соиск. ... канд. ист. наук по спец. 07.00.03 Всеобщая история. – М., 2010 — 18 с.
8. История Германии : учебное пособие : в 3 тт. / Под общ. ред. Б. Бонвеча, Ю. В. Галактионова. – Т. 2: От создания Германской империи до начала XXI века / А. М. Бетмакаев, Т. А. Бяликова, Ю. В. Галактионов, [и др.]; отв. ред. Ю. В. Галактионов, сост. науч.-справ. аппарата А. А. Мить.— М.: КДУ, 2008. — 672 с
9. Лямзин Андрей Объединение Германии: оценка российских исследователей. (24.04.04) [Электрон.ресурс] // Мультимедия журнал «Ахей», новейшая история – Режим доступа: <http://mmj.ru/index.php?id=40&article=72&type=98>
10. Нефёдов В. ГДР и проблема объединения Германии Автореф. дисс. на соиск... канд. ист. наук по спец. 07.00.03 Всеобщая история. – М., 2004 – 18 с.
11. Христенко А.В. Коммерческое телевидение ФРГ: страницы истории [Электрон.ресурс] // Вестник института повышения квалификации

работников телевидения. Вып. 8. – Ч.1. – Режим доступа: <http://www.vestnik.ipk.ru/index.php?id=1601>

10. Dussel Konrad Deutsche Rundfunkgeschichte / Konrad Dussel. – 3., überarb. Aufl. – Konstanz : UVK–Verlagsgesellschaft, 2010. – 335 S.

11. Geschichte des deutschen Fernsehens / Knut Hickethier. Unter Mitarb. von Peter Hoff. – Stuttgart ; Weimar : Metzler, 1998. – XI, 594 S. :

12. Himpler Michael Die Geschichte des Privatfernsehens in der Bundesrepublik Deutschland; Seminararbeit / Institut für Medienwissenschaft, München, GRIN Verlag GmbH 2001 – 17 Seiten — ISBN 978-3-638-18711-4(eBook), DOI: 10.3239/9783638187114, (Arc N V12932)188 KB .

13. Summary profiles of pay TV in France, Germany, Italy, Spain, Sweden and United States. Annex 9 to pay TV market investigation consultation. – London : Ofcom (Office of communications), 2007– pp.29–30.

Стенура И.В.

ст. лаб.

Институт психологии НАПН Украины

Шушарина С.С.

завуч школы, учитель-методист, СШ 192

Украина, г.Киев

ТЕЛЕВИДЕНИЕ И РАДИО ГДР (1950–1991) В КОНТЕКСТЕ ПОЛИТИЧЕСКИХ ТРАНСФОРМАЦИЙ

После создания ФРГ в советской оккупационной зоне Германии провозглашают Германскую Демократическую Республику. Советская военная администрация в Германии (СВАГ) прекратила своё существование в октябре 1949 г. вместе с появлением ГДР – 7 октября 1949 г. На роль немецких руководителей выдвигались члены компартии (КПГ) во главе с В.Ульбрихтом. В 1946 г. КПГ сливается с социал-демократами СДПГ и появляется СЕПГ (Социалистическая единая партия Германии). В советской зоне велась пропаганда в социалистическом духе. В 1952 г. СЕПГ под руководством В.Ульбрихта провозглашает курс на построение в ГДР социализма. СЕПГ контролировало СМИ, образование и культуру, обладало фактической монополией на информацию. Министерство безопасности ГДР (Ministerium für Staatssicherheit) (политическая полиция, «штази») прямо подчинялось Политбюро СЕПГ. В стране были и другие партии, но под давлением они признали за СЕПГ руководящую роль. На селе насильно создаются сельскохозяйственные кооперативы, были гонения на церковь. Уровень жизни в ГДР был заметно ниже, чем в ФРГ. Восточные немцы массово бежали на Запад. Экономика была плановой.

В первый период своего существования (1949–1968), когда была принята первая Конституция (1952 год), ГДР позиционировала себя как единственное немецкое государство. ГДР – буржуазно-демократическое

федеративное государство с формой правления «народная демократия». Парламент был двухпалатный – нижняя палата формируется всенародным голосованием, а верхняя через парламенты земель (самоуправляемые территории). Глава государства – президент.

В советской зоне оккупации. СМИ попали под контроль государства. Пропаганда утаивала реальные проблемы страны, образование ГДР трактовалась тогда как поворотный пункт развития Германии, провозглашался курс на социализм. Работали радиостанции Deutschlandsender, Radio DDR, BerlinerRundfunk [3, с с.192; 9]. Телецентры созданы были в Берлине, Лейпциге, Дрездене и т.д. В ГДР пионером телевидения был **Ханс Мале** (Hans Mahle). Он в 1950 г. – директор телецентра. В сущности его тогда не было и при нём в июне 1950 г. произошла его закладка. С 29 декабря 1951 г. шли пробные технические передачи, а с июля 1952 г. – уже заработал публичный телеканал. Передатчики были маломощные (800 Вт) и смонтированы на высоких зданиях и на маловысотной телевышке около телецентра. Директор тогда уже был **Герман Цилс**. С ноября 1952 г. продаются советские телеприёмники «Ленинград» (3500 марок ГДР, при среднемесечном доходе 300 марок). В декабре 1952 году – в ГДР их уже 60 штук [8].

Телестудия находилась в районе Берлина – Адлерсхоф. Логотипом были Бранденбургские ворота. Информационная программа называлась «Актуальная камера» (Aktuelle Kamera). Её ведущим был Герберт Кёфер (Köfer). Большую часть программ составляло художественное вещание. Передачи шли нерегулярно и даже не каждый день – это было специфично для телецентров в стадии становления. «Актуальная камера» будет выходить до 14 декабря 1990 г [8].

В рассматриваемый период, т.е. в ранние годы развития телевидения ГДР, оно не было рупором СЕПГ/SED (Социалистической единой партии Германии – СЕПГ). Так в июне 1953 г. по телевидению пошли сообщения о восстаниях рабочих ГДР. За это, Цилса, правда уволят. В 1953–1956 гг. сеть телевидения в ГДР была довольно быстро сформирована на основе кабельных сетей и радиорелейных линий.

Со 2 января 1956 г. была выпущена общенемецкая программа ГДР – Немецкое телевидение *Deutsche Fernsehfunk* (DFF). В утреннем эфире с 1958 г. шли повторы вечерних передач. В конце 1958 г. в ГДР было более 300 тысяч зарегистрированных телевизоров. Первой железобетонной телебашней в ГДР была Декведе (арх. Герхард Фрост). Сооружена в 1956–1959 гг. Она была вариацией на тему Штутгартской башни (ФРГ). Высота 184,5 м [11].

В 1956 г. была создана Народная армия ГДР, после чего страна вступила в военный блок Организация Варшавского договора во главе с СССР. В 1958 г. в ГДР была ликвидирована верхняя Палата земель. Упразднили потом и пост президента.

Руководство СССР, а вместе с ним и ГДР, стремилось распространить вещание DFF не только на ГДР, но и на ФРГ. В полной мере это не удалось. А вот ФРГ накрывало сигналом канала ARD Восточную Германию практически полностью. Смотреть его, конечно, строго запрещалось, но уследить за всеми не могли. Идеологическое противостояние усилилось после сооружения Берлинской стены – заградительного сооружения между восточным и западными секторами немецкой столицы [3]. В 1961 году обострилась внешнеполитическая ситуация вокруг германского вопроса (Берлинский кризис 1961 г), сопровождавшаяся массовым исходом квалифицированных кадров из ГДР в Западный Берлин, привели к закрытию границы между ГДР и Западным Берлином в начале августа и возведения целой системы заградительных сооружений.

Вместе с США ФРГ развернуло планомерную пропаганду в направлении ГДР и других социалистических стран [3, с.186].

В исследовании В.Нефёдова приводится следующее мнение о вещании ТВ ФРГ на ГДР: «Тактика и стратегия ФРГ в отношении ГДР оказалась более реалистичной, благодаря использованию сильных сторон ФРГ – её более высокого уровня жизни, финансово-экономической мощи и более широких возможностей для людей с образованием, капиталом, предприимчивых и свободомыслящих. Умелая подача объективно привлекательного и, к тому же, пропагандистки приукрашенного облика ФРГ в СМИ оказывала воздействие на наиболее социально продвинутую часть населения ГДР в течение многих десятилетий. Не прекращавшаяся атака на массовое сознание рядовых граждан ГДР стала ещё более эффективной после перехода от обострения отношений с ФРГ к их нормализации, особенно после хельсинкских договорённостей 1975 г. В обоих немецких государствах усилилась ностальгия по «единству германской нации», остававшейся разделённой и униженной поражением 1945 г. ФРГ выигрывала от этого гораздо больше, потому что, превосходя ГДР по своему потенциалу, ... становилась как бы естественным центром национального сплочения немцев» [7].

В 1953 г. в ФРГ вступили в эксплуатацию радиорелейные линии Гамбург – Кёльн и Гамбург – Берлин. Во времена «холодной войны» был известен передатчик Торфхаус-Харц (земля Нижняя Саксония). Его используют тогда для создания системы радиорелейной дальней связи, для Западного Берлина минуя территорию ГДР.

Телекоммуникационная башня Берлина Шэфербург выполняла функцию радиорелейной башни в Западном Берлине. Её высота 212 метров. С 1964 г. вплоть до начала 1990-х годов башня служила станцией радиорелейной связи западного Берлина с ФРГ. Конечной станцией на территории ФРГ была башня Торфхаус (Torfhaus). К стволу башни были

прикреплены две параболические антенны диаметром 18 метров (демонтированы в 1996 г.).

ARD покрывало всю территорию ГДР за исключением мёртвых зон на крайнем северо-востоке и на юго-востоке (Дрезден). Важную роль в попытках организации вещания на эти районы стал передатчик ФРГ Охсенкопф. Это 190 метровая телевизионная башня из железобетона. В годы разделённой Германии вещание этого центра позволяло зрителям Лейпцига и Дрездена, где приём западного ТВ был затруднён («мёртвая зона») принимать ARD на 4 метровом канале «4 ТВК» (62.25 МГц, 100 кВт). В ряде мест слышно было и FM радио.

В 60-е годы обостряется борьба в правящей партии СЕПГ между старым (начали свою деятельность до войны) и более образованным молодым поколением. В 1960 г. умирает президент В.Пик, но его должность упраздняется и образовывается Госсовет, председателем которого становится В.Ульбрихт, вокруг личности, которого складывается культ. Ульбрихт опирался на поддержку Хрущёва и с его отставкой его позиции слабеют. Новый советский руководитель Л.Брежнев симпатизировал более молодому Эрику Хоннекеру, второму секретарю СЕПГ. Поведение Ульбрихта всё больше раздражало советское руководство – он претендовал на более значимую роль ГДР в восточном блоке, требовал большей самостоятельности для страны, а под конец карьеры занялся философией, создав своё толкование марксизма-ленинизма. В.Ульбрихт в 1961 г. осудил преступления Сталина, он выдвинул положение, что социализм – это длительное состояние общества, и ввёл термин «развитой социализм» впоследствии подхваченный советским руководством. В 60-е годы в ГДР проводились реформы в сочетании планового хозяйства и актуализации личной заинтересованности работников и отдельных рыночных механизмов. В стране сохранялась мелкая частная собственность. Отцом реформ стал Эрих Апель. Образованный экономист он в 1965 г. будет обвинён в просчётах и будет найден мёртвым при недостаточно выясненных обстоятельствах.

К концу 60-х вырос жизненный уровень граждан ГДР. Страна – витрина социализма, обращённая на Запад. Благосостояние восточногерманских граждан за 60-е гг. выросло в 1,5 раза [3, с.191]. На 100 семей в 1966 г. приходилось 54 телевизора, в 1952 г. – 1; автомобилей – 9 против 0,2; стиральных машин – 32 и 0,5; холодильников 31 против 0,4.

В 1964 г. было формализовано гражданство ГДР – всем восточным немцам раздали удостоверения личности ГДР [3, с.194–195]. В 1964 году в ГДР прошла встреча молодёжи ГДР и ФРГ (Deutschlandtreffen), породившая надежды на неформальные контакты людей двух стран. Освещавшая эти события молодёжная станция **DT64** снискала себе огромную популярность и репутацию либеральной [3, с.192].

Руководство ГДР ещё в 50-х годах стало подумывать о строительстве телевизионной башни в разделённом Берлине. В Берлине Западном была и радиобашня (на территории исторической Берлинской выставки), и телебашня Шольплац – решётчатая мачта в 203 метра высотой. Эти сооружения передавали вглубь ГДР сигнал телевидения и радио. С Шольплац работала и радиостанция «Свободный Берлин».

В 1964 году первый секретарь ЦК СЕПГ Вальтер Ульбрихт принимает решение о создании телевизионной башни в центре города, которая должна была стать доминирующей высотой. Проект разработали Герман Хензельман и Йорг Старйтпарт, строительный проект был создан государственным ПО «Промышленного производства – ИПРО» в Берлине (Industrieprojektierung –Ipro– Berlin). Главные архитекторы: Фриц Дитер, Гюнтер Франке и Вернер Арендт. В планах Хензельмана «корзина» башни в форме мяча должна была гореть красным цветом символизируя победу социализма. В целом высоты башни в 250 м было достаточно, однако хотели построить башню выше, чем на Западе, но боялись строить выше Останкинской башни в Москве. Решают возводить её в историческом центре Берлина – районе Мите. В результате масштабной реконструкции даже сохранившиеся исторические здания выстоявшие войну пошли под снос и заменены новостройками – оставили только Красную ратушу и церковь Св. Марии. Историческая сеть улиц была ликвидирована.

При строительстве было использовано много импортных материалов – покрытия из ФРГ, лифты из Швеции, окна из Бельгии. Стоимость превысила 200 млн долларов. В октябре 1969 г. Вальтер Ульбрихт открыл башню. Тут же выявилась любопытная игра света, получившее название «мечь папы» – на сфере корзины появлялись крестообразные отражения. На высоте 203 метров находится панорамная площадка – два лифта доносят туда туристов за 40 секунд. Этажом выше расположен ресторан «Телекафе» – высота 207,5 м. Он смонтирован на поворотной платформе. Вместе с открытием башни заработала вторая программа телевидения [12].

20 октября 1969 г. стал днём рождения второй программы немецкого телевизионного вещания ГДР: DFF 2. Запуск был приурочен к 20-летию ГДР. Канал открыл руководитель ГДР Вальтер Ульбрихт. С того же года началось цветное вещание в цветовой системе SECAM. Телевидение ФРГ вещало в системе PAL. Народные умельцы научились вставлять декодеры цвета в советские телевизоры «Рубин» и «Радуга» для комфортного просмотра телевещания сразу двух немецких государств [8].

С 1969 г. вводят в строй студию с камерами Маркони и цветовой смеситель SECAM фирмы Thomson. В 70-е годы вводят несколько аппаратно-студийных комплексов S1, S2, S3, S4, S5. В составе телевидения ГДР было много техники европейских производителей Marconi, Bosch, BTS, Philips, Thomson. Конкуренция с западным телевидением Западной Германии стимулировало развитие собственного телепроизводства. ТВ

ГДР выгодно отличалось от советского, прежде всего зрелищностью, постановками танцевальных шоу (вспомним балет ТВ ГДР), интересом к общеевропейской тематике (насколько было возможно). С февраля 1972 г. DFF стала называться «Телевидением ГДР» (DDR-Fernsehen) [8;9].

В 1963-1969 гг. строят вторую по высоте железобетонную телебашню в ГДР в Дрездене — 252 м. Архитекторы Курт Новотны, Герман Рюлле, Йохнес Брауне. Там также была обзорная площадка и ресторан.

Реформа государственного и территориального устройства ГДР, проводившаяся поэтапно ранее, была закреплена в новой, социалистической Конституции 1968 г. Основным органом власти становился однопалатный парламент — Народная палата ГДР — формировавшийся путём всенародного голосования. Народная Палата обладала очень широкими полномочиями, она же избирала центральный исполнительный орган — Государственный Совет. С принятием поправок к Конституции в 1974 г. и до 1990 г. Германская Демократическая республика становится социалистической республикой и унитарным государством. В 1971 г. в отставку уходит «гэдээровский» лидер В.Ульбрихт (VIII съезд СЕПГ ГДР). Его меняет Эрих Хоннекер, в большей степени ориентировавшийся на СССР. Э.Хоннекер в своей деятельности уделял большое внимание социальной защите (повышению зарплат, пенсий и пособий), улучшению снабжения товарами и постройкой жилья. Но часть мелких частных предприятий была национализирована, что на деле привело к ухудшению снабжения. Роста производительности труда не произошло и уже к середине 70-х годов положение ГДР ухудшилось. Стало заметным технологическое отставание от западных стран, для финансирования дорогостоящих программ ГДР стала брать кредиты на Западе. Они, однако, тратились не на перевооружение производства, а «проедались» — ими затыкались дыры в неэффективной экономике. В июне 1973 г. вступил в силу Договор об основах отношений между ГДР и ФРГ: ФРГ официально признала ГДР [5].

Уже в 1972 г. задолженность этой страны составила 2 млрд западногерманских марок и всё время росла. В 1981 г. задолженность ГДР составляет 10 млрд марок [5,с.511;3,с.251]. У руководства Восточной Германии не было идеи, как расплатиться с кредиторами. Уже с конца 70-х начинает налаживаться сотрудничество ФРГ и ГДР. Торговля между ними беспопшлинная, что позволяло выгодно реализовывать ГДР свои товары в ЕЭС через территорию ФРГ.

Вдобавок несколько либерализовался режим выезда граждан ГДР. Уже в 1972 г. около 1 млн. граждан ГДР посетили родных в ФРГ, в 1987 г. — 5 млн. Жизненный уровень ГДР в сравнении с социалистическими странами был высокий, но по сравнению с Западной Европой и ФРГ он был низок. Люди увидели разницу в уровне жизни и не верили

официальной пропаганде. Вместе с тем, ярко выраженных протестов в ГДР не было. Диссидентов «по тихому» отпускали на Запад. В 1976 г. из ГДР был выслан бард-диссидент Вольф Бирман, под домашним арестом оказался физик и философ Роберт Хавеман [3, с.256]. Отдушиной для людей была церковь, хотя верующие и не могли занимать некоторые посты. Но основная часть населения была настроена конформистски, приспособливаясь, и была пассивно лояльной. Формой протеста был отъезд в ФРГ. В стране развивалось движение кружков по интересам (ок. 10 000) [3, с.254]. 4200 молодёжных клубов и дискотек, через ГДР в СССР попадали западные журналы, кроссовки, майки с рисунками, стереотипы жизни [3, с.255].

В 1983 г. ФРГ выделяет ГДР кредит в 2 млрд. марок. ГДР смягчило риторику относительно ФРГ. Началась программа культурных и спортивных, образовательных обменов. В 1987 г. наметилось потепление в политических отношениях ГДР–ФРГ. Вся эта политика расшатывала идейные основы ГДР. Была принята программа совместных инфраструктурных проектов в ГДР – в области транспорта, линий связи и т.п. В начале 80-х годов жители сооружают высокие мачты и причудливые антенны, чтобы принять западногерманское ТВ и радио; правительство уже смотрит на это сквозь пальцы. Случались и установки первых спутниковых антенн. Радио принимали и так. С начала 80-х годов в телевизоры ГДР встраиваются декодеры для приёма телепередач из ФРГ [3, с.254]. Скорее всего, это декодеры цвета PAL (и возможно дециметровые приставки?).

После прихода к власти в СССР М. Горбачёва социалистические страны получили гораздо больше самостоятельности. Всю ответственность за ситуацию в ГДР возложили на саму СЕПГ.

СЕПГ и сам Э. Хоннекер негативно оценивали советскую политику «перестройки» и предрекали ей быстрый конец. Жителям, наоборот, Горбачёв нравился. Относительно своего руководства рос скепсис и оппозиционные настроения. В 1988 г. обострился долговой кризис – он поставил под угрозу социальное благополучие большинства населения. Платить стало нечем. Долг достиг 50 млрд западногерм. марок. [3, с.251].

В 1989 г. на телевидении появляется молодёжная передача Elf 99 в которой поднимаются сложные общественно-политические темы. Правительство ГДР под давлением общественности пыталось реформировать телевидение. Была попытка уйти от централизации ТВ ГДР, в сторону регионализации – открывать локальные телестудии в городах ГДР. ТВ ГДР снова переименовывают в DFF. DFF, в свою очередь, стал независимым вещателем. В эфир пришли ток-шоу, в студию звонили зрители, телевидение стало более острым, начался обмен материалами с ТВ ФРГ. Также велось сотрудничество с 3Sat — совместным немецкоязычным каналом (Германия, Австрия, Швейцария).

Но контроль со стороны Министерства государственной безопасности сохранялся [8].

В 1989 году ГДР поразил общественно-политический кризис. Летом этого года страну покидает около 255 000 человек через открытые границы Венгрии и Австрии. Власти закрывают границы с Чехословакией и Венгрией. Но тысячи восточных немцев всё равно идут в посольства Венгрии, Чехословакии и ФРГ с просьбой об убежище. [3, с. 260–261]. В Лейпциге были крупные манифестации. Появились движения и партии нового типа. На праздновании 40-летия ГДР советский лидер М. Горбачёв высказал мысль, что стране нужны реформы. Уже на следующий день лидером ГДР стал Эгон Кренц, но время было упущено, и в его способность к реформаторству уже мало кто верил. Многотысячные митинги по стране продолжались – 4 ноября 1989 г. в Берлине собралось от 500 тыс. до 1 млн. человек (по разным оценкам) они требовали демократии, свободы слова, отказа от социализма. Политбюро СЕПГ разработало программу реформ (в экономике, образовании, СМИ и т.д.), но усилия партии воспринимались скептически.

6 ноября 1989 г. в прессе обнародуют неясный и двусмысленный закон о выезде из страны. 9 ноября 1989 г. член Политбюро ЦК СЕПГ Гюнтер Шабовский объявил на пресс-конференции, которую в прямом эфире передавало ТВ ГДР– DFF, об упрощении порядка выезда, причём сделал это всё так же двусмысленно и путано. При определённой либерализации пересечения границы, руководство ГДР совсем не собиралось отменять на ней контроль. Митингующие же восприняли слова Шабовского буквально как «открытие границы» и хлынули к контрольным пунктам между Западным и Восточным Берлином. Пограничники тоже смотрели телевизор и были также дезориентированы. Шлагбаумы были подняты и произошла встреча западных и восточных немцев. В течении двух следующих недель 13 млн граждан ГДР посетили Западный Берлин. Сравнение уровня жизни между ГДР и Западным Берлином было не в пользу «народной демократии». Поначалу были призывы к сохранению ГДР, но быстро распространилась точка зрения о необходимости объединения с ФРГ («Мы один народ») [5].

Канцлер ФРГ Г. Коль выступает с программой «10 пунктов». В ней говорилось о поддержке ГДР со стороны ФРГ при условии демократических и экономических реформ. В декабре 1989 г. СЕПГ переименовывается в ПДС – Партию демократического социализма (возгл. Грегор Гизи); другие партии выходят из единого блока под водительством СЕПГ–ПДС, а её руководящая роль в обществе была вовсе отменена.

В январе руководство ФРГ и СССР уже взяли курс на объединение Германии. 15 января 1990 г. ликвидировано Министерство госбезопасности ГДР, её документацию уничтожают. Мартовские (1990)

выборы показали проигрыш СЕПГ–ПДС, половину голосов набрал блок во главе с ХДС ГДР (49%), на втором месте СДПГ (20%) и на третьем СЕПГ–ПДС (16%). Народ ясно высказался за объединение. Главой правительства становится Лотар де Мезьер, который и развернул подготовку к объединению на практике. В августе 1990 г. между ФРГ и ГДР был подписан Договор об объединении Германии и немецком единстве, предусматривавший ликвидацию ГДР, её присоединение к ФРГ с территориальным переустройством по западногерманскому образцу. Большую роль в этом объединении сыграл СССР и президент Союза М.Горбачёв [3;5;6;7]

После старта процесса объединения двух Германий, DFF снова теряет самостоятельность и становится государственным. Произошла перекоммутация каналов в пользу ТВ ФРГ. 15 декабря 1990 г. в 19.58 на частотах DFF1 стала вещать западногерманская ARD. DFF уходит на более слабый по мощности дециметровый канал. В таком состоянии оно проработает до 00.00 часов 31 декабря 1991 г. После чего канал был отключён окончательно [2].

В 1991 г. предпринимались попытки сохранить канал, но на реформирование нужны были средства. Предлагалось создать в той или иной форме ассоциацию телестудий восточногерманских земель с объединяющим каналом DFF. Ведь часть зрителей желала сохранить полюбившиеся программы DFF. М.Алексеева пишет о нереализованном проекте так: «<Проект> Северо-восточного германского телевидения и радиовещания НОРА – «Нордостдойчер рундфунканштальт» (NORA – Nordostdeutscher Rundfunkanstalt) был наилучшим вариантом реорганизации телевидения и радио бывшей ГДР с точки зрения задач интеграции западногерманской и восточногерманской аудитории и внедрения демократических принципов организации вещания в новых землях. Более эффективному выполнению задач реорганизации телевидения и радио бывшей ГДР помешала борьба за влияние на Востоке западногерманских телерадиокомпаний, а также соперничество между партиями в земельных парламентах. В ходе преобразования системы аудиовизуальных СМИ в Восточной Германии недостаточно учитывались задачи сохранения наследия телевидения и радио ГДР: его зданий и земельных участков, теле- и радиопередач» [2].

Вот как М.Алексеева далее характеризует принятые решения: «Организация (Einrichtung), объединившая ДФФ и оставшиеся радиoprogramмы бывшей ГДР, была временным образованием, переходным этапом от централизованной тоталитарной модели ТВ и РВ ГДР к общественно-правовой системе вещания ФРГ. Решение организовать временную единую вещательную компанию на базе ТВ и РВ ГДР и Немецкой Почты было оптимальным. Организация отвечала главной и первейшей задаче: она функционировала независимо от

государства, в соответствии с принципами свободы мнений и информации» [2].

Однако идея эта не получила одобрения у руководства ФРГ, поскольку эта практика могла бы затормозить развитие общенемецкого сознания. В построении телевидения были введены унифицированные стандарты телевидения ФРГ [1]. Региональные студии на территории ГДР были включены в состав общественно-правовой телерадиокомпании ARD как филиалы: в конце концов создали две компании в составе ARD: «Средненемецкое вещание» / Mitteldeutscher Rundfunk (MDR) и «Радио Берлин–Бранденбург» / Radio Berlin–Brandenburg (RBB).

Выводы. Телевидение ГДР представляло собой интересный феномен в социалистическом блоке. Будучи ежедневно в конкуренции с телевидением ФРГ оно приобретало новые динамичные формы и зрелищность; а в техническом плане имело высокую вооружённость современной техникой. Идея СССР распространить вещание ТВ ГДР на ФРГ не удалась, а идейное противостояние по линии ФРГ–ГДР выигрывает западногерманское ARD, что было обусловлено более сильной экономикой Западной Германии. При воссоединении Германии структуры ТВ ГДР были полностью ликвидированы в рамках переустройства восточных земель по образцу ФРГ.

Использованные источники:

1. Алексеева М.М. Трансформация системы аудиовизуальных СМИ в Восточной Германии в 1989–2003 гг. Автореф. дисс. на соиск. ... канд. филол. наук по спец. 10.01.10 журналистика. – М., 2011 – 18 с.
2. Алексеева М.М. Реорганизация телевидения и радио Восточной Германии в 1990–1991 гг. [Электрон.ресурс] / М.М. Алексеева // «Медиаскоп». 2011. – № 2. – URL: <http://mediascope.ru/node/814>
3. Ватлин А.Ю. Германия в XX веке / А.Ю. Ватлин. – М. : Росспэн, 2002. – 336 с.
4. Вильгельм К.Ю. История средств массовой информации объединённой Германии 1990–2000 гг. Автореф. дисс. на соиск. ... канд. ист. наук по спец. 07.00.03 Всеобщая история. – М., 2010 – 18 с.
5. История Германии : учебное пособие : в 3 тт. / Под общ. ред. Б. Бонвеча, Ю. В. Галактионова. – Т. 2: От создания Германской империи до начала XXI века / А. М. Бетмакаев, Т. А. Бяликова, Ю. В. Галактионов, [и др]. – М. : КДУ, 2008. – 672 с
6. Лямзин Андрей Объединение Германии: оценка российских исследователей. (24.04.04) [Электрон.ресурс] // Мультимедия журнал «Ахей», новейшая история – Режим доступа: <http://mmj.ru/index.php?id=40&article=72&type=98>
7. Нефёдов В. ГДР и проблема объединения Германии Автореф. дисс. на соиск... канд. ист. наук по спец. 07.00.03 Всеобщая история. – М., 2004 – 18 с.

8. Deutscher Fernsehfunk – URL:

http://de.wikipedia.org/wiki/Deutscher_Fernsehfunk

9. 24 Stunden sind ein Tag. Berlin. Hauptstadt der DDR. – Berlin : Herausberger–Berlin Information, 1979. – S.154–156.

10. Berliner Fernsehturm – URL:

http://de.wikipedia.org/wiki/Berliner_Fernsehturm

11. Fernsehturm

Dequede

–

URL:

http://de.wikipedia.org/wiki/Fernsehturm_Dequede#Geschichte

Стрелетова А.Д.

аспирант кафедры социологии

Южно-Российский институт-филиал Российской академии

народного хозяйства и государственной службы

при Президенте Российской Федерации

Россия, г.Ростов-на-Дону

ПЕНСИОННАЯ СИСТЕМА В ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ ЛОВУШКЕ

В России на протяжении последних 10 лет проводились мероприятия, в результате которых должны были образоваться устойчивые институты пенсионного обеспечения. Согласно Стратегии долгосрочного развития пенсионной системы Российской Федерации были достигнуты следующие результаты:

1. установление гарантированного минимального уровня материального обеспечения пенсионера не ниже величины прожиточного минимума пенсионера в субъекте Российской Федерации (средний размер трудовой пенсии по старости в Российской Федерации в 2012 году составил 9706 руб; с 2002 года он увеличился в 6,5 раз в номинальном размере и более чем в 2,8 раза в реальном);
2. восстановление утраченных в ходе рыночных реформ пенсионных прав, приобретенных в советское время (валоризация);
3. создание объективных экономических и правовых предпосылок формирования пенсионных прав будущих пенсионеров для получения трудовой пенсии на уровне международных норм;
4. повышение среднего размера трудовой пенсии.

В то же время, в Стратегии указываются всё еще не достигнутые цели: отсутствуют долгосрочная финансовая устойчивость и сбалансированность бюджета Пенсионного фонда Российской Федерации, прогрессирует кризис доверия.

Каковы же причины сложившейся ситуации? Прежде всего, это демографические факторы - увеличение количества людей пенсионного возраста и высокий уровень смертности в трудоспособном возрасте, которые нарушают баланс между пенсионными накоплениями

экономически активного населения и пенсионными выплатами пожилым гражданам. Усугубляет ситуацию наличие таких факторов, как значительное количество рабочих мест, предусматривающих досрочное пенсионное обеспечение, и наличие скрытой заработной платы.

Все эти факторы – результат функционирования неэффективных устойчивых институтов, которые Виктор Меерович Полтерович назвал «институциональными ловушками».

Институциональное развитие, как и технологическое, включает две компоненты - инновационную, порождаемую в результате естественного отбора либо конструирования, и имитационную, возникающую вследствие заимствования (трансплантации) институтов из других институциональных систем[1].

По мнению В.М. Полтеровича, неудачи многих реформ проистекают из стремления заимствовать передовые институты из более развитых институциональных систем прежде, чем сформируются условия для их нормального функционирования. С этим сложно не согласиться, поскольку в практике реформирования пенсионной системы России такая ситуация произошла с негосударственными пенсионными фондами, когда в начале 90-х годов после признания пенсионной системы Чили, построенной на негосударственных пенсионных фондах, лучшей в мире был принят Указ Президента РФ «О негосударственных пенсионных фондах».

Без малого шесть лет фонды просуществовали в правовом вакууме, аккумулируя довольно большие средства без адекватной защиты прав будущих пенсионеров. Закон «О негосударственных пенсионных фондах» был принят 7 мая 1998 г.[2]. Учитывая текущее развитие отрасли и положений законодательных актов, применяемых в отношении деятельности НПФ, можно сделать вывод, что при существенном падении стоимости финансовых инструментов вследствие неблагоприятной рыночной конъюнктуры на финансовых рынках, большая часть из существующих НПФ не сможет соответствовать требованиям действующего законодательства. Данное обстоятельство ставит под сомнение эффективность сформировавшейся системы законодательного регулирования деятельности НПФ [3].

Существуют и другие неэффективные институты пенсионной системы России. Например, основной институт, которому уделяется первостепенное внимание на протяжении всего периода реформ – базовая пенсия.

Базовая пенсия устанавливается в одинаковом для всех пенсионеров размере. По своему содержанию она представляет собой социальную помощь (как по размеру, так и по функции социальной защиты), а ее финансовый механизм представляет форму государственного перераспределения (в неоправданно больших размерах) финансовых

средств, принадлежащих населению [4]. В других странах государство перераспределяет средства налоговой системы, поэтому направляемые 26%, исчисленных от заработной платы работников, являются фактически вторым (дополнительным) подоходным налогом (первый равняется 13%), что означает уплату работниками 33% подоходного налога на заработную плату.

Например, в Великобритании или в Японии до недавнего времени существовал институт базовых пенсий, но его финансовые механизмы были построены не только на фиксированной величине выплат, но и на фиксированной величине взносов, а значит, соблюдался (в отличие от России) принцип социальной справедливости [5]. Такая система уплаты взносов способствует формированию еще одной «институциональной ловушки» - низкая эффективность пенсионной и налоговой систем формирует мотивационные установки у работодателей и работников к утаиванию части заработной платы.

Для сравнения: в США при уплате 12% от заработной платы работник получает пенсию в размере 40-45% от средней заработной платы. Это яркий пример эффективности распоряжения страховыми взносами населения. Поэтому многие специалисты отмечают избыточность финансовых ресурсов для базовой части пенсии (более чем в два раза) и, напротив, нехватки для страховой части пенсии [6].

В российской практике реформирования пенсионной системы есть другой пример «ловушки». В начале 2000-х годов был принят ряд пенсионных законов, определивший законодательную базу будущей реформы. После чего началось ее практическое воплощение.

В 2003 г. развернулись дебаты между ПФР и управляющими компаниями, рассчитывавшими привлечь пенсионные накопления, по поводу того, как должны распределяться роли в управлении ими. В итоге только около 5% всех владельцев накопительных пенсионных счетов согласились отдать свои деньги в управление частным компаниям, остальные средства ПФР были переданы в управление государственному Внешэкономбанку. И это при том, что государственные учреждения вправе вкладывать средства только в низкодоходные государственные бумаги, что при нынешнем уровне инфляции в России принесет прямые потери будущим пенсионерам. Тем не менее, активность всех участников процесса, казалось, обещала быстрый прогресс. Но во всех этих дискуссиях, в том числе в принятом пенсионном законодательстве, не учитывались некоторые обстоятельства: 1) возможность изменения доходной базы ПФР (с 2005 г. ЕСН снизился с 35,7 до 26% фонда заработной платы, а с учетом применения регрессивной шкалы — по факту примерно до 24%); 2) возможность изменения пенсионного возраста, о чем перед выборами и думать считалось неприличным; 3) необходимость заметного вклада граждан в собственные

пенсионные накопления (наряду с работодателями и государством, как в других странах), без чего формирование пенсионных накоплений в мало-мально приемлемых суммах вряд ли было возможным, либо становилось чересчур обременительным для экономики. Иными словами, предполагалось, что граждане с 1953 по 1967 годы рождения будут вносить на свои счета 2% от зарплаты, а лица, родившиеся после 1967 г., — 6%. Когда вышеуказанные факты пришлось принять во внимание, группа лиц 1953—1967 годов рождения была исключена из программы пенсионных накоплений, вследствие чего вся реформа оказалась под вопросом. В мае 2004 г. на объединенной коллегии Минэкономразвития и Минфина России было сделано важное заявление о «мягком» варианте повышения пенсионного возраста и о перечислении наемными работниками на свои пенсионные счета средств в размере 4% от заработка. Но затем процесс монетизации льгот, вызвавший волну протестных настроений, парализовал пенсионную реформу, как и ряд других возможных институциональных преобразований, создав тем самым негативный прецедент, усиливающий недоверие населения и во многом сводящий на нет результаты предшествующей работы [7].

Таким образом, основная задача реформирования - проблема выбора перспективной траектории—последовательности институтов, удовлетворяющей определенным требованиям и потому имеющей высокие шансы на успех. Для описания множества возможных траекторий необходимо задать институциональное пространство, в котором происходит движение [8]. Как видно из приведенных примеров, создание такого пространства, в котором бы институты функционировали эффективно, представляет собой сложность, как для исследователей, так и для экономистов, правоведов и юристов.

В конце восьмидесятых — начале девяностых годов прошлого века шли интенсивные дебаты по поводу того, следует ли догоняющим странам, реформируя свои институты, использовать «шоковую терапию» или «градуалистский подход». В рамках развиваемой ниже точки зрения на реформы очевидно, что шоковая терапия, как бы ни понимать этот термин, - стратегия, порождающая очень частный вид институциональных траекторий, который может оказаться приемлемым лишь при весьма специальных обстоятельствах [9].

Что касается градуализма, то его содержательная трактовка как раз и приводит к упомянутой выше проблеме выбора. В контексте перехода к рынку эта проблема напоминает известную задачу оптимального управления с закрепленными концами: начальное состояние институтов определено, а конечное представляет собой желаемую совокупность институтов современного развитого рынка. Вопрос мог бы состоять в том, какие промежуточные институты

следует создавать в каждый момент времени, чтобы максимизировать целевой функционал [10].

Однако, очевидно, что в процессе реформирования пенсионной системы или какой-либо другой системы нельзя пренебрегать основными положениями институциональной теории, чтобы избежать создания новых «институциональных ловушек».

Во-первых, институты пенсионной системы должны соответствовать тому общественному укладу, который господствует в современном обществе, другим институтам и демографическому состоянию населения, историческим и культурным традициям страны.

Во-вторых, поскольку пенсионные институты являются правовыми институтами, которые регулируют длительные отношения, их правовое поле должно быть достаточно устойчивым и возникновение правовых вакуумов является неприемлемым.

В-третьих, необходимо обеспечить долгосрочную финансовую устойчивость пенсионной системы за счет новых источников финансирования пенсий.

Несмотря на то, что российская правовая база всё ещё весьма несовершенна, а экономические механизмы слабо проработаны, сводить реформы к этим проблемам крайне опасно. В то же время нельзя рассчитывать и на спонтанную самоорганизацию институтов в условиях рыночной экономики, поэтому для переустройства и усовершенствования пенсионной системы необходимо рационально отобрать наиболее эффективные институциональные образцы с учетом социально-культурных традиций российского общества.

Использованные источники:

1. Полтерович В.М. Стратегии институциональных реформ. Перспективные траектории. //Журнал «Экономика и математические методы», 2006, Т. 42, № 1, с. 3-18
2. Заяц О.В. Технология социальной работы - Ч.2: Учебное пособие. - Владивосток: ТИДОТ ДВГУ, 2003. - 89 с.
3. Борисенко И.В. Направления совершенствования деятельности негосударственных пенсионных фондов// «Бизнес в законе». Издательство: Издательский дом "Юр-ВАК" (Москва), №5, 2010.С. 213-216.
4. Ерофеева С.С. Институциональные проблемы реформирования системы пенсионного обеспечения в России // Известия Российского государственного педагогического университета имени А. И. Герцена. – СПб., 2010. - № 120. – С. 290 – 295.
5. Ерофеева С.С. Институциональные проблемы реформирования системы пенсионного обеспечения в России // Известия Российского государственного педагогического университета имени А. И. Герцена. – СПб., 2010. - № 120. – С. 290 – 295.

6. Институциональные проблемы реформирования системы пенсионного обеспечения в России / Ерофеева Светлана Сергеевна // Известия Российского государственного педагогического университета имени А. И. Герцена. – СПб., 2010. - № 120. – С. 290 – 295.
7. Кузьминов Я.И., Радаев В.В., Яковлев А.А., Ясин Е.Г. Институты: От заимствования к выращиванию: Опыт российских реформ и возможное культивирование институциональных изменений. М.: ГУ–ВШЭ, 2005.
8. Полтерович В.М.. Стратегии институциональных реформ. Перспективные траектории. //Журнал «Экономика и математические методы», 2006, Т. 42, № 1, с. 3.
9. Полтерович В.М.. Стратегии институциональных реформ. Перспективные траектории. //Журнал «Экономика и математические методы», 2006, Т. 42, № 1, с. 3.
10. Полтерович В.М.. Стратегии институциональных реформ. Перспективные траектории. //Журнал «Экономика и математические методы», 2006, Т. 42, № 1, с. 4.

Султанова А.А.
магистрант

***«Уфимский государственный университет экономики и сервиса»
Россия, РБ, г. Уфа***

СПЕЦИФИКА БАНКОВСКОГО МАРКЕТИНГА В РОССИИ

Банковская система является важнейшим составным элементом национальной экономики любой страны. Она призвана содействовать макроэкономическому развитию, должна быть устойчивой и в полной мере удовлетворять все возрастающий спрос на предоставляемые ею услуги.

Для банковской системы России, с одной стороны, характерна концентрация банковского капитала: на долю банков первых 30 по величине активов приходится 2/3 совокупных активов банковской системы. С другой стороны, реальную конкуренцию крупным банкам составляют относительно небольшие региональные банки, которые имеют свою рыночную нишу и специализируются на обслуживании малого и среднего бизнеса и местной промышленности. Конкуренция на рынке банковских услуг способствует улучшению качества обслуживания клиентов и предложению новых видов услуг: доверительное управление, инвестиционные операции, посредничество при осуществлении сделок на финансовых рынках и др.[1]

Развитие банковского сектора на рынке банковских услуг наряду с традиционными для российских условий рисками (кредитным, рыночным, ликвидным, правовым) сталкиваются с совершенно новыми видами рисков — страховой, процентный, риск качества управления, потеря

банком своей репутации, риск адаптации к изменяющимся экономическим условиям деятельности, международный кредитный риск.

Таким образом, на рынке банковских услуг складывается ситуация, которая предъявляет принципиально новые требования к маркетинговой деятельности, принятию управленческих решений, организации работы с клиентурой.

Сложность этих проблем, а также постоянно меняющаяся в стране экономическая ситуация, в частности на финансовом рынке, со всей остротой ставят перед банковской системой новые задачи, в том числе и в области маркетинга.

Особенность маркетинга в банковской сфере заключается, прежде всего, в специфике банковской продукции. Под ней подразумевается любая услуга или операция, совершенная банком.

Привлечение клиентуры, расширение сферы сбыта своих услуг, завоевание рынка, рост получаемой прибыли является целью политики руководства банка и деятельности всех его служб. Отсюда огромное значение маркетинговой работы банка, содержание и цели которой существенно изменяются в последнее время под влиянием резко усиливающейся конкуренции на финансовых рынках и модифицируемых отношений между банками и клиентурой.

Маркетинг - это стратегия и философия банка, требующая тщательной подготовки, глубокого и всестороннего анализа, активной работы всех подразделений банка от руководителей до низовых звеньев [2]. Банковский маркетинг предполагает первоочередную ориентацию банка не на свой продукт, а на реальные потребности клиентуры. Поэтому столь необходимо тщательное изучение рынка, анализ изменяющихся вкусов и предпочтений потребителей банковских услуг.

В рамках маркетинговой деятельности очень важна такая проблема как объем затрат, которые понесет банк в результате разработки и продвижения новых продуктов. Так как банк оперирует весьма дорогостоящими ресурсами и их следует использовать в самых прибыльных сегментах рынка, где высок спрос и сравнительно низки издержки по оказанию услуг.

Коммерческий характер функционирования банков требует широкого применения маркетинга. Специфика маркетинга в банковской области обусловлена не только тем, что он способствует коммерциализации банковской работы и обеспечивает эффективное использование денежных ресурсов, но и особенностями денежного оборота, который выступает объектом всей банковской деятельности. Таким образом, банковский маркетинг должен быть нацелен в первую очередь на ускорение денежного оборота за счет совершенствования и ускорения безналичных расчетов в хозяйстве. Маркетинг ориентирован на анализ и удовлетворение потребностей клиентов банка (предприятий,

организаций, населения) в быстром и правильном проведении расчетов, осуществляемых с поставщиками сырья и материалов, покупателями готовой продукции, рабочими и служащими, финансовой и банковской системой, и т.д. Банковский маркетинг связывается с новыми формами расчетов, в максимальной степени учитывающими характер хозяйственной деятельности клиентов банка, особенности нахождения их партнеров, их финансовое положение и другие факторы, влияющие на скорость денежного оборота.

В банковской среде все более предпочтительным становится интегрированный маркетинг, направленный не только на расширение круга вкладчиков, но и на постоянное улучшение качества их обслуживания. Специфика маркетинга в банковской сфере заключается в том, что коммерческие банки заинтересованы не только в привлечении вкладов, но и в активном использовании привлеченных средств с помощью кредитования различных предприятий, организаций, объединений и населения. Всё это указывает на необходимость комплексного развития маркетинга как в сфере отношений коммерческих банков с вкладчиками средств, так и в сфере кредитных вложений, осуществляемых в форме предоставления ссуд предприятиям и населению.

Итак, банковский маркетинг направляется на осуществление единой цели: радикальное использование доходов и временно высвобождающихся денежных средств в хозяйстве.

В рамках маркетинга в банках в полной мере должны реализовываться следующие общие принципы:

1. Направленность действий всех банковских работников на достижение конкретных рыночных целей.
2. Комплексность процесса функционирования маркетинга (планирование, анализ, регулирование и контроль).
3. Единство перспективного и текущего планирования маркетинга.
4. Контроль за принимаемыми маркетинговыми решениями в качестве основы их практического воплощения.
5. Разностороннее и масштабное стимулирование творческой активности и инициативы каждого работника банках
6. Обеспечение заинтересованности работников в постоянном повышении своей квалификации.
7. Создание благоприятного психологического климата в коллективе банка.

Маркетинг - рыночная концепция управления деятельностью банка, направленная на изучение рынка экономической конъюнктуры, конкретных запросов клиентуры и ориентация на них предлагаемых услуг [3]. Основными целями маркетинга являются формирование и стимулирование спроса, обеспечение обоснованности принимаемых управленческих решений и планов работы банка, а так же расширение

объемов предоставляемых услуг, рыночной доли и прибылей. И самое главное, предлагать клиенту то, что реализуется, а не пытаться навязывать что-то иное - основа маркетингового подхода в управлении деятельностью банка.

Основные задачи маркетинга в банке:

1. Обеспечение рентабельной работы банка в постоянно изменяющихся условиях денежного рынка.

2. Гарантирование ликвидности банка в целях соблюдения интересов кредиторов и вкладчиков, поддержания общественного имиджа банка.

3. Максимальное удовлетворение запросов клиентов по объему, структуре и качеству услуг, оказываемых банкам. Тем самым, создавая условия для устойчивости деловых отношений.

4. Комплексное решение коммерческих, организационных и социальных проблем коллектива банка.

Специфической чертой маркетинговой деятельности банка выступает широкая гамма факторов, которые постоянно приходится держать под контролем: денежный оборот и кредитные отношения на макро- и микро-уровнях, наличие немалого риска при выполнении денежных операций, вытекающего из сложного переплетения действий многочисленных внутренних и внешних обстоятельств, и другие.

Основными приемами банковского маркетинга выступают общение с клиентом, обеспечение рентабельной деятельности и дивидендов акционерам, создание преимуществ для клиента при пользовании услугами данного банка по сравнению с продуктами других кредитных и небанковских учреждений, материальная заинтересованность работников банка в продаже услуг [4].

В современной банковской практике особое внимание уделяется прямому маркетингу. Главная цель программ прямого маркетинга - это не только предоставление перспективному клиенту полной информации об услугах, но и побуждение его действовать без промедлений. При проведении прямого маркетинга упор делается на персональное обслуживание клиента.

Важная особенность банковского маркетинга в России связана с тем, что деятельность банка активно регулируется со стороны государства. Помимо специальных законов существует целый ряд обязательных нормативов, указаний, направленных на обеспечение ликвидности кредитных учреждений. Это означает ограничения в самостоятельности принимаемых решений, что приводит к необходимости в условиях постоянно меняющейся конъюнктуры денежного рынка искать альтернативные решения для обеспечения ликвидности банка.

Сложившаяся ситуация побуждает банки постоянно совершенствовать свою деятельность на основе среднесрочной и долгосрочной стратегии. Чтобы выжить в конкурентной борьбе, банки

вынуждены вводить в практику новые виды обслуживания, бороться за каждого клиента. Этим и объясняется объективная необходимость для коммерческих банков действовать на рынке на основе теории и практики современного маркетинга.

Внедрение маркетинга в банковскую сферу в России происходит параллельно процессу перехода к рынку всех структур и сфер хозяйства. Это обстоятельство еще более усиливает значение современного маркетинга, направленного не только на активизацию банковской деятельности, но и на ускорение формирования совершенно новой банковской системы, ориентированной на рынок, и на содействие в продвижении к рынку других хозяйственных образований.

Использованные источники:

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учеб. пособие /Под ред. д-ра экон. наук, проф. НА. Нагапетьянца. — М.: Вузовский учебник, 2007. — 272 с.
2. Гурьянов С.А. Маркетинг банковских услуг. Под общей редакцией д.э.н., профессора В.В. Томилова. - М., 2009. –129 с.
3. Свиридов О.Ю. Банковское дело. Издательство Феникс. 2010. – 256 с.

Сыртланова Л.Р.

студент

Губайдуллина В.И., к.э.н.

ФГБОУ ВПО Башкирский ГАУ,

Россия, г.Уфа

УПРАВЛЕНИЕ ОСНОВНЫМ КАПИТАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ

Повышение эффективного использования основного капитала занимает одно из центральных мест в экономических условиях современной России. В хозяйственной практике многие российские предприятия – это функционирующие субъекты хозяйствования, воспроизводственная функция которых находится на довольно низком уровне. Отсюда и низкая конкурентоспособность продукции, которую они производят. Добиться повышения конкурентоспособности продукции возможно за счет модернизации и обновления основного капитала предприятия.

Имея ясное представление о роли каждого элемента основного капитала в производственном процессе, физическом и моральном их износе, факторах, влияющих на использование основного капитала, можно выявить методы, направления, при помощи которых повышается эффективность использования основного капитала [1].

Эффективное использование основного капитала обеспечивает снижение издержек производства и рост производительности труда, что

является одним из главных факторов создания условий для устойчивого экономического роста.

Основным капиталом в современных условиях развития рыночных отношений в российской экономике является выражение материальных и не материальных активов, представляющих натурально-вещественное содержание основного капитала, которые способны приносить доход владельцу основного капитала [1].

Основной капитал, отражаемый на счетах баланса сельскохозяйственного предприятия получил название внеоборотных активов. Под которыми с одной стороны понимается отдельная стоимостная оценка элементов основного капитала, а с другой это - совокупность фундаментальных имущественных ценностей предприятия, многократно участвующих в хозяйственно - коммерческой деятельности с целью получения прибыли [2].

Каждое предприятие предполагает определенную структуру внеоборотных активов. Так если это сельскохозяйственное предприятие, производящее продукцию растениеводства, должна обладать основными средствами (различными тракторами, комбайнами, и т.д). Например анализ структуры бухгалтерского баланса ГУП «ППЗ Благоварский» показал что внеоборотные активы занимают 46,65% баланса. А основные средства занимают 86,93% от общего количества внеоборотных активов.

Сама специфика предприятия в определенной мере обуславливает материальную форму внеоборотных активов, их состав и структуру.

Таким образом, основной капитал это – материально техническая база общественного производства. От его объема зависят производственная мощность предприятия и уровень технической вооруженности труда. В связи с этим каждое предприятия для эффективности своей деятельности должно уделять максимум внимания в вопросе управления основным капиталом.

Использованные источники:

- 1.Маркелов, А.Ю. Основной капитал фирмы как фактор формирования нового качества экономического роста [Текст] / О.А. Маркелов // Вестник ТГУ.- 2009.- № 5
- 2.Ходыревская, В.Н. Концептуальный подход к проблеме управления основным капиталом [Текст] / В.Н. Ходыревская // Вестник КГСА.- 2010.- № 5

*Сюткина К.С.
студент
Юнусбаева В.Ф.
асс., к.с.н.
БашГАУ
Россия, г.Уфа*

КОУЧ – МЕНЕДЖМЕНТ КАК МЕТОД УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Чтобы выжить, нам необходимо изменить стиль мышления, говорил еще А. Эйнштейн. Этот тезис гениального ученого подтверждается всей историей развития управленческой мысли, практикой современного менеджмента и его современной культурой освоения рыночного пространства.

Почему сегодня Россия не является развитой страной?

Исторические процессы – есть результат сегодняшнего состояния России. Последним глобальным историческим процессом, который в корне изменил дальнейшее развитие страны, является установление диктатуры в стране. В период советского союза страна была закрыта для нововведений, все действия были декларированы от вышестоящих чиновников. То есть любая инициатива пресекалась, не говоря уже о творческом мышлении. В то время как в 30 – е годы XX века во всем мире на смену классической школе управления свое развитие начала школа человеческих отношений. Её основоположники считали, что «человек — главный объект внимания». Школа человеческих отношений, начала изучать поведение человека в производственной среде и зависимость производительности труда от морально-психологического состояния исполнителя. Цель сторонников этой школы состояла в том, чтобы попытаться управлять, воздействуя на систему социально-психологических факторов.

Чуть позднее в 70 – 80 – х годах XX века в Америке развивается одно из современных направлений школы человеческих отношений - коучинг. Основоположителем коучинга как метода считается Тимоти Голви — гарвардский преподаватель и эксперт по теннису. Он разработал более эффективную методику обучения игре в теннис, а затем перенес ее в бизнес-сферу. Методика стала называться коучингом.

Коучинг - это искусство создания с помощью беседы и поведения среды, которая облегчает движение человека к желаемым целям, так, чтобы оно приносило удовлетворение.

Отличие коучинга от всех видов консультирования - ставка на реализацию потенциала самого клиента.

Тим Голви составил формулу коучинга:

Эффективность = потенциал – препятствие.

Работа коуча фокусируется на том, чтобы:

а) максимизировать наш потенциал (т.е. обнаружить лучшее, что в нас есть, научиться эффективно его применять и по ходу дела подтягивать то, чего не хватает);

б) устранить препятствия (как внутренние - страхи, предположения, стереотипы и пр., так и внешние - неблагоприятную среду, угрозы внешнего окружения).

В дальнейшем коучинг начал развиваться в коммерческих организациях как коуч – менеджмент. Основоположником коуч - менеджмента считается англичанин Джон Уитмор. Формулируя новый взгляд на управление, заключенный в раскрытии и приведении в действие системы мотивации, внутренне присущей человеку, Уитмор не отвергает традиционный менеджмент, более того, он использует результаты исследований, считающихся классическими для менеджмента, в том числе в области мотивации. Современный менеджмент в виде коучинга – это взгляд на персонал компании как на огромный творческий потенциал. Сотрудник рассматривается как уникальная творческая личность, способная самостоятельно решать многие задачи, проявлять инициативу, делать выборы, брать на себя ответственность и принимать решения. Коучинг в качестве стиля управления ориентирован на организацию поиска максимально эффективных путей достижения целей компании и воплощение их в жизнь самими сотрудниками. При этом руководителем одновременно решается задача развития сотрудников.

Коуч - менеджер организует беседу, задавая специальные вопросы сотруднику. И здесь прослеживается новация на смену инструкциям приходят вопросы; руководитель вместо того, чтобы указывать, спрашивает. Вопросы являются основным инструментом руководителя - коуча. Процесс коучинга проходит через ряд этапов, и для каждого этапа существуют специфические вопросы. Первым этапом является четкое определение цели или задачи, которую должен решить сотрудник, т.е. что конкретно и в какие сроки должно быть сделано, – это дает четкие критерии для оценки результата, для контроля и для самоконтроля сотрудника (здесь постановка цели или задачи исходит от руководителя). Далее (с помощью вопросов) проводится тщательный анализ ситуации, имеющихся ресурсов, препятствий. При этом менеджер не транслирует сотруднику свое видение ситуации, в крайнем случае, только какие-то уточняющие моменты. Дальше коуч-менеджер активизирует генерацию идей о возможностях, путях решения задачи, достижения цели и помогает сотруднику выбрать оптимальные (реальные, важные, необходимые для организации, особенно интересные сотруднику) пути[1].

Ведь как показывает общемировая статистика, средняя эффективность работы подавляющего большинства сотрудников составляет примерно 40–43%. То есть, люди работают не так эффективно,

как могли бы, при этом в тех областях, которые им более интересны, таких как спорт или творчество, они более деятельны.

Как только человек приступает к новой работе, уровень его эффективности достаточно высок, потом же он, как правило, начинает снижаться. И очень многие топ - менеджеры в передовых компаниях мира сейчас озабочены, каким образом можно поднять эту эффективность. Материальное стимулирование на нынешнем этапе их развития уже не особо срабатывает (хотя считается, что в России оно по-прежнему эффективно). Менеджеры в западных компаниях сейчас стараются изыскать те способы, которые помогут задействовать в работе внутренний потенциал сотрудника. И коучинг, по сути, и является средством, способствующим открытию самого лучшего, что есть в человеке.

Этот инструмент повышения профессиональной деятельности появился в России гораздо позже, чем в США и странах Европы, первая обучающая программа была запущена только в 1998 году. В настоящее время эксперты в этой области отмечают, что наметилась тенденция активного развития направления. Пока основным поставщиком услуг по коучингу является Москва, за ней следует Санкт-Петербург. В регионах тоже появляются свои игроки, но уровень их услуг гораздо ниже. Пик развития коучинга как профессиональной услуги и технологии пришелся на 2006-2007 годы, т.к. это было время экономической стабильности и во многих компаниях стали применять наряду со стандартными обучающими программами технологии коучинга. Но в период финансового кризиса большинство компаний сократило расходы на обучение персонала.

Россия в сфере менеджмента повторяет путь, который уже прошли страны с развитой экономикой, поэтому российскому коучингу также предстоит пройти четыре основных этапа развития:

1. Признание, когда коучинг получит одобрение на всех уровнях менеджмента.
2. Распространение, когда услуги коучинга станут широко востребованы, появятся частные школы и отделения в государственных образовательных учреждениях.
3. Появление научных исследований, которые станут возможны благодаря многочисленным доказательствам эффективности коучинга.
4. Появление профессиональных объединений.

Россия пока еще только начинает свой путь в практике и теории коучинга. На сегодняшний день он находится на второй стадии развития - «распространение». Так как многим людям, которым в прошлом довелось работать под прессом диктатуры, поначалу кажется очень затруднительным брать на себя всю ответственность за свою работу, и именно поэтому. В России процесс развития коучинга проходит медленно.

Сегодня существует ряд тренингов, которые направлены в первую очередь на развитие потенциала человека, на развитие творческого мышления, на сплочение коллектива и т.д.

Использованные источники:

1.Гафарова, О.И. Коуч – менеджмент как современный инструмент развития персонала[Текст]/ О.И. Гафарова // Вестник Тисби.

*Тахсурманова З. М.
студент экономического факультета
Научный руководитель-З.Ш. Бабаева
Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, доцент
ФГБОУ ВПО «Дагестанский государственный университет»
Россия, г.Махачкала*

**СУЩНОСТЬ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА И ЕГО МЕСТО В
УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ**

Среди экономистов отсутствует единое мнение о сущности, роли и назначении управленческого учета, его месте в системе управления предприятием, что затрудняет процесс внедрения управленческого учета в хозяйственную практику предприятий.

В данной статье представлены основные теоретические вопросы и проблемы постановки системы управленческого учета на предприятии. В частности, показано различие и сходство между финансовым и управленческим учетом, уточнены и систематизированы цель, задачи и функции управленческого учета, определены предмет и объект данного вида учета, сформулированы принципы, а также выделены основные проблемы его внедрения в практику российских предприятий.

Сегодня в сфере управления затратами и финансовыми результатами деятельности предприятия существует две основные проблемы. Первая - переориентировать отечественную теорию и накопленный опыт на решение новых задач, стоящих перед управлением предприятием в условиях рынка. Вторая - создание новых, нетрадиционных систем получения информации о затратах, применение новых подходов к калькулированию себестоимости, подсчету финансовых результатов, а также методов анализа, контроля и принятия на этой основе управленческих решений. В этом отношении значительный интерес для российских предприятий представляет изучение системы управленческого учета. Общепризнано, что управленческий учет является необходимым инструментом для управления организацией, позволяющим повысить качество и оперативность принимаемых управленческих решений, максимизировать ожидаемый результат и эффективно контролировать риски хозяйственной деятельности.

Управленческий учет на большинстве российских предприятиях не ведется или развит очень слабо. В основном это можно объяснить

отсутствием единой методологической основы, методических рекомендаций по организации управленческого учета в отдельных отраслях отечественной экономики, а также периодом его становления и развития в отечественной практике. Между тем в настоящее время отечественные предприятия, функционируя в условиях конкуренции и борьбы за выживаемость, испытывают острую необходимость в организации действенной системы управленческого учета. Так, В.Э. Керимов обращает внимание, что на современном этапе развития экономики важнейшей задачей является совершенствование системы управления производством на основе единых принципов планирования, учета, оценки, калькулирования, анализа и контроля. В этих условиях неизмеримо возрастает роль управленческого учета, являющегося необходимым инструментом в мобилизации всех имеющихся резервов повышения эффективности производственно-хозяйственной деятельности предприятий.

В связи с этим проблема его внедрения в отечественную практику приобретает первостепенное значение, возникает необходимость проведения глубоких исследований экономической природы, сущности и содержания управленческого учета, его фундаментальных теоретических основ. На сегодняшний день многие руководители не всегда осознают роль управленческого учета в организации, недостаточно четко понимают цели и задачи его постановки. Именно этим вопросам и посвящается статья.

В Российской Федерации определение управленческого учета до настоящего времени не получило в экономической литературе более или менее четкой и однозначной трактовки. Среди специалистов отсутствует единое мнение о сущности, роли и назначении управленческого учета, его месте в системе управления предприятием, теории учета.

Управленческий учет как социально-экономическое явление постоянно развивается: расширяются его функции, увеличивается набор решаемых им задач, разнообразнее становятся применяемые им методы.

Построение системы управленческого учета в организации заключается в формировании набора формализованных процедур, обеспечивающих менеджеров всех уровней информацией, полученной как из внутренних, так и из внешних источников, для принятия своевременных и эффективных решений в рамках своей компетенции.

Налоговый учет тесно связан с бухгалтерским, но отличается от него тем, что он вводит правила по начислению и уплате налогов, а его нормативными источниками являются Налоговый кодекс РФ, законы и инструкции Госналогслужбы и других органов.

Таким образом, место управленческого учета в финансовой системе предприятия совершенно особенное, и его постановка и ведение требуют других подходов и других специалистов, чем те, которые обслуживают бухгалтерский и налоговый секторы.

Следовательно, управленческий учет - интегрированная система внутреннего управления предприятием, представляющая информацию о затратах и результатах деятельности как всего предприятия, так и его отдельных структурных подразделений, предназначенную для принятия оперативных и стратегических управленческих решений.

Цели и задачи управленческого учета, обозначенные в публикациях М.А. Вахрушиной, Т.П. Карповой, Ч.Т. Хорнгрена и Дж. Фостера, А.Д. Шеремета, по своей сути совпадают. Например, М.А. Вахрушина указывает: "Цели управленческого учета: оказание информационной помощи управляющим в принятии оперативных управленческих решений; контроль, планирование и прогнозирование экономической эффективности деятельности предприятия и его центров ответственности; обеспечение базы для ценообразования; выбор наиболее эффективных путей развития предприятия" . В.Б. Ивашкевич главной целью управленческого учета видит информирование для принятия решений по управлению экономикой предприятия и оценку эффективности выполнения принятых решений .

В связи с этим можно отметить, что основной целью управленческого учета является предоставление руководству организации полного комплекса плановых, прогнозных и фактических данных о функционировании предприятия как экономической и производственной единицы (включая представление данных по предприятию в целом, а также в разрезе структурных и производственных подразделений, центров затрат и прибылей) в целях обеспечения возможности принимать экономически взвешенные управленческие решения.

В современных условиях управленческий учет через свои функции выступает в качестве основного информационного фундамента управления внутренней деятельностью предприятия, его стратегией и тактикой. Основное его назначение - это подготовка информации для принятия оперативных и прогнозных управленческих решений.

Предметом управленческого учета является производственная и коммерческая деятельность организации в целом и ее отдельных структурных подразделений в процессе всего цикла управления.

Содержание предмета раскрывается его объектами. Объектами управленческого учета являются затраты в целом по предприятию и по структурным подразделениям; результаты хозяйственной деятельности предприятия и его подразделений; финансовые результаты (затраты) центров финансовой ответственности; внутреннее ценообразование, предполагающее использование трансфертных цен; бюджетирование и система внутренней отчетности.

Объекты управленческого учета отражаются через совокупность приемов и способов, составляющих основу метода управленческого учета, к которым можно отнести приемы финансового учета, индексный метод, приемы экономического анализа, математические методы и т.д.

Совокупность перечисленных принципов должна обеспечить действенность системы управленческого учета. Следует отметить, что систему управленческого учета каждое предприятие может ставить, исходя только из своих целей и видения перспектив развития. Использование системы управленческого учета способствует совершенствованию всего процесса управления организацией, создает реальные возможности для его оптимизации.

Одной из проблем является недостаточное понимание сущности управленческого учета в компании. В практике российских предприятий большинство из них отталкивается от принципа, что управленческий учет - это учет затрат, и систему управленческого учета сводят к системе учета затрат и распределения их по центрам финансовой ответственности, центрам затрат, видам выпускаемой продукции. Действительно, роль управления затратами велика - только изменив систему учета затрат на предприятии, можно существенно повлиять на прибыль. Однако главной целью управленческого учета является ориентация управленческого процесса на достижение стратегических и тактических целей предприятия, и по этой причине система управленческого учета должна включать в себя и систему сбора информации по конкурентам, покупателям, качеству продукции, и информацию об эффективности организационной структуры компании, методов стимулирования и т.д. Система управленческого учета должна охватывать все службы предприятия и весь спектр данных о его

Достоверность информации системы управленческого учета зависит от многих факторов: были ли грамотно выделены и учтены цели предприятия и стратегии их достижения при разработке системы управленческого учета; правильно ли выбраны центры финансовой ответственности; соответствует ли технология бизнес-процессов задачам компании и планируемой системе управленческого учета; правильно ли выбрана система распределения накладных расходов; как налажены горизонтальные связи и распределена система ответственности по сбору информации и составлению бюджетов; какая система мотивации персонала принята в организации.

При внедрении системы управленческого учета перед предприятием кроме перечисленных проблем будет стоять и много других: формирование команды, необходимость обучения персонала, сопротивление коллектива нововведениям, установление сильных горизонтальных связей и переход на систему регулярного менеджмента.

Однако результаты, полученные от внедрения системы управленческого учета, превзойдут все ожидания, так как правильно поставленный управленческий учет даст информацию, необходимую для расстановки приоритетов в деятельности предприятия и планирования его дальнейшей деятельности, предоставит базу для оценки перспективности

открывающихся возможностей и снабдит механизмами контроля за исполнением принятых решений.

Использованные источники:

1. Вахрушина М.А. Бухгалтерский управленческий учет: Учебник для вузов. – М.: 2002
2. Ивашкевич В.Б. Бухгалтерский управленческий учет: Учебник. - М.: Юристъ, 2007.
3. Керимов В.Э., Селиванов П.В., Минина Е.В. Концепция управленческого учета на современном этапе развития экономики // Менеджмент в России и за рубежом. - 2009. - № 4. - С. 134-142.
4. Каверина О.Д. Управленческий учет: системы, методы, процедуры. - М.: Финансы и статистика, 2005.
5. Карпова Т.П. Управленческий учет: Учебник для вузов. - М.: ЮНИТИ, 2005. - 350 с.

Тахсурманова З.М.
студент экономического факультета
Научный руководитель-З.Ш. Бабаева
Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, доцент
ФГБОУ ВПО «Дагестанский государственный университет»
Россия, г.Махачкала

КОНЦЕПЦИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

Исторически российский бухгалтерский учет ориентирован на интересы единственного пользователя — государства. Поэтому учет и отчетность на большинстве российских предприятий носят явно выраженный налоговый характер.

Однако развитие рыночных отношений в нашей стране и появление большого числа негосударственных (коммерческих) отечественных и зарубежных организаций поставили перед бухгалтерским учетом новые задачи. Одной из них стало предоставление информации менеджерам для принятия управленческих решений. В связи с этим возникла необходимость создания системы внутренней информации — управленческого учета. В России и зарубежных странах был уже накоплен опыт в области учета издержек производства и их анализа, однако, несмотря на это, нет единой концепции управленческого учета. Существует несколько основных теорий, главное различие между которыми — круг задач, решаемых управленческим учетом.

Каждая организация должна самостоятельно решить вопрос о том, вести или нет управленческий учет. Так, внедрение управленческого учета будет эффективно и экономически оправданно только в крупных и

средних компаниях. Для малых предприятий ценность управленческой информации во многих случаях будет ниже, чем затраты на ее получение, в связи с чем они могут использовать данные оперативного учета.

Становление системы управленческого учета достаточно трудоемкий и длительный процесс. На крупных предприятиях он занимает несколько лет. Система управленческого учета требует больших денежных средств и квалифицированных трудовых ресурсов. При ее становлении на предприятии необходимо решить ряд задач: по реорганизации финансовой службы, разработке системы учета затрат и установке программного пакета.

Вот уже более 10 лет как в отечественной бухгалтерской прессе активно обсуждается тема управленческого учета. Однако на практике только немногие предприятия внедрили учет в целях управления, остальные довольствуются аналитикой данных финансовой бухгалтерии.

В настоящее время имеются три основные позиции специалистов по вопросам управленческого учета:

1. Полное отрицание понятия «управленческий учет». Управленческий учет — это тот же производственный учет, но применительно к современной терминологии, и нет никаких оснований выделять его в самостоятельный вид учета (например, М.Ю. Медведев).

2. Управленческий учет является вполне сложившейся самостоятельной дисциплиной (В.Ф. Палий).

3. Бухгалтерский учет в современных условиях — это система, включающая три подсистемы: финансовый учет, управленческий учет и налоговый учет (М.З. Пизенгольц).

Наиболее обоснованной является третья позиция. Это обусловлено следующим:

- основные принципы учета в финансовом, управленческом и налоговом учете совпадают;
- данные, которые используются в финансовом, управленческом и налоговом учете, одни и те же — хозяйственные операции предприятия, разница лишь в группировках, условиях принятия к учету и оценках стоимости, в которых ее использует каждый вид учета (единицы измерения, полнота отражения и т.д.);
- по формулировке Американской ассоциации бухгалтеров бухгалтерский учет — это процесс идентификации информации, исчисления и оценки показателей и предоставления данных пользователям информации для выработки, обоснования и принятия решений. Основная задача бухгалтерского учета — предоставление информации в объеме, достаточном для удовлетворения требований различных пользователей (внутренних и внешних), причем при минимальных затратах. Предоставление информации осуществляется через предоставление отчетности (финансовой, управленческой и налоговой). Таким образом,

бухгалтерский учет — это система учета, включающая три подсистемы (финансовую, налоговую и управленческую);

- по такому принципу определено преподавание бухгалтерского учета в новом стандарте высшего профессионального образования по специальности «Бухгалтерский учет и аудит»;
- необходимо придерживаться единого подхода в видах учет, т.к. только это позволит добиться сопоставимости данных, являющихся результатом учетных процедур.

Официального определения управленческого учета в законодательных актах, входящих в систему нормативного регулирования Российской Федерации, нет. Это оправдано, поскольку организация управленческого учета — внутреннее дело каждого предприятия, государство не может обязать предприятия вести управленческий учет или предписать единые правила его ведения. Об этом свидетельствует сложившаяся практика развитых стран. Стандарты управленческого учета разрабатываются без вмешательства государства.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод о том, что управленческий учет — это внутренняя информационная система, предоставляющая информацию для принятия решений. К задачам этой системы прежде всего относятся калькуляция себестоимости работ и услуг (производственный учет), планирование (бюджетирование), аналитические расчеты и как результат — предоставление управленческой отчетности. Именно на основании управленческой отчетности менеджеры принимают решения и производят контроль деятельности предприятия. Информация для управленческого учета формируется на одной и той же базе, что и информация для финансового и налогового учета, — данных о хозяйственной деятельности предприятия. Отличие заключается лишь в группировках, в которых предоставляется информация, и в принятии к учету.

Так как акционеры оценивают работу менеджеров на основе финансовой отчетности, а решения принимают последние по управленческой отчетности, то финансовый и управленческий учет должны быть сопоставимы. По нашему мнению, бухгалтерский учет — это система регистрации хозяйственной деятельности предприятия для предоставления финансовой, управленческой и налоговой отчетности. План счетов группирует информацию для каждого вида учета.

Вопрос, с которым также необходимо определиться — это круг задач управленческого учета (объектов учета). Этот вопрос также является дискуссионным.

Управленческий учет включает три основные части: производственный учет (учет затрат и калькуляцию себестоимости), планирование и анализ. Именно производственный учет осуществляет сбор информации для дальнейшего анализа и планирования, поэтому если

данные производственного учета будут неверны, то вся остальная информация, полученная на их основе (планирование и анализ), будет недостоверна и бесполезна, а это может привести к принятию некорректного решения и, следовательно, к весьма печальным последствиям для предприятия. Обобщая вышеизложенное, можно сделать вывод, что при организации системы управленческого учета больше внимания должно быть уделено именно производственному учету.

Использованные источники:

1. Пизенгольц М.З. О содержании управленческого учета // Бухгалтерский учет. — 2005. — № 19.
2. Друри К. Управленческий и производственный учет: Учебник. Пер. с англ. : — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.
3. Палий В.Ф. Организация управленческого учета. — М.: Бератор-Пресс, 2005.
4. Шеремет А.Д. Управленческий учет: Учебное пособие. — М.: ФКБ-ПРЕСС, 2009.
5. Аверчев И. Введение в управленческий учет (2004) // Internetresource: <http://www.gaap.ru/>

Тахсурманова З. М.

студент экономического факультета

Научный руководитель-З.Ш. Бабаева.

Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, доцент.

ФГБОУ ВПО «Дагестанский государственный университет»

Россия, г. Махачкала

ОСНОВНЫЕ КОНЦЕПЦИИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО АНАЛИЗА ЗАТРАТ НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Одной из важнейших функций реализации гибкого регулирования и прогнозирования хозяйственных процессов является управленческий анализ, главная цель которого заключается в постоянном информационном обеспечении контроля за рациональностью функционирования всей хозяйственной системы по выполнению обязательств производства и реализации продукции, выявлению и мобилизации текущих внутрипроизводственных резервов для повышения затрат на производство продукции, роста его доходности.

Анализ затрат, составляющий элемент функции контроля, помогает оценить эффективность использования всех ресурсов предприятия, выявить резервы снижения затрат на производство, собрать информацию для подготовки планов и принятия рациональных управленческих решений в области затрат.

В настоящее время в условиях формирования рыночных отношений роль учета и анализа затрат в управлении хозяйственной деятельностью

объективно повышается, поскольку учетно-аналитическая информация обеспечивает систему управления необходимыми данными и позволяет принять эффективные управленческие решения в области затрат.

Большая роль отводится анализу в деле определения и использования резервов повышения эффективности производства. Он содействует экономическому использованию ресурсов, выявлению и внедрению передового опыта, научной организации труда, новой техники, технологии производства и т.д. В результате этого повышается эффективность производства.

Роль анализа как средства управления производством в последнее время все возрастает, что обусловлено разными обстоятельствами. Прежде всего необходимостью повышения эффективности производства в связи с ростом дефицита и стоимости сырья, повышением наукоемкости и капиталоемкости производства; переходом к рыночным отношениям; созданием новых форм хозяйствования. В данных условиях управленческие решения должны быть основаны на точных расчетах, глубоком и всестороннем экономическом анализе.

Управленческий анализ направлен на выявление внутренних ресурсов и возможностей предприятия, на оценку текущего состояния бизнеса, выявление стратегических проблем. Необходимость проведения управленческого анализа определяется несколькими факторами:

во-первых, он необходим при разработке стратегии развития предприятия и в целом для реализации эффективного менеджмента, поскольку является важным этапом управленческого цикла;

во-вторых, он необходим для оценки привлекательности предприятия, с точки зрения внешнего инвестора, определения позиции предприятия в национальных и иных рейтингах;

в-третьих, управленческий анализ позволяет выявить резервы и возможности предприятия, определить направления адаптации внутренних возможностей предприятия к изменениям условий внешней среды.

Важное значение в экономическом анализе производственно-хозяйственной деятельности отводится анализу затрат, который является составляющим элементом функции контроля, помогает оценить эффективность использования всех ресурсов предприятия, собрать информацию для подготовки планов и принятия рациональных управленческих решений в области затрат. В системе управления затратами анализ заканчивает функциональный цикл и одновременно является его началом.

Эффективное управление затратами на разных уровнях обеспечивается использованием методического единства, предполагающего единые требования к информационному обеспечению, планированию, учету, анализу затрат на предприятии. Это обеспечивает система управленческого учета, которая соединяет все эти элементы в

едином методологическом и методическом пространстве и выступает как комплексное, системное исследование затрат на производство.

Управленческий анализ необходим для решения вопросов формирования затрат, эффективности использования ресурсов, а также производства и реализации продукции.

Управленческий анализ, как и управленческий учет, призван обеспечить управленческий аппарат организации, предприятия информацией, необходимой для управления и контроля за деятельностью организации и помогающей управленческому аппарату в выполнении его функций. Большая часть аналитической информации, связанная с анализом ресурсов производства, представляет собой промежуточную информацию, которая в конечном счете отражается в определенных результативных показателях.

Ресурсы производства проходят стадии снабжения и производства, превращаясь в основные итоговые результаты — продукцию, выручку и затраты.

От правильности и результативности внутреннего управленческого учета и анализа зависит основной результат — прибыль, которая затем становится объектом финансового анализа. В этом единство целей, но различие объектов управленческого и финансового учета и анализа. Каждый из них решает свою задачу единой стратегии бухгалтерского учета и анализа предприятия.

Основной целью системы управления является обеспечение условий, необходимых для реализации поставленных целей, а среди них решающее место отводится экономическим методам целенаправленного воздействия на объект управления.

Выработка управляющего решения составляет одну из главных задач процесса управления предприятием.

Экономический анализ в процессе управления выступает как элемент обратной связи между управляющей и управляемой системами, которая представляет собой процесс информирования заинтересованных руководителей о соответствии фактических результатов деятельности ожидаемым или желаемым.

Информация обратной связи, как правило, проходит через систему внутренней управленческой отчетности, которая является неотъемлемой частью более общей системы внутреннего контроля организации. Чем в большей степени руководитель ориентирован на достижение результата, а в этом и есть основная цель управленческого учета, тем в большей степени он нуждается в обратной связи через внутреннюю отчетность, информирующей его об эффективности деятельности центра ответственности.

Внутренняя управленческая отчетность составляется прежде всего для управляющего, несущего ответственность за достижение целей, и уже во вторую очередь — для его начальника.

Управленческий анализ необходим на всех стадиях подготовки и принятия решения, особенно на этапах формирования цели, выработки решения, отбора лучшего его варианта и при обсуждении результатов реализации решения.

Объектом анализа затрат может быть весь объем произведенной продукции, объем реализованной продукции, отдельные виды продукции, отдельные виды производств, центры, отдельные технологические процессы и операции.

Одним из факторов, оказывающих влияние на величину затрат, является изменение объема и структуры продукции, которые могут привести к относительному уменьшению условно-постоянных расходов (кроме амортизации), относительному уменьшению амортизационных отчислений, изменению номенклатуры и ассортимента продукции, повышению ее качества.

Относительное изменение амортизационных отчислений можно рассчитать исходя из того, что часть амортизационных отчислений не включается в себестоимость продукции, а возмещается за счет других источников, общая сумма амортизации может уменьшаться.

Изменение номенклатуры и ассортимента производимой продукции является одним из важнейших факторов, влияющих на уровень затрат на производство. Влияние изменений структуры продукции можно проанализировать по переменным расходам, по статьям типовой калькуляции. Расчет влияния структурных сдвигов в составе продукции на величину затрат следует увязать с показателями повышения производительности труда.

На величину затрат производства оказывают влияние отраслевые факторы. К ним можно отнести следующие: ввод и освоение новых цехов, производственных единиц и производств, подготовку и освоение производства на действующих предприятиях, прочие факторы.

В целях принятия эффективных управленческих решений важной составляющей управленческого анализа является структурный анализ затрат по элементам. Он, как правило, проводится систематически в течение года в целях выявления внутрипроизводственных резервов снижения затрат.

Таким образом, перед промышленными предприятиями стоят достаточно серьезные задачи и для успешной их реализации необходимо иметь рационально организованный управленческий анализ, который имеет важное значение для обоснования мероприятий по оптимизации себестоимости продукции. Это будет обеспечено за счет надлежащего учета и контроля над процессами заготовки и переработки сырья и за счет

функций управления, направленных на контролирование расхода материальных, трудовых и финансовых ресурсов.

Использованные источники:

1. Манн Р., Майер Э. Контроллинг для начинающих. — М.: Финансы и статистика, 2008.
2. Учет и анализ эффективности производства / Под ред. А.Ф. Аксененко. — М.: Финансы и статистика, 2009.
3. Устиян И. Анализ В. Леонтьевым затрат и результатов // Экономист. 2008

Тельгаева Е.Е.

студент V курса экономического факультета

Аршинов И.В., к. э. н., доцент

«Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва»

Россия, г.Саранск

**ПАТЕНТНАЯ СИСТЕМА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ КАК
ПРИОРИТЕТНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

25 июня 2012 года был принят Федеральный закон №94-ФЗ «О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса РФ и отдельные законодательные акты РФ».

Патентная система налогообложения будет вводиться в действие законами субъектов Российской Федерации с опубликованием соответствующих законов до 1 декабря 2012 года.

Документом вводится новая глава НК РФ «Патентная система налогообложения». По закону, вводить и отменять данную систему, а также определять перечень видов деятельности будут субъекты РФ. Они же будут определять размер годового дохода, дающий право на применение данной системы.

Право перехода на патентную систему налогообложения предоставляется индивидуальным предпринимателям, в том числе привлекающим наёмных работников (не более 15 человек).

Объектом налогообложения признаётся потенциально возможный к получению индивидуальным предпринимателем годовой доход по соответствующему виду предпринимательской деятельности, размер которого устанавливается законом субъекта Российской Федерации.

Минимальный размер годового дохода не может быть меньше 100 тыс. рублей, а максимальный размер не может превышать 1 млн. рублей. При этом субъектам Российской Федерации предоставлено право увеличивать максимальный размер указанного годового дохода.

Переход на патентную систему налогообложения осуществляется налогоплательщиками в добровольном порядке, налоговая ставка устанавливается в размере 6 процентов.

Одновременно предусматривается, что система налогообложения в виде единого налога на вменённый доход для отдельных видов деятельности не будет применяться с 1 января 2018 г. До указанной даты налогоплательщикам предоставляется право применять указанный налоговый режим или отказаться от его применения по собственному выбору.

Конечно, в любой системе есть и плюсы, и минусы. Но основной целью введения патентной системы налогообложения для индивидуальных предпринимателей является создание благоприятных условий для развития малого бизнеса и совершенствования налогового администрирования.

Новая система налогообложения существенно упрощает вообще все процедуры, связанные с налоговой отчетностью: не нужно сдавать декларацию, вести бухгалтерскую отчетность, обеспечивать работу кассовой техникой.

Кроме того, переход на патентную систему налогообложения или возврат к иным режимам осуществляется предпринимателями добровольно. При этом, в перечень включен ряд новых видов предпринимательской деятельности.

Положительным моментом является и то, что почти по всем видам деятельности, по которым будет выдаваться патент, можно будет применять пониженные страховые тарифы к вознаграждениям, выплачиваемым предпринимателем наемным работникам (ст. ст. 4 и 6 Закона N 94-ФЗ).

Также преимуществом патентной системы налогообложения является то, что она заменяет одним налогом уплату нескольких.

Предприниматели, применяющие патентную систему налогообложения, будут освобождаться от НДФЛ, налога на имущества физических лиц (в части доходов и имущества, связанных с видами деятельности, в отношении которых применяется патентная система налогообложения), уплаты НДС, правда, с некоторыми ограничениями.

Для Республики Мордовия это тоже благо, потому что появится возможность создать простую, прозрачную систему для предпринимателя и тем самым дополнительные стимулы уплачивать налоги.

К сожалению, мы вынуждены констатировать, что на сегодняшний момент 2/3 индивидуальных предпринимателей, по состоянию на 2012 год, не сдали отчетность и, можно сделать вывод, не уплатили налоги.

Поэтому для оздоровления экономики РМ, для повышения налогооблагаемой базы нужно вводить систему, которая проста и понятна предпринимателю, и которая, в то же время, позволит городу четко

прогнозировать налоговые поступления в доходную часть бюджета от субъектов малого предпринимательства.

Безусловно, любая стимулирующая мера привлекает дополнительных предпринимателей, а для РМ, опять же, это и дополнительные налоговые поступления, и новые рабочие места.

То есть в любом случае эта система должна решить целый круг республиканских проблем.

Введение патентов должно стать новым импульсом для малого бизнеса, потому что это упрощение всех налоговых отчетностей и связанных с этим процедур.

Если предприниматель купил на год патент, а налоговый орган при этом не должен контролировать в его доходах и расходах, то, очевидно, что количество контактов предпринимателя с налоговыми органами сокращается. Это и есть работа по снижению административных барьеров для малого бизнеса. Соответственно, чем понятнее система и чем меньше сложностей и административных барьеров, тем проще заниматься бизнесом.

Проста и прозрачна формула расчета патента. Стоимость патента рассчитывается, исходя из потенциально возможной доходности от того или иного бизнеса.

Если мы возьмем в качестве примера торговлю в стационарных объектах с площадью торгового зала менее 50 м², то для таких видов экономической деятельности установят патент размером примерно 10 тыс. рублей в месяц.

То есть для расчета берется среднестатистическая доходность по каждому виду бизнеса на территории Республики Мордовия. Учитывается прибыльность этого бизнеса вместе со стоимостью арендной ставки, которая чаще всего в республике высока и съедает весомую часть доходов. Поэтому получаются такие цифры, они абсолютно адекватны и абсолютно объективны.

Понятно, что кто-то всегда будет искать лазейки в законах, но если человек купил патент, например, на территории РМ – одного субъекта Российской Федерации, и ведет предпринимательскую деятельность на территории другого субъекта Российской Федерации, это есть прямое нарушение налогового законодательства. На сегодняшний день задача Управления налоговой службы по РМ – пресекать подобные попытки, поскольку патент действует только на территории того региона, в котором он выдан.

Здесь будет проводиться политика жестких проверок и контроля.

Мы считаем, что предпринимателю выгоднее купить один патент в РМ, если он работает только на территории республики, или купить один патент в РМ, если он работает там, чем пытаться схитрить и, в итоге, создавать для себя лишние проблемы. Не совсем понятны позиции тех

предпринимателей, которые хотят пойти на такое нарушение закона, тем более, что разница в стоимости патента не так велика, чтобы при этом рисковать бизнес-репутацией и вызывать определенные проблемы с правоохранительными органами и соответствующие санкции.

Важно помнить, что законодатель всегда дает предпринимателю возможность выбора. Если ему не выгодно покупать два патента на территории двух соседствующих субъектов Российской Федерации, он может выбрать другую систему налогообложения не на основе патента и действовать в рамках выбранной системы, если ему это экономически выгодно.

Также при применении патентной системы налогообложения следует учитывать следующие факторы.

Во-первых, декларация в рамках применения данного спецрежима не представляется. Конечно, это упрощает работу индивидуальным предпринимателям. Во-вторых, для большинства налогоплательщиков, применяющих патентную систему, установлена щадящая налоговая нагрузка. Пониженные тарифы страховых взносов не относятся только к розничной торговле, общественному питанию и сдаче помещений в аренду. В-третьих, уменьшение стоимости патента на страховые взносы на обязательное страхование не предусмотрено. И четвертое - порядок уплаты налога зависит от срока действия патента, который составляет не менее одного месяца и не более 12 месяцев (но в пределах одного календарного года).

Важный момент нововведений состоит еще и в том, что с 1 января 2013 года на малый бизнес, желающий использовать патентную систему налогообложения, возлагается необходимость самостоятельно отслеживать правомочность применения патентной системы.

Если ограничения по численности работников или по объему выручки нарушены либо налог по патентной системе не уплачен в срок, налогоплательщик утрачивает право на применение данного спец режима с даты выдачи патента и обязан заплатить налоги по общей системе за весь период, в котором право на патентную систему было потеряно. Однако есть и плюсы: пени по всем налогам общей системы за период начислять не нужно.

О прекращении деятельности или об утрате права на применение спец режима предприниматель должен сообщить в инспекцию в течение десяти календарных дней.

При этом необходимо отметить что в отношении пониженных тарифов страховых взносов ситуация несколько ухудшилась. Для большинства плательщиков, за некоторым исключением, сохраняются пониженные тарифы, однако в отличие от действующего порядка (УСН на основе патента) не предусмотрена возможность уменьшения стоимости патента на сумму страховых взносов на обязательное страхование, что, к

сожалению, не уменьшает налоговую нагрузку на малый бизнес. Предприниматель, который хочет получить патент с 1 января 2013 г., должен подать в инспекцию соответствующее заявление не позднее 20 декабря 2012 г. Налоговый орган откажет в выдаче патента, если в заявлении неправильно указан срок либо вид предпринимательской деятельности.

Таким образом, все же плюсы использования патентной системы, вступающие в силу с 2013 г. очевидны и можем перечислить следующие: предприниматель, использующий патент, получает право отказаться от использования ККМ. Это снизит расходы на обслуживание техники, но при этом предприниматели обязаны вести кассовую книгу, заполнять приходные и расходные ордера. Учет будет вестись по упрощенной форме – в книге доходов и расходов. ИП не придется сталкиваться с трудностями при ведении бухучета и предоставлении налоговых деклараций. Сроки подачи уведомления стали более демократичны.

*Тереникова К.А.
студент ВПИ филиал
ВолГТУ*

Российская Федерация, г.Волжский

ФАКТОРНЫЙ АНАЛИЗ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ПРОДАЖ ПО ОТЧЕТУ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ

Рентабельность является одним из важнейших оценочных показателей финансово-хозяйственной деятельности организаций и отражает то, насколько эффективно организация использует свои средства в целях получения прибыли. В настоящее время нет единого мнения в вопросах определения рентабельности, ее анализа и планирования. Отсутствует единая терминология, а методики расчета одних и тех же показателей различны. Отсюда возникают расхождения в определении экономической сущности того или иного показателя, что может привести к ошибочным выводам в аналитической работе. Однако, существующая разноплановость в определении рентабельности свидетельствует лишь об актуальности рассматриваемой темы. Сравнение уровней показателей рентабельности является важным средством в оценке результатов деятельности организации и ее перспектив, хотя на практике более существенным может оказаться субъективное мнение компетентного аналитика, профессиональный опыт которого позволяет определить собственные стандарты тех или иных показателей рентабельности. Следует отметить, что в странах с развитыми рыночными отношениями обычно ежегодно торговой палатой, промышленными ассоциациями или правительством публикуется информация о "нормальных" значениях показателей рентабельности. Сопоставление своих показателей с их допустимыми величинами позволяет сделать вывод о состоянии

финансового положения организации. В России эта практика пока отсутствует, поэтому единственной базой для сравнения является информация о величине показателей в предыдущие годы. Рентабельность продаж часто используется при факторном анализе различных интегральных показателей эффективности деятельности организаций. Рентабельность коммерческого предприятия характеризуется системой показателей, между которыми существуют взаимосвязь и взаимозависимость. В свою очередь каждый из показателей рентабельности складывается под воздействием тех или иных процессов, происходящих в деятельности организации.

Факторный анализ по отчету о прибылях и убытках предполагает, что структура продукции осталась неизменной, определим влияние на рентабельность продаж четырех факторов:

- изменение цены на продукцию;
- изменение себестоимости продукции;
- изменение коммерческих расходов;
- изменение управленческих расходов.

Обозначим рентабельность продаж базисного и отчетного периода соответственно как R_0 и R_1 .

Тогда получим следующие формулы, выражающие рентабельность продаж:

$$R_0 = \frac{P_0}{N_0} \text{ и } R_1 = \frac{P_1}{N_1}$$

Представив прибыль как разность между выручкой от реализации продукции и ее себестоимостью с учетом коммерческих и управленческих расходов, получили эти же формулы в преобразованном виде:

$$R_0 = \frac{N_0 - S_0 - KP_0 - UP_0}{N_0} = \frac{55983066 - 47608471 - 1880182 - 1328882}{55983066} = 0,092$$

$$R_1 = \frac{N_1 - S_1 - KP_1 - UP_1}{N_1} = \frac{49485782 - 4056578 - 1404237 - 1073288}{49485782} = 0,128$$

$$\Delta K = K_1 - K_0 = 0,128 - 0,092 = 0,036$$

где, P_0, P_1 - прибыль от реализации продукции, работ, услуг (соответственно базисного и отчетного периода);

N_0, N_1 — реализация продукции (работ, услуг);

S_0, S_1 - себестоимость продукции (работ, услуг);

KP_0, KP_1 - коммерческие расходы;

UP_0, UP_1 - управленческие расходы;

ΔR — изменение (приращение) рентабельности продаж за анализируемый период.

Для расчета влияния факторов на результативный показатель используем метод цепной подстановки.

1. Влияние изменения выручки от продажи на рентабельность продаж:

$$\Delta R_p(N) = \left(\frac{N_1 - S_0 - KP_0}{N_1} - \frac{N_0 - S_0 - KP_0}{N_0} \right) \cdot 100\% = -11,918$$

2. Влияние изменения себестоимости продажи на рентабельность продаж:

$$\Delta R_p(S) = \left(\frac{N_1 - S_1 - KP_0}{N_1} - \frac{N_1 - S_0 - KP_0}{N_1} \right) \cdot 100\% = 14,048$$

3. Влияние изменения коммерческих расходов на рентабельность продаж:

$$\Delta R_{p(kp)} = \left(\frac{N_1 - S_1 - KP_1}{N_1} - \frac{N_1 - S_1 - KP_0}{N_1} \right) \cdot 100\% = 0,962$$

4. Влияние изменения управленческих расходов на рентабельность продаж:

$$\Delta R_{p(kp)} = \left(\frac{N_1 - S_1 - KP_1}{N_1} - \frac{N_1 - S_1 - KP_0}{N_1} \right) \cdot 100\% = 0,516$$

Совокупное влияние факторов:

$$\Delta R_p = \pm \Delta R_{p(N)} \pm \Delta R_{p(S)} \pm \Delta R_{p(kp)} = 3,608$$

Результаты факторного анализа рентабельности продаж обобщим в таблице 1.

Таблица 1 - Результаты факторного анализа по отчету о прибылях и убытках

показатели	2010г	2012г
1.Выручка от продажи	55 983 066	49 485 782
2.Себестоимость	47 608 471	40 656 578
3.Коммерческие расходы	1 880 182	1 404 237
4.Управленческие расходы	1 328 782	1 073 288
5.Прибыль от продаж	5 165 631	6 351 679
6.Рентабельность продаж	9,227	12,835
7.Изменение рентабельности продаж		+ 3,608
Влияние факторов		
8.Выручка от продажи		- 11,918
9.Себестоимость		14,048
10.Коммерческие расходы		0,962
11.Управленческие расходы		0,516
12. Совокупное влияние факторов		3,608

Данные таблицы показывают, что на протяжении трех лет рентабельность продаж увеличивается. Так, рентабельность сложилась только под воздействием снижения себестоимости - размер влияния составил 14,048%. Коммерческие и управленческие расходы незначительно сказались на повышении уровня рентабельности - 0,962% и 0,516% соответственно. Нарастивание объема продаж отрицательно сказалось на уровне рентабельности - снижение на 11,918%.

Техов А.В.

аспирант кафедры ЖБК

Северо-Кавказский горно-металлургический институт (ГТУ)

ЭВОЛЮЦИЯ ИНСТРУМЕНТОВ РАЗВИТИЯ В ТЕОРИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Предпринимательство развивалось и совершенствовалось на основе применения инструментов и методов, соответствующих своему времени и отражающих теоретические подходы к сущности предпринимательской деятельности и практику ее воплощения. Более того, инструментарий является неотъемлемым компонентом предпринимательства, во многом определяя его сущность и отражая особенности.

Под инструментами далее будем понимать мероприятия и методы, их совокупности или группы, которые прямо или косвенно позволяют изменить характер состояния и функционирования субъекта предпринимательства, улучшить его положение и обеспечить возможности устойчивого, эффективного и конкурентного развития на перспективу.

Рассмотрим ряд основных подходов к категории предпринимательства, сложившихся в экономической теории, с учетом эволюционных изменений в инструментах, приводящих к совершенствованию и развитию предпринимательской деятельности.

Предпринимательство как специфический вид деятельности, которому присущи предприимчивость, экономическая неопределенность и риск исследованы Р.Кантильоном, Ф.Кене, А.Тюрго, А.Смитом, Д.Рикардо и Ж.Б.Сэем, заложившими основы исследования этого вида экономической деятельности. Несмотря на наличие в их учениях ряда схожих научных воззрений, по отношению к предпринимательству их точка зрения во многом не совпадали. Если Р.Кантильон считал предпринимателя человеком, обладающим способностями предвидения, ответственности и риска, но никак не собственником, то А.Смит и Ф.Кене считали предпринимателя собственником [1]. По их мнению, именно собственность выступает системообразующим признаком, определяя способ производства и особенности продажи товара, прибыль, мотивацию экономического деятельности, самостоятельность образа мышления, склонность не только к потреблению, но и к накоплению и приумножению капитала. Собственность, находясь в руках предпринимателя, также

определяет его индивидуальные полномочия и ответственность, приобретая характер частной собственности.

В целом, подход А.Смита к предпринимательству сконцентрирован во введенных им понятиях «экономического человека» и «невидимой руки», отражая, тем самым, идеологию экономического либерализма и естественного порядка. По его мнению, предпринимательство развивается путем внесения регулярных изменений во внутреннюю организацию и приспособления к внешним условиям. Изменения внутри своей организации (дела) и ее дальнейшее развитие предприниматель осуществляет при помощи оптимизации разделения и кооперации труда, роста его производительности, снижения цены и т.д., для того, чтобы удержаться на рынке и быть конкурентоспособным.

Ж.Б. Сэй относил к функциям предпринимателя способность находить лучшие комбинации соединения производственных факторов в целях получения прибыли, различая между собой доход на капитал от предпринимательского дохода [2]. Предприниматель развивает свое дело и наращивает доходы за счет умения находить и сочетать в едином процессе ресурсы. По своей сути такой взгляд на предпринимательскую деятельность с определенной долей допуска можно назвать предшествующим подходу Й.Шумпетера, который также считал одной из важнейших функций предпринимателя комбинирование факторов, что позволяло ему получать конкурентное преимущество на рынке.

К.Маркс в своей теории рассмотрел предпринимательство как способ эксплуатации наемных работников в условиях индустриального производства и в результате которой образуется прибавочная стоимость. При этом сам труд предпринимателя он считал непроизводительным, поддерживая, тем самым, постулат А.Смита о разделении труда на производительный (создающий или увеличивающий стоимость) и непроизводительный (услуги), который позже был безоговорочно принят в Советском Союзе на весь период его существования. В тоже время представители неоклассической теории (например, А.Маршал, и др.) считали предпринимателя не эксплуататором, а собственником и управляющим факторами производства [3].

Классическое направление экономической мысли не придавало большого значения поведению потребителей на рынке и особенностям формирования покупательского спроса. Это, в определенной степени привело к некоторой ограниченности содержания классического направления в экономике.

Маржиналисты и неоклассики рассматривали предприятие в условиях рыночного окружения (которую условно можно считать прообразом институциональной среды), что потребовало разработки новых понятий — рыночной цены, потребительского поведения, предельная полезность и пр. Неоклассики пересмотрели содержание результата

деятельности предприятия, считая, что им является не сам материальный предмет, а его свойство в виде полезности, которая удовлетворяет потребность. Можно отметить, что при таком подходе «чисто» экономические категории и понятия во многом стали дополняться неэкономическими элементами, которые впоследствии стали применяться в институциональной теории. Сюда можно отнести: спрос и предложение как поведение участников рынка; значительную часть капитала составляют знания и организации; неограниченная свободная конкуренция ; роль монопольных образований.

Развитие неоклассической теории привело к формированию взглядов Й. Шумпетера об инновационной функции предпринимательства. Стремясь к получению прибыли, предприниматель регулярно нарушает существующее равновесие на рынке при помощи выведения новой продукции. Управляемое нарушение рыночного равновесия и создание нового равновесия с выгодными параметрами является основной функцией предпринимателя. Для этого ему необходимо обладать свойствами новатора, умело создающим выгодные для себя сочетания и комбинации факторов производства и удовлетворяющего рыночные потребности. При этом Шумпетер не придавал большого значения предпринимательскому доходу и риску [4]. Следует отметить, что инновационная функция предпринимательства в полной мере проявила себя в XX веке как основа формирования модели современных развитых стран мира.

Представители классической и неоклассической школ рассматривали предпринимательство преимущественно с позиций микроэкономических проблем, что выводило на первый план предложение товаров и свободу рынка, который, изменяя свои параметры, выступал всеобщим регулятором. Однако такие взгляды не объясняли причины наступления нестабильности (кризисов) и меры борьбы с ними. Из этого следовало, что потенциал изменений, осуществляемых предпринимателем для совершенствования своего предприятия, был ограничен и в определенный момент времени не позволял ему противостоять нарастающим факторам нестабильности. В отличие от них, кейнсианство (Дж. М. Кейнс) выдвинуло концепцию необходимости государственного вмешательства в экономику для снижения ее недостатков. Тем самым был скорректирован взгляд Ж.Б.Сэя, утверждавшего, что предложение само по себе порождает спрос и удовлетворяет его. Кейнс показал, что доходы имеют большее значение, чем спрос, а цены изменяются относительно медленно, не успевая уравновесить спрос с предложением, поэтому в самой экономике заложена первопричина возникновения кризиса перепроизводства, и эта причина кризиса является эндогенной. Исходя из данных посылок была обоснована необходимость вмешательства государства в экономику, например, изменяя ставку процента на приемлемом уровне для предпринимателей [5, с480.]. Таким образом, Кейнс убедительно показал,

что изменения и саморазвитие предпринимательства может осуществляться в ограниченных пределах. Для преодоления кризисных явлений и ограничивающих пределов саморазвития необходимо вмешательство внешней силы- государства, которое используя регулирующее воздействие способно оказать ему saniрующее содействие.

В начале XX века с формирование СССР сложился социалистический (государственный) подход к предпринимательству, которое было встроено в систему народного хозяйства. Развитие предпринимательства осуществлялось на основе государственных директивных указаний. В качестве основных инструментов использовались: государственная собственность, план, финансирование, административное управление, индустриализация экономики, создание крупных промышленных предприятий и т.д. Частное предпринимательство было запрещено и превратилось в мелко-кустарную деятельность. В 1987 году предпринимательство в «усеченной» форме было разрешено в форме кооперативов. С 1992 года предпринимательство легализовано и развивается в условиях рыночной экономики.

Институциональный подход (Т.Веблен, У.Митчелл, Дж. Коммонс и др.), разработанный в начале XX века, позволил рассматривать предпринимательство как институт, в котором формально закреплены права, рынки, фирмы, а неформально – обычаи, традиции, правила, отношения. В тоже время предпринимательство находится в социально-экономической среде – государстве, которое также является институтом, которое обладает, конечно, гораздо большим потенциалом и поэтому во многом определяет условия, показатели и результаты предпринимательской деятельности. Фактически институциональные условия составляют и определяют процесс воспроизводства предпринимательства, его существенный момент. Специфическая форма связи между институтами и предпринимательством определяется общественной формой производства. Техничко-технологические и организационные совершенствования предпринимательства во многом определяются институциональной средой экономик. В неоинституциональном подходе (Р. Коуз, Д. Норт, О. Уильямсон и др.) развитие предпринимательства фокусировалось на инструментах трансакционных издержек, институциональных соглашениях, защите прав собственности, ведении переговоров, поиске информации и т.д. Концепция институтов показала, что предпринимательство может развиваться самостоятельно, но в определенном диапазоне, определяемом институциональной средой. В этой связи следует использовать инструменты взаимодействия между институтами, например государством и предпринимательством, что позволяет использовать потенциалы и возможности такого партнерства на благо их участников.

Концепция регулирующего инновационного воздействия предпринимателя на рынок в дальнейшем получила развитие в подходах Ф.фон Хайека, Л.Мизеса и других экономистов, которые считали, что предприниматель выполняет функцию координации сложного взаимодействия участников рынка, способствуя возникновению состояния равновесия (в отличие от позиции Й.Шумпетера). П.Друкер усилил и расширил функцию предпринимателя как менеджера, управляющего фирмой на научной основе, принимая на себя и оптимизируя риск капиталовложений, ориентируясь в своей деятельности на постулат приоритета рыночных потребностей 6 [96].

Еще в середине XX века стало ясно, что роль предпринимательства не сводится только к решению бизнес-задач: обеспечению деятельности фирмы, выгодной продаже товара, получению максимально возможной прибыли и т.д. Это привело к концепции социально-ориентированной рыночной экономики (К.Менгер, Ф.фон Визер, А.Вудкок, М.Девис, Ф.Арнольд и др.), в которой предпринимательство должно учитывать социальные и экологические проблемы общества, способствовать преодолению чрезмерной дифференциации доходов предпринимателей и наемных работников, нивелировать отчуждение труда от капитала и собственности, снижать величину разрыва между богатыми и бедными странами и т.п. [7] Следует отметить, что актуальность социальной роли предпринимательства в обществе не утрачена и в XXI веке.

Следующий подход к предпринимательству, как условию развития общества на результатах научно-технического прогресса, сложился во второй половине XX века. Предприниматель не только потребитель благ и возможностей, создаваемых НТП, но и его непосредственный участник, включенный в цепочку коммерциализации знаний и технологий. Концепции информационного общества (Д.Белл, Е.Масуда, Ф.Махлуп, Э.Мэнсфилд, Э.Тоффлер, Р. Нижегородцев и др.) [8]; инновационных систем, экономики знаний (Н. Нонака, Т. Хиротака, В.Макаров и др.) раскрывают функции предпринимательства как современного института развития, в котором проявлены в полной мере способы выражения личности и творческих способностей человека, склонность к выработке решений и самостоятельным действиям в условиях риска.

Формирование «нового индустриального общества» (Дж. Гэлбрейт) приводит к крупным предпринимательским организациям – корпораций, интегрирующих в себе передовую технику и технологию со сложной структурой [9, с. 138]. Крупные предпринимательские объединения – корпорации, появившиеся еще в 19 веке, стали заметным явлением экономик ведущих стран мира в 20 веке, способствуя появлению взаимных фондов, систем страхования, вовлечению населения в совладельцев акционерного капитала, усилению конкуренции и т. д., что способствовало дальнейшему развитию предпринимательства. Приобретая форму

транснациональных корпораций и участвуя в процессах глобализации, корпоративное предпринимательство охватило своим влиянием все страны мира, став проводником товарно-денежных отношений, новых технологий и инновационной продукции в мировой экономике. Дальнейшее совершенствование и развитие предпринимательства стало связываться с интегрированными процессами и образованием кластеров, формированием цепочек добавленных стоимостей, созданием национальной инновационной системы, образованием сетевых структур и т.д. Усиление конкуренции товаропроизводителей и повышение нестабильности рынков вынудило предпринимателей искать адекватные способы обеспечения своей выживаемости, в том числе с использованием различных форм взаимодействия и интегрирования. Формирование гибких структур, имеющих разную степень взаимодействия и интеграции (от жестких до мягких) в зависимости от конкретных обстоятельств позволяет предприятиям быстрее адаптироваться к переменчивым условиям, изыскивать необходимые ресурсы для деятельности, своевременно осуществлять диверсификацию, что в наибольшей степени соответствует характеру современной рыночной экономики.

Теория постиндустриального общества (Д. Белл и др.) также изменило сущность предпринимательства. Постоянная и сложно предсказуемая динамика внешней среды приводит к необходимости адаптации и трансформации производительных сил и производственных отношений посредством достижений НТП. Процесс постоянных перемен становится основной функцией развития предпринимательства и направлено на сглаживание противоречий между предприятием и внешней средой. В современной экономике предпринимательство развивается в результате непрерывного осуществления следующих изменений:

- смены приоритетов, которые перешли от преимущественного производства массовых товаров к удовлетворению конкретного спроса и услугам;
- внедрению компьютерно-информационных технологий, позволяющих автоматизировать многие процессы управленческой и производственной деятельности;
- образованию и расширению интеллектуальных работников (разработчиков, консультантов, экспертов, «технократов» и т.д.);
- внедрение нововведений требует все больших достижений в области теоретического знания.

Опыт современных стран с развитой рыночной экономикой показывает, что в числе обязательных условий успешного развития предпринимательства, находятся следующие компоненты:

- наличие рынка предложения (превышение предложения над спросом);

- благоприятный экономический климат, создающий выгодные условия для предпринимательской деятельности – производства и потребления, привлечения инвестиций;

- правовое обеспечение и его соблюдение, способствующее цивилизованным предсказуемым отношениям между хозяйствующими субъектами, а также между предпринимательством и государством, введение и соблюдение антимонопольного законодательства;

- свобода движения ресурсов, в том числе капиталов и рабочей силы;

- приемлемое налогообложение;

- широкое применение информации, знаний и технологий во всех сферах бизнеса, позволяющие разработке и созданию инновационной продукции;

- умение обеспечивать эффективное и конкурентное преимущество в условиях рисков и нестабильности внешней среды;

- стабильная общественно-политическая ситуация и т.п.

Как видно из проведенного анализа предпринимательство эволюционирует в сторону усложнения своего содержания, все большего «наполнения» его информацией, технологиями и знаниями. В этой связи одним из составляющих признаков современного предпринимательства становится профессионализм, умение своевременно, обоснованно и эффективно поддерживать необходимую конкурентоспособность. Современный предприниматель должен также обладать особыми социально-психологическими и организаторскими качествами, в числе которых: умение определять выгодные направления деятельности и рационально использовать ресурсы (сочетать факторы производства); бережливость (оптимизация издержек); склонность к риску; способность преодолевать препятствия, умение управлять персоналом и производством.

Между тем в законодательстве РФ признак профессионализма и компетентности отсутствует, что является, по нашему мнению, его существенным упущением. Следовало бы использовать опыт ряда стран (Германии, Франции, США и др.), в которых, предприниматель обязан осуществлять свою деятельность компетентно и профессионально

В целом сущность и содержание предпринимательства эволюционировали вместе с инструментарием, в составе которого можно выделить три неотъемлемые составляющие.

- инструменты самого субъекта предпринимательства, применяемые им самостоятельно с учетом возможностей, целей и риска;

- инструменты государства, которые применяются им для целей развития и поддержки предпринимательства;

- инструменты инфраструктуры, предоставляющей предприятиям услуги разного рода.

Государство для целей развития и поддержки предпринимательства использует следующие инструменты:

- правовое регулирование;
- налоговые (в виде специальных налоговых режимов, упрощенных правил ведения налогового учета и т.д.);
- способы ведения учета и отчетности (бухгалтерской, статистической);
- льготы (например, на аренду земли, сооружений, имущества);
- порядок участия в конкурсах, тендерах (например, на поставку товаров для государственных нужд);
- иные меры, обеспечивающие развитие предпринимательства

Инструменты инфраструктуры предпринимательства в каждой стране различны, но в целом они могут быть систематизированы на: имущественные, информационные, консультационные, технико-технологические, организационные, финансовые, экономические и т.д. Подобные инструменты применяются в различных областях предпринимательской деятельности: подготовки, переподготовки и повышения квалификации работников; разработки и внедрения инноваций; организации и развития производства, отраслях (сельское хозяйство, транспорт и т.д.); внешнеэкономической деятельности и т.д.

В целом эволюция инструментов развития в теории предпринимательства представлена в табл. 1.1.

Таблица 1.1. Эволюция инструментов развития
в теории предпринимательства

Наименование подхода	Основные инструменты развития предпринимательства	Особенность развития предпринимательства	Характер влияния инструментов
Классический	Саморегулирование развития без участия государства. «Невидимая рука рынка». Оптимизация разделения и кооперации труда, рост его производительности, снижение цены, индустриализация производства	Эволюционное	Эволюционный
Маржиналистский и неоклассицистский подходы	Саморегулирование развития под влиянием факторов рынка: спроса и предложения, конкуренции	Эволюционное	Эволюционный
Инновационный	Управляемое нарушение рыночного равновесия и создание нового равновесия с выгодными параметрами за счет умелого комбинирования факторами и создания инноваций	Саморегуляция, комбинирование	Скачкообразный, изменяющий виды продукции и деятельности
Кейнсианство	Саморегулирование развития с	Регулируемое	Регулируемый

кий	участием государства в кризисных ситуациях. Использование акселератора, процентной ставки и т.д.		с участием государства
Социалистический (государственный)	Развитие на основе государственных директивных указаний. Инструменты: государственная собственность, план, финансирование, административное управление и т.д.	Регулируемое на плановой основе	Административно-командное воздействие
Институциональный подход	Саморегулирование развития под влиянием институтов. Использование транзакционных издержек, институциональных соглашений, защиты прав собственности, ведение переговоров, поиск информации и т.д.	Регулируемое	Регулируемый с участием государства
Интеграционный подход	Формирование крупных предпринимательских структур на основе интеграции, инноваций, передовой технологии и организации (корпоратизация, кластеризация, сетизация)	Расширение масштабов деятельности	Изменяющий структуру и состав хозяйствующих субъектов
Менеджерский	Развитие за счет использования инструментов управления: воздействия на персонал; выбор приоритетов, оценка рисков и управление ими; оптимизация систем управления и т.д. Используются маркетинг, реструктуризация, модернизация, инжиниринг, реинжиниринг, аутсорсинг и т.д.	Различное в зависимости от ситуации (лидерство, наступление, стагнация, отступление и т.д.)	Различный, от оперативного (скачкообразного) воздействия до стратегического
Информационный подход	Развитие информационных связей и коммуникаций во всех сферах экономической деятельности, внедрение компьютерно-информационных технологий	Различное в зависимости от ситуации (лидерство, наступление, стагнация, отступление и т.д.)	Различный, от оперативного (скачкообразного) воздействия до стратегического
Постиндустриальное общество	Саморегулирование развития под влиянием динамичной внешней среды. Используются услуги, инвестиции, технологии, информация знания, конкуренция и т.д.	Различное в зависимости от ситуации (лидерство, наступление, стагнация, отступление и т.д.)	Различный, от оперативного (скачкообразного) воздействия до стратегического

Экономика знаний	Развитие личности и творческих способностей человека, склонность к выработке решений и самостоятельным действиям в условиях риска. Используются маркетинг, реструктуризация, модернизация, инжиниринг, реинжиниринг, аутсорсинг и т.д.	Различное в зависимости от ситуации (лидерство, наступление, стагнация, отступление и т.д.)	Различный, от оперативного (скачкообразного) воздействия до стратегического

Источник: авторская разработка.

Проведенный анализ позволяет сделать следующий вывод:

- эволюция предпринимательства детерминирована процессам развития инструментария, соответствующему времени и развитию экономических отношений;
- состав инструментария развития предпринимательства имманентен сущности и содержание предпринимательства на каждом этапе развития.

Использованные источники:

- 1 Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. — М.: Ось-89. - 1997
- 2 Сэй Ж.Б. Трактат политической экономии. - М.: Солдатенков, 1896
3. Маршалл А. Принципы экономической науки: В 3-х т. — М.: Прогресс. - 1993.
- 4 Шейн Э.Х. Организационная культура и лидерство / Пер. с англ.; Под ред. В.А.Спивака. СПб.: Питер, 2002, - 336 с.
5. Касноча Б. Хоффман Р. Жизнь как стартап: строй карьеру по законам кремниевой долины. . - М.: Альпина Паблишер, 2013. – 237 с.
6. Питер Ф. Друкер. Эффективный руководитель. – М.: ЭКСМО, 2012. – 240 с.
7. Менгер К. Основания политической экономии // Австрийская школа в политической экономии: К. Менгер, Е. Бем-Баверк, Ф. Визер. – М.: Экономика. - 1992.
8. Иноземцев В.Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы. - М.: Логос, 2000.
9. Гэлбрейт Дж. Экономические теории и цели общества. - М.: Прогресс. - 1973. - 380 с.

*Тимирьянова Г.Ф.
Нигматуллина Г.Р., к.э.н.
ст.преподаватель*

*ФГБОУ ВПО «Башкирский ГАУ»
Республика Башкортостан, г.Уфа*

ПЕРВИЧНЫЙ УЧЕТ ЗАТРАТ НА ПРОИЗВОДСТВО И ОТПУСК ОВОЩЕЙ ЗАКРЫТОГО ГРУНТА В ГУСП СОВХОЗ «АЛЕКСЕЕВСКИЙ»

Учет затрат - это совокупность действий, которые направлены на отражение происходящих на предприятии в течение определенного периода времени процессов снабжения, производства и реализации продуктов посредством их (процессов) количественного измерения (в натуральных и стоимостных показателях), регистрация, группировки и анализа в разрезах, формирующих себестоимость готовой продукции.

В ГУСП совхоз «Алексеевский» первичный учет затрат в овощеводстве закрытого грунта имеет огромное значение для контроля соблюдения режима экономии, анализа окупаемости затрат продукции овощеводства, принятия управленческих решений по оперативному регулированию процесса производства в данной отрасли.

Различный состав производственных затрат (средств труда, предметов труда, живого труда и иных ресурсов) обуславливает необходимость их различного документального оформления.

Основным видом расходов в овощеводстве закрытого грунта являются расходы на семена и посадочный материал и другие материальные ресурсы, первичный учет которых ведется в акте расхода семян и посадочного материала по форме № СП-13. Внутреннее перемещение этих материальных ценностей в организации оформляется накладными внутрихозяйственного назначения по форме № 264-АПК) и лимитно-заборными ведомостями по форме № 269-АПК.

Расход минеральных, органических и бактериальных удобрений, ядохимикатов и гербицидов отражается в акте об использовании минеральных, органических и бактериальных удобрений по форме № 420-АПК, к которому прилагаются лимитно-заборные ведомости, накладные и другие документы, оформляемые при доставке этих материальных ценностей в места потребления.

Расход запасных частей, строительных материалов, топлива и других материалов оформляется лимитно-заборными ведомостями.

Списание производственного инвентаря, спецодежды и спецобуви оформляется в ведомости учета выдачи (возврата) инвентаря и хозяйственных принадлежностей по форме № 422-АПК.

В овощеводстве закрытого грунта учет труда ведется по двум направлениям: на ручных работах и работах, выполняемых при помощи различных машин. Для учета труда работников, занятых на

механизированных работах, выполняемых тракторами, самоходными машинами (кроме транспортных работ тракторов), применяется учетный лист тракториста-машиниста форма № 411-АПК и путевой лист трактора форма № 412-АПК. Выпуск трактора из гаража на транспортные работы без путевого листа не допускается.

Для учета работы грузового автотранспорта и начисления оплаты труда водителям применяются путевые листы грузового автомобиля форма № 4-С, которые совместно с товарно-транспортной накладной форма № 1-Т при перевозке товарных грузов служат основанием для осуществления расчетов с покупателями.

Для учета ручных работ и работ, выполненных с применением гужевого транспорта, в течение одного дня или нескольких дней при ограниченном количестве выполняемых работ используется учетный лист труда и выполненных работ форма № 410-АПК.

Табель учета рабочего времени по форме № Т-13 применяется для учета времени, фактически отработанного и (или) не отработанного каждым работником организации, для контроля за соблюдением работниками установленного режима рабочего времени, для получения данных об отработанном времени, расчета оплаты труда, а также для составления статистической отчетности по труду.

Для систематического отпуска овощей в счет оплаты труда используется ведомость выдачи натуральной оплаты форма № 415-АПК, которая является оправдательным документом для списания готовой продукции со склада и других мест хранения.

Стоимость выполненных работ и оказанных услуг собственных вспомогательных производств (грузового автотранспорта, машинно-тракторного парка, водоснабжения, газоснабжения, электроснабжения, пароснабжения и др.) включают в затраты на производство продукции овощей закрытого грунта на основании форм сводного учета затрат, к которым относятся журнал учета затрат в ремонтной мастерской форма № 302-АПК, накопительные ведомости учета затрат форма № 301-АПК, отчет об использовании электроэнергии № 11-СН.

Затраты средств труда в овощеводстве закрытого грунта фиксируются в документах начисления амортизации и отчислений в резервы на ремонт основных средств, а именно в ведомости начисления амортизации и отчислений в ремонтный фонд по основным средствам форма № 48-АПК, ведомости начисления амортизации и отчислений в ремонтный фонд (без автотранспорта) форма № 49-АПК, ведомости начисления амортизации по автотранспорту и отчислений в ремонтный фонд форма № 50-АПК.

Отдельные расходы финансовых ресурсов включаются в затраты на производство продукции овощей закрытого грунта на основании составленных бухгалтерских справок и расчетов бухгалтерии.

Общепроизводственные и общехозяйственные расходы относятся на затраты данных видов производства согласно ведомостям распределения вышеуказанных расходов.

На основании данных первичных документов о затратах в овощеводстве закрытого грунта в ГУСП совхоз «Алексеевский» составляются производственные отчеты (лицевые счета), которые сдаются в бухгалтерию организации. В бухгалтерии организации первичные документы и производственные отчеты (лицевые счета) служат основанием для ведения аналитического и синтетического учета затрат по растениеводству.

Основным первичным документом для оприходования продукции овощеводства закрытого грунта в специализированных организациях является дневник поступления продукции закрытого грунта по форме № СП-15. Для отправки продукции овощеводства закрытого грунта с пунктов уборки в хранилища применяется накладная на передачу готовой продукции в места хранения форма № МХ-18.

На пунктах сортировки, сушки и переработки, а также в хранилищах вся продукция взвешивается и записывается в книгу (карточки) складского учета форма № М-17.

Для учета и оформления операций по отправке-приемке овощей составляется товарно-транспортная накладная (овощи, плоды, ягоды, лубяные культуры) форма № СП-34, которая является сопроводительным документом. Товарно-транспортные накладные регистрируются в реестре документов на выбытие продукции, который ведется в пункте отправки продукции.

Для оформления операций по передаче произведенной продукции (овощей) для продажи за наличный расчет со стационарных торговых точек организации (магазинах) применяется акт о приемке продукции для реализации (продажи) по форме № СП-36. Для оформления и отражения операций при разовой продаже овощей на рынке и других местах торговли (ярмарке и т.д.) применяется отчет о продаже сельскохозяйственной продукции форма № СП-38. В качестве отчета стационарной торговой точки о продаже овощей, поступающей торговой выручке и ее использовании применяется отчет о реализации продукции форма № СП-37, в котором приводятся данные по реализации каждого вида продукции.

При отпуске овощей в пункты общественного питания применяются накладная внутрихозяйственного назначения по форме № 264-АПК и лимитно-заборная ведомость по форме № 269-АПК.

Использованные источники:

1. Примакина И.С, Солдатова Л.И Первичный учет затрат овощей закрытого грунта [Текст] / Примакина И.С, Солдатова Л.И // Бухгалтерский учет в сельском хозяйстве.-2011- №2.
2. Учетная политика ГУСП совхоза «Алексеевский» Уфимского района РБ

*Ткач М.С.
Бердюгина Л.А., доцент, к.э.н.
кафедра маркетинга
Уральский Федеральный
Университет имени первого
президента России Б.Н. Ельцина
Россия, г.Екатеринбург*

PEST-АНАЛИЗ РЫНКА БАНКОВСКОГО POS – КРЕДИТОВАНИЯ

Традиционно PEST-анализ касается изучения исключительно макросреды, которая включает в себя достаточно большое количество факторов, поэтому из общего их числа принято рассматривать только четыре узловых направления, которые оказывают наиболее существенное влияние на деятельность организации: политика(P), экономика (E), социальная (или социокультурная) среда (S), технологии (Т). Для рынка услуг POS-кредитования на современном этапе их развития в России можно выделить ключевые факторы, которые указаны в табл. 1.

Таблица 1. Факторы PEST-анализа услуг POS-кредитования.

<i>Политические факторы</i>	<i>Влияние</i>	<i>Экономические факторы</i>	<i>Влияние</i>
<i>1) Будущее изменение в законодательстве</i>	+	<i>1) Ставка рефинансирования</i>	-
<i>2) Правительственная политика, изменение</i>	-	<i>2) Уровень заработной платы</i>	+
<i>3) Ужесточение госконтроля за банковской деятельностью</i>	-	<i>3) Уровень инфляции</i>	-
<i>Социальные факторы</i>	<i>Влияние</i>	<i>Технические факторы</i>	<i>Влияние</i>
<i>1) Бренд, репутация компаний</i>	+	<i>1) Изучение новых технологий</i>	+
<i>2) Формирование потребительских предпочтений, их изменение и возможного спроса, активность потребителей</i>	-	<i>2) Совершенствование необходимого технического оборудования, автоматизация и способы обработки информации</i>	+
<i>3) Уровень жизни населения</i>	+	<i>3) Изменение и адаптация новых технологий</i>	+

Политические факторы

Основными органами регулирующими деятельность банковской системы России являются: Правительство Российской Федерации и Центральный Банк РФ. Наиболее важные документы, регулирующие контроль банка на территории РФ: Закон “О банках и банковской деятельности”, Закон “О Бухгалтерском учете”, положение “О порядке

ведение бухгалтерского учета”, положение “О порядке формирования резервов”. Для того, чтобы определить государственную политику в сфере банковской, страховой деятельности и деятельности в сфере финансовых рынков, а также возможных изменениях в этих областях, следует обратиться к заявлению Правительства РФ и ЦБ РФ “О стратегии развития банковского сектора Российской Федерации на период до 2015 года”.

Заявление состоит из 4 частей – отдельных документов: Стратегия развития банковского сектора Российской Федерации на период до 2015 года, План мероприятий, Приложение №1, Заявление о стратегии. Большинство из запланированных мероприятий уже были осуществлены и вступили в силу. Из тех мероприятий, которые могут оказать значимое влияние на банковский сектор и реализация которых запланирована на 2013 год и будущие периоды, хотелось бы выделить следующие:

1) Будущее изменение в законодательстве

Фонд обязательного страхования вкладов на конец 2013 года вырастет до 250 млрд. руб. с 215 млрд. руб. по итогам прошлого года, т.е. фонд в текущем году может вырасти на 16,3%. Фонд является финансовой основой системы страхования вкладов. Из него осуществляются выплаты возмещения по вкладам и покрываются расходы, связанные с организацией выплат.

2) Правительственная политика

Госдума вводит запрет на открытие в РФ филиалов иностранных банков. Госдума приняла во втором чтении законопроект о запрете на открытие в РФ филиалов иностранных банков. Действующее законодательство разрешает работу в России дочерних банков, филиалов и представительств иностранных банков. Вместе с тем, как отмечается в пояснительной записке к документу, филиалы таких банков не подпадают под юрисдикцию РФ, а значит, и надзор финансовых регуляторов. Например, они не обязаны выполнять нормативы по отчислению средств в фонды обязательного резервирования, отчитываться перед Банком России сразу в двух системах бухучета – российской и международной, а также ежемесячно предоставлять отчетность в Центробанк. «Создание в РФ филиалов иностранных банков на текущем этапе развития банковского сектора является преждевременным», – подчеркивается в сопроводительных материалах к документу. В правительстве РФ также отметили, что работа филиалов «может привести к снижению конкурентоспособности российских банков».

3) Ужесточение госконтроля за деятельностью

Создание законодательных основ внедрения рекомендаций Базельского комитета по банковскому надзору, включая предоставление Банку России права устанавливать для кредитных организаций правила управления рисками и капиталом, применения внутрибанковских методов оценки рисков, а также установление ответственности членов

исполнительных органов и совета директоров (наблюдательного совета) за деятельность кредитных организаций, в том числе в области управления рисками. Начиная с 1 октября 2013 года российские банки должны будут рассчитывать капитал в соответствии с подходами "Базеля III". "Базель III" усиливает требования к капиталу банка и вводит новые нормативные требования по ликвидности. Главной целью соглашения "Базель III" является повышение качества управления рисками в банковском деле, что, в свою очередь, должно укрепить стабильность финансовой системы в целом. Предполагается введение двух нормативов достаточности капитала - базового и основного, которые составят 5,6% и 7,5% соответственно. Кроме того, базельские стандарты ужесточают учет субординированных займов в капитале банков.

Экономические факторы

1) Ставка рефинансирования

Ставка рефинансирования ЦБ РФ является важным инструментом регуляторной политики в сфере финансов и от нее напрямую зависят и размеры процентных ставок коммерческих банков. Поэтому, к ее изменениям всегда приковано очень пристальное внимание. Как известно, с 14.09.2012г. ЦБ РФ увеличил ставку рефинансирования на 0,25 % пункта и, таким образом, она составила в целом 8,25%. Соответственно были повышены на 0,25 процентного пункта и процентные ставки по операциям Банка России. Такое решение ЦБ было принято не случайно, поскольку в последнее время наметился серьезный рост цен и вместе с ним возросли инфляционные ожидания, увеличивающие риски превышения среднесрочных ориентиров Банка России по инфляции, а также была пересмотрена оценка перспективы экономического роста страны. Изменения возможны только во второй половине 2013 года, когда в зависимости от темпов инфляции и динамики экономического роста, она может быть уменьшена или наоборот увеличена на 0, 25 процентного пункта.

2) Инфляция

По данным РИА «Новости», после детального анализа макроэкономических показателей Минэкономразвития были сделаны неутешительные выводы: уровень инфляции в 2013 году может превысить заложенные в федеральном бюджете показатели на уровне 5,5%. Что послужило причиной таких пессимистических прогнозов?

Во – первых, на мировых рынках продовольствия к концу 2012 года сложилась неблагоприятная ситуация, что привело к росту цен на продукты питания в большинстве стран мира.

Во - вторых, предвыборные обещания В.Путина о повышении зарплат и пенсий различным категориям населения конвертировались в увеличение общей денежной массы не обеспеченной товарами, так как рост ВВП России в 2012 году был недостаточно высоким. Напоминаем, что

наименьший уровень инфляции в новейшей истории РФ был зафиксирован в 2011 году на уровне 6,1%, а в 2012 году этот показатель составил – 7, 1%.

Для того, чтобы снизить темпы инфляции, по мнению экспертов, государство должно задействовать свои инструменты, такие, как увеличение ставки рефинансирования для банков, а также провести зерновые интервенции, дабы удержать ситуацию на рынке продовольствия под контролем. Согласно принятому закону о бюджете РФ на 2013 год, доходы бюджета составят 12,9 трлн. руб., расходы — 13,4 трлн. руб. При этом, дефицит бюджет по оценкам экономистов составит 530 млрд. руб. или около 0,8% прогнозируемого ВВП, который составит 66,515 трлн. рублей.

3) Уровень заработной платы и покупательская способность

Средняя начисленная зарплата в России по итогам сентября 2012 выросла по сравнению с первым месяцем осени прошлого года на 13,6 процента по данным Росстата. Всего же с января по сентябрь общий совокупный доход россиян составил 27 трлн. руб. При этом среднемесячная начисленная заработная плата в сентябре 2012 года достигла цифры в 26,5 тыс. руб. Динамика уровня заработной платы в России показана в табл. 2.

Таблица 2. Уровень заработной платы и покупательская способность.³

<i>Показатели</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>
<i>Средняя зарплата, руб.</i>	<i>20 703</i>	<i>23 091</i>	<i>26 489</i>
<i>Величина прожиточного минимума, руб.</i>	<i>5707</i>	<i>6287</i>	<i>6643</i>
<i>Покупательская способность</i>	<i>3,62</i>	<i>3,67</i>	<i>3,98</i>

Вместе с тем, отмечают статистики, средний россиянин по-прежнему тратит деньги быстрее, чем растет его доход. Так, население России за 9 месяцев 2012 года на покупку товаров и оплату услуг израсходовало 20 трлн. 916,1 млрд. рублей, что на 11,8% больше, чем в январе-сентябре 2011 года. В то время как за период с января по сентябрь 2012 года объем денежных доходов населения увеличился только на 8,6% по сравнению с соответствующим периодом предыдущего года

Социальные факторы

1) Бренд, репутация компаний

³ www.bs-life.ru

Ежегодно национальное агентство финансовых исследований (НАФИ) публикует информацию, касающуюся рейтингов знаний банковских брендов. Результаты строятся на основе опросов, проводимых НАФИ. Как правило, подсчитывается два рейтинга: рейтинг узнаваемости и рейтинг известности. В рамках опроса узнаваемость понимается как знание с подсказкой - ситуация, когда потребитель узнает бренд, если видит или слышит его. А известность трактуется как спонтанное знание бренда банка - если потребитель самостоятельно (без подсказки) вспоминает и называет бренд. Рейтинг известности банков показан в табл. 3.

Суммарная узнаваемость банков увеличивается с каждым годом, что говорит о повышении финансовой грамотности населения.

Таблица 3. Рейтинг известности банков, % ⁴

Банки						
Сбербанк						
ВТБ 24						
Альфа-банк						
Россельхозбанк						
Банк Москвы						
Уралсиб						
РосБанк						
Банк Русский Стандарт						
Газпромбанк						
Хоум кредит						
Итого						

2) Формирование потребительских предпочтений, их изменение и возможного спроса, активность потребителей.

⁴ www.raexpert.ru

Темпы роста рынка POS-кредитования замедляются третий год подряд. В 2012 году объем товарных кредитов увеличился лишь на 18,1%, в то время как объем кредитов наличными и карточных кредитов — на 49,4% и 90% соответственно. Рост POS-кредитования сдерживает привязка к приобретению конкретных продуктов, в то время как граждане все больше предпочитают универсальные кредиты. Сокращение доли POS-кредитов связано с перераспределением: многие игроки на этом рынке переходят с активного POS-кредитования на кредитные карты.

Отметим, что стоимость заимствований с использованием кредитки, как правило, дешевле кредитов в магазинах. Особенно, если учесть грейс-период (льготное кредитование в течение 50-60 и более дней). На этом фоне лидер POS - кредитования в торговых сетях — ХоумКредитФинанс-банк сменил приоритеты и уже в этом году может уступить пальму первенства ОТП-банку.

Агентство Frank Research Group (FRG) подвело итоги рынка экспресс-кредитования в торговых сетях за 2012 год. За прошлый год суммарный объем POS-кредитов увеличился на 18,1%, до 228 млрд. руб., в то время как в 2011 году прирост составлял 24,5%, а в 2010-м — 43,5%. По мнению экспертов, замедление темпов роста POS-кредитования закономерно. "Это объясняется исчерпанием отложенного кризисного спроса: в 2010-2011 годах потребители уже совершили большинство покупок, которые не смогли позволить себе в кризис,— отмечает старший аналитик ИФК "Солид" Артур Ахметов. — В следующем году можно ожидать дальнейшего падения темпов роста POS-кредитов, вероятно, они не превысят 15%, в частности, из-за ужесточения ЦБ РФ требований к резервированию и оценке рисков". По прогнозам старшего вице-президента Альфа-банка Дмитрия Жиздюка, прирост рынка POS-кредитования в 2013 году может составить до 12%. "Этот рынок имеет ограниченную емкость, идет постепенное его насыщение, на замедление темпов влияет и тот факт, что рост происходит от большей базы, — поясняет господин Жиздюк. Кроме того, рост POS-кредитования напрямую связан с ростом продаж тех товаров, на приобретение которых выдаются кредиты (бытовая техника и электроника, шубы, мебель. — "Ъ"), а пока мы не видим предпосылок роста продаж в этих сегментах более чем на 10%". Хотя у POS-кредитования есть дополнительный фактор роста за счет развития кредитование услуг — туристических, медицинских и других,— это молодой сегмент, возможности роста в нем практически неограничены, добавляет он.

Еще одним сдерживающим фактором для развития POS-кредитования является его целевая ориентированность. "POS-кредиты выдаются на приобретение определенных товаров или услуг, и возможность их использования ограничена,— говорит Дмитрий Жиздюк.— Поэтому мы видим опережающий рост кредитных карт и кредитов наличными,

имеющих универсальную сферу применения, и некоторое замедление темпов роста POS-кредитования". По данным FRG, объем задолженности по карточным кредитам в 2012 году увеличился на 90%, до 781,8 млрд. руб., по кредитам наличными — на 49,4%, до 4,07трлн. руб. При высоком интересе к потребительскому кредитованию, в целом, первое полугодие 2012 года демонстрирует смещение приоритетов банков из POS-кредитования в сферу кредитов наличными и кредитных карт (см. график на рис.1). В период с 01.07.2011 по 01.07.2012 портфель кэш-кредитов и задолженность по банковским картам увеличились в среднем на 70%, в то время как портфель POS-кредитов показал более чем скромный рост – менее 10%.



Рисунок 1. Доля POS-кредитов в кредитном портфеле коммерческих банков.⁵

3) Уровень жизни населения

Чтобы реально оценить уровень жизни в разных странах, был составлен рейтинг уровня жизни, который включает в себя такие факторы как заработная плата, качество медицины и образования, свобода для ведения предпринимательской деятельности, уровень безопасности, экология, уровень коррупции, личная свобода и ряд других факторов. В

⁵ www.bankir.ru

табл. 4 показана информация об уровне жизни населения России в 2012, составленная по данным The Legatum Prosperity Index Table Rankings.

Таблица 4. Рейтинг уровня жизни населения в России⁶

Показатели	2010	2011	2012
Общий рейтинг	69	63	59
Экономика	39	64	72
Предпринимательство и инновации	56	56	50
Правление	85	101	96
Образование	28	38	34
Продолжительность жизни	46	47	42
Безопасность	99	82	82
Свобода личности	88	88	87
Социальный капитал	84	53	48

Общий рейтинг страны за три года улучшился на 10 пунктов, чем ниже показатель, тем лучше уровень жизни в стране по сравнению с другими странами, участвующими в рейтинге. Однако этот рейтинг составляется относительно других стран и повышение этого показателя не означает, что уровень жизни в стране улучшился, так как, скорее всего, снизились показатели других стран. Ведь большая часть показателей РФ осталась на прежнем уровне или изменилась на незначительное количество пунктов. Наиболее положительным оказалось изменение показателей безопасность и социальный капитал, за три года улучшения составили 17 и 36 пунктов соответственно. Наиболее худший результат наблюдается в изменении показателя экономики – понижение на 33 пункта.

Технические факторы

Главная задача POS-кредитов — быстрое насыщение рынка и накопление клиентской базы для дальнейших кросс-продаж банковских продуктов.

POS-портфель можно характеризовать:

- коротким сроком (10–12 мес.);
- небольшой средней суммой (18–21 тыс. рублей);
- высокой ставкой (до 70% без учета страховых продуктов);
- высоким кредитным риском (12%);
- высокими расходами (персонал, комиссии торговым сетям, операционные и прочие расходы, связанные с большим количеством географически удаленных, отдельно стоящих POS-точек, проч.)

⁶ www.nacfin.ru

Остановимся на последнем пункте – характеристике, так как именно высокие расходы на организацию деятельности являются одной из главных причин высоких процентных ставок, после кредитного риска. Банки, работающие на рынке POS – кредитования, сотрудничают с большим количеством торговых точек, и практически в каждой торговой точке присутствует кредитный специалист от каждого банка с оборудованным для работы местом (стол, стул, компьютер, принтер, ксерокс, интернет). Кредитный специалист получает месячный оклад примерно равный 10 тысячам рублей плюс процент от продаж, месячный оклад у разных банков может разниться, например в ОАО «ОТП Банк» он составляет 17 тысяч рублей. В итоге каждая точка продаж обходится банку немалыми затратами.

Тем временем федеральная розничная сеть «Связной», специализирующаяся на продаже услуг сотовых операторов, персональных средств связи, аксессуаров, портативной цифровой аудио- и фототехники, использует очень практичный вариант продажи своих товаров в кредит, сотрудничая с основными банками на рынке потребительского кредитования. Компания разработала программное обеспечение, благодаря которому банкам нет необходимости содержать место кредитного специалиста непосредственно в точках продаж магазина «Связной». Программное обеспечение включает в себя базу банковских продуктов. Подобное программное обеспечение может существенно сократить расходы банков на организацию продаж потребительских кредитов в торговых сетях, поскольку человеческий фактор – наличие представителя от каждого банка, совсем необязателен при использовании современных технологий.

Из данных PEST – анализа можно выделить положительные и отрицательные факторы, которые могут повлиять на рынок POS – кредитования и соответственно на деятельность банков, потребительское кредитование которых является главным стратегическим направлением.

Положительные:

1) Уровень заработной платы и покупательская способность

Общий уровень заработной платы по России растёт с каждым годом быстрее официального роста инфляции. Коэффициент покупательской способности населения увеличился почти на 0,4 пункта, что является благоприятным фактором как для банков, так и для экономической системы страны в целом.

2) Изменение и адаптация новых технологий

Разработка и изменение существующих методов в организации оформления и выдачи кредитов может значительно снизить издержки банка.

Отрицательные:

1) Ужесточение госконтроля за банковской деятельностью.

Самым главным нововведением является внедрение “Базеля III”.

Конечно, в целом данное изменение является положительным вектором к стабильной финансовой системе страны, однако при внедрении данные нововведения могут вызвать осложнения у банков, в результате чего это может негативно сказаться на ценах на банковские продукты и услуги.

2) Ставка рефинансирования

Исходя из данных относительно темпов роста инфляции, которая увеличилась за 2012 год на 1% по сравнению с предыдущим годом и продолжает дальше расти, скорее всего, ставка рефинансирования поднимется ещё 0,25 пункта и составит 8,5%.

3) Формирование потребительских предпочтений, их изменение и возможного спроса, активность потребителей.

Спрос на потребительское кредитование непосредственно в точках продаж в последнее время уменьшается, эксперты обуславливают это тем, что население, становясь более финансово-грамотным, отдаёт предпочтение кредитам наличными и кредитным картам, так как данный вид банковских продуктов характеризуется меньшими процентными ставками и неограниченностью сферы использования.

Данные результаты вполне закономерны. Спрос на потребительское кредитование в точках продаж падает, соответственно необходимо в первую очередь работать над новыми направлениями.

Торопова А. М.

студент гр. СКСиТ-51

Васенин Д.Н., кандидат экономических наук

ПГТУ, Йошкар-Ола, Россия

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ КАК ОДИН ИЗ МЕХАНИЗМОВ ПОВЫШЕНИЯ ЛОЯЛЬНОСТИ КЛИЕНТОВ НА ПРИМЕРЕ КАФЕ «КУТЕЖЬ»

Сегодня в условиях нарастающей конкуренции практически невозможно успешное функционирование ресторанно-развлекательного бизнеса без обеспечения и поддержки системы лояльности гостей. На степень постоянства гостей влияет множество факторов, одним из которых является фирменный стиль предприятия.

Создание фирменного стиля кафе – это сложный и многогранный процесс. Он включает в себя и дизайн интерьера, и концепцию меню, и рекламную кампанию, и гостеприимство, и творчество повара, выкладывающего и оформляющего блюдо, и соблюдение стандартов обслуживания, и дружественную, а не вымученную или снисходительную улыбку официанта, и многое, многое другое. Это комплекс мер,

начинающийся с качества закупаемых продуктов для приготовления блюд и заканчивающийся качеством униформы персонала [1,268].

Фирменный стиль, как правило, отражает идеологию компании и ее подход к бизнесу. Создавая фирменный стиль, всегда следует помнить о том, какое впечатление он должен производить [2,5].

Конечно, любому гостю будет приятно приходить в уникальное по своему стилю кафе, которое бы выгодно отличалось от других кафе в городе. При этом особенным должен быть не только интерьер, но и меню, предлагаемые и особым образом оформленные блюда, и униформа официантов. Также немаловажную роль играют символика и логотипы кафе, которым следует уделить особое внимание.

Как было выяснено в ходе социологического опроса, проведенного среди посетителей кафе «Кутежъ», большинство опрошенных считает, что униформа персонала очень мало соответствует концепции кафе-трактира, а в интерьер следует добавить больше характерных для трактира деталей. Поэтому первым шагом в совершенствовании фирменного стиля будет корректировка интерьера и униформы официантов. В интерьер кафе следует добавить характерные для трактира в русском стиле детали – муляжи каких-либо блюд, пивных бочонков, сундуки... Униформу официантов следует сделать более заметной и яркой. Например – белый верх и красный низ, белоснежные фартуки с вышивкой и логотипами кафе.

В ходе опроса также выяснилось, что, по мнению посетителей, меню мало соответствует основной идее кафе. В нем очень мало традиционных для трактира блюд и закусок. Внешний вид меню также можно будет изменить и вместо черной папки преподносить его в виде свитка из бумаги, расписанной под старину. Под названием каждого блюда следует добавить его описание или историю создания. Вместе с меню можно также преподносить посетителям бесплатные закуски из соленых овощей (огурцы, помидоры, квашеная капуста и т.д.). А по праздничным дням бесплатно предлагать кружку кваса. Интересным решением будет предлагать клиентам кафе не только традиционные русские блюда и закуски, но также блюда украинской и белорусской кухонь.

Еще одним немаловажным фактором в системе повышения лояльности клиентов является дисконтная система, которая также будет отражать фирменный стиль предприятия.

В ходе исследования было также выяснено, что кафе «Кутежъ» не известно в широких кругах и не пользуется популярностью даже среди посетителей бильярдной «Золотой Кий», которая находится в этом же здании и является частью развлекательного комплекса. Кроме того, большинство опрошенных игроков бильярдной ответили, что если бы для них существовали специальные акции и предложения, то они бы с удовольствием увеличили число посещений кафе. Поэтому, чтобы повысить популярность и узнаваемость кафе, следует разработать акции и

специальную систему скидок для клиентов бильярдного клуба «Золотой Кий», Например, возможность накапливать бонусы на клубную карту игрока. К примеру, чем больше будет заказ в кафе, тем больше бесплатного времени будет добавляться на карту. И, наоборот, чем больше времени игроки проведут в бильярдной, тем выше у них будет скидка в кафе «Кутеж».

Для игроков бильярдного клуба также можно разработать меню по специальным ценам. Например, акция: закажи на сумму от 500 рублей и получи дополнительный час игры, или 2 часа игры в бильярдной = бесплатная кружка пива в кафе; для всех игроков «Золотого Кия» скидка на ассортимент кафе 10 процентов, а для владельцев клубной карты 15 процентов.

Также акции следует проводить не только для игроков бильярдного клуба, но и для обычных посетителей кафе «Кутеж». Например: сделай заказ на сумму от 500 рублей и получи чайник чая в подарок. Закажи 4 кружки пива и получи к ним сухарик/чипсы/сушеные кальмары бесплатно. При заказе от 1000 рублей на одного человека и выше – в подарок фирменный сувенир (ручка, кепка, кружка...).

Особое внимание необходимо уделить символике и фирменным сувенирам кафе. Фирменные вещи всегда приятно получать. Даже за пределами кафе клиент будет помнить о нем и о своей причастности к нему, глядя на какой-то фирменный сувенир, подаренный ему.

Таким образом, можно сделать вывод, что успешное создание полноценного образа кафе со своим уникальным фирменным стилем, способно не только привлечь новых клиентов, но и сделать их лояльными, что является несомненной удачей и преимуществом любого кафе в условиях современной конкурентной среды.

Использованные источники:

1. Сирый, В.К. Ресторанный бизнес: управляем профессионально и эффективно [Текст]: Полное практическое руководство / В.К. Сирый — М.: Эксмо, 2008. — 352 с.
2. Скараманга, В.П. Фирменный стиль в гостеприимстве [Текст]: Учебное пособие / В.П. Скараманга — М.: Финансы и статистика, 2005. — 65 с.

Трескова Т.В., к.э.н., доцент кафедры «Финансы и кредит»

Михайловский И.И.

студент 5 курса

экономического факультета

*ФБГОУ ВПО «Ульяновская государственная
сельскохозяйственная академия им. П.А. Столыпина»*

Россия, г. Ульяновск

НАЛОГОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ КАК СОСТАВНАЯ ЧАСТЬ ФИНАНСОВОГО УПРАВЛЕНИЯ

Налоговое планирование является важнейшей составной частью современной экономической науки. Налоговое планирование – это взаимосвязанная научная и практическая деятельность людей, предметом изучения которой, выступает система отношений между государством и налогоплательщиками. Внутрихозяйственное налоговое планирование заключается в определении минимального воздействия налоговых платежей для достижения будущего желаемого результата.

Основной целью в организации налогового планирования на предприятии является оптимизация налоговых платежей. Под налоговой оптимизацией принято понимать уменьшение размера налоговых обязательств посредством целенаправленных правомерных действий налогоплательщика, включающих в себя полное использование всех предоставленных законодательных льгот, налоговых освобождений и других законных преимуществ. Иначе говоря, это организация деятельности экономического субъекта, при которой налоговые платежи сводятся к минимуму на законных основаниях, без нарушения норм налогового и уголовного законодательства. Таким образом, для оптимизации налоговых платежей, а также снижения задолженности перед бюджетом и приведения ее к нулю, в сельскохозяйственных предприятиях необходимо осуществлять управление налоговыми платежами, через использование методов, элементов, принципов налогового планирования.

В зависимости от поставленных целей налоговое планирование может осуществляться различными методами. Методы налогового планирования – это конкретные способы и приемы плановых расчетов. Планирование налогов производится в общем контексте финансовой деятельности и осуществления с помощью нескольких методов. К ним относятся:

1) расчетно – аналитический. Его содержание заключается в том, что на основе анализа величины налоговых платежей за прошлые налоговые периоды прогнозируется их величина на будущий год.

2) нормативный метод. Его содержание сводится к тому, что на основе заранее установленных норм и нормативов определяется потребность предприятия в финансовых ресурсах и источниках их образования, для выполнения налоговых обязательств.

3) следующим по сложности является метод оптимизации налоговых плановых решений. Его содержание сводится к составлению нескольких вариантов плановых расчетов, чтобы выбрать из них наиболее оптимальный. При этом могут применяться различные критерии выбора, этот метод требует наличие на предприятии серьезной информационно – аналитической базы по налогам.

4) экономико-математическое моделирование в том, что оно позволяет определять количественные выражения взаимосвязи между налоговыми платежами и факторами, влияющих на их величину.

Применение нормативного метода в сельскохозяйственных предприятиях является наиболее целесообразным, так как на основе планирования доходов и затрат, предприятие сможет заранее спланировать какие источники будут направлены на их погашение.

Налоговое планирование на предприятии может осуществляться в трех формах:

1. Выделенным работником бухгалтерским или финансовым отделом для проведения мониторинга налоговых вопросов;

2. Силами специализированного отдела для проведения налогового планирования и текущего финансового контроля над налоговыми обязательствами;

3. Привлечение внешних консультантов для налоговой экспертизы новых проектов контроля по текущим налоговым платежам вплоть до составления налоговой отчетности и предоставления ее в налоговый орган.

В большинстве сельскохозяйственных предприятий необходимо использовать 1 или 3 форму налогового планирования. Так как данное предприятие является не большим по своим размерам, и создание специального отдела, который бы отслеживал все начисления, и платежи в бюджет, является не целесообразным. Что касается выбора между 1 и 3 формой, то это зависит от того имеется ли на предприятии работник, который имеет достаточный объем знаний и опыта в сфере налогообложения, и сможет справиться с поставленными перед ним задачами.

Этот момент является очень важным при проведении налогового планирования в сельскохозяйственных предприятиях, так как это один из важнейших его принципов – рациональная организация труда.

Все это также говорит о требовании высокой подготовки кадров в вопросах налогового планирования. Поэтому, все-таки, наиболее целесообразнее привлекать налоговых консультантов со стороны. Это позволит улучшить состояние расчетов с бюджетом, и сэкономить на затратах по организации мероприятий налогового планирования непосредственно внутри предприятия.

Важнейшим элементом налогового планирования является разработка учетной политики для целей налогообложения. Понятие

«учетная политика для целей налогообложения» дано в п. 2 НК РФ Российской Федерации, согласно которому это выбранная налогоплательщиком совокупность допускаемых настоящим Кодексом способов определения доходов и (или) расходов, их признания, оценки и распределения, а также учета иных необходимых для целей налогообложения показателей финансово – хозяйственной деятельности налогоплательщика. Учетная политика для целей налогообложения может приниматься как с учетной политикой для бухгалтерского учета, так и по отдельным документам. Целесообразнее принять ее отдельным признаком – в таком случае будет проще вносить корректировки в случае их необходимости.

Сельскохозяйственным предприятием ООО «СПК Барановский» предоставлена, утвержденная руководителем учетная политика для целей налогообложения. Ознакомившись, с которой, можно сделать вывод том, что она существует, но совершенно не имеет никакого отношения к системе налогообложения применяемой анализируемой организацией.

1. Согласно учетной политики ООО «СПК Барановский» является плательщиком налога на имущество предприятий, в действительности оно не является плательщиком данного налога, так как находится на уплате единого сельскохозяйственного налога.

2. Учет доходов и расходов, согласно учетной политики, осуществляется для целей налогообложения прибыли.

3. В данном документе при рассмотрении различных операций, ссылаются на применение налога на прибыль, который также не уплачивается организацией.

4. В составе расходов учитывается сумма начисленной амортизации. При применении единого сельскохозяйственного налога, в состав расходов включается сумма в объеме стоимости основных средств.

5. При определении размера материальных расходов при списании сырья и материалов, используемых в производстве товаров (выполнении работ, оказания услуг), согласно учетной политики, применяется метод оценки по средней стоимости. Но в процессе своей деятельности, анализируемое предприятие учитывает данный вид расходов по первоначальной стоимости, то есть по цене приобретения.

Таким образом, налоговый учет ведется, а методы и способы его ведения не прописаны в учетной политике. Формально это означает, что затраты по не определенным в учетной политике расходам, предполагающим вариантность учета, не могут быть приняты.

Также, учетная политика для целей налогообложения должна разрабатываться ежегодно. Данный документ в СПК существует с 2005 года, далее он ни разу не изменялся и не корректировался. Учетная политика, разработанная в 2005 году «автоматом» переносится на 2010 и 2011 года, путем простейшего исправления дат. Таким образом, в ООО

«СПК Барановский» не придает должного значения организации учетной политики, и совершенно напрасно. При грамотном применении данного инструмента можно оптимизировать налоговую нагрузку. Подобная ситуация встречается на большинстве сельскохозяйственных предприятиях.

Предприятию ООО «СПК Барановский» в частности и в целом сельскохозяйственным предприятиям рекомендуется разрабатывать механизм нормативного налогового планирования, который включает в себя ряд этапов:

1. Сначала прогнозируется выручка от реализации, которая определяется исходя из намечаемого объема продаж и планируемых цен.

2. Планируются затраты на производство и реализацию продукции:

а) при определении численности работников определяется их фонд оплаты труда, который является объектом обложения ЕСН, НДФЛ;

б) при определении потребности в полученных материальных ресурсах, особое внимание следует обратить на необходимость соблюдения условий, позволяющих предъявить к зачету НДС и акциз уплаченный поставщикам. Это позволит в первую очередь существенно снизить стоимость приобретенных ресурсов;

в) в зависимости от количества, имеющихся и приобретенной техники, определяется размер транспортного налога;

г) в зависимости от кадастровой цены земли определяется размер земельного налога.

3. Прогнозируется финансовый результат от реализации при обложении единым сельскохозяйственным налогом и не облагаемый ЕСХН.

4. Определяется финансовый результат от реализации не используемых, списанных основных фондов и прочих активов.

5. Прогнозируются доходы и расходы от внереализационных и операционных операций. Весь объем доходов и расходов спланировать на предприятии невозможно. В основном определяются доходы от долевого участия в деятельности других предприятий, доходы от предоставления имущества в аренду. Расходы по содержанию законсервированных помещений.

Так же предприятию хотелось бы предложить приобрести программу СБиС++, в отличие от большинства аналогичных программ, не просто программа для отправки уже сформированных отчетов. СБиС++ - это полноценная система для управления регламентированной отчетностью, с использованием этой программы можно в удобном виде создавать и заполнять налоговые декларации, получить мощные средства по проверке и анализу отчетности, а также можно отправлять подготовленные отчеты в налоговые органы буквально нажатием одной кнопки.

состояния. Комплексный показатель удобен для оценки, так как однозначно отвечает на вопрос, соответствует ему предприятие или нет.

По результатам обработки оформляется отчет с таблицами, графиками и диаграммами, которые с одного взгляда позволяют:

- выявить проблемные показатели.
- увидеть тенденции их изменения.

Понять какое влияние они оказывают на состояние предприятия.



Рисунок 2 – Анализ финансового состояния предприятия

Финансовые коэффициенты служат своего рода сигналами о тех или иных изменениях в финансовом состоянии предприятия. Они дают возможность определить направление для проведения дальнейшего, более глубокого анализа, особенно, если речь идет о внутреннем анализе. Если для внешнего анализа достаточно рассмотрения предприятия в целом, то для внутреннего анализа практически всегда необходимо углубиться до анализа отдельных направлений, подразделений, видов продукции.

Учитывая специфику аграрного производства, налоговые органы от находятся на расстоянии не менее 25 км, соответственно организация может сэкономить на проезде в МРИФНС №6, т.к. по данной программе возможна не только сдача налоговых деклараций, но и отправка любых запросов и ответов. Так как на анализируемом предприятии присутствует минимальная разница между финансовыми результатами двух систем налогообложения, поэтому необходимо постоянно проводить сравнение двух данных систем, что позволяет данная программа.

Таким образом, предложенные мероприятия позволят улучшить в ООО СПК «Барановский» и в целом в аграрных предприятиях организацию расчетов с бюджетом по налогам, позволит оптимизировать налоговые платежи на предприятии, и еще в большей мере улучшить его финансовое состояние.

Уварова И. А.
студент экономического факультета
Ермошина Т. В., кандидат экономических наук, доцент
кафедры налоги и налогообложение
НИ МГУ им. Н.П. Огарева
Россия, г. Саранск

КОММЕРЧЕСКИЙ БАНК, КАК ИНСТИТУТ ИНВЕСТИЦИОННОЙ СФЕРЫ ЭКОНОМИКИ

Выбор нового экономического пути Россией на ближайшие годы обусловил необходимость кардинальных преобразований в инвестиционной сфере, основной идеей которых является замена централизованного инвестирования экономики на рыночные формы. В настоящее время основными направлениями участия коммерческих банков в инвестиционной деятельности являются: осуществление собственных инвестиций за счет свободных денежных средств, доверительное управление ресурсами, осуществление операций, связанных с государственными инвестиционными ресурсами, привлечение инвестиций иностранных субъектов экономики.

Государство активно занимается стимулированием увеличения частных инвестиций в общем объеме финансирования экономики России, поиск новых и стабильных участников инвестиционной деятельности заставляет обратить внимание на коммерческие банки. В сравнении с другими субъектами экономики именно они, как финансовые посредники, аккумулируют огромный денежный капитал, обладая самыми крупными свободными денежными ресурсами в стране.

В общем смысле к инвестиционной деятельности банков относятся вложения на срок в целях получения прибыли, с этой точки зрения активные операции банков можно рассматривать как инвестиции. Поэтому, только те операции когда банки выступают в роли «инициаторов» (в отличие от кредитных операций, где инициатива исходит со стороны заемщика) называют инвестиционными банковскими операциями. Таким образом, аккумуляция банками средств на инвестиционные цели и предоставления займов инвестиционного характера, тоже относится к инвестиционной деятельности.

Обычно коммерческий банк, стремясь к диверсификации вложений и максимизации прибыли, отдает предпочтение краткосрочным и более мелким проектам (кредитование), а высокие ставки процента или сложные условия договоров отпугивают клиентов, поэтому кредиты на инвестиционные цели не пользуются особой популярностью. В тоже время как инвестиционные программы в которых участвуют крупные коммерческие банки пользуются большим спросом и являются эффективными, они включают в себя проектное финансирование,

андеррайтинг, привлечение финансирования, инвестиционное консультирование и т.д.

Одно из наиболее серьезных и актуальных препятствий, которое сегодня пытаются преодолеть многие средние и мелкие российские организации - это по-прежнему отсутствие финансирования проектов и программ развития, реализуемых ими. Не все организации имеют возможность осуществлять финансирование своей деятельности (ее расширение и совершенствование) используя только собственные ресурсы. В связи с этим появляется острая необходимость поиска внешних источников (помимо банковских кредитов), которые организация смогла бы направить на реализацию различных коммерческих идей, например, для того чтобы обновить производственные фонды, диверсифицировать производство, закупить современные технологии, внедрить различные инновации в производство.

Конечно, есть много различных способов, пользуясь которыми возможно найти решение данной проблемы, однако одними из наиболее перспективных форм вложения денежных средств является инвестиционное (кредитование и проектное) финансирование осуществляемое коммерческими банками. Эти два вида долгосрочного инвестирования широко распространены в зарубежных странах.

Очень важно, что инвестиции коммерческих банков позволят развиваться вновь созданным организациям, так как именно они остро нуждаются в финансировании на начальном этапе. Окупаются такие инвестиции только за счет положительного результата хозяйственной деятельности в будущем, вследствие чего финансировать банки будут только рентабельный бизнес и перспективные проекты в долгосрочном плане.

Инвестирование как банковская услуга включает не только вложения в проекты регионального и государственного уровней, но и предусматривает участие российских банков в международных масштабных кампаниях, что в будущем сможет увеличить их устойчивость и повысить конкурентоспособность коммерческих банков России на международной арене.

При реализации проектов, особенно крупномасштабных, могут быть вовлечены дополнительные агенты (участники): инициаторы проекта, проектная компания, кредиторы (банк, несколько банков), подрядчики (генеральный подрядчик, субподрядчики), консультанты, компания, которая управляет объектом инвестиционной деятельности, банки-гаранты, страховые компании, институциональные инвесторы (приобретающие акции и другие ценные бумаги, эмитируемые проектной компанией), поставщики оборудования, покупатели товаров и услуг, другие и участники. Активизация деятельности вышеперечисленных субъектов позволит совершенствовать качество предоставляемых услуг на

рынке инвестиций и наращивать их объемы, а так же увеличит загрузку производственных, денежных и трудовых ресурсов в стране, что благоприятно отразится на общей экономической ситуации.

Таким образом, процесс постепенного вовлечения коммерческих банков в инвестиционную сферу экономики будет сопровождаться, помимо увеличения темпов роста всей экономики, еще и налаживанием механизма саморегуляции рынка инвестиций, что позволит отбирать наиболее эффективные проекты и гармонично развиваться.

Еще один плюс, того что коммерческие банки занимаются инвестиционной деятельностью, является то, что у них, в отличие от других субъектов экономики, есть возможность использовать различные формы рефинансирования, что способствует временной компенсации оттока ликвидности, который возникает в связи с осуществлением денежных вложений (выпуск облигаций с ипотечным покрытием, получение кредитов Банка России и др.).

В заключении необходимо еще раз отметить, что развитие инвестиционной деятельности коммерческих банков необходимо все большему и большему количеству предприятий, которые нуждаются в долгосрочном финансировании своих проектов и идей. Важно отметить, что инвестиции банков, в отличии от кредитов, направляются не на покупку, например, оборотных средств, а на финансирование стратегических целей. Поэтому возврат вложенных денежных средств осуществится через сравнительно длительный интервал времени.

В настоящее время наблюдается острая конкуренция в банковском секторе. Преимущество имеет тот банк, который способен в максимальной степени удовлетворить потребности своих клиентов, и при этом обеспечить себе необходимую защиту от возможных финансовых рисков (в том числе за счет хорошо отработанной технологии предоставления услуги). Очевидно, что те коммерческие банки, которые развивают инвестиционную деятельность, в будущем займут лидирующее положение на финансовом рынке банковских услуг, т.к. финансирование инвестиционных проектов коммерческими банками начинает играть все более и более значимую роль в функционировании как отдельных субъектов хозяйственной деятельности, так и в развитии всей экономики страны в целом.

*Угольникова Р.И.
студент V курса группы 5525
Бычкова Т.И., к.п.н., доцент кафедры
«Реклама и связи с общественностью»
Набережночелнинского филиала (института) К(П)ФУ
Россия, г. Набережные Челны*

ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА РУКОВОДИТЕЛЯ НЕКОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ СРЕДСТВАМИ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

В современных условиях трансформации российского общества имидж руководителя представляет для исследователей особый интерес. Глава районной, городской администрации является ключевой фигурой на местном уровне. Он играет огромную роль функционирования муниципального образования. Задача главы муниципального образования заключается в формировании позитивного восприятия его имиджа. Имидж создается для населения, он служит проводником между населением и властью, то есть имидж это средство воздействия на массовое сознание.

Деятельностью по формированию имиджа главы муниципального образования города Набережные Челны занимается отдел по работе со средствами массовой информации Аппарата мэра (Городского Совета). Благодаря его эффективной деятельности в городе создано единое информационное пространство, позволяющее оперативно получать любую информацию, реализовывать новые медиа-проекты. Интенсивно растет количество челнинских СМИ различных форм собственности (в 2000 году – 38, в 2004 – 55, в 2008 – 63, в 2012 – 57). В этом, несомненно, огромная заслуга руководства города.

Ведущую роль в информационном обеспечении населения и СМИ, контент которого оперативно обновляется отделом по работе со СМИ, играет официальный сайт города www.nabchelny.ru. Сегодня это полномасштабный интернет-портал с ежедневно обновляемой новостной лентой, разделами о деятельности структурных подразделений, имеющий русскую, татарскую, английскую версии. На нем за 2012 г. подготовлено и размещено более 2000 информационных сообщений и пресс-релизов. На официальном сайте города работает «интернет-приемная» мэра и депутатов, где горожане могут разместить информацию о наболевших проблемах. Ежемесячная посещаемость сайта составляет около 100 тысяч просмотров.

Пресс-служба г. Набережные Челны уже в течение 16 лет ведет ежедневный мониторинг критических материалов, вышедших в прессе, который позволяет выявлять злободневные вопросы и проблемы. Ни один критический материал не остается без внимания руководства города и благодаря этому растет доверие читателей к печатному слову. По пятницам этот мониторинг получают по электронной почте Мэр города,

руководитель Исполнительного комитета и все его заместители. Еженедельное Аппаратное совещание Мэра города начинается с обсуждения критических материалов прессы.

Для осуществления прямой связи между властью и населением задействованы следующие коммуникативные ресурсы. В Мэрии г. Набережные Челны организован зал для проведения пресс-конференций. В нем также транслируются видео-брифинги и все республиканские совещания.

Для расширения контактов с целевыми группами граждан и получения от граждан обратной связи в виде предложений, критических замечаний и жалоб налажена система взаимодействия со всеми СМИ города посредством проведения «Прямых линий» в печатных СМИ, «Прямых связей» на теле- и радиоканалах.

Мощным эффективным инструментом взаимодействия власти и населения является блог и твиттер Мэра города. С 12.04.2011 г. Мэр Набережных Челнов Василь Шайхразиев ведет аккаунт @Shaykraziev на популярном сервисе микроблогов Twitter. Такой открытый стиль управления городом накладывает особый отпечаток на взаимодействие власти и челнинцев. У микроблога В. Шайхразиева на сегодня насчитывается 5 560 читателей, а сам он за всю историю его существования написал свыше 10 тыс. сообщений [1].

Одной из форм создания позитивного общественного мнения, и формирования положительного имиджа главы муниципального образования город Набережные Челны является не только проведение традиционных коллективных праздников, но и проведение разного рода мероприятий, созданных по инициативе главы муниципального образования город Набережные Челны Шайхразиева В.Г. Например, в ходе выездного совещания по строительству и благоустройству города 11 июля 2012 г. он предложил раскрашивать пешеходные переходы в красно-белый цвет для профилактики ДТП, что в результате снизилось количество дорожно-транспортных происшествий [4].

У каждого руководителя свой стиль руководства. Для Василя Гаязовича Шайхразиева – это открытость и доступность. Эти составляющие помогают ему правильно строить отношения с окружающими, принимать решения, сделать общение с челнинцами более плотными, видеть перспективы развития города. По этой причине была открыта общественная приемная мэра [2].

19 мая 2012 года, в День молодежных организаций, Шайхразиев В.Г. запустил программу «Борьба с алкоголем» и в первую очередь начал работу по бульвару Энтузиастов, объявив его безалкогольной зоной. Также безалкогольными зонами были объявлены площадь Азатлык, карусельная и пляжные зоны города. По решению Мэра безалкогольные зоны стали бесплатными зонами Wi-Fi и проката велосипедов [5].

По инициативе Василя Шайхразиева, решившего с целью пропаганды здорового образа жизни создать благоприятную дорожную инфраструктуру для любителей велоспорта, были проложены велодорожки. Вслед за ними в городе была создана сеть пунктов проката двухколесного транспорта, часть из которых функционируют в рамках городской программы «Велосипед как общественный транспорт», инициированной компанией «Велокайф». Суть проекта заключается в том, что каждый желающий может взять велосипед в одной части города, а сдать в другой. В целом в Автограде работают 23 пункта проката велосипедов [6].

Так как в Челнах активно культивируется велоспорт, в Автограде было реализовано еще одно креативное решение Мэра города Василя Шайхразиева: на проспекте Чулман около «Лицея им.Пушкина» установили 2 необычные скульптуры велосипедов [7].

В Набережных Челнах сооружен первый скейт-парк. 23 июня 2012 г. в парке «Гренада» было торжественное открытие нового скейт-парка с участием Мэра города [8].

В. Шайхразиев предложил развивать в Автограде и такой вид спорта как скандинавская ходьба. По его инициативе 20 октября 2012 г. в Набережных Челнах состоялся первый открытый городской фестиваль по скандинавской ходьбе. Фестиваль проводился с целью привлечения горожан к регулярным занятиям физической культурой и спортом [9].

Открытие Первого Чемпионата РТ по парению вениками среди любителей состоялось также в г. Набережные Челны, так как в городе уделяется большое внимание здоровому образу жизни, занятиям физической культурой и спортом. Чемпионат по парению собрал большое количество именитых гостей, Чемпионов мира и России по парению [10].

В Набережных Челнах впервые в истории города 1 октября 2012 г. прошел Чемпионат по метанию мобильных телефонов. Инициатором проведения выступил мэр города Василь Шайхразиев. К участию в конкурсе допускались все желающие со своими старыми мобильными телефонами. Конкурс прошел в трех возрастных категориях: дети до 12 лет; юниоры от 12 до 21 года; взрослые от 21 года. Победители конкурса были награждены дипломами Мэра города, а также призами от магазина электроники «Media Markt» [11].

7 июля 2012 г. Мэр инициировал проведение городского конкурса «Забег ползунков». В соревновании приняли участие 100 самых юных спортсменов Автограда – дети от 6 месяцев до двух лет. Количество участников в возрасте от 6 месяцев до 1 года составило 30 детей, от 1 года до 1,5 лет – 40 и от 1,5 до 2-х лет – 30 [12].

Таким образом, наиболее эффективными средствами связей с общественности в формировании имиджа руководителя некоммерческой организации (главы муниципального образования) являются:

нестандартные мероприятия с информационной поддержкой СМИ, общественная приемная Мэра, Интернет-приемные для населения, официальный сайт города, блог и твиттер Мэра города, «прямые линии» в печатных СМИ, «прямые связи» на теле-радиоканалах.

Использованные источники:

1. Василь Шайхразиев: «Пиарить город — моя обязанность» [Электронный ресурс]: офиц. сайт газеты «Челнинские известия». 14.12.2012. Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.chelny-izvest.ru>
2. Деловые понедельники хозяйственных руководителей Набережных Челнов теперь можно смотреть в режиме online [Электронный ресурс]: офиц. сайт деловой электр. газеты «БИЗНЕС Online». 02.04.2012. Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.business-gazeta.ru>
3. «Деловой обед» в Автограде [Электронный ресурс]: офиц. сайт муниципального образования Набережные Челны. 19.09.2012. Электрон. дан. – Режим доступа: <http://v2.nabchelny.ru>
4. Мэр автограда Василь Шайхразиев предложил раскрашивать пешеходные переходы в красно-белый цвет для профилактики ДТП [Электронный ресурс]: офиц. сайт деловой электр. газеты «БИЗНЕС Online». 11.07.2012. Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.business-gazeta.ru>
5. Услугами беспроводного доступа к сети Интернет воспользовались около 30 тысяч челнинцев [Электронный ресурс]: офиц. сайт города Набережные Челны. 03.07.2012. Электрон. дан. – Режим доступа: <http://nabchelny.ru>
6. Жизнь - как вождение велосипеда [Электронный ресурс]: офиц. сайт муниципального образования Набережные Челны. 19.10.2012. Электрон. дан. – Режим доступа: <http://v2.nabchelny.ru>
7. И колеса у него квадратные [Электронный ресурс]: офиц. Сайт рекламно-информ. Газеты «Единство». 23.05.2012. Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.edinstvo-news.ru>
8. В Автограде сооружен первый скейт-парк [Электронный ресурс]: офиц. сайт муниципального образования Набережные Челны. 23.06.2012. Электрон. дан. – Режим доступа: http://v2.nabchelny.ru/news/s_113/p_28217/
9. В Челнах состоится фестиваль скандинавской ходьбы » [Электронный ресурс]: офиц. сайт газеты «Челнинские известия». 12.10.2012. Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.chelny-izvest.ru>
10. Шайхразиев открыл в Набережных Челнах чемпионат Татарстана по парению вениками среди любителей [Электронный ресурс]: офиц. сайт деловой электр. газеты «БИЗНЕС Online». 11.07.2012. Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.business-gazeta.ru>

11. Чемпионат по метанию мобильных телефонов состоялся [Электронный ресурс] : офиц. сайт муниципального образования Набережные Челны. 01.10.2012. Электрон. дан. – Режим доступа: <http://v2.nabchelny.ru>
12. В городе прошел конкурс «Забег ползунков» [Электронный ресурс] : офиц. сайт муниципального образования Набережные Челны. 07.07.2012. Электрон. дан. – Режим доступа: <http://v2.nabchelny.ru>

*Ураев Р.Р., кандидат социологических наук, доцент
Иванова Ю.А.
студент*

ФГБОУ ВПО «Башкирский ГАУ»

Россия, Республика Башкортостан, г.Уфа

ЭФФЕКТИВНОСТЬ МЕТОДОВ СТИМУЛИРОВАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ: СПЕЦИФИКА СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

На сегодняшний день часто поднимается вопрос необходимости повышения эффективности государственной службы. В данной ситуации нужна правильная система стимулирования государственных служащих.

Из обширного перечня имеющихся форм стимулирования деятельности чиновников можно выделить материальное (денежное и натуральное) и нематериальное; организационное и профессиональное. Следует осознавать, что данные виды стимулов заработают только в том случае, если смогут послужить мотивацией повышения качества труда государственных служащих.

Так, проводимые исследования в Австралии, Дании, Великобритании и США показали, что большую значимость для государственных служащих имеют нематериальные стимулы, а также уважение и справедливая оценка коллег [1].

В России же наблюдается иная ситуация. В первую очередь это касается взяточничества и коррупции, а также возможности обойти любой закон. Выбор между материальным и нематериальным стимулированием не стоит перед российскими чиновниками. Это объясняется низким уровнем заработной платы, а также тем, что премии и денежные дотации используются не как поощрение за хорошую работу, а как доплата к мизерному должностному окладу [2].

Стимулировать государственных служащих в сложившейся ситуации довольно сложно. Здесь как раз подтверждается теория А. Маслоу: без удовлетворения первичных потребностей воздействие на вторичные вряд ли может возыметь действие [3]. Соответственно, чтобы улучшить данное положение, необходимо повысить заработную плату российских служащих на достаточный уровень.

Также, выходом в данном случае являются реформы государственного аппарата, которые должны проводиться сегодня в России. Это должно достигаться за счет «омоложения» кадрового состава служащих, повышения и расширения их образовательного и культурного уровня. Одновременно нужно проводить работу по воспитанию служащих «в духе закона», внедрять в систему ценностей определенные моральные и нравственные принципы.

Таким образом, в данной ситуации необходимо предпринимать конкретные шаги, а именно:

- воспитание чиновников в духе следования закону;
- изменение состава и структуры государственных служащих;
- установление высокой, но не завышенной заработной платы;
- выявление ценностей и приоритетов государственных служащих;
- проведение систематических и комплексных исследований предпочитаемых чиновниками видов стимулирования.

Использованные источники:

- 1 Вопросы эффективности современных методов стимулирования государственных служащих [Текст]: / В.В. Ладыгин // Государственная власть и местное самоуправление – 2012. – № 4. – С. 16 – 27
- 2 Особенности применения методов стимулирования персонала в сфере государственного управления [Текст]: / В.А. Гайворонюк // Вопросы государственного и муниципального управления – 2011. – № 8. – С. 43 – 46
- 3 Маслоу, А.Г. Мотивация и личность [Текст]: пер. с англ. – 3-е изд. – СПб: Питер., 2003 г.- 392с.

*Усова Н.С.
студент 5 курса
Галимуллина Г.Т.*

*Филиал Казанского (Приволжского)
федерального университета,
Россия, г. Набережные Челны
Научный руководитель
Комадорова И.В. профессор д.ф.н.,*

АСПЕКТЫ СИСТЕМЫ СБЫТА РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

В научной литературе рекламный продукт рассматривается авторами с разных точек зрения. Например, Скопин А.А. рассматривает понятие рекламный продукт (РП) как совокупность продуктов рекламной деятельности, рекламных материалов, носителей рекламных обращений, которые используются в осуществлении процесса воздействия на целевую аудиторию (ЦА) [9, с.58].

А.Н. Мудров рассматривает рекламный продукт в разрезе рекламной коммуникационной системы (РКС) (рис. 1.1.1), которая дает полное

представление об основных субъектах, действующих на рекламном рынке, их взаимосвязи [6, с.64].

Выделяют три системообразующих элемента РКС.

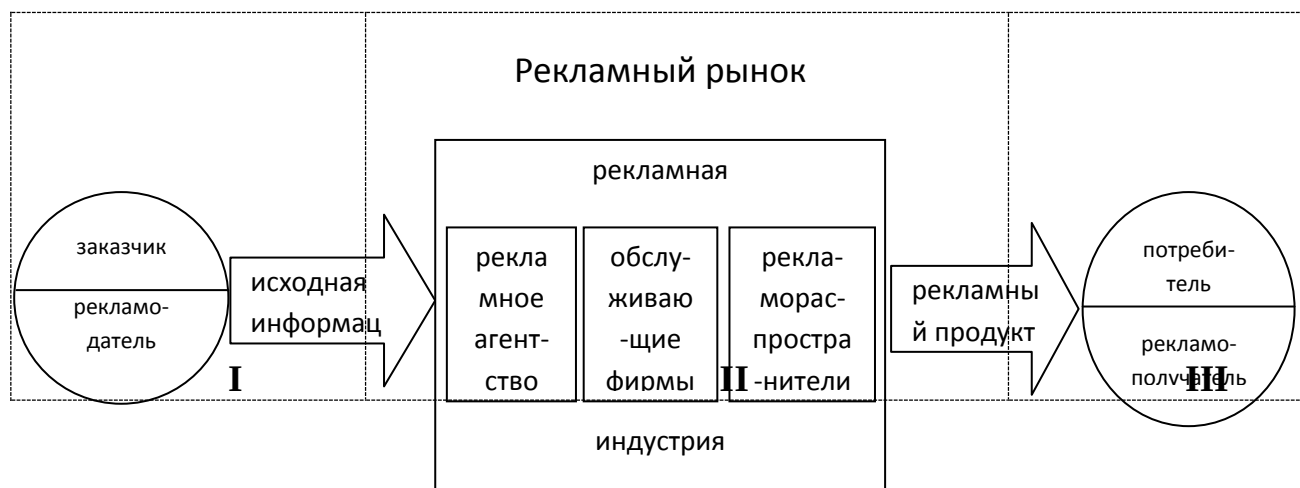
I. Заказчики рекламы (рекламодатель, спонсор): все субъекты рынка, которые готовы давать заказ на изготовление рекламного продукта и нести расходы по его созданию.

II. Рекламная индустрия. Понятие рекламной индустрии включает рекламопроизводителей (творческие, исследовательские, производственные фирмы), результатом работы которых является рекламный продукт, и рекламораспространителей (размещающие и коммуникационные фирмы), которым этот продукт передается для размещения в СМИ, чтобы донести его до рекламопотребителя.

III. Получатели рекламы (рекламополучатели): все потребители товаров/услуг, относящиеся к различным целевым группам.

Таким образом, рекламный продукт - это рекламное обращение, готовое для передачи по каналам распространения рекламы [6, с.65], связующее звено между рекламопроизводителями, рекламораспространителями и потребителями рекламы.

Романов А.А., Поляков В.А и Васильев Г.А. считают, что важнейшей структурой в системе рекламной индустрии является рекламное агентство. Именно оно – стержень всей работы в сфере рекламной деятельности. От его плодотворности и профессионального умения построить работу рекламодателя с подрядчиками и потребителями в значительной степени



зависит, успешным ли будет продвижение товара на рынок, и как он будет чувствовать себя среди конкурентов. Таким образом, рекламное агентство

— основной элемент рекламного рынка, без которого никогда бы не был создан рекламный продукт. [8, с.153] Отсюда следует, что рекламный продукт — это товар рекламной индустрии.

Авторы считают, что виды рекламных продуктов и услуг можно рассматривать в следующих разрезах:

- результаты творческих рекламных разработок;
- технологические разновидности рекламного продукта;
- организационно-управленческие элементы рекламного продукта;
- собственно рекламные услуги. [8, с.155]

К результатам творческих разработок в первую очередь, можно отнести: фирменное наименование и логотип, товарные знаки (знаки обслуживания), бренды товаров, их производителей и продавцов, внешнее оформление (наружной рекламы, витрин и пр.), рекламные стратегии, кампании и концепции рекламного продвижения продукции, сценарии рекламных сообщений, графические и текстовые параметры рекламной информации, упаковка, этикетки, ярлыки, POS материалы, сувенирную продукцию и др.

Технологические разновидности рекламного продукта: методики, модели и формулы, пакеты технических услуг и источники снабжения организаций рекламной индустрии, формы и размеры рекламной продукции, процедуры приобретения собственности, патенты, технологические процессы создания рекламы, технологии дизайна, обмен техническим опытом создания продукции, технологии и методики обучения специалистов рекламных служб и агентств, технологическая модернизация используемого оборудования, методики научных изысканий, технические и оценочные данные, результаты маркетинговых и рекламных исследований, методики тестирования рекламы, базы данных, рассылочные списки. [8, с.156]

Комплекс рекламных услуг, включает в себя услуги размещения рекламы, научные, технологические, консалтинговые и образовательные рекламные услуги. Особым видом услуг считается создание и продажа рекламоносителей (эфирного времени, рекламных площадей, тиражей и рекламных поверхностей разного формата). Решающим условием для этого вида продукции выступает наличие системы медиаизмерений, производящей и продающей систему рейтингов, а в качестве конечных продуктов выступают планы размещения и сетки трансляции (вещания) рекламных обращений в рекламных паузах, а также системы размещения адресных программ, форматов сообщений и обоснование периодичности печати различных рекламных модулей.

Продуктом рекламного консалтинга выступают концептуальные описания и проекты решения организационно-технологических и творческих проблем различных видов рекламной деятельности. Сегодня многие национальные ассоциации рекламных агентств выступают как

инициаторы или учредители специализированных профессиональных учебных заведений для подготовки, переподготовки и повышения квалификации работников в сфере рекламной деятельности.

Обобщая сказанное, можно определить рекламный продукт как практический результат реализации креативной, технологической или организационно-управленческой компоненты рекламной деятельности, используемый для удовлетворения общественных потребностей в рекламе.

Рекламные продукты могут классифицироваться на тиражируемые, являющиеся объектом массового и серийного производства (рекламные сообщения), и индивидуальные (технологии и концепции, разрабатываемые для потребностей конкретного рекламодателя). [7]

Жизненный цикл создания и продвижения рекламного продукта идентичен жизненному циклу товара и чаще всего включает в себя этапы: научных исследований и опытных разработок, внедрения, эффективной реализации (роста и зрелости), насыщения и ухода с рынка. [7]

Таким образом, мы рассмотрели понятие рекламный продукт с трех точек зрения каждая из которых не противоречит друг другу, а лишь дополняет. Все рассмотренные авторы считают невозможность создания рекламного продукта без рекламного агентства, но каждый из авторов отводит ему разное место и значение.

Организация сбыта рекламной продукции и рекламных услуг является одним из наиболее сложных элементов среди остальных составляющих комплекса маркетинга. В данном сегменте экономики имеются собственные отличные от присущих традиционному, вертикальному, многоканальному маркетингу особенности, которые существенно влияют на выбор каналов сбыта [11].

Во-первых, дело в индивидуальности многих видов продукции и услуг, предлагаемых на рекламном рынке, что требует тесного взаимодействия между заказчиком и исполнителем. Часто возникает объективная необходимость прямого (без посредников) контакта между рекламодателем и РА [11].

Во-вторых, в рамках рекламного рынка при организации сбыта продукции и услуг объективно часто возникает противоречие. Дело в том, что значительная часть рекламной продукции и рекламных услуг, с одной стороны, являются сугубо индивидуальными, но с другой – они требуются большому количеству рекламодателей; т.е. одновременно и индивидуальными и массовыми они быть не могут, так как это совершенно разные каналы сбыта [11].

В-третьих, рекламный бизнес относится к той части предпринимательства, которая ориентирована не на частных потребителей, а на корпоративных – т.е. это не В2С, а В2В схема и производителю чаще всего приходится «ходить за клиентом» [11].

В-четвертых, вступая в контакт с потенциальным заказчиком, РА,

как правило, предлагает не готовую продукцию, а услуги, в результате оказания которых рекламодатель в будущем получит продукт. РА организывает сбыт еще не имеющегося товара [11].

В-пятых, отдельные элементы рекламной кампании, необходимые для ее успешного проведения (разработка стратегии, создание рекламной продукции и размещение рекламы) могут разрабатываться и реализовываться либо одной структурой, либо несколькими. И выбор варианта делает рекламодатель. Естественно, все это существенно усложняет формирование полноценной сбытовой системы [11].

Можно выделить две основных разновидности каналов сбыта продукции рекламного агентства (РА):

1. Прямой контакт, схема которого представлена на рисунке 1.2.1:

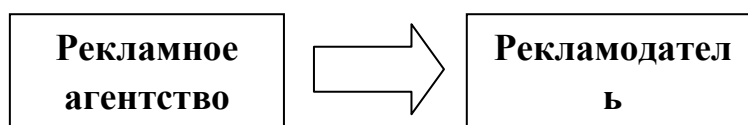


Рис. 1.2.1. Канал сбыта рекламной продукции «прямой контакт»

2. Опосредованный контакт, схема представлена на рисунке 1.2.2:

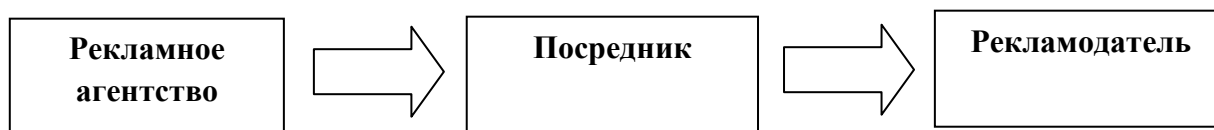


Рис. 1.2.2. Канал сбыта рекламной продукции «опосредованный контакт»

В первом случае услуги и продукты рекламного агентства продаются через систему штатных сотрудников агентов или менеджеров по продажам.

Во втором случае в качестве посредников выступают медиабайеры и медиаселлеры.

Медиабайеры - субъект рекламного рынка, который зарабатывает на закупке и перепродаже рекламного пространства. Чем дешевле закупит байер рекламное пространство и чем дороже он его продаст, тем эффективнее его рекламная деятельность. Также медиабайеры оказывают услуги по медиапланированию [2, с.250].

Медиаселлеры продают рекламные возможности от имени и по поручению определенного средства распространения рекламной информации. Существует три основных системы вознаграждения селлеров:

1. фиксированная;
2. комиссионная;
3. комбинированная [2, с.251].

Обобщая все вышесказанное, можно сделать вывод, что сложность сбыта рекламной продукции и рекламных услуг обусловлена рядом причин, связанных со спецификой данного элемента в системе комплекса маркетинга. Но, несмотря на это выделяют две основные разновидности каналов сбыта продукции рекламного агентства: прямой и опосредованный контакт.

Использованные источники:

1. Веселов С.В. Маркетинг в рекламе. Часть I. Рекламный рынок и его изменения.: – Межд.Ин-Т Р, 2007. – 316 с.
2. Мудров А.Н. Основы рекламы Изд. 2-е. доп. и перераб. – М.: Магистр, 2008. — 397 с.
3. Овчинникова Н.Н. Рекламное дело. – М.: Дашков и Ко, 2009. – 256 с.
4. Романов А. А., Васильев Г. А., Поляков В. А. Разработка рекламного продукта: Учебное пособие. – М.: Инфа-М, 2010. – 256 с.
5. Скопин А.А. Разработка и технологии производства рекламного продукта. – Ярославль.: Издательство «Ремдер», 2009. – 118 с.
6. «Сайт маркетинг в рекламной деятельности» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://nebovoblakah.narod.ru>

*Усова Н.С.
студент 5 курса
Галимуллина Г.Т.
студент 5 курса
Филиал Казанского (Приволжского)
федерального университета,
Россия, г. Набережные Челны
Научный руководитель
Машикова Е.В., к.э.н.*

БРЕНД ГОРОДА КАК ЭЛЕМЕНТ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА И ЛОЯЛЬНОСТИ ЖИТЕЛЕЙ

В современной литературе понятие «бренд города» рассматривается авторами с разных точек зрения. Например, А. Стась считает, что «Бренд территории – это в первую очередь сильная идея. Брендинг ничего не производит, его задача производить хорошее впечатление, подтвердить это хорошее впечатление опытом взаимодействия между брендом и его целевой аудиторией» [5]. Д. Визгалов в книге «Брендинг города» отмечает, что «бренд города — это нечто находящееся «посередине» между видением города изнутри — городской идентичностью и восприятием города извне — имиджем города. Эти два образа города активно влияют друг на друга, меняют друг друга и определяют бренд» [3, с. 37].

И.С. Важенина определяют бренд территории как систему пяти составляющих «1. Уникальный эмоционально-позитивный образ, обусловленный природными, историческими, производственными,

социально-культурными и др. особенностями территории, ставший широко известным общественности; 2. Обещание потребителями территории желаемых потребительских качеств; 3. Гарантия качественного удовлетворения запросов потребителей территории, получения определенных выгод. 4. повышенный субъективный уровень ценности территории для потребителя и его удовлетворенности, формируемый через позитивные ассоциации, побуждающие к потреблению территории и напоминающие о ней; 5. Важнейший фактор конкурентных преимуществ и доходов региона, ценный актив региональной экономики» [2, с. 106-107].

Таким образом, бренд города формируется на основе ярко выраженного позитивного имиджа города, в основе которого лежат уникальные возможности удовлетворения тех или иных запросов ее потребителей. Также он выступает как важнейший фактор конкурентных преимуществ и доходов города, ценный актив городской экономики. Создание бренда города является способом повышения его инвестиционной привлекательности. Безусловно, сегодня бренд — это ключевой элемент стратегии развития территории.

Одной из важнейших задач территории, наряду с достижениями экономического благополучия города, является повышение качества жизни и эффективности деятельности всех субъектов, действующих и взаимодействующих с данной территорией. Этот процесс происходит посредством использования комплекса возможностей, предоставляемых территорией, которая в данном случае должна удовлетворять разнообразные потребности целевых аудиторий.

На основе изучения работ разных авторов (И.С. Важенина, Д. Визгалов, Ф. Котлер и др.) выделены следующие наиболее значимые группы «потребителей территорий»: 1) жители (постоянные и потенциальные); 2) инвесторы, бизнес города; 3) туристы и деловые посетители.

Для каждой группы «потребителей территории» важны различные аспекты полезности территории. Для жителей территории важен уровень и качества жизни, особенности социально-экономической политики, деятельность властей по созданию для населения благоприятных условий жизни, работы, уровень развития социальной инфраструктуры и т. д. Для инвесторов полезность территории реализуется через гарантии сохранности бизнеса, наличие для организации бизнеса необходимых ресурсов, развитость инфраструктуры города, законодательной и налоговой условия ведения бизнеса, репутация властей и т. д.

Туризм как отрасль специализации города очень сложен. Однако если город все же решил делать ставку на туризм как на стратегическое направление развития, то при правильном управлении процессом и активном сотрудничестве с бизнесом города туризм может обеспечить городу огромные конкурентные преимущества. Туризм создает городу

диверсифицированную и устойчивую экономическую базу, обеспечивает широкий спектр «социальных ролей», финансовую стабильность и положительный имидж [4, с. 71]

Что представляет собой город, привлекательный для туристов? Это город, где соблюдены три условия: 1) во-первых, имеется уникальное предложение, а именно уникальные природные или культурные достопримечательности, объекты и пр., которые могут заставить потенциальных туристов приехать именно сюда 2) второе условие — в городе должна присутствовать высококачественная сервисная инфраструктура. После осмотра музеев и выставок, парков и аттракционов гости города хотят отдохнуть в комфортабельном отеле, выбрать место для ужина, прогуляться по благоустроенным, освещенным в вечернее время улицам, иметь доступ к услугам транспорта и связи нескольких видов. И даже этого будет недостаточно, поскольку необходимо еще создать общую атмосферу радушия и гостеприимства 3) в-третьих, должен осуществляться туристический маркетинг города, то есть продвижение уникального предложения и инфраструктуры городских услуг на туристическом рынке [Там же, с. 71-72].

Таким образом, бренд города это не просто элемент привлечения инвестиций в развитии туризма и лояльности жителей. Сегодня бренд города— это основа стратегии развития страны, региона, города. Бренд города должен содержать в себе все то, что привлекает целевые группы потребителей. Реализация полезности территории с точки зрения инвесторов и бизнеса города, влечет за собой экономическое и социальное развитие города. Все это повышает лояльность жителей к городу, возникновение городской идентичности. Вследствие удовлетворения потребностей жителей, создается атмосфера радушия и гостеприимства для туристов.

Использованные источники:

1. Важенин С.Г., Важенина И.С., Берсенев В.Л. Самореализация территории в экономическом пространстве. — Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2009. — 96 с.
2. Важенина И.С. Репутация территории. — М.: Экономика, 2007. — 207 с.
3. Визгалов Д.В. Брендинг города. — М.: Фонд «Институт экономики города», 2011. — 160 с.
4. Визгалов Д.В. Маркетинг города. — М.: Фонд «Институт экономики города», 2008. — 110 с.
5. Стась А. Брендинг территорий: как сделать так, чтобы у нас получалось лучше, чем у них — 30.11.2008 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.allmedia.ru/newsitem.asp?id=837269> (дата обращения: 18.03.2013).

Ушаков К.Ю.
студент 1 курса
Логачев В.А.
профессор кафедры экономики
ФГБОУ ВПО «КузГТУ имени Т.Ф.Горбачева»
г. Кемерово

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ КОРРУПЦИИ В СФЕРЕ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Коррупция в наше время существует практически во всех сферах деятельности человека, в России её масштабы очень велики. Об этом факте нам говорят результаты исследований компании «*Transparency International*», подсчитывающей каждый год так называемый индекс коррупции, который отражает оценку уровня восприятия коррупции в странах мира.

В 1998 году значение индекса для России составило 2,4 балла (76 место из 85 стран). В 1999 году — 2,4 балла (82 место из 99 стран), в 2000 году — 2,1 балла (82 место из 90 стран), в 2001 году — 2,3 балла (79 место из 91 страны), в 2002 году — 2,7 балла (71 место из 102 стран), в 2003 году — 2,7 балла (86 место из 133 стран), в 2004 году — 2,8 балла (90 место из 146 стран), в 2005 году — 2,4 балла (126 место из 159 стран), в 2006 году — 2,5 балла (121 место из 163 стран), в 2007 году — 2,3 балла (143 место из 179 стран), в 2008 году — 2,1 балла (147 место из 180 стран), в 2009 году — 2,2 балла (146 место), в 2010 году — 2,1 балла (154 место из 178 стран), в 2011 году — 2,4 балла (143 место из 183 стран). [1]

Индекс восприятия коррупции в России



Исходя из этого рейтинга, можно сделать вывод, что в России коррупция достигла очень большого масштаба: Россия на 2012 год занимает 133 место из 170 стран мира с показателем 38, такие же показатели имеют: Казахстан, Гайана, Гондурас, Иран и Коморские Острова. К сравнению: США занимает 19 строчку в данном рейтинге с показателем 73.

Коррупция в науке, в отличие от образования, мало исследованная проблема.

Приведём наиболее яркие и нашумевшие примеры коррупции в науке за последнее время. Начнём с инцидента девяностых годов: премию «Глобальная энергетика» члены жюри делят между собой, награждая каждый год одного из членов жюри (приз 1 миллион долларов США).

Наказанием за это послужила отставка 1 из членов жюри. [2] В марте 2013 года стало известно, что ректор «Государственного университета управления» Виктор Козбаненко, по версии следствия, требовал денежное вознаграждение в размере 7 млн. рублей от представителя коммерческой организации за победу в конкурсе на право заключения государственного контракта на сумму 58 млн. рублей. [3] В период с февраля 2011 по февраль 2012 года А. Бельтюков из средств Фонда «Сколково» незаконно передал депутату Госдумы Илье Пономареву 750 тысяч долларов США. Растрату такой крупной суммы Фонда Бельтюков пытался завуалировать, заключив от имени Фонда договоры с И. Пономаревым. В соответствии с этими договорами Пономарев за 300 тысяч долларов США должен был прочитать десять лекций в ряде городов России, а за 450 тысяч долларов США выполнить научно-исследовательскую работу. [4]

В первую очередь хотелось бы разобрать те огромные минусы, которые приносит коррупция в этой сфере. Она тормозит развитие отечественной науки, вызывая текучесть кадров за рубеж, что в свою очередь сдерживает модернизацию и инновационное развитие России. Также она очень сильно ударяет по эффективности научных исследований.

И все-таки, почему складывается такое положение в науке? Прежде всего, по причине слабо работающего правового механизма в нашей стране. Люди, участвующие в коррупционных схемах, не сильно боятся того наказания, которое предусматривает наше законодательство. Статья 291 уголовного кодекса гласит: «Дача взятки должностному лицу лично или через посредника наказывается штрафом в размере от двухсот до пятисот минимальных размеров оплаты труда или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период от двух до пяти месяцев, либо исправительными работами на срок от одного года до двух лет, либо арестом на срок от трех до шести месяцев, либо лишением свободы на срок до трех лет». [5] Мы считаем, что такое наказание слишком маленькое.

Второй фактор - экономический. К сожалению, в наше время наука, с её огромной значимостью для нашей страны и мира в целом, так же как спорт и сфера здравоохранения, стала сферой платных услуг.

Очень много коррупционных лазеек имеет принятый 8 июля 2005 года Государственной думой и одобренный 13 июля того же года Советом Федерации федеральный закон №94 "О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд", имеющий уже несколько поправок, не сильно меняющих сложившееся положение. Например, в статье 2 главе 20 этого документа говорится о конкурсе за право подписания контракта: система конкурса подразумевает под собой возникновение конкуренции между участниками конкурса, ну а конкуренция, в свою очередь, служит отличным подспорьем для возникновения коррупционных отношений.

Взятка представителю комиссии в этом случае может служить гарантом победы в конкурсе и как следствие получения заказа. [6]

Ниже на графике (Рисунок 1) изображены расходы федерального бюджета на науку. Мы видим, что в 2000 году затраты были равны 17,39 млрд. рублей, а в 2012 - 238,58 млрд. рублей. В год принятия федерального закона №94 (2005) затраты составляли 76,91 млрд. рублей, после чего затраты государства стали стремительно расти, следовательно интерес получить государственный заказ любыми путями стал так же возрастать.

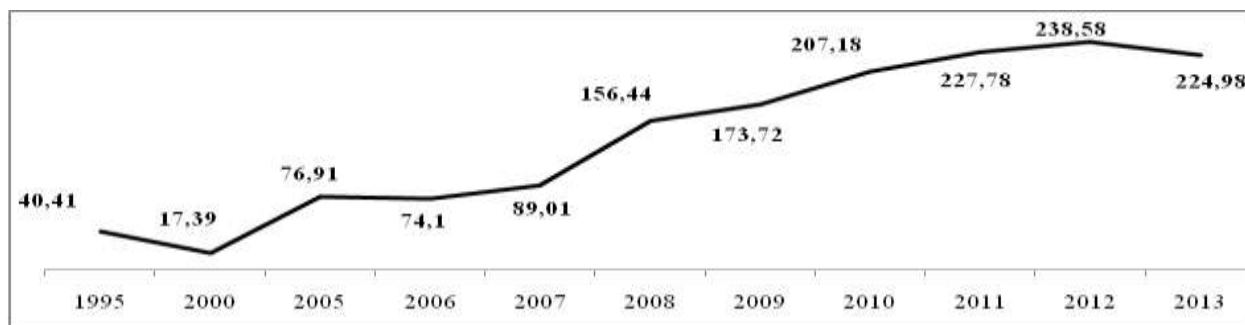


Рис. 1. Расходы федерального бюджета на науку. [8]

Государственный механизм организации государственных закупок тоже оставляет желать лучшего: главным критерием в этом механизме служит цена, а не качество, то есть, если я представлю проект, который будет хуже по качеству исполнения, но цена на него будет меньше, чем у более качественного, инновационного и вследствие этого более заслуживающего финансирования со стороны заинтересованного лица (государства), то я получу этот заказ. Это приводит к невысокому темпу развития науки и просто лишает нас достойных новшеств, подрывая тем самым научную деятельность. Выход из такого положения я вижу в равномерном распределении финансирования между всеми участниками конкурса, что предотвратит монополию, способствующую увеличению интереса ученых к созданию проектов, большей реализации проектов на практике, приводящей к более высокому уровню развития в данной сфере.

Заслуженный деятель науки Казахстана считает: «Понятно, что реализация государственных программ должна сопровождаться реальной конкуренцией субъектов, готовых к их выполнению. К сожалению, на рынке Казахстана очень часто «не работают» рыночные законы, в том числе закон здоровой конкуренции: в результате коррупционных связей необходимый заказ получает не самая достойная компания, а та, которая каким-то образом связана с государственным аппаратом и чиновниками необходимых уровней». [7]

Сказанное относится, конечно же, и к получателям заказов на научные исследования и разработки. Однако думается, надо различать

научную конкуренцию и конкуренцию ученых за финансовые средства. Второе мешает нормальной работе первого.

На наш взгляд, коррупция в науке связана не с государственным монополизмом в распределении средств и заказов, а наоборот - с проникновением принципов рыночно-конкурентного поведения в науку. Там, где наука защищена от такой необходимости, там как раз и сохраняется плодотворная научная конкуренция знаний, а не конкуренция за деньги. Если научные коллективы будут финансово обеспечены, то есть защищены от рыночной конкуренции между собой, тогда их талант будет использоваться по назначению - для производства новых знаний, а не для поиска способов выбивания денежных средств за счет «проигравшего конкурента». Тогда будет конкуренция знаний вместо коррупции, которая тоже является конкуренцией, но уже за право доступа к деньгам. Если это право будет гарантировано обоим научным коллективам, то исчезнет и повод для поиска способов выбивания бюджетных денег и связанного именно с этим коррупционного подкупа чиновников от науки.

Конечно, возникает вопрос: а будут ли заинтересованы ученые в развитии знаний, если им будет гарантирована оплата их труда? Сторонники конкурентно-конкурсного распределения денег между учеными считают, что ученые сразу обленятся и перестанут производить новые знания. На наш же взгляд, такой подход неправомерно отождествляет ученого с бизнесменом, тогда как надо учитывать принципиальную разницу в механизмах мотивации ученого и бизнесмена. Мотив успешной деятельности бизнесмена – максимизация денежного дохода, тогда как мотив успешной деятельности ученого совсем другой – максимизация самих знаний. Отбраковывать неуспешных ученых надо не по денежно-прибыльно-конкурентному принципу, а по внутренним законам научного сообщества (которое прекрасно знает, что чего «стоит» в научном отношении). Если эту мысль выразить языком научной теории, то стимулировать успешную научную деятельность должен не рыночный механизм (погоня за денежной выгодой), а институциональный (соблюдение формальных и неформальных норм научного сообщества).

Использованные источники:

1. Официальный сайт. «ТРАНСПЕРЕНСИ ИНТЕРНЕТНЛ РОССИЯ. Центр антикоррупционных исследований и инициатив». [Электронный ресурс].-URL: [<http://www.transparency.org.ru/indeks-vospriatiia-korruptcii/blog>]
2. «Аналитическое «эссе» Виктора Фёдоровича Шаркова» [Электронный ресурс] – URL: [http://rodonews.ru/news_1271996893.html]
3. Официальный сайт. «Следственный комитет Российской федерации». [Электронный ресурс] -URL: [http://sledcom.ru/actual/287849/?sphrase_id=231866]

4. Официальный сайт. «Следственный комитет Российской Федерации». [Электронный ресурс] -URL: [\[http://sledcom.ru/actual/293329/?sphrase_id=231870\]](http://sledcom.ru/actual/293329/?sphrase_id=231870)
5. Статья 291 уголовного кодекса. [Электронный ресурс] - URL: [\[http://www.gai.net.ru/g94/g941/g94110.html\]](http://www.gai.net.ru/g94/g941/g94110.html)
6. Официальный сайт. «Федеральная антимонопольная служба» [Электронный ресурс]. - URL: [\[http://www.fas.gov.ru/legislative-acts/legislative-acts_8443.html\]](http://www.fas.gov.ru/legislative-acts/legislative-acts_8443.html)
7. Исаков У.М. Реалии и перспективы индустриально-инновационного развитие Казахстана // Проблемы прогнозирования. 2012. №5.
8. Статья Зубкова Л.Д. «Финансовое обеспечение развития науки в Российской Федерации» [Электронный ресурс] –URL: [\[http://www.creativeconomy.ru/articles/15297/\]](http://www.creativeconomy.ru/articles/15297/)

Фадеев Н.В.
магистрант, студент
Национальный исследовательский Томский
политехнический университет
Россия, г.Томск

МЕЖДУНАРОДНОЕ РАЗДЕЛЕНИЕ ТРУДА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Сегодня уже ни одна национальная экономика независимо от размеров стран и уровня развития не может оставаться самодостаточной исходя из имеющихся факторов производства. Это является достаточно весомой причиной для изучения международного разделения труда (МРТ). Особенно сейчас, в условиях общемировой глобализации рынка.

В новостных передачах и периодических изданиях, например, некоторые европейские страны пытаются убедить Россию, что вода Байкала, как, общемирового достояния должна принадлежать всему миру. В частности и тем, кто со своими с географической точки зрения водоёмами поступают не очень бережно. Подобного рода проблемы, претензии и заявления натолкнули меня на идею написать эту статью и попытаться разобраться в причинах недовольства участников МРТ.

Традиционно исследователи выделяют несколько причин возникновения разделения труда между странами, специализации в производстве определённых видов благ и необходимости обмена результатами труда:

1.Различия в обеспечении природными ресурсами. Исторически сложившееся обладание одних стран многочисленными природными ресурсами, такими, как нефть, газ, уголь, лес, руда и др., приводит к тому, что страны, отвечая на потребность в этих факторах производства, начинают их продавать сначала на внутреннем, а потом и на мировом рынке. Те же страны, которые обделены природой в ресурсном

обеспечении, вынуждены их импортировать. К числу таких стран можно отнести Японию, которая обладает мощной промышленностью исключительно за счёт привозного сырья. Россия же и страны ближнего зарубежья могут пользоваться имеющимися у них избыточными природными ресурсами не только для удовлетворения внутреннего спроса на эти ресурсы, но и для участия в международном снабжении мировой экономики указанными факторами производства. Это же относится и к странам Ближнего Востока, политически беспокойным сегодня. Обладание месторождениями природного газа Россией и наличие потребности в этом природном ресурсе во многом определяют направление внешнеэкономической политики нашей страны сегодня, когда ставится цель улучшения благосостояния населения и удвоения ВВП.

2. Природно-климатические условия. Благоприятный климат для выращивания тех или иных плодово-овощных культур, возможности для разведения скота и наличие растительности во многом определяют продовольственную ориентацию экспорта таких стран, как Австралия, Новая Зеландия, Канада, Аргентина, Бразилия, страны Юго-Восточной Азии и Африки и др. Наличие возможностей участия в международном разделении труда привело к тому, что сегодня житель любой страны, даже с самым суровым климатом, может лакомиться тропическими фруктами, взбадриваясь бразильским кофе, зеленым китайским чаем или ирландским виски. И всё это становится возможным благодаря международному разделению труда, через которое люди, проживающие на одном континенте, могут пользоваться теми благами, которые ранее были доступны только жителям других континентов.

3. Экономико-географическое положение стран-участниц международного разделения труда. Географическое положение страны определяет её производственную специализацию, способствует формированию производственной кооперации, и внедрению экономики страны в мировые рынки с целью прибыльного участия в международном разделении труда. Страны средней Азии, располагавшиеся на перекрестке торговых путей ещё многие столетия назад, до сих пор используют это преимущество, активно торгуя со многими странами мира. Наличие выхода к морю обеспечивает стране возможность иметь крупные порты, участвовать в транспортировке грузов, словом, получать прибыль от удачного географического местоположения. Здесь можно отметить страны Европейского Союза, имеющие выход в Атлантику, Скандинавские страны; страны Юго-Восточной Азии, Японию, Китай и другие, имеющие выход в акваторию Тихого океана; латиноамериканские и североамериканские страны, имеющие доступ к двум океанам одновременно.

Причем часто сочетание нескольких факторов усиливает действие преимуществ международного разделения труда, так как его

составляющие усиливают действие друг друга. Реальная картина мировой торговли свидетельствует об этом. Так, Австралия, окружённая со всех сторон мировым океаном, может беспрепятственно вывозить произведенные: зерно, мясо, молочную продукцию, используя морской транспорт. Страны Персидского залива, обладая самыми большими месторождениями нефти и удобным географическим положением, являются крупнейшими поставщиками этого стратегического энергетического ресурса на мировой рынок, а их экономический рост и благосостояние достигаются преимущественно за счёт этого фактора. Благодаря своему географическому положению Греция смогла с выгодой для себя оказывать другим странам транспортные услуги, обзаведясь крупным торговым флотом и комфортабельными круизными лайнерами. Исландия, используя преимущества своего островного положения, сделала рыболовство и экспорт морепродуктов одним из главных источников дохода своего государственного бюджета.

4. Демографическое положение стран. Размер населения страны, его половозрастной состав и демографический бум могут также способствовать включению страны в международный товарообмен, когда речь идёт об использовании такого существенного фактора производства, как труд или способность к труду. Наличие целой армии незанятых работников, нуждающихся в трудоустройстве, в таких странах, как Китай, Индия, Малайзия, Сингапур, Тайланд, Тайвань, Мексика и др. во многом определило направление движения транснационального капитала в мире. Сегодня практически любая бытовая техника и электроника собираются на заводах Китая и смежных стран по лицензии крупнейших брэндовых компаний мира, а сам Китай, с одной стороны, завоёвывает всё новые ниши на мировом рынке, на данный момент довольно успешно занимается собственным производством. С другой стороны — это один из самых активных поставщиков рабочей силы на мировом рынке труда.

Однако природоресурсные, климатические различия, географическое местоположение стран, имея историческое решающее значение при формировании условий возникновения и развития международного распределения производства, сегодня уходят на второй план, уступая место научно-техническому прогрессу как главному фактору углубления общественного разделения труда. Если в природных и географических условиях изменения не столь существенны, то в науке и технике они происходят постоянно, сопровождаясь инновационными прорывами, не редко полностью меняющими традиционную картину международного разделения труда.

5. Научно-технический прогресс (НТП). С первых лет своей жизни человек, подстраиваясь под окружающий мир, изменяет его. Появляются новые потребности и новые способы удовлетворения этих потребностей. Это изменение может быть постепенным, от поколения к поколению, а

могут происходить и прорывы, называемые научно-техническими революциями (НТР), полностью меняющие традиционные подходы к тому, что надо производить, как и для кого.

Так, появление новых технологий перераспределяет производственные силы от природно-климатических условий формирования преимуществ международного разделения труда к инновационным. «Благодаря прогрессу техники бурения, и в том числе добычи нефти и газа на морском шельфе, и Англия, и Норвегия, не располагавшие ранее этими ресурсами, стали сами удовлетворять значительную часть своих потребностей. Прогресс в геологоразведке и технике добычи позволил Китаю стать одной из крупных нефтедобывающих стран и уменьшить свою зависимость от импорта», — отмечает профессор Богомолов [3].

А, например, такая страна, как Япония, получившая название «экономического чуда» XX века, обделенная природой ресурсами, смогла использовать преимущества новых технологий транспортировки и организации производства, закупая сырьё на мировом рынке, и стала одним из лидеров автомобилестроения в мире. Автомобили производства Японской корпорации «Toyota» долгие годы были самыми продаваемыми автомобилями в мире, обойдя крупные американские и европейские корпорации. Прогресс в создании синтетических материалов, не уступающих, а часто даже превосходящих естественные, в частности синтетического каучука, искусственных волокон, пластмасс, сократил зависимость большинства стран от импорта натурального каучука, хлопка, льна, шерсти, кожи и других материалов, позволив получать прибыль от более глубокой степени переработки имеющихся ресурсов при использовании интенсивного типа экономического роста. И это как нельзя кстати, когда человечество забило тревогу по поводу истощения ресурсов планеты и необходимости принятия мер к их восполнению.

Таким образом, преимущества, получаемые от использования разных факторов или причин международного разделения труда, смещаются в сторону поиска более выгодных путей глубокой переработки и использования имеющихся ресурсов с помощью новых, прорывных технологий. Изобретение парового двигателя, давшего толчок появлению железнодорожных перевозок, появление двигателей внутреннего сгорания, развивших авто- и авиатранспорт, современные химические и биотехнологии позволили человечеству добиться более ощутимых результатов своей деятельности, чем это могла бы сделать исключительно природа. В результате всё более растёт удельный вес в мировой торговле обмена между странами готовой продукцией, по сравнению с сырьём и топливом. В начале XX века на топливно-сырьевую группу приходилось без малого две трети мирового товарооборота, тогда как к его концу — всего одна четвертая, а доля готовой продукции, наоборот, поднялась с

одной трети до трех четвертей.

Причём наиболее заметны подобные изменения именно в отраслях обрабатывающий промышленности, где инновационные технологические прорывы способны помочь добиться той или иной стране невероятного успеха за короткий промежуток времени, хотя конкуренты тоже не стоят на месте и полученные преимущества могут быть нейтрализованы технологическим рывком соперников, в результате конкурентная рыночная борьба становится всё жёстче на мировом рынке и выдержать её способны только действительно сильные корпорации, объединяющие в своих структурах мощные научно-исследовательские предприятия, способные поддерживать уровень технических открытий на должной высоте. Весьма показателен пример американской компании «Microsoft», которой мир обязан самой распространённой операционной системой «Windows». Компания за короткий промежуток времени сумела довести капитализацию до нескольких миллиардов долларов, являясь лидером производства программного обеспечения и электронно-вычислительных систем. Однако, как было отмечено, она также быстро стала терять доходы с появлением новых конкурентов — агрессивных компаний, использующих для производства как рынок США, так и рынки новых индустриальных стран.

6. Политическая ориентация. Однако на место той или иной страны в мировой экономике с точки зрения международного разделения труда оказывают влияние исторически сложившиеся традиции организации производственных отношений под воздействием института власти, то есть уровень развития демократии в обществе. Многое, например, зависит от того, придерживается ли конкретное государство политики протекционизма или либерализации внешней торговли.

Таким образом, отношения, возникающие вследствие разделения труда между странами, могут строиться на использовании имеющихся у них природных ресурсов, возможности выходить на внешний рынок продовольствия благодаря благоприятным климатическим условиям, используя благоприятное географическое положение и инфраструктуру. Однако решающую роль сегодня приобретают преимущества, которые дают научно-технический прогресс, научно-технические революции и прорывы, а ведущую роль в производстве занимают информация, научно-технический потенциал и кадры, инновации, то есть продукты НТП.

в своей работе я попытался проанализировать «популярные» причины МРТ и пришёл к выводу. Что экономика открытого типа формировалась в России, зачастую без учёта интересов страны. При том, что, как можно понять из анализа причин МРТ приведённого мной в этой статье, каждая страна тянет «одеяло» разделения труда в выгодную ей сторону. Что срочно нужно научиться делать России.

На мой взгляд, самой главной причиной разделения труда между странами является экономическая глобализация, которую я определяю, как умиротворение всего мира в структуру единого рынка. Это явление неоспоримо и очень динамично.

При этом, что Россия вывозит крайне мало промышленных потребительских товаров и еще меньше машин и оборудования. Это объясняется рядом причин, в частности, низкой конкурентоспособностью российских промышленных товаров на мировом рынке. Структура российского экспорта носит преимущественно сырьевой характер, что свойственно только странам с очень низким уровнем экономического развития. Неблагоприятна также и структура импорта, по которому в страну ввозится в основном продовольственная продукция. Всё это делает позицию России в международном разделении труда, мягко говоря, неудобной. И только «подогревает» отношение к России как к сырьевому приложению нефти, газа, а в скором времени ещё и воды.

Использованные источники:

1. Артемов Н.М. Финансово-правовое регулирование внешнеторговой деятельности. - М.: ООО МЦПУПЛ, 2008.
2. Бахрамов Ю.М., Глухов В.В. Организация внешнеэкономической деятельности. Особенности менеджмента: Учебное пособие. – СПб., 2000.
3. Богомолов О.Т. Анатомия глобальной экономики: Учебное пособие / О.Т. Богомолов. — М.: ИКЦ «Академкнига», 2004. — 216 с.
4. Валовик Л.А. Основы внешнеэкономической деятельности. Учебное пособие. – Калининград, 1998
5. Министерство экономического развития и Торговли // Режим доступа: <http://www.economy.gov.ru>

*Фатхутдинова А.З.
студент*

*Салихова С.Ф., к.э.н.
доцент
БашГАУ*

Россия, г.Уфа

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ТРУДА НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН

В отечественной науке проблеме занятости населения всегда уделялось большое внимание. В современных социально-экономических условиях одной из главных задач органов власти является обеспечение рациональной занятости населения, создание и поддержание на рынке труда сбалансированного спроса и предложения рабочей силы, предупреждение массовой безработицы.

Рынок труда представляет собой сложную структуру, которая определяется влиянием многих факторов. Ситуация, складывающаяся на

рынке труда, зависит от общего состояния экономики; состава населения, состояния социальной и производственной инфраструктуры; ее отраслевых и территориальных особенностей. Поэтому рассматривать ситуацию с обеспечением занятости необходимо с учетом основных социально-экономических, демографических и природно-ресурсных факторов.

К числу таких важнейших факторов относится возрастная структура населения. В 2012г. общая численность населения республики Башкортостан составила 4072,3 тыс. чел., в том числе: 2543 тыс. человек (62,4 %) трудоспособного населения, 730 тыс. человек (18,0 %) — моложе трудоспособного и 796 тыс. человек (19,6 %) — старше трудоспособного возраста. Характерной особенностью регионального рынка труда является то, что при снижении численности занятых в производственной сфере растет численность занятых в непроизводственной сфере - в обслуживании населения, отраслях рыночной инфраструктуры. Каждая четвертая вакансия на рынке республики относится к сфере продаж, однако, на втором месте – сфера производства и специалисты инженерно-технических специальностей.

Увеличение удельного веса лиц, занятых в отраслях обслуживающего комплекса региона выступает позитивной тенденцией. В принципе, это должно привести к качественно новому уровню обслуживания населения по всему спектру услуг. Кроме того, по мере развития сферы обслуживания, более безболезненно будет осуществляться «рассасывание» скрытого рынка труда. Лица, работающие в отраслях производственной сферы и находящиеся на грани увольнения, без особых затруднений смогут перейти на работу в развивающуюся сферу услуг на основе самозанятости или же в качестве наемных работников [2].

Безработица – дисбаланс между спросом на рабочую силу и ее предложением на рынке труда. Если предложение превышает спрос, то имеет место явная безработица, а в случае превышения спроса над предложением – скрытая безработица. Появление безработицы, а также ее уровень и структура, или состав безработных, зависят от действия значительного количества разнообразных факторов. Решающее значение при этом имеет группа факторов экономического характера, а именно: спад объемов производства, сокращение инвестиций, разрыв хозяйственных связей, темпы приватизации, конверсия военно-промышленного комплекса, банкротство ряда предприятий и т.д. [1].

Большое значение имеет информация о структуре, или же составе безработных, и тенденциях в их изменении. Речь идет, прежде всего, об удельном весе и численности безработных конкретного региона, находящихся на рынке труда, в зависимости от: причин «попадания» на рынок труда; половой принадлежности; имеющегося образования, возраста и т.д.[2].

Рассмотрим некоторые аспекты этой проблемы на примере республики Башкортостан.

Уровень регистрируемой безработицы в республике на конец 2012 г. составил 6,1 %. Для сравнения: уровень регистрируемой безработицы по ПФО – 5,3 %, по России – 5,5 % [3]. По данным Федеральной службы государственной статистики численность безработных РБ в 2012 г. составила 831,9 тыс. человек. Уровень безработицы по сравнению с 2000 г. снизился на 5,5 % и в 2012 г. составил 6,1 %, однако он все еще выше, чем в среднем по России.

Правительство республики особое внимание уделяет проблеме безработицы среди молодежи, поэтому при его поддержке в Уфе создана Молодежная биржа труда.

В Башкортостане распространена структурная безработица. Среди подобных безработных чаще всего оказываются инвалиды, родители детей-инвалидов, а так же матери, воспитывающие малолетних детей. В связи с этим, начиная с 2011 года, началось формирование банка вакансий для инвалидов. Благодаря этому мероприятию, за первый квартал 2012 года на работу устроилось 124 инвалида [4].

Безработица имеет положительный показатель только до определенного ее уровня, который можно назвать оптимальным. В зависимости от специфики регионального развития этот уровень может иметь существенные отличия. Чем выше уровень безработицы, тем больше отставание в объемах производства валового национального продукта.

В целом работа по регулированию процессов на рынке труда находится под постоянным контролем Правительства республики Башкортостан. Таким образом, большое значение в функционировании рынка труда имеет спрос и предложение на рабочую силу. Однако решающую роль в их соотношении играет специфика регионального развития, а также политика государства по отношению к регионам.

Использованные источники:

1. Вукович Г.Г. Региональный рынок труда: факторный анализ // Аудит и финансовый анализ. - 2009. - № 6. - С. 376–382.
2. Пономаренко Е.Е. Исследование особенностей регионального рынка труда // Теория и практика общественного развития. - 2011. - № 2. - С. 321-323.
3. Официальный сайт Федеральной Службы государственной статистики [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.gks.ru>.
4. Официальный сайт Государственного Собрания – Курултая РБ [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://www.gsrb.ru/ru/press_center/news/5708.

МАЛЫЕ ГОСТИНИЦЫ ЭКОНОМ-КЛАССА КАК ОТДЕЛЬНЫЙ СЕКТОР ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

Основное отличие гостиниц от специализированных средств размещения состоит в том, что специализированные предприятия, помимо услуг по размещению гостей, предлагают клиентам дополнительные услуги в виде оздоровления, лечения, реабилитации, уникальные туристские и спортивные услуги. Гостиницы предлагают, как правило, стандартный комплекс услуг по приему, размещению, питанию туристов, организации досуга и отдыха, информационному обеспечению и прочему сервисному обслуживанию их пребывания.

Современное гостиничное хозяйство стремительно развивается, появляются новые виды и формы гостиничного бизнеса, расширяются и улучшаются гостиничные услуги, создаются крупные гостиничные сети, совершенствуются подходы к управлению гостиницами. В последнее время помимо традиционных гостиниц полного сервиса стали появляться специализированные предприятия с сокращенным набором предлагаемых услуг. Специализация гостиниц определяется сектором туристского рынка, представители которого являются основной целевой аудиторией для конкретной гостиницы, например, гостиницы, ориентирующиеся на клиентов, посвящающих свой отпуск игре катанию на лыжах, конным турам и т.д., туристов, выезжающих с целью участия в выставках, ярмарках, религиозных турах и т.д. [2].

Сегментация гостиничного рынка осуществляется на основании критериев и признаков. Критерий - это способ оценки выбора того или иного сектора гостиничного рынка для продуктов или гостиниц (конкурента). Признак - это способ выделения данного сектора на гостиничном рынке.

Существует множество способов сегментации гостиничного рынка, но не все из них эффективны и полностью отражают всю конъюнктуру рынка. Выбирая тот или иной подход к проведению сегментации, следует учитывать следующие критерии:

- Емкость сектора, по которому определяются число потенциальных потребителей и, соответственно, необходимый объем номерного фонда;
- Каналы продвижения и продажи гостиничного продукта, благодаря которым решаются вопросы о формировании сети продвижения и продажи гостиничного продукта;
- Устойчивость гостиничного рынка, что помогает сделать выбор о целесообразности загрузки номерного фонда гостиниц;

- Доходность, которая показывает уровень рентабельности гостиниц на данном сегменте рынка, гостиницы должны ориентировать свою маркетинговую стратегию на самую гомогенную группу потребителей;
- Совместимость сегмента гостиничного рынка с рынком основных конкурентов, что дает оценить силу или слабость конкурентов и принять решение и готовности внесения дополнительных затрат при ориентации на таком сегменте;
- Защищенность от конкуренции (уже завоеванные позиции, положительный имидж)
- Важность сегмента для гостиниц;
- Доступность освоения сегмента для гостиниц;
- Возможная эффективность работы в этом сегменте на перспективу

Основными признаками сегментации гостиничного рынка по группам потребителей являются демографические, географические, психографические, поведенческие. Сегмент гостиничного рынка по группам потребителей определяется по совпадению у определенных групп потребителей нескольких признаков.

В России существует множество вариантов сегментаций гостиниц по размерам предприятия, количеству номеров, качеству и объему предоставляемых услуг, территориальному делению и т.д. Сегментирование гостиниц на группы зависит от задач, которые ставят себе те или иные структуры. В научной и практической литературе при определении такого рода класса или сегмента гостиниц используются различные определения и понятия, которые зачастую дублируют друг друга: высший, средний, низший; бюджетное; экономичное (эконом-класс); средний класс; первоклассные, премиум, фешенебельные гостиницы. Становится очевидным, что основная дифференциация опирается на выделение наиболее общих групп, характерных, в том числе и для малых гостиниц:

1) **высшего сегмента**, который представлен четырех и пятизвездочными гостиницами, которые отличаются высоким и исчерпывающим сервисом и высокими ценами, и обеспечивают наивысший уровень сервиса самым требовательным гостям. Для гостиниц данного сегмента характерна большая численность персонала. Цена, как правило, соответствует качеству: номера с дорогой мебелью и техникой, управление осуществляется в соответствии с международными стандартами. Данные гостиницы обычно используют деловые туристы и высокие политические и общественные деятели для деловых встреч.

2) **среднего сегмента**, к которому относятся гостиницы двух и трех звезд; располагаются обычно в пределах города и предполагают стандартный набор услуг. Цены на проживание установлены на уровне средних цен данного региона или чуть выше их.

3) **низшего сегмента**, состоящего из некатегорийных гостиниц, гостиниц категории одна, реже двух звезд, отличающихся ограниченным сервисом и низкими ценами на размещение. Данный сегмент также часто называют «экономический». Гостиницы данного сегмента могут располагаться как вблизи городской черты, вдоль транспортных магистралей города, так и в центре города, располагаясь, как правило, в частях больших зданий. Цена за номер или за место (некоторые гостиницы данной категории предоставляют место в многоквартирном номере) в таких отелях обычно на 30-80% ниже средней по региону. Эти гостиницы рассчитаны на бизнесменов и туристов, не нуждающихся в полном пансионе и стремящихся получить просто современный стандартный, но минимальный сервис без лишних удобств и расположенное вблизи предприятие общественного питания или возможность для самостоятельного приготовления пищи.

Необходимо отметить, что термин «экономический» или, еще можно встретить термин «бюджетный», означает снижение стоимости услуг не за счет снижения качества обслуживания, а за счет целого ряда факторов: строгой экономии при строительстве или обустройстве гостиницы, упрощенной системы обслуживания и управления, снижение эксплуатационных расходов, исключение из цены стоимость всех дополнительных услуг.

Сегодня именно малые гостиницы экономкласса имеют тенденцию гибко и быстро реагировать на постоянно меняющийся российский туристский рынок, экономически выгодны и быстро окупаются. Однако анализ развития данных средств размещения в России показывает, что эффективность и необходимость данного сектора экономики пока еще плохо осознается в нашей стране. В общем количестве функционирующих гостиниц в России на сегодняшний день малые гостиницы экономкласса занимают весьма скромное место: в Москве на их долю приходится чуть более 5% гостиничного рынка (для сравнения, в Европе на них приходится 15% рынка) [3, С.68]. Кроме того, развитие малых гостиниц экономкласса в России в настоящее время сдерживается целым рядом негативных факторов, к которым относятся: отсутствие в достаточном количестве свободных площадей и высока арендная ставка помещений, пригодных для использования под малые гостиницы; сложности по переводу помещений малых гостиниц из жилого фонда в нежилой; несовершенство законодательной базы, которая не учитывает особенности и специфику работы малых гостиниц экономкласса.

Несмотря на перечисленные выше проблемы, сегмент малых гостиниц экономкласса в последнее время становится очень популярным в России как со стороны туристов, так и со стороны предпринимателей. Недорогие средства размещения появляются в ответ на запросы путешественников, которых часто вполне устраивает размещение в

скромном, но комфортном отеле формата B&B или других гостиничных предприятиях, которые предлагают минимум услуг.

Вообще, развитие малого гостиничного бизнеса направлено на решение таких народнохозяйственных задач, как эффективное использование материальных, трудовых и финансовых ресурсов, невостребованных в крупном производстве; создание инновационного потенциала для внедрения технических новшеств; формирование конкурентной среды; быстрое реагирование на спрос и заполнение рыночных ниш; увеличение показателя обеспеченности гостиничными местами; снижение уровня безработицы; смягчение социальной напряженности; подготовка кадров для крупных гостиничных объектов; частичная трансформация теневой экономики в легальный малый бизнес [3, С.54].

С развитием таких направлений, как сельский, экологический, событийный, оздоровительный, паломнический и другие виды туризма возникает острый вопрос об обеспечении туристов доступными и комфортными средствами размещения. Возведение крупных гостиничных комплексов с дорогими номерами в данном случае становится экономически нецелесообразно, а в некоторых случаях невозможно. Поэтому в настоящее время активно стали развиваться бюджетные средства размещения. Быстро растущий спрос на туристские услуги внутри страны вызвал бум строительства данных гостиниц, в основном, в курортных регионах, а также увеличение числа гостиниц международных гостиничных цепей в Москве, Санкт-Петербурге и других крупнейших городах страны, создание отечественных гостиничных цепочек. Особенно актуальным данный вопрос становится в преддверии проведения крупных спортивных мероприятий, таких как олимпиады, универсиады и чемпионаты мира.

В ходе анализа потребителей малых гостиниц эконом класса была выделена следующая типология данных средств размещения – таблица 1.

Таблица 1 - Типология малых гостиниц эконом класса

	Целевая аудитория	Кол-во номеров	Площадь номера,	Кол-во чел-к в номере	Расположение	Степень самообслуживания
Микrogостиницы	Бизнесмены и командировочные предпочитающие жилье экономкласса	20-50	5-14 кв.м.	1-2	Магистралы	Низкий, приближенный к гостиничному

Мотели	Туристы на автомобилях, автостопщики,	20-50 (иногда 100)	14-30 кв.м.	1-4	Пригород, вблизи крупных магистральных путей	Низкий, приближенный к гостиничному
Bed and breakfast	Бизнесмены и командировочные предпочитающие жилье экономкласса	5-50	9-13 кв.м.	1-2	Тяготеют к центру города	Средний
Хостелы	Студенты, «рюкзачники», путешественники.	3-50	5-9 кв.м. на человека	1-25	Центр города	Высокий
Капсульный отель	Транзитные туристы, сотрудники ближайших предприятий, посетители вечерних мероприятий	20-50	2-4 кв.м.	1	Аэропорты, крупные бизнес -центры	Средний
Гостиница без персонала	Самостоятельные путешественники, продвинутые пользователи информационных и Интернет-технологий	10-30	10-30 кв.м.	1-2	Центр города	Высокий
Паломнические Гостиницы	Паломники	10-30	7-10 кв.м. на человека	1-10	Вблизи паломнических объектов (церковь, святые мощи и т.д.)	Высокий

Необходимо отметить, что в данной типологии рассматриваются средства размещения гостиничного типа, предоставляющие номера и места для проживания на кратковременный период. Выделяют также аналогичные средства размещения, предоставляющие номера и места на длительный период, такие как общежития, санатории и т.д. Специфика деятельности, спектр и уровень предоставляемых услуг значительно отличается от предприятий гостиничного типа, поэтому они не рассматриваются в данной классификации. Теперь, после того, как мы рассмотрели виды бюджетных гостиниц, мы можем выделить общие черты, характерные всем типам данных средств размещения, такие как:

- Функционирование по упрощенному стандарту гостиничного обслуживания, ограничивая условия предоставления основных услуг и

сокращая перечень дополнительных услуг и удобств, что позволяет сокращать стоимость пребывания.

- Расположение в центральной части населенных пунктов и вблизи крупных социально значимых объектов.
- Использование мебели и оборудование эконом-класса.
- Отсутствие отдельных помещений для прачечной и химчистки, минибаров, гимнастических залов, бассейна и т.д.
- Отсутствие удобств в номерах, туалет и душ общие на несколько номеров.
- Наличие кафе при гостинице либо оборудования для самостоятельного приготовления еды.
- Индивидуальный подход и внимание к каждому гостю.
- Низкие или полностью отсутствующие затраты на рекламу.
- Быстрый период окупаемости гостиницы [1, С.55].

Открытие малых гостиниц экономкласса требует в значительной мере меньше завтра, чем открытие остальных видов средств размещения. За счет этого, а так же за счет предоставления минимального набора услуг при должном уровне комфорта, бюджетным гостиницам удастся поддерживать минимальные цены на проживание, что является основным преимуществом данных средств размещения.

Использованные источники:

1. Федоров Р.Г. Развитие малых форм гостиничного бизнеса экономкласса, как способ привлечения туристического потока [Текст] / Р.Г. Федоров //Интеллект. Инновации. Инвестиции.–2012. –№4.– С. 51 -55
2. Романов, В.В. Основы индустрии гостеприимства/ Осипов Д.А. Елканова Д.И. Сорокина Е.В. - СПб.: Изд-во «Дашков и Ко», - 2009.
3. Мусакин А. А. Малый отель: С чего начать, как преуспеть : советы владельцам и управляющим / А. Мусакин - СПб.и др.: Питер, 2009. - 317с.
4. Малые гостиницы в Вологодской области способствуют развитию сельского туризма [Электронный ресурс] // Hotelnews : [web-сайт]. 17.10.2005. <<http://www.hotelnews.ru/3/13/1140.>>(1.08.12)

*Федотова М.А., к.э.н.
ассистент кафедры «Финансы и кредит»
Абрамова А.В.
студент 5 курса
экономического факультета
ФГБОУ ВПО «Ульяновская государственная
сельскохозяйственная академия им. П.А. Столыпина»
Россия, г. Ульяновск*

УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫМИ И ФИНАНСОВЫМИ РИСКАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Процесс инвестирования финансовых ресурсов для извлечения прибыли является целью деятельности любого коммерческого предприятия. При этом любая деятельность предприятия сопровождается большим количеством рисков.

Производственный риск определяется на основе эффекта операционного лeverиджа, и в результате воздействует на прибыль предприятия, которая формируется под воздействием структуры затрат производственного характера.

Финансовый риск, рассматриваемый в данном случае как риск снижения финансовой устойчивости (или риск нарушения равновесия финансового развития) предприятия, определяется несовершенством структуры капитала, что вызывает дисбаланс положительного и отрицательного денежных потоков предприятия по объемам.

Производственный и финансовый риски тесно связаны на основе взаимодействия эффектов операционного и финансового лeverиджа, и в результате каждый из них воздействует на прибыль предприятия.

Сочетание значительного операционного лeverиджа с высоким финансовым лeverиджем может привести к большой финансовой неустойчивости, которая выражается в определенном изменении величины чистой прибыли и к росту риска, которые негативно повлияют на финансово-хозяйственную деятельность предприятия [1, с.210].

С целью снижения операционных и финансовых рисков нами предложено оптимизировать затраты и структуру капитала предприятия с помощью экономико-математических моделей.

Применение экономико-математических моделей в экономике позволяет определить оптимальные значения целевых показателей при заданных условиях, что существенно облегчает принятие управленческих решений и способствует более эффективному ведению деятельности.

Основной целью оптимизации затрат является снижение операционного риска, максимизация прибыли предприятия и рост ее конкурентоспособности без дополнительного кардинального увеличения объема продаж. С целью оптимизации затрат нами разработана модель, основной целью которой является максимизация показателя

рентабельности активов. Проведя анализ существующих показателей, мы пришли к выводу, что в наибольшей степени достаточным критерием оптимизации затрат выступает рентабельность совокупных активов (ROTA).

Предложенный показатель включает в себя как затраты, которые осуществляет предприятие, так и доходы, получаемые в процессе своей деятельности. Преимущества ROTA заключаются в том, что максимизация данного показателя приводит к увеличению выручки и снижению себестоимости активов, в том числе за счет снижения непроизводственных расходов, относимых на прибыль, сокращения непроизводственных активов, дебиторской и кредиторской задолженности. Таким образом, происходит оптимизация структуры затрат и повышение эффективности работы предприятия.

Помимо целевой функции оптимизационная модель должна содержать ограничения, необходимые для получения корректных результатов. Определив ограничения, связанные с особенностями расчета выбранных показателей рентабельности, а также со спецификой экономической деятельности предприятия, мы разработали полноценную модель, адаптированную под конкретное предприятие. Рассмотрим, как изменились фактические показатели затрат после применения модели оптимизации затрат на примере коммерческого предприятия СПК имени Калинина (табл. 1).

Таблица 1 – Соотношение фактических затрат СПК имени Калинина в 2012 году и оптимальных значений, полученных в результате моделирования

Название переменных	Фактические значения	Оптимальные значения	Отклонение (+,-)
Выручка от реализации продукции, тыс.руб.	75147	79243	4096
Себестоимость реализованной продукции, тыс.руб.	65767	64145	-1622
Прибыль от продаж, тыс.руб.	9380	15098	5718
Переменные затраты, тыс.руб.	46036,9	43501,5	-2535,4
Маржинальный доход, тыс.руб.	29110,1	35741,5	6631,4
Прибыль до налогообложения, тыс.руб.	16215	26099,6	9884,58
Стоимость активов, тыс.руб.	200297	196185	-4112
Целевая функция (ROTA), %	8,10	13,30	5,21
Эффект операционного леввериджа, ед.	3,10	2,37	-0,74

Из таблицы видно, что произошло снижение себестоимости реализованной продукции. Резервы снижения себестоимости реализованной продукции содержатся в сокращении затрат за счет их нормирования, оптимизации структуры производства и др.

Подставив в систему неравенств балансовые значения, и решив ее с помощью стандартных инструментов MS Excel (Поиск решения), нами получены следующие результаты:

1. При заданном значении показателя рентабельности собственного капитала (11,79%) значение рентабельности совокупных активов составило 13,30%.

2. Для достижения величины $ROTA=13,30\%$ необходимо подвергнуть изменению такие группы статей как дебиторская задолженность, денежные средства, доходы (выручка) и расходы (себестоимость).

Таким образом, при оптимальных значениях затрат эффект операционного лeverиджа снизится и составит 2,37, а следовательно снизится и предпринимательский риск.

Применение разработанной модели позволит более обосновано осуществлять процесс планирования затрат и тем самым повысить эффективность работы всего предприятия.

Эффективная деятельность предприятия невозможна без постоянного привлечения заемных средств. Использование заемных ресурсов позволяет предприятию обеспечить расширенное воспроизводство, эффективное использование собственного капитала, а также ускорить решение различных целевых задач и, в конечном счете - повысить рыночную стоимость предприятия.

Эффект финансового лeverиджа возникает с появлением заемных средств в источниках финансирования предприятия, позволяющий ему получить дополнительную прибыль на собственный капитал и характеризует эффективность использования предприятием заемных средств.

Уровень эффективности хозяйственной деятельности предприятия во многом определяется целенаправленным формированием объема и структуры капитала, а также способностью руководителя выбрать эффективную стратегию его развития. В связи с этим нами разработана модель оптимизации структуры капитала, цель которой заключается в максимизации рыночной цены предприятия при минимизации стоимости капитала.

Показатель средневзвешенной стоимости совокупного капитала (WACC) использовался как целевой показатель в модели оптимизации структуры капитала [2, с.145]. Стоимость капитала характеризует часть прибыли, которая должна быть уплачена за использование собственного или привлеченного капитала для обеспечения выпуска и реализации

продукции, вследствие чего этот показатель выступает минимальной нормой формирования прибыли организации, нижней границей при планировании ее размеров. Сопоставим фактические и оптимальные величины собственного и заемного капитала СПК имени Калинина (табл.2).

Таблица 2 – Соотношение фактических в 2012 году и оптимальных величин собственного и заемного капитала в СПК имени Калинина

Наименование переменных	Фактические значения	Оптимальные значения	Отклонение (+,-)
Собственный капитал, тыс.руб.	178896	178896	0
Заемный капитал, тыс.руб.	21401	35483	14082
Прибыль до налогообложения без учета затрат на выплату процентов, тыс.руб.	18972	23543,1	4571,12
Экономическая рентабельность, тыс.руб.	9,74	10,98	1,24
Проценты к уплате, тыс.руб.	2757	4571,12	1814,12
Средняя расчетная ставка процента с учетом бюджетных субсидий, %	7,38	7,38	0
Дифференциал, %	1,15	3,6	2,45
Финансовый рычаг, коэф.	0,12	0,2	0,08
Эффект финансового рычага, %	0,09	0,48	0,39
Чистая прибыль, тыс.руб.	15826	16684,7	858,7

Привлечение предприятием заемных средств дополнительно в размере 14082 тыс.руб. будет способствовать росту эффекта финансового левериджа и рентабельности собственного капитала. Прирост рентабельности собственного капитала свидетельствует о приросте чистой прибыли, которую предприятие способно получить, используя весь потенциал по привлечению заемных средств.

Таким образом, СПК имени Калинина сможет получить чистую прибыль на 858,70 тыс.руб. больше, чем при фактической структуре капитала. Следует отметить, что низкое значение экономической рентабельности не позволяет данному предприятию получать более высокую прибыль. При этом все показатели, характеризующие эффективность использования заемного капитала и определяющие его оптимальную структуру улучшили свое значение.

Для ведения эффективной деятельности коммерческим предприятиям очень важно осуществлять стратегическое планирование

источников долгосрочного финансирования. Тщательный анализ сложившейся структуры капитала является основой для принятия решений в процессе финансирования воспроизводственных процессов и управления совокупным денежным капиталом предприятия.

Операционный и финансовый левиредж тесно связаны между собой. Возрастание выплат процентов за кредит при наращивании эффекта финансового левиреджа утяжеляет постоянные затраты предприятия и оказывает повышающее воздействие на силу операционного левиреджа. Сочетание мощного операционного левиреджа с мощным финансовым левиреджем может оказаться губительным для предприятия, так как предпринимательский и финансовый риски взаимно умножаются. В связи с этим мы нашли компромисс между максимизацией прибыли предприятия и минимизацией совокупных рисков.

В табл. 3 определен сопряженный эффект при фактических значениях эффектов операционного и финансового рычагов и значениях, определенных с помощью оптимизационных моделей.

Из проведенных расчетов можно увидеть, что сила воздействия сопряженного эффекта операционного и финансового левиреджа после применения моделей оптимизации затрат и структуры капитала увеличилась, что обусловлено ростом эффекта финансового левиреджа. Данное увеличение обоснованно, т.к. при минимальном совокупном риске у предприятия имеется возможность для получения максимальной прибыли. В модели оптимизации структуры капитала было введено условие по сохранению финансовой устойчивости, определяющее оптимальную величину заемных ресурсов, которую предприятие может привлечь для обеспечения хозяйственной деятельности до снижения финансового риска [2, 144].

Таблица 3 – Сила воздействия сопряженного эффекта операционного и финансового левиреджа СПК имени Калинина

Показатели	Фактическое значения (2012г.)	Оптимальные значения	Отклонения
Эффект операционного левиреджа, ед.	3,10	2,37	-0,74
Эффект финансового левиреджа, %	0,09	0,48	0,39
Сила воздействия сопряженного эффекта операционного и финансового левиреджа, %	0,28	1,14	0,86

Таким образом, нами решена задача соотношения риск/доходность и определены критерии, достижение которых будет способствовать максимизации прибыли предприятия при минимальном совокупном риске.

Стратегия развития предприятия в этом случае может предусматривать применение умеренной или агрессивной политики управления капиталом и активами, что повысит результативность деятельности, ускорит достижение стратегических целей при увеличении степени риска в приемлемых масштабах.

Использованные источники:

1. Финансовый менеджмент: теория и практика: учебник / под ред. Е.С. Стояновой. - М.: Перспектива, 2010. 656с.
2. Федотова М.А. Определение объема кредитных средств, обеспечивающего финансовую устойчивость сельскохозяйственных организаций /М.А. Федотова// Вестник Ульяновской государственной сельскохозяйственной академии. – Ульяновск, 2011. №4. С. 143-146.

Филатова А. В.

студент экономического факультета

Ефремова Т.А., к.э.н., доцент кафедры «Налоги и налогообложение»

**ФГБОУВПО «Мордовский государственный
университет им. Н. П. Огарёва»**

Россия, г. Саранск

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА И ВОЗМОЖНОСТЬ ЕГО ПРИМЕНЕНИЯ В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ СТИМУЛИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В большинстве стран мира для малых и средних предприятий приняты особые благоприятные режимы налогообложения, поскольку развитый малый и средний бизнес способствует не только росту экономики страны, но и снижению социальной напряженности.

В мировой практике существуют различные подходы не только к налогообложению, но и к классификации «предпринимательства» и критериям отнесения его к «малому и среднему предпринимательству». К наиболее часто применяемым критериям относятся: численность персонала предприятия и финансовые показатели деятельности предприятия.

Сравнение основных критериев, которые используются для отнесения предприятия к микро, малому или среднему представлены в таблице 1.

В разных странах методы налогового стимулирования инновационной деятельности связаны со снижением сумм налога на прибыль (снижение ставок при осуществлении инновационной деятельности, уменьшение налогооблагаемой базы на величину расходов,

направленных на проведение научных исследований и разработок, ускоренная амортизация, инвестиционный налоговый кредит и налоговые каникулы). В то же время, существующая неоднозначность в оценке роли налоговых льгот в активизации инновационного процесса и трудности, связанные с правильным их применением, проблемы, связанные с усложнением налогового законодательства и администрирования соответствующих льгот, привели к тому, что ряд стран (Германия, Финляндия и др.), отказались от них, или используют очень ограниченно [6]. Следует заметить, что в России на данный момент применяются все перечисленные льготы для инновационных предприятий (кроме налоговых каникул), тем самым подтверждается, что наша страна встала на путь инновационного развития и государство ищет возможности повышения активности предпринимательства, в т. ч. и инновационной.

Таблица 1 — Количественные критерии отнесения предприятий к малому и среднему предпринимательству

Размер предприятия	Россия	США	ЕС	Япония
Численность работников, человек				
Микро	≤ 15	≤ 25	≤ 10	Услуги: ≤ 5, другое: ≤ 20
Малые	16 - 100	≤ 500	≤ 50	Торговля: ≤ 50, другое: ≤ 100
Средние	101 - 250	500- 1500	51 ≤ 250	≤ 300
Выручка				
Микро	≤ 60 млн. р.	≤ \$ 3,5 млн. \$	≤ 2 млн. €	≤ 50 млн.иен
Малые	≤ 400 млн. р.	В зависимости от вида деятельности: от 0,5 до 14 млн. \$	≤ 10 млн. €	Торговля: ≤ 50 млн.иен, другое: ≤ 100 млн.иен
Средние	≤ 1000 млн. р.	В зависимости от вида деятельности: от 14 млн. \$ до 2,5 млн.\$	≤ 43 млн. €	100 млн.иен - 300 млн.иен

Интересен для российской практики опыт Сингапура. 80% предприятий там – это малый бизнес. Все малые и средние предприятия там можно разделить на два типа. К первому относятся фирмы и компании, занимающиеся различными видами сервиса. Ко второму типу предприятий малого и среднего бизнеса относятся фирмы и компании, занимающиеся производством, в том числе с применением современных технологий. Хочется отметить, что малые и средние предприятия объединены в единую группу. Главным критерием для них является число занятых. Оно не должно превышать 200 человек. Идея достаточно проста и эффективна: одному малому или среднему предприятию часто не под силу запустить

новое высокотехнологичное производство на должном уровне. А вот группе таких предприятий сделать это значительно проще. На данном этапе в России в определенных отраслях экономики предприятия начинают объединяться в кластеры, поэтому объединение малых и средних предприятий в группы будет иметь ярко выраженный позитивный эффект.

Предполагается наличие возможности полного освобождения от налога на 100 000 сингапурских долл. налогооблагаемого дохода в первые три года работы компании, если компания является налоговым резидентом Сингапура и имеет не более 20 участников физических лиц. Действует 75%-й налоговый вычет на первые 10 000 сингапурских долл. прибыли компании (фактическая ставка налога составляет 4,5%) и 50%-й налоговый вычет на 290 000 сингапурских долл. прибыли компании (фактическая ставка налога – 9%) [2]. В России подобная льгота для малых предприятий, занимающихся приоритетными видами деятельности существовала, ее неэффективность была вызвана тем, что организации не были обязаны ввести соответствующий учет средств, высвобождающихся в результате применения указанных льгот, и направления их использования.

Мы считаем, что целесообразно вернуть данную льготу для инновационных предприятий, с обязанностью ведения учета и с условием предоставления заключения экспертного совета о целесообразности внедрения, лицензии, патента или бизнес-плана продвижения новой идеи. Поскольку в данном случае теряется смысл закрываться и заново открываться как иное предприятие потому, что для открытия нового предприятия будет необходимо предоставить еще одно ноу-хау. Кроме того, организация бизнеса сразу на общей системе налогообложения, даже с предоставлением льготы делает более безболезненным на режим как для обычных предприятий, чем переход со специальных налоговых режимов на общий.

Сингапур также намерен компенсировать до 225 000 сингапурских долл. убытка компаний, в случае если компания в течение налогового года использовала не менее 150 000 сингапурских долл. на научные разработки и при этом понесла убытки. По нашему мнению введение компенсации налоговых расходов за счет государства в РФ на данном этапе экономического развития не целесообразно, поскольку данная льгота не будет способствовать росту доходов предприятия и получению положительных результатов при ведении научно-исследовательских работ, в связи с чем, по истечении льготного периода предприятия будут закрываться.

Государственный контроль заключается в том, что правительственные структуры ежегодно проводят мониторинг этого сектора экономики с тем, чтобы выявить, каким предприятиям необходима модернизация оборудования, каким – обновление компьютерного

обеспечения, каким – переподготовка персонала и т.д. Другими словами, специальные комиссии выявляют нужды предпринимателей с целью предоставления в дальнейшем своей помощи [1]. В России же все проверки направлены только на выявление всевозможных нарушений, поэтому данное направление было бы весьма актуально.

Для поощрения развития НИОКР в промышленности в Норвегии предусмотрена система налоговых вычетов при осуществлении расходов на НИОКР. Высокие налоги на нефтедобычу в Норвегии непосредственным образом стимулируют нефтегазовые компании к разработке новых технологий, позволяющих снижать себестоимость добычи и повышать степень добычи нефти из пластов [5]. Данная льгота, вместе с повышением ставок НДС, была бы весьма эффективна в практике российского налогообложения, поскольку современная налоговая система характеризуется довольно низкими ставками налогов за пользование природными ресурсами.

Основная проблема и особенность налогообложения малого и среднего бизнеса заключается в том, что такие предприятия имеют больше шансов уклонения от уплаты налогов, чем крупные. Еще одна проблема определяется недостаточной правовой грамотностью начинающих бизнесменов, что приводит некачественному ведению документооборота, а иногда и к полному его отсутствию. В таких случаях наиболее эффективно применение минимального налога, предполагающего оценку на основе косвенных признаков потенциального дохода налогоплательщиков и установление фиксированных платежей в бюджет, заменяющих один или несколько традиционных налогов. Существует несколько форм минимального налога.

Во-первых, это фиксированная сумма в зависимости от вида профессии или специальности. В России примером такого налога может служить Патентная система налогообложения, предполагающая уплату налога исходя из потенциально возможного дохода. Для развития инновационных предприятий в РФ возможно включение в установленные виды деятельности и инновационную деятельность.

Во-вторых, это метод контракта (forfait). Для применения forfait налогоплательщик представляет налоговым органам, по итогам прошедшего года, информацию о закупках, продажах, стоимости запасов, численности занятых и сумме выплаченной заработной платы и некоторых других характеристиках налогоплательщика. На основе этой информации затем рассчитывается forfait, то есть оценка нормального дохода с учетом специфики отрасли. Эта оценка становится предметом соглашения налоговых органов с налогоплательщиком. В Бельгии применение метода ограничено налогоплательщиками, не способными вести надлежащий учет [4]. Считается, что в нашей стране с огромной территорией и численностью населения применение контрактных методов

нецелесообразно. Для развития малых и средних инновационных предприятий, мы считаем, данный метод, несмотря на свою затратность, в нашей стране применим, поскольку предполагает работу с каждым предприятием отдельно, что особо важно при разработке нового инновационного продукта.

В некоторых странах (например, Бельгия, Великобритания, Канада, Франция) предприятия, занимающиеся оказанием услуг, могут несколько снизить свой налогооблагаемый доход, если они согласятся на проверку своей деятельности официальным аудитором. Применение данного метода также было бы актуально в Российской Федерации, поскольку он стимулирует выход предприятий из «из тени».

Есть страны, где применение специальных режимов для малого бизнеса признано нецелесообразным. В данных странах, как правило, используют упрощенную налоговую декларацию, возможность подавать налоговую декларацию реже, чем крупные предприятия и применение кассового метода учета доходов. Все выше перечисленное в России также применяется.

Таким образом, можно сделать вывод, единой методики стимулирования инновационной активности малого и среднего бизнеса в мире не существует, разные страны преследуют разные цели. Поэтому для наиболее эффективного развития нашей страны необходимо не слепо копировать зарубежный опыт, а сравнить все плюсы и минусы применения какого-либо метода в отечественной практике.

Использованные источники:

1Кочиева Ж.Г. Экономическая подушка безопасности [Электронный ресурс] / Ж.Г. Кочиева – 2013 – Режим доступа: <http://osinform.ru/39214-ekonomicheskaya-podushka-bezopasnosti.html>

2Малый бизнес по-сингапурски [Электронный ресурс] // Деловая Москва – 2007. – № 43(656) – Режим доступа: http://www.businesspress.ru/newspaper/article_mId_1_aId_436833.html

3Налогообложение малого бизнеса [Электронный ресурс] // Отечественные записки. – 2002. – №4. – Режим доступа: http://magazines.russ.ru/oz/2002/4/2002_04_28.html

4Обзор международного опыта и возможных подходов к налогообложению малого бизнеса. Отечественные Проблемы налоговой системы России: теория, опыт, реформа. [Электронный ресурс] // Институт экономики переходного периода – М. – 2000 – Режим доступа: http://www.budgetrf.ru/Publications/Analysis/iet/an_iet_250902/an_iet_250902_000.htm

5Обзор международного опыта инновационного развития [Электронный ресурс] – 2011 – Режим доступа: http://www.strf.ru/material.aspx?CatalogId=221&d_no=39679

6Рекомендации по усилению роли малых и средних инновационных предприятий в странах Содружества Независимых Государств. Версия 1 [Электронный ресурс] // Национальный институт системных исследований проблем предпринимательства – 2012 – Режим доступа: http://www.nisse.ru/business/article/article_1978.html?effort=7

Филиппова В.К.
студент

СВФУ им.М.К.Аммосова

Россия, Республика Саха (Якутия)

ПРОБЛЕМА КУРЕНИЯ МОЛОДЕЖИ РОССИИ

К сожалению, никому не секрет, что на сегодняшний день, каждый второй — курит. В детстве, мне казалось, что курят только старики и старушки, но чем я становилась старше, тем больше я убеждалась в том, что ошибалась.

В среднем, люди пробуют свою первую сигарету в 20 лет, но с каждым годом, цифра становится все меньше и меньше. Сегодня, дети 10-ти лет впервые пробуют покурить, 14-ти летние уже изредка (1-2 раза в неделю) курят, а 16-ти летние — постоянные курильщики. К окончанию школы, уже многие дети — курильщики со стажем. Ситуация, конечно же, очень плачевная.

И почему же так происходит? Люди знают, что наркотики и алкоголь — вызывают привыкание, очень вредны для здоровья, и им кажется, что рядом с ними, сигареты — всего лишь потеха. Максимум что из-за них происходит — это зубы и ногти желтеют, да и дыхалка уже не та.

Но к сожалению, курение приводит к более ужасным результатам.

Токсичность табачного дыма в 4,25 раза больше, чем токсичность выхлопного газа автомобиля, в 248 раз выше загрязненности отработанного газа газовой горелки и в 1 100 раз выше токсичности выдыхаемого человеком воздуха. Курение отрицательно влияет на сердце и сосуды. Никотин, воздействуя на симпатическую нервную систему, активирует работу ряда желез внутренней секреции. При этом в кровь выбрасывается избыточное количество биологически активных гормонов, которые сужают артерии, снабжающие кровью сердце, почки, печень.

У курильщика наблюдается дистрофия многих тканей и органов. На фоне этого и образуется предрасположенность ко многим заболеваниям. Отдельные болезни от курения встречаются особо часто. К примеру, такие болезни, как ишемические патологии. Курение является наиболее мощным фактором, провоцирующим их. Именно из-за курения поражается не только сердце, но и почти все сосуды в организме. Последствия сердечно сосудистых болезней зачастую весьма тяжелые. Они способны вызывать нарушения кровообращения в мозгу, что может перерасти в хроническую форму или проявиться в виде инсульта. Это также может быть паралич или

нарушения памяти, что является следствием неправильного кровоснабжения мозга. Имеют место и такие болезни, как аневризма брюшной части аорты. Развитие этого заболевания в дальнейшем может спровоцировать расслоение или разрыв аневризмы, что в свою очередь может привести к летальному исходу. Чаще всего эти болезни встречаются именно у любителей покурить.

Что же надо сделать, чтобы до ребят дошло, что курить — вредно? Как им объяснить? Чтобы до детей это дошло, чтобы они поняли это на всю жизнь — родители должны провести беседу, в самом раннем возрасте. И провести беседу не один раз, не два раза, а как можно больше и доступнее. Не надо при этом использовать труднопонимаемые слова, медицинские термины и тем более, запугивать их. Надо просто объяснить, также как и объясняешь то, что с огнем играть опасно. Но бесед — мало, важно чтобы родители сами не курили и желательно, чтобы ближние родственники — тоже. Ребенок должен наглядно видеть пример здорового образа жизни.

Если говорить о государстве, оно тоже должно всячески помогать детям выбрать правильный путь. Должны проводиться больше мероприятий на тему ЗОЖ, сигареты должны продоваться с 21, только с предъявлением паспорта, и цены на них, тоже нужно поднять. Очень радует новый закон о «запрете курения на общественных местах», который вступил в силу с 1 июня (в день защиты детей). Согласно этому закону, запрещается курить на улицах, подъездах, у кинотеатров, в ресторанах и т.д.

Напоследок, хотелось бы сказать, что если мы все вместе возьмемся за эту проблему — мы ее решим. Ведь нет ничего невозможного. Главное начать с себя и своих близких, потому что здоровье — не вечно.

Использованные источники:

1. Деларю В.В. Губительная сигарета. - М.: Медицина, 1987.

*Филиппова В.К.
студент*

СВФУ им.М.К.Аммосова

Россия, Республика Саха (Якутия)

ПОВЫШЕНИЕ СРЕДНИХ ПРОХОДНЫХ БАЛЛОВ В ВУЗЫ: ПЛЮСЫ И МИНУСЫ

Сегодня, ребятам, закончившим школы, трудно поступить в высшее учебное заведение. Но пару лет назад, ситуация была совсем иная.

Россия переживает такой период, когда людей с высшим образованием стало слишком много. Не все могут устроиться на работу, уровень безработицы с каждым днем все выше и выше. Наоборот, специалистов с средним профессиональным образованием

катастрофически не хватает. Это связано с тем, что все хотят получить высшее образование, так скажем, для «галочки», наш народ еще не понимает, что можно прожить достойную жизнь и со средним образованием. Так же, проблема состоит в том, что проходные баллы в вузы не так уж и велики, если ребенок средне напишет Единый Государственный Экзамен, он может поступить.

Для решения этой проблемы, Министерство Образования предприняло следующие меры:

- усложнило задания ЕГЭ
- повысило проходные баллы в вузы
- в вузах меньше бюджетных мест, в основном, коммерческие

Я в своей статье, рассмотрю второе решение.

Если раньше, чтобы поступить в средний вуз, со средним статусом, нужно было набрать 150 баллов и выше (по трем предметам), то сейчас, нужно набрать, как минимум 180, то есть по 60 баллов за один предмет. Университеты, с мировым статусом, повысили свой проходной балл от 200 до 250 (за три предмета).

Рассмотрим перемены в проходных баллах, на примере Северо-Восточного Федерального Университета им.М.К.Аммосова, Финансово-Экономического Института в Республике Саха (Якутия). Возьмем такую специальность, как экономика, профиль - мировая экономика.

В 2011 году, чтобы поступить в СВФУ ФЭИ по направлению экономика (мировая экономика), ребенок должен был набрать 180 баллов, то есть по 60 баллов за три предмета, когда как в 2009 году, чтобы поступить сюда же, нужно было набрать 130 баллов. Разница, конечно, очень велика. Тем более, если учитывать то, что с каждым годом задания ЕГЭ становятся все сложнее и сложнее.

На официальном сайте, есть рубрика "вопрос-ответ", где каждый пользователь интернета, может задать интересующий его вопрос, и ему ответит специалист. Я задала вот такой вопрос: "В прошлом году какой был проходной балл в ФЭИ. Какое количество бюджетных мест?". Мне ответили: "Количество бюджетных мест еще неизвестно. Будет известно только в конце мая-начале июня. В прошлом году на каждую специальность было всего по 5-10 плановых мест. И проходные баллы были очень высокие, с каждым годом прием на плановые места сокращается. В прошлом году проходные баллы были от 187 до 230 баллов."

Мы видим, что с каждым годом, проходные баллы возрастают с невероятной скоростью. Хорошо это или плохо? Как мне кажется, это очень даже хорошо. Если выпускник, хочет поступить в хороший

университет, у него будет стимул хорошо готовиться. В этом случае, решается сразу несколько социальных проблем, такие как:

- занятость молодежи, у них большая часть времени будет уходить на учебу
- повышение ответственности, они будут понимать, что их будущее зависит от них самих
- больше специалистов со средним профессиональным образованием
- лучшее качество выпускников университетов, так как ребенок уже будет привыкший к тому, чтобы усердно учиться

Но, также есть и минусы, которые нельзя игнорировать. Как мне кажется, основных минусов три, это:

- сильная пере нагрузка ребенка, негативное влияние на его уровень здоровья
- моральная/психологическая давка, со стороны родителей и школы
- большие затраты с бюджета семьи на платных репетиторов

Конечно, каждый родитель хочет, чтобы его ребенок получил высшее образование. Не секрет, что не во всех школах можно получить столько знаний, чтобы поступить в высшее учебное заведение. Приходится решать эту проблему платными репетиторами, что оказывает существенное влияние на семейный бюджет. Так как я сама, прошла через это, я на себе знаю, какая это ответственность перед родителями, потому что, за 1 академический час, репетиторы в среднем берут от 500 до 800 рублей. Нужно его посещать хотя бы раз в неделю, чтобы понять все, что не до понял в школе. Также нужны еще репетиторы, по двум другим предметам. Родители, даже не хотя этого, дают на своего ребенка, говоря ему, насколько им важно, чтобы он поступил.

Получается, что ребенок, кроме учебы в школе, посещает также трех репетиторов, дополнительные занятия в школе, факультативы по интересам (если имеются). Конечно, это очень большая нагрузка, тем более, что именно весной, во время авитаминоза, начинается самая тщательная подготовка к экзаменам.

К сожалению, не все дети способны перенести такие физические и психологические нагрузки. Нередки случаи, когда дети заболевают, впадают в депрессию. Есть даже случаи, когда ребенок заканчивает жизнь самоубийством. На сколько бы это ужасно не звучало, такое есть, и это нельзя просто так игнорировать.

В итоге, хотелось бы написать, что в повышении проходных баллов в вузы, есть и положительные, и отрицательные стороны. Если ребенок, понимает, что его будущее зависит от него самого, то печальных результатов не должно быть, а чтобы он понимал это, в школе должны проводиться необходимые работы, примерно с девятого класса.

**Филичкина Ю.Ю., кандидат экономических наук
доцент кафедры «Финансы и кредит»**

Астайкина Н.А.

**студент 5 курса экономического факультета
ФГБОУ ВПО «Мордовский государственный
университет имени Н.П. Огарева»**

Россия, г. Саранск

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА КАССОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ ИСПОЛНЕНИЯ БЮДЖЕТОВ СУБЪЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В статье представлены преимущества при переходе на кассовое обслуживание участников бюджетного процесса субъекта Российской Федерации в органах Федерального казначейства, рассмотрены направления деятельности Управления Федерального казначейства по Республике Мордовия в рамках реализации мероприятий по повышению качества кассового обслуживания исполнения регионального бюджета

Ключевые слова: бюджетная система Российской Федерации, региональный бюджет, качество кассового обслуживания исполнения бюджетов субъектов Российской Федерации

В условиях реформирования бюджетной системы Российской Федерации особое значение приобрело проведение и учет кассовых операций в порядке кассового обслуживания исполнения бюджетов в системе Федерального казначейства. Ранее при наличии двух органов власти (Министерство финансов и Федеральное казначейство), осуществляющих казначейское исполнение бюджетов, создавались определенные неудобства для клиентов, а именно, преобладание большого количества одинаковых лицевых счетов, путаница в выписках из лицевых счетов, а также одновременное использование разных программных продуктов. Ошибки в указании реквизитов в расчетных документах приводило к росту невыясненных поступлений, а пользователям было сложно определить орган, куда необходимо направить запрос (исполнительный лист).

Существующие проблемы обуславливают необходимость совершенствования системы кассового обслуживания исполнения бюджетов бюджетной системы Российской Федерации:

- не осуществлен переход на кассовое обслуживание исполнения бюджетов государственных внебюджетных фондов органами Федерального казначейства;

- существует значительное количество отдельно открытых каждому публично - правовому образованию счетов по учету средств бюджетной системы (более 24 тысяч). Поэтому в данных условиях возникла необходимость провести ряд мероприятий, направленных на повышение

качества кассового обслуживания исполнения бюджетов субъектов Российской Федерации.

Известно, что полное кассовое обслуживание исполнения бюджетов в Казначействе России пока осуществляется менее чем в половине субъектов Российской Федерации. При переходе на кассовое обслуживание в органы Федерального казначейства регион существенно экономит бюджетные средства, так как не несет затраты, связанные с проведением работ по организации собственных органов казначейства, содержанием служащих, а также внедрением собственных технологий для осуществления казначейского исполнения бюджета. Помимо этого регион получает возможность бесплатного обслуживания и использования качественных сервисов и технологий, предоставляемых Федеральным казначейством, а именно Автоматизированного рабочего места распорядителя бюджетных средств, Автоматизированного рабочего места получателя бюджетных средств, Системы электронного документооборота, Системы удаленного финансового документооборота.

Таким образом, можно выделить следующие преимущества использования единой системы кассового обслуживания исполнения бюджетов Федерации:

- внедрение единой методологии, технологии и механизмов по кассовому исполнению бюджетов на всей территории Российской Федерации;
- использование единой для всех бюджетов методологии взаимодействия с платежной системой Банка России (платежные документы, электронное взаимодействие)
- повышение достоверности и своевременности отчетности о кассовом исполнении бюджетов;
- создание более удобных условий для налогоплательщиков по перечислению любых налогов или сборов только на один счет;
- возможность получения полной информации о доходах, поступивших на всей территории субъекта Федерации во все уровни бюджетов;
- сокращение затрат на внедрение и техническую поддержку кассового обслуживания исполнения бюджетов, которое обусловлено тем, что органы федерального казначейства обслуживают региональные и местные бюджеты на безвозмездной основе;
- наличие действующей организационной структуры, обеспечивающей кассовое обслуживание исполнения бюджетов.

Следует отметить, что в настоящее время около 53 субъектов Российской Федерации применяют вариант кассового обслуживания исполнения бюджета с открытием лицевых счетов участникам бюджетного процесса и «смешанный» вариант кассового обслуживания [3].

В рамках текущего планирования деятельности Федеральным казначейством ежегодно разрабатываются основные мероприятия по реализации Стратегической карты развития ведомства до 2017 года, включающей такие базовые компоненты стратегирования, как роль, миссия, которые конкретизируют поставленные перед службой цели и задачи. Так, согласно Основным мероприятиям на 2013 год для достижения стратегической цели «Обеспечения кассового обслуживания субъектов сектора государственного управления» необходимо реализовать 6 мероприятий, в том числе связанное с повышением качества кассового обслуживания исполнения бюджетов субъектов РФ. В целях реализации основных мероприятий Федеральным казначейством разрабатываются и утверждаются соответствующие графики.

Так, Управлением Федерального казначейства по Республике Мордовия в рамках реализации мероприятий по повышению качества кассового обслуживания исполнения регионального бюджета и местных бюджетов, ведется работа по следующим направлениям:

1. обеспечение предоставления участникам и неучастникам бюджетного процесса информации о кассовых операциях со средствами бюджетов субъектов Российской Федерации, муниципальных образований не позднее 10.30 часов дня не позднее получения банковской выписки;

2. организационные и методологические мероприятия по повышению качества кассового обслуживания исполнения бюджетов субъектов Российской Федерации:

- мероприятия по разработке проекта приказа Федерального казначейства «О внесении изменений в Порядок кассового обслуживания исполнения федерального бюджета, бюджетов субъектов Российской Федерации и местных бюджетов и порядок осуществления территориальными органами Федерального казначейства отдельных функций финансовых органов субъектов Российской Федерации и муниципальных образований по исполнению соответствующих бюджетов, утвержденный приказом Федерального казначейства от 10 октября 2008 года № 8н»;

- комплекс мероприятий по формированию проекта приказа Федерального казначейства «О внесении изменений в приказ Федерального казначейства от 25 августа 2006 года № 12н «Об утверждении Общего порядка кассового обслуживания исполнения бюджетов бюджетной системы Российской Федерации»;

3. создание новейшего порядка предоставления межбюджетных субсидий, субвенций и иных межбюджетных трансфертов, имеющих целевое назначение из бюджетов Российской Федерации местным бюджетам;

4. комплекс мероприятий по повышению качества учета операций со средствами неучастников бюджетного процесса:

- мероприятия по созданию проекта приказа Федерального казначейства «О порядке проведения территориальными органами Федерального казначейства кассовых операций со средствами бюджетных учреждений»;

- мероприятия по разработке проекта Федерального казначейства «О внесении изменений в приказ Федерального казначейства от 8 декабря 2011 года № 15н «О порядке проведения территориальными органами Федерального казначейства кассовых операций со средствами автономных учреждений»;

- мероприятия по разработке проекта приказа Федерального казначейства «О внесении изменений в приказ Федерального казначейства от 15 декабря 2009 года № 13н «Об утверждении порядка осуществления территориальными органами Федерального казначейства операций со средствами государственной компании «Российские автомобильные дороги»;

5. организационные и методологические мероприятия по подготовке и направлению в Минфин России предложений в проект приказа Министерства финансов Российской Федерации «О перечислении остатков средств, поступающих во временное распоряжение казенных учреждений субъектов Российской Федерации со счетов, открытых органам Федерального казначейства в учреждениях Центрального банка в соответствии с законодательством Российской Федерации для отражения операций на балансовом счете 40302 «Средства поступающие во временное распоряжение бюджетных учреждений» в бюджет субъекта Российской Федерации, а также на возврат на счет 40302;

6. обеспечения предоставления региональным финансовым органам новых форм отчетности [6].

С целью экономии времени по доведению до клиентов необходимой информации происходит постоянное развитие информационных технологий в органах Федерального казначейства.

Так, в настоящее время в Федеральном казначействе действует две информационные системы: Автоматизированная система Федерального казначейства и Система ключевых показателей эффективности. Помимо этого, Казначейство России является оператором следующих систем:

- Официальный сайт для размещения информации о размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг - www.zakupki.gov.ru;

- Официальный сайт для размещения информации о государственных и муниципальных учреждениях - www.bus.gov.ru;

- Система электронный бюджет;

- Государственная информационная система о государственных и муниципальных платежах;

- Государственная автоматизированная система.

Основным преимуществом от внедрения и использования казначейских информационных систем является: сокращение хозяйственных и транспортных расходов клиентов за счёт предоставления им сервиса электронного документооборота. В результате проведенного мероприятия в 2012 году скорость обмена информации с внешними пользователями увеличилась в тридцать раз, что, несомненно, свидетельствует о повышении качества кассового обслуживания исполнения бюджетов.

Также, особое внимание заслуживает создание единого портала бюджетной системы («Электронный бюджет») — www.budget.gov.ru, на котором будет размещаться информация о состоянии бюджетной системы Российской Федерации. В свою очередь, формирование и развитие системы «Электронный бюджет» планируется на пятилетний срок [5].

Любой пользователь будет иметь доступ к представленной на сайте информации и производить с ней любые операции: группировать, анализировать в удобном для него виде. Главным преимуществом сайта в том, что полученные данные дадут возможность получить информацию об исполнении бюджетов бюджетной системы вплоть до каждого поселения в короткие сроки.

В дальнейшем портал будет иметь закрытую часть. Таким образом, участники бюджетного процесса получают доступ к личным кабинетам путем регистрации на сайте и, следовательно, смогут исполнять необходимые операции.

В соответствии с Федеральным законом от 27 июля 2010 года № 210 «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» с 1 января 2013 года органы, предоставляющие государственные услуги, не могут требовать от заявителей документы, которые подтверждают факт внесения платы за услугу. Для доказательства оплаты, они должны использовать сведения, содержащиеся в Государственной информационной системе о государственных и муниципальных платежах.

В свою очередь, государственная информационная система о государственных и муниципальных платежах представляет собой централизованную систему, которая обеспечивает прием, передачу и учёт информации между ее участниками: организации по приему платежей, администраторы доходов бюджета, сайты, порталы, многофункциональные центры. Сотрудничество участников производится через систему электронного межведомственного взаимодействия.

Данный проект полезен не только физическим, но и юридическим лицам. Так, уже с 1 января 2013 года граждане и организации будут иметь возможность получать полную и актуальную информацию о начислениях на сайтах государственных услуг, а также через кредитные организации. Они смогут быстро оплачивать сборы, пошлины, штрафы, платежи за оказание государственных и муниципальных услуг, а также осуществлять

контроль за погашением имеющихся у них начислений, в том числе задолженностей. Кроме того, государственные и муниципальные услуги будут предоставлены сразу после внесения платежа: плательщикам не потребуется дожидаться зачисления средств, которое в настоящее время занимает 3 – 4 дня.

Очередным высококачественным шагом в развитии сотрудничества Федерального казначейства с его клиентами является введение технологий обмена информацией между участниками бюджетного процесса в режиме настоящего времени (Система удаленного финансового документооборота). Новый продукт входит в состав Автоматизированной системы Федерального казначейства и является передовой ее частью. Со временем он должен сменить прикладной программный продукт «Система электронного документооборота», использующий технологию off - line.

У клиентов появится возможность отправлять заявки на кассовый расход, получать информацию об их движении в режиме реального времени. Пользователю необходимо будет иметь только доступ в Интернет и сертификат электронной цифровой подписи. Важно ещё и то, что система не будет иметь ограничений по одновременной территориально - распределенной работе пользователей, что удобно для крупных получателей бюджетных средств.

Таким образом, создание новых информационных порталов и систем гарантирует более высокое удобство взаимодействия пользователя с казначейством.

С 01.01.2013 года установлены новые формы платежных документов для представления их в УФК, структурные подразделения и отделения УФК, установленные Приказом Федерального казначейства от 10.10.2008 №8н «О порядке кассового обслуживания исполнения федерального бюджета, бюджетов субъектов Российской Федерации и местных бюджетов и порядке осуществления территориальными органами Федерального казначейства отдельных функций финансовых органов субъектов Российской Федерации и муниципальных образований по исполнению соответствующих бюджетов»:

- 1.1 Заявка на кассовый расход (форма 0531801).
- 1.2 Заявка на кассовый расход (сокращенная) (форма 0531851).
- 1.3 Заявка на получение наличных денежных средств (форма 0531802).
- 1.4 Заявка на получение наличных денежных средств, перечисляемых на карту (форма 0531844).
- 1.5 Заявка на возврат (форма 0531803).

С 2012 года внедрен новый подход к порядку предоставления межбюджетных трансфертов, исходя из фактической потребности субъекта Российской Федерации в целевых средствах на дату совершения платежной операции.

Вместе с тем, потребность бюджетов субъектов Российской Федерации и местных бюджетов в средствах может быть удовлетворена посредством механизма предоставления Федеральным казначейством краткосрочных бюджетных кредитов на пополнение остатков средств на счетах указанных бюджетов.

Указанные преобразования повысят эффективность использования средств федерального бюджета, исключат предпосылки скрытого кредитования региональных и местных бюджетов при одновременном создании действенного инструмента для поддержки ликвидности счетов бюджетов субъектов Российской Федерации и местных бюджетов.

В целях повышения качества учета операций со средствами неучастников бюджетного процесса устанавливаются требования к оформлению платежных документов по новым формам. Результатом реализации является повышение качества исполнения государственной функции по осуществлению кассовых выплат за счет средств автономных, бюджетных учреждений и государственной компании «Российские автомобильные дороги».

Разрабатываются мероприятия, связанные с развитием механизма управления ликвидностью счетов бюджетов субъектов Российской Федерации, производится подготовка, согласование, доработка и направление предложений в приказ Министерства финансов Российской Федерации, которое должно быть завершено к 31 мая 2013 года.

С 1 июля 2012 года вступили в силу положения приказа Федерального казначейства от 27 декабря 2011 года № 19н в части формирования и представления Федеральным казначейством и территориальными органами Федерального казначейства финансовым органам новых форм отчетности [1].

Создание и интеграция в информационный обмен измененных форм отчетности связано, прежде всего, с необходимостью интегрирования сведений, ранее существовавших в разных формах. Например, в Справке о кассовых операциях со средствами бюджета собраны данные, содержащиеся в Ведомости кассовых поступлений в бюджет и сводной ведомости по кассовым выплатам из бюджетов. Сводная справка по кассовым операциям со средствами бюджета (месячная) включает информацию, которая аналогична Сводной ведомости по кассовым поступлениям (месячной) и Ведомости по кассовым выплатам из бюджетов (месячной) [4].

Таким образом, улучшение качества кассового обслуживания исполнения бюджетов субъектов Российской Федерации, должно осуществляться, на наш взгляд, на постоянной основе, при использовании различных форм и инструментов, что будет способствовать повышению эффективности и результативности деятельности Федерального казначейства.

Использованные источники:

- 1 О внесении изменений в приказ Федерального казначейства от 10 октября 2008 г. N 8н "О порядке кассового обслуживания исполнения федерального бюджета, бюджетов субъектов Российской Федерации и местных бюджетов и порядке осуществления территориальными органами Федерального казначейства отдельных функций финансовых органов субъектов Российской Федерации и муниципальных образований по исполнению соответствующих бюджетов: Приказ Федерального казначейства от 27 декабря 2011 г. N 19н
- 2 О порядке кассового обслуживания исполнения федерального бюджета, бюджетов субъектов Российской Федерации и местных бюджетов и порядке осуществления территориальными органами Федерального казначейства отдельных функций финансовых органов субъектов Российской Федерации и муниципальных образований по исполнению соответствующих бюджетов (с изменениями и дополнениями): Приказ Федерального казначейства от 10 октября 2008 г. N 8н
- 3 Артюхин Р. Е. Новые проекты Казначейства России / Р. Е. Артюхин // Финансы. – 2012. - № 11.
- 4 Лукашов, А. И. Повышение качества кассового обслуживания региональных и местных бюджетов / А. И. Лукашов // Финансы. - 2012. - № 11. - С. 19 – 21
- 5 Титова О. В. Казначейство России: настоящее и будущее [Текст] / О. В. Титова // Молодой ученый. — 2013. — №2. — С. 187-189.
- 6 Официальный сайт Казначейства России [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: www.roskazna.ru

*Филичкина Ю.Ю., к.э.н.
доцент кафедры финансов и кредита
Папушкина А.В.
студент 5 курса
экономического факультета
ФГБОУ ВПО «МГУ им. Н.П. Огарева»
Россия, г.Саранск*

ОЦЕНКА РЕАЛИЗАЦИИ РЕСПУБЛИКАНСКОЙ ЦЕЛЕВОЙ ПРОГРАММЫ «ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЕ И ПОВЫШЕНИЕ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ МОРДОВИЯ НА 2011-2020 гг.»

Целевые программы являются одним из важнейших средств реализации структурной политики государства, активного воздействия на его социально-экономическое развитие и должны быть сосредоточены на реализации крупномасштабных, наиболее важных для государства инвестиционных и научно-технических проектов, направленных на

решение системных проблем, входящих в сферу компетенции органов исполнительной власти Республики Мордовия.

Целевая программа повышения энергоэффективности и энергосбережения – основной и наиболее важный для практического применения результат энергетического обследования. Программа повышения энергоэффективности содержит конкретные мероприятия, которые при их реализации должны дать весомый экономический эффект, снизить потребление топливно-энергетических ресурсов на единицу валового регионального продукта путем их наиболее полного и рационального использования во всех секторах экономики Республики Мордовия за счет внедрения комплекса энергосберегающих мероприятий и проектов.

Реализация данной программы поможет выявить потенциал энергосбережения на основании обязательных энергетических обследований; обеспечить устойчивость темпов снижения энергопотребления в секторах экономики республики, а также сохранить и расширить потенциал доходной части республиканского бюджета Республики Мордовия за счет сокращения нерационального потребления энергии. [2]

В Республике Мордовия реализуется Республиканская целевая программа «Энергосбережение и повышение энергетической эффективности в Республике Мордовия» на 2011-2020 гг. (далее – РЦП).

Важнейшими целевыми индикаторами достижения поставленных целей будет являться: снижение энергоемкости валового регионального продукта не менее чем на 53% к 2020 г. и обеспечение суммарной экономии первичной энергии в размере не менее 4380 тыс. тонн условного топлива к 2020 г. по сравнению с 2010 г. [4]

Финансирование РЦП осуществляется за счет средств, поступивших из федерального бюджета, республиканского бюджета и бюджетов субъектов Российской Федерации (по межрегиональным целевым программам), а также привлекаемых для выполнения этих программ внебюджетных источников.

Всего по плану на реализацию энергосберегающих мероприятий и проектов на 2011 - 2020 гг. предусматривается 11002,6 млн. рублей.

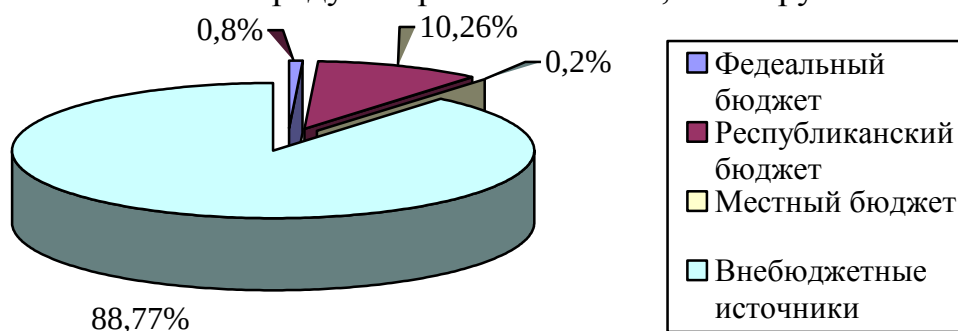


Рисунок 1 – Источники финансирования РЦП «Энергосбережение и повышение энергетической эффективности в РМ на 2011-2020 гг.»

Таким образом, за счет федерального бюджета предполагается выделить 82,8 млн. рублей, республиканского бюджета Республики Мордовия – 1128,8 млн. рублей, средств местных бюджетов – 24,1 млн. рублей, и внебюджетных источников - 9766,9 млн. рублей. Таким образом, финансирование реализации мероприятий в рамках РЦП предполагается в основном за счет внебюджетных источников.

В соответствии с Законом Республики Мордовия о республиканском бюджете Республики Мордовия на 2012 г. и на плановый период 2013 и 2014 гг., на выполнение РЦП в 2012 г. было выделено 75421,5 тыс. руб. По состоянию на 31.12.2012 г. мероприятия программы из республиканского бюджета профинансированы на сумму 44879,3 тыс. руб., что составило 59,5 % от запланированного объема финансирования. На выполнение мероприятий программы были привлечены средства федерального бюджета в размере 33253,57 (неиспользованный в 2011 году остаток субсидии из федерального бюджета бюджету республики на выполнение РЦП). За счет внебюджетных источников выполнены мероприятия программы на сумму 668693,96 тыс. руб. (52,9 % от запланированного финансирования), в том числе на 325733,66 тыс. руб. за счет собственных средств организаций (54,96% от запланированного объема средств), на 342960,3 тыс. руб. за счет привлеченных средств (51,2 % от запланированного финансирования).

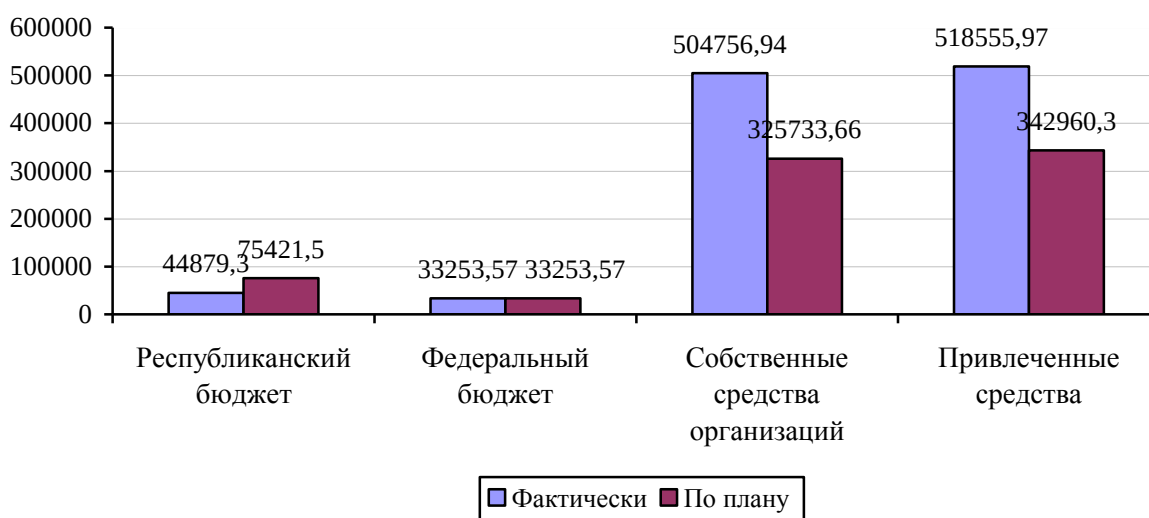


Рисунок 2 – Источники финансирования РЦП «Энергосбережение и повышение энергетической эффективности в РМ» за 2012 г.

Таким образом, несоответствие запланированных бюджетных ассигнований фактическим, не позволило в полном объеме достичь показателей, установленных при утверждении РЦП.

За 2012 г. в рамках РЦП проведен ремонт системы отопления, водоснабжения и теплотрассы в 18 государственных учреждениях, заменены приборы учета в 4 учреждениях, проведен ремонт котельных (с заменой котлов отопления на энергоэффективные) в 15 учреждениях, проведена замена оконных и дверных блоков в 20 учреждениях. Утеплены здания 32 государственных учреждений. Приобретены и установлены энергосберегающие лампы в 18 учреждениях. Завершено проведение обязательных энергетических обследований. Мероприятия в бюджетной сфере выполнены на 44879,3 тыс. руб.

В промышленных организациях проведены мероприятия по эффективным системам производственного освещения, эффективным системам сжатого воздуха, эффективным системам теплоснабжения, модернизации технологических процессов, пилотный проект «Новый свет», что позволило достичь эффекта в виде экономии 2689,2 тыс. руб. в стоимостном выражении и 700174 кВт/ч в натуральном выражении. Мероприятия профинансированы за счет внебюджетных источников на сумму 174535,7 тыс. руб., что составило 25,7 % от запланированного на 2012 г. привлечения средств. Снижение объемов финансирования обусловлено отсутствием средств в организациях на проведение энергосберегающих мероприятий.

В сфере строительства проведена реконструкция компрессорной станции и систем сжатого воздуха на сумму 9100 тыс. руб., благодаря чему достигнуты экономия 300 тыс. кВт/ч.

В сфере торговли и предпринимательства выполнены мероприятия по эффективным системам производственного освещения, теплоснабжения, по регулированию электропривода, проведена модернизация технологических процессов на 1151 тыс. руб. (мероприятия в 2012 г. выполнены на 102,5 % от запланированного объема).

В организациях сельского хозяйства и продовольствия в полном объеме выполнено мероприятия по повышению эффективности систем освещения за счет замены ламп накаливания на энергоэффективные источники света в 5 организациях, что позволило достичь экономии 172,1 тыс. кВт/ч. Осуществлено мероприятие по повышению эффективности энергообеспечения за счет реконструкции электрических сетей и модернизации котельного оборудования, ГУП РМ «Тепличное» ввело в эксплуатацию три газопоршневых генератора мощностью 3177кВт. На данное мероприятие привлечены внебюджетные средства в размере 89478,3 тыс. руб. (в 5,4 раза более запланированных на 2012г. объемов). В рамках мероприятия по энергоэффективности тракторного парка за счет его обновления приобретено сельхозпредприятиями без учета фермерских

хозяйств 148 ед. тракторов различных модификаций на сумму 302000 тыс. руб.

В сфере энергетики проведена замена 180 км проводов на перегруженных линиях ВЛ 10кВ, 0,4кВ; достигнутый эффект в натуральном выражении составил 849,68 кВт/ч, в стоимостном выражении - 1363,79 тыс. руб., снизились потери в сетях на 57,8 млн. кВт.ч. Выполнена замена 926 п.м. и 1822 м² теплоизоляционных конструкций подземных и надземных трубопроводов с частичной перекладкой, получена экономия в размере 1126,49 тыс. руб. В рамках РЦП за счет внебюджетных средств заменены 6175 приборов учета, достигнутый эффект составил 2891,51 тыс. руб. [5]

В ходе реализации мероприятий РЦП удалось добиться снижения удельных расходов топливно-энергетических ресурсов, снизить затраты на водоснабжение и водоотведение, что привело к значительной экономии финансовых средств.

Согласно принципам программно-целевого бюджетирования, именно анализ эффективности – ключевая цель оценки реализации программ, так как он не только позволяет судить о результативности реализации программы, но и рассчитывает стоимость достигнутых результатов и, как следствие, реализует главную задачу – повышение его общественной результативности.

Методика оценки эффективности предназначена для оценки эффективности реализации республиканских целевых программ, определения их рейтинга и принятия решений о необходимости внесения в них изменений или дополнений

Основным критерием при проведении оценки эффективности реализации программы является результативность достижения целевых показателей с учетом затрат на реализацию программы.

Значительное влияние на степень оценки эффективности программ оказывают такие критерии как:

- достижение целевых показателей реализации программы (K1);
- освоение средств республиканского бюджета (K2).

Расчет итоговой оценки эффективности и присвоение рейтинга эффективности РЦП осуществляются на основании критериев, их весовых значений и балльных оценок (таблица 1). [3]

Таблица 1 – Итоговая оценка эффективности реализации программы

	Итоговая оценка	Вывод
1	Менее 3 баллов	Программа реализуется неэффективно
2	От 3 включительно и более баллов	эффективность реализации Программы низкая
3	От 6 включительно и более баллов	Программа реализуется эффективно

Рассчитаем критерий K1. По итогам 2012 г. при реализации программы было достигнуто 64,2% показателей. В соответствии с градацией данной методики, достижение значений целевых показателей реализации от 50% до 80% (для показателей, рост значений которых свидетельствует о положительной динамике) присваивается балльная оценка равная 5.

Теперь рассчитаем критерий K2. По итогам 2012 г. было освоено 59,5% средств, предусмотренных законом о бюджете Республики Мордовия. Данное значение входит в градацию «средства освоены от 50 до 75%» и соответственно данному критерию присваивается балльная оценка равная 5.

Теперь можно рассчитать итоговую оценку R. На основании итоговой оценки делается вывод об эффективности реализации РЦП.

$$R = 0,8 * K1 + 0,2 * K2 = 0,8 * 5 + 0,2 * 5 = 4 + 1 = 5$$

Итоговая оценка составляет 5 баллов, соответственно эффективность реализации программы низкая. Данная оценка свидетельствует о том, что расходы на реализацию программы неэффективны, а результат не достигнут. А это противоречит одному из главных принципов – «принципу результативности и эффективности использования бюджетных средств». Таким образом, мониторинг эффективности реализации РЦП, позволяет сделать вывод о том, что программа нуждается в доработке, а также в тщательной корректировке.

*Филичкина Ю.Ю., к. э. н., доцент
кафедры финансов и кредита
Папушкина А.В.
студент 5 курса
экономического факультета
ФГБОУ ВПО «МГУ им. Н.П. Огарева»
Россия, г. Саранск*

ПРОБЛЕМЫ РАЗРАБОТКИ И РЕАЛИЗАЦИИ ЦЕЛЕВЫХ ПРОГРАММ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Проблемы разработки и реализации целевых программ приобретают особую значимость на современном этапе развития государственного управления в Российской Федерации. В условиях, когда необходимо максимально эффективно и экономно расходовать ограниченные бюджетные средства, наиболее оптимальным способом выполнения заявленных целей может служить механизм целевых программ. В связи с этим становится актуальным решение проблем реализации целевых программ и совершенствование методологии применения программно-целевого метода.

Целевые программы представляют собой форму решения значимых проблем социально-экономического развития России. Они включают систему мероприятий, имеющую четко определенные по времени и содержанию конечные результаты. Такие программы намечают конкретный комплекс мероприятий, необходимый для достижения установленных целей [2].

Несмотря на то, что целевые программы выступают эффективным механизмом решения приоритетных, стратегических задач, зачастую они осуществляются с низкой результативностью и нуждаются в совершенствовании. Проблемы присутствуют как при разработке проекта и утверждении целевых программ, так и при их реализации, а непосредственно предложений по совершенствованию применения программно-целевого метода в государственном управлении РФ не хватает.

В России ключевым документом, регулирующим процесс разработки федеральных целевых программ, является порядок, утвержденный Постановлением Правительства РФ от 26 июня 1995 г. № 594. В субъектах и на местном уровне принимаются соответствующие порядки на основании утвержденного Правительством РФ. Исследование действующих в РФ целевых программ показало ряд недостатков действующего порядка разработки и утверждения целевых программ [1].

Одной из значимых проблем является формулировка целей программ, которые далеко не всегда конкретны и ясны для определения тех целей, ради достижения которых программа подготовлена, пропорций распределения общего объема выделенных средств. В итоге, ответственность государственных чиновников за достижение установленной в программе цели размывается и соответственно не устраняется проблема, необходимость решения которой обозначено органами власти. Поэтому при разработке проекта программ было бы уместно организовывать Межведомственную Комиссию для более детальной проработки программ до их принятия и оформления.

Кроме того, необходимо внедрить наиболее конкретные критерии отбора проблем для их решения программными методами. Это позволит разрабатывать целевые программы в соответствии с долгосрочной стратегией федерального правительства, а финансирование осуществлять по итогам реализации программы и возможностям федерального бюджета. Часто целевые программы представляют собой плохо структурированный набор мероприятий, не объединенных между собой общей целью. В результате, органам, ответственным за их реализацию, не всегда удается обеспечить обоснованный отбор проектов из числа предоставленных к исполнению. Некоторые программы не содержат конкретных мероприятий, сроков их исполнения и оценку возможных результатов. В ряде случаев отсутствуют показатели оценки эффективности реализации

программ, определенные в количественном выражении, а также индикативные показатели, обязательные для контроля реализации по намеченным этапам и годам. Отсутствие этих показателей обесценивает программу как целостный системный документ, ориентированный на достижение конкретных результатов, делает невозможным предметный и всесторонний анализ предлагаемых к реализации мероприятий, а также оценку из результативности и последующий контроль. Таким образом, некачественно разработанная программа не может обеспечить полное достижение поставленных целей и проявления положительных результатов [3].

В последнее время наблюдается тенденция к рассеиванию ответственности по разработке и управлению программой между ее многочисленными заказчиками и исполнителями, и в основном ответственность за достижение целей, на которые ориентирована программа, никто не несет. Поскольку каждый государственный заказчик несет ответственность исключительно лишь за осуществление закрепленных за ним мероприятий. Следовательно, ни одно ведомство не располагает объективными возможностями для эффективного мониторинга ее реализации в целом, а значит не в силах оперативно отреагировать на изменения, затрудняющие достижение поставленных в программе целей. В таком случае смешиваются функции заказчика и исполнителя программы. Для разрешения этих проблем следует закрепить в порядке процедуры разработки проекта целевой программы за уполномоченной на это организацией, отбираемой по конкурсу или на договорной основе. Это разделит функции разработки целевой программы и контроля государственного заказчика за процессом, и в итоге повысит ответственность и вероятность выполнения поставленных целей. Затраты, понесенные разработчиком программы, должны финансироваться Минэкономразвития РФ. Это позволит гарантировать получение программ сопоставимого качества и в установленные сроки.

Следует утвердить в обязательном порядке организацию Координационного совета, который сосредоточил бы в себе полномочия по управлению финансовыми ресурсами, привлечению внебюджетных источников финансирования, созданию сводной отчетности о процессе реализации целевой программы. При наличии совета государственный заказчик будет осуществлять анализ выполнения программы, соответствия полученных результатов поставленным целям, давать указания об устранении обнаруженных отклонений, что позволит улучшить контроль за ходом реализации программы [4].

Расходы бюджета на реализацию ряда целевых программ не согласованы с возможностями бюджета на протяжении срока реализации программ. В современных условиях ясно прослеживается тенденция к увеличению числа целевых программ. В результате перегруженный

бюджет оказывается не в состоянии в полном размере обеспечить все программы даже с учетом дополнительного финансирования из внебюджетных источников. Итогом является сокращение финансирования, что не позволяет достичь запланированных результатов. Безосновательное расширение списка целевых программ путем лоббирования конкретных программ допустимо избежать путем введения лимита финансирования определённой отрасли, когда составление программы не приведет за собой необходимости финансирования того или иного направления сверх установленных пределов.

Рациональным представляется поделить целевые программы на две группы по принципу причисления их к сфере ведения Российской Федерации и сфере совместного ведения РФ и субъектов. Это позволит привести целевые программы их в соответствие с полномочиями и обязанностями федеральных органов власти. Разная роль программ обуславливает и несколько отличные механизмы их применения. По программам, находящимся в только пределах ведения Федерации, программные мероприятия должны быть увязаны с полномочиями федеральных органов власти. Реализация таких программ должна проводиться за счет средств федерального бюджета, а привлечение средств субъектов РФ допустимо исключительно на добровольной основе. Заинтересованность в решении региональных аспектов федеральных задач должна осуществляться на базе заключения соглашения о совместном финансировании целевой программы, в котором будет указана ответственность сторон за неисполнение обязательств. Программ, реализуемых по предметам совместного ведения, будет большинство. К ним будут отнесены, в первую очередь, социальные и экологические программы. Программы должны включать мероприятия, относящиеся к полномочиям федеральных органов власти, однако данные полномочия определяются на основе разграничения полномочий по предметам совместного ведения РФ и субъектов РФ. Составляющие программ, соответствующие полномочиям региональных и местных органов власти, необходимо по возможности выделить из перечня федеральных целевых программ и сформировать аналогичные региональные программы. Однако государственные заказчики в процессе разработки программ закладывают в показатели финансирования программных мероприятий существенные объемы средств бюджетов субъектов РФ и из внебюджетных источников. При этом финансированию из федерального бюджета отводится второстепенная роль. Надо отметить, при финансировании программ наблюдается систематическое нарушение обязательств по софинансированию федеральных целевых программ из бюджетов субъектов РФ и внебюджетных источников. К примеру, недофинансирование по внебюджетным источникам в среднем составляет около половины от их величины, в то время как на их долю при

планировании финансирования программ отводится в среднем более половины общего объема средств.

Система контроля за целевыми программами нуждается в совершенствовании. Государственный финансовый контроль целевых программ, в основном сводится к контролю за целевым использованием бюджетных средств и своевременности финансирования мероприятий программы в соответствии с ее реализацией. В современных условиях предварительному контролю должно уделяться особое внимание. Необходим определенный сдвиг от последующего в сторону предварительного контроля, который позволил бы отделить до утверждения и исполнения неэффективные программы, а также исключить из программ неконтролируемые и необеспеченные ресурсами мероприятия.

Далеко не всегда на должном уровне проводится мониторинг и оценка эффективности целевых программ государственными заказчиками. Нужно обратить внимание на тот факт, что в законодательстве отсутствует санкция за недостоверность собранной государственными заказчиками информации о финансировании федеральных целевых программ из бюджета субъектов РФ и внебюджетных источников. Подобная ответственность предусмотрена только за неэффективное расходование средств федерального бюджета, что, несомненно, можно считать пробелом в российском законодательстве. Мониторинг является неотделимым элементом механизма реализации целевой программы. С его помощью обеспечивается сопоставление фактической реализации программы с плановой, после чего формируются меры по ее корректировке. Принимая во внимание международную практику, мониторинг целевых программ рационально разбить на: мониторинг результативности программы (оценка степени достижения цели или целей) и мониторинг эффективности программы (оценка затрат на ее реализацию).

Региональные программы, как правило, создаются наподобие планов, как совокупность директивных адресных заданий финансируемых из плановых источников. Их инвестиционные запросы не соответствуют возможностям государственного бюджета. Функционирует значительное число многоцелевых не взаимосвязанных друг с другом собой программ, в которых не обозначены источники финансирования, что снижает их значимость. Все это приводит к тому, что неисполнение программ становится типичной практикой. Одной из причин слабости исполнения федеральных программ, является недостаточный интерес к региональной проблематике. Программный продукт обязан учитывать специфику и приоритеты формирования региональной экономики, разработанные на сопоставлении преимуществ того или иного региона, специфике его исторического и культурного развития.

Учет особенностей потенциала региона – одно из обязательных условий целесообразности и выполнимости программы. От того насколько верно в программе обозначены перспективные направления развития, позволяет ли реализация программного продукта активизировать естественные региональные преимущества и устранить недостатки напрямую зависит эффективность программы. В современных условиях государственные целевые программы спускаются «сверху», а регионы, в надежде на средства из федерального бюджета, притягивают свои проблемы к уже обозначенным на федеральном уровне. Регионы являются субъектами и в то же время объектами целевого программирования. Совместно с федеральными целевыми программами, определяющими развитие регионов, активно программные документы разрабатываются на уровне субъектов Федерации. Но и в первом и во втором случае, те возможности, которые заложены в программно-целевом планировании, реализуются не в полном объеме.

Разработка и реализация целевых программ занимает одно из важнейших мест в решении задач государственной политики. В настоящее время основное внимание необходимо заострить не столь на разработке новых, сколько на реализации уже разработанных программ. В связи с этим, важно преодолеть выявленные недостатки и использовать накопленный положительный опыт для решения проблем реализации целевых программ. Целевые программы могут стать эффективным средством управления, только в случае, если их разработка и реализация будет носить научно-обоснованный характер.

Использованные источники:

1. Постановление Правительства РФ от 10 июня 1995 г. № 594 «Об утверждении Порядка разработки и реализации федеральных целевых программ и межгосударственных целевых программ, в осуществлении которых участвует Российская Федерация»
2. Проблемы разработки и реализации целевых программ в России (административно-правовые аспекты) / Сидоренкова Ю.Б. / Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: Юридические науки, 2011. № 2. С. 113-121
3. Проблемы формирования и реализации целевых программ регионального развития / Русанов Р.Ю., Моргунова Н.В. / Российское предпринимательство, 2011. № 5. С. 166-172.
4. Эффективность целевых программ, реализуемых в субъектах Российской Федерации: проблемы и возможности оценки / Глотова Е.И. / Экономические науки, 2012. № 89. С. 104-107.

Фомина Ю.И.
студент 5 курса
кафедра экономического анализа, финансов и аудита (ЭАФиА)
Старооскольский технологический институт им. А.А.Угарова
(филиал) федерального государственного автономного
образовательного учреждения высшего профессионального образования
Национальный исследовательский технологический университет
«МИСиС»

ВНЕДРЕНИЕ БАЛЛЬНОЙ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ ПАССИВОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

Исследование проблемы платежеспособности организаций показывает, что задолженность хозяйствующих субъектов — частое явление, сопровождающее рыночные преобразования. Многочисленные организации регулярно попадают в ранг неплатежеспособных из-за неумения по тем или иным причинам адаптироваться к рыночным отношениям.

В связи с этим особую актуальность приобретает вопрос изучения платежеспособности, а так же необходимость анализа показателей влияющих на уровень платежеспособности.

Основная цель нашей методики заключается в том, чтобы выявить причину утраты платежеспособности и найти пути ее восстановления.

Важнейшим фактором, оказывающим существенное влияние на снижение платежеспособности и финансовой устойчивости, является размер дебиторской задолженности в оборотных активах. Поэтому наша методика предполагает целесообразным углубленное изучение дебиторской задолженности в оборотных активах.

В процессе анализа платежеспособности ОАО «XXX» важную роль играет уровень отвлечения средств из хозяйственного оборота организаций, т.е. объем дебиторской задолженности через систему показателей, таких как представлены в таблице 1.

Таблица 1. – Оценка дебиторской задолженности

Наименование	Формула	На начало года	На конец года
Удельный вес ДЗ в валюте баланса (УДЗ)	(стр. 230 + стр. 240) / стр. 300	0,329	0,391
Доля просроченной ДЗ в общем объеме ДЗ (ПДЗ)	[стр. 610 (ф. № 5) + стр. 620 (ф. №5)] / (стр. 230 + стр. 240)	0,998	1
Удельный вес просроченной ДЗ свыше 3х месяцев в общем объеме просроченной ДЗ (ПДЗ2)	стр. 620 (ф. №5) / [стр. 610 (ф. № 5) + стр. 620(ф. №5)]	0,8	0,7

При этом задолженность покупателей, отраженную по строке «Товары отгруженные», необходимо рассматривать как дебиторскую задолженность, платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты [3].

Оптимальное значение для дебиторской задолженности установить сложно, однако, для российских организаций, занимающихся производством товаров и оказанием услуг, уровень дебиторской задолженности можно считать оправданным, когда она не просрочена, а ее удельный вес в валюте баланса составляет не более 30%.

Критерии оценки дебиторской задолженности приведены в табл. 2.

Таблица 2.- Критерии оценки дебиторской задолженности в баллах

Значения и варианты сочетания показателей			Оценка в баллах
УДЗ	ПДЗ	ПДЗ2	
До 0,3	Показатель не учитывается	0	5
До 0,3	До 0,3	0	4
0,3-0,5	0	Показатель не учитывается	
До 0,3	Свыше 0,3	До 0,1	3
0,3-0,5	До 0,3	0	

Продолжение таблицы 2

Свыше 0,5	0	Показатель не учитывается	3
До 0,3	Свыше 0,3	Свыше 0,1	2
0,3 - 0,5	Свыше 0,3	До 0,1	
Свыше 0,5	До 0,3	0	1
0,3 - 0,5	Свыше 0,3	Свыше 0,1	
Свыше 0,5	Свыше 0,3	Показатель не учитывается	

Исходя из критериев, которые предоставляет наша усовершенствованная методика и расчетов таблицы 1 мы можем сделать вывод о том, что дебиторская задолженность на предприятии ОАО «ХХХ» оценивается на 1 балл, так как удельный вес дебиторской задолженности в валюте баланса находится в интервале от 0,3 до 0,5, т.е. превышает норматив на начало периода на 3%, а на конец периода на 9%.

Уровень просроченной дебиторской задолженности в общем объеме дебиторской задолженности, и дебиторской задолженности свыше 3х месяцев, и на начало, и на конец отчетного года свыше 0,3 и 0,1 соответственно [2].

В связи с этим, мы рекомендуем предприятию пересмотреть иммобилизацию средств в данных активах, так как она является неоправданной. Что в свою очередь может повлиять на уровень платежеспособности компании и, как следствие, ее утраты.

Одним из источников заемных средств организаций является кредиторская задолженность, т.е. сумма краткосрочных обязательств

перед поставщиками, работниками по оплате труда, бюджетом и других финансовых обязательств. Она возникает, как правило, вследствие существующей системы расчетов между организациями, когда долг одной организации другой погашается по истечении определенного периода, и в тех случаях, когда предприятие сначала отражает у себя в учете возникновение задолженности, а по истечении определенного времени погашает ее. Кроме того, кредиторская задолженность является следствием несвоевременного выполнения своих обязательств.

Мы рекомендуем организации следить за своевременным выполнением своих обязательств, а так же усилить контроль за расчетами сторонних компаний. В следствии чего, уровень просроченной дебиторской задолженности в общем объеме дебиторской задолженности уменьшится.

Усовершенствованная нами методика предполагает анализ кредиторской задолженности, который рекомендуется проводить в целях выявления уровня финансирования хозяйственного оборота организации за счет отложенных платежей.

Для того чтобы верно оценить кредиторскую задолженность нам следует рассчитать следующие показатели, представленные в таблице 3.

Таблица 3- Оценка кредиторской задолженности

Наименование	Формула	На начало года	На конец года
Удельный вес КЗ в валюте баланса (УКЗ)	стр. 620 / стр. 700	0,036	0,093
Удельный вес просроченной КЗ в общем объеме КЗ (ПКЗ)	стр. 630 (ф. № 5) + стр. 640 (ф. № 5)/ стр. 620	19,86	7,4
Удельный вес просроченной КЗ, свыше 3х месяцев в общем объеме просроченной КЗ (ПКЗ2)	стр. 640 (ф. № 5) / [стр.630 (ф. № 5) +стр. 640]	0,7	0,6

Рекомендуемое значение объема кредиторской задолженности в валюте баланса, представленной в таблице 3— не более 0,3;

Таблица 4- Критерии оценки кредиторской задолженности в баллах

Значения и варианты сочетания показателей			Оценка в баллах
УКЗ	ПКЗ	ПКЗ2	
До 0,3	Показатель не учитывается	0	5
До 0,3	до 0,3	0	4
0,3 - 0,5	0	Не учитывается	

Продолжение таблицы 4

До 0,3	Свыше 0,3	До 0,1	3
0,3 - 0,5	До 0,3	0	

Свыше 0,5		Не учитывается	
До 0,3	Свыше 0,3	Свыше 0,1	2
0,3-0,5	Свыше 0,3	До 0,1	
Свыше 0,5	До 0,3	0	
0,3 - 0,5	Свыше 0,3	Свыше 0,1	1
Свыше 0,5	Свыше 0,3	Не учитывается	

Предложенная нами методика балльной системы и расчеты таблицы 3 говорит о том, что кредиторскую задолженность можно оценить лишь на 2 балла, так как удельный вес кредиторской задолженности в валюте баланса соответствует нормативу (т.е. не превышает 0,3) [3].

Уровень просроченной кредиторской задолженности в общем объеме кредиторской задолженности, и кредиторской задолженности свыше 3х месяцев, и на начало, и на конец отчетного года свыше 0,3 и 0,1 соответственно.

Не менее важным показателем оценки финансового состояния, на основе нашей усовершенствованной методики, является сопоставление товарного кредита, предоставляемого хозяйствующими субъектами своим покупателям, с величиной кредита, предоставляемого им поставщиками и подрядчиками, с этой целью рекомендуется оценка соотношения их дебиторской и кредиторской задолженности (СДК). Расчет представлен в таблице 5.

Таблица 5- Оценка соотношения дебиторской и кредиторской задолженности

Наименование	Формула	На начало года	На конец года
Соотношение дебиторской и кредиторской задолженности (СДК)	(стр. 231+ стр. 234 + стр. 241 + стр. 245) / (стр. 621+стр.627)	1,399	1,138

Сопоставление сумм дебиторской и кредиторской задолженности, представленный в таблице 5 показывает, что если предприятие на протяжении анализируемого периода имеет пассивное сальдо ($СДК < 1$), это значит, что предприятие предоставляет покупателям бесплатный коммерческий кредит в размере, меньшем, чем объем средств, полученных в виде отсрочек платежей от поставщиков и подрядчиков.

А в случае если активное сальдо ($СДК \geq 1$), то это свидетельствует об обратной ситуации, при которой источником финансирования превышения размера кредита, предоставленного предприятием своим покупателям, над кредитом, полученным от поставщиков, является собственный капитал и банковские ссуды при их наличии [1].

Наличие пассивного сальдо по данному показателю более желательно, а наличие активного сальдо является неблагоприятным фактором;

Усовершенствованная балльная система оценки данного показателя предполагает только два уровня (таблица 6).

Таблица 6- Критерии оценки соотношения дебиторской и кредиторской задолженности в баллах

Характеристика показателей	Оценка в баллах
Предприятие имеет пассивное сальдо	5
Предприятие имеет активное сальдо	3

Предприятие ОАО «ХХХ» имеет активное сальдо, следовательно, мы можем присвоить только 3 балла исходя из таблицы 6.

В связи с чем, мы рекомендуем пересмотреть предоставление кредитов своим покупателям, так как пассивное сальдо более выгодно предприятию в исследуемом периоде.

Внедрение балльной системы оценки пассивов организации показала, что положение ОАО «ХХХ» финансово неустойчиво и требует переработки, так как количество набранных баллов невелико.

Из этого следует, что предприятие имеет достаточно нестабильное финансовое положение, что в свою очередь увеличивает риск утраты платежеспособности.

Многу были предложены рекомендации по устранению недочетов по каждому из показателей, влияющих на утрату платежеспособности. Изменение ряда показателей поможет улучшить положение предприятия и предотвратить финансовую несостоятельность.

Использованные источники:

1. И.Н. Марченкова, А.Ф. Виноходова. Комплексный финансовый анализ в управлении финансовым состоянием горнодобывающих предприятий: Монография. – Старый Оскол: ООО «ТНТ», 2007. – 264 с.
2. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. – Москва: Новое знание. 2008.
3. Л.И. Ушвицкий., А.В. Савцова., Л.В.Малеева. Совершенствование методики анализа платежеспособности и ликвидности организаций //«Экономический анализ: теория и практика», №17, 2009 г.

Хаертдинов А.Р.

студент

Латыпов А.А., к.э.н.

ст.преподаватель.

Башкирский ГАУ

Россия, г.Уфа

СИСТЕМА ФИНАНСОВ И ЕЕ ЗВЕНЬЯ

На сегодняшний день попытки дать определение самой финансовой системы сталкивается с многочисленными трудностями. Главной причиной данной проблемы является отсутствие единой терминологии и подходов в самой теории систем. Понятие «финансовая система»

используется повсеместно и является основой для современной финансовой науки.

Финансовая система – это совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих сфер и звеньев финансовых отношений, посредством которых осуществляется распределение, формирование и использование фондов денежных средств. Финансовая система представляет собой совокупность органически взаимосвязанных элементов, движение которых подчиняется единой цели [2].

Национальная финансовая система РФ состоит из трех сфер [3]:

1) финансы субъектов хозяйствования:

- коммерческие организации;
- не коммерческие организации;
- финансы домашних хозяйств;

2) государственные и муниципальные финансы:

- бюджет государства;
- государственные внебюджетные фонды;

3) финансовый рынок:

- валютный рынок;
- кредитный рынок;
- рынок ценных бумаг.

Российская финансовая система остается неконкурентоспособной, служит объектом для преимущественно спекулятивных инвестиций и потоков «горячих денег» глобальных инвесторов. Ее роль в глобальных финансах незначительна. Известно, что одна треть мировых финансовых активов приходится на финансы США, эта доля имеет тенденцию к уменьшению, но пока финансы США продолжают выступать как ядро и движущая сила мировой финансовой системы. На страны зоны евро приходится 23,6% мировых финансовых активов, на Великобританию – 4,8%, на Японию – 14,8%, на Китай – 6,7%, а в России доля мировых финансовых активов составляет 0,6%. Таким образом, Россия постепенно теряет свои позиции относительно других стран с развивающимися финансовыми рынками и странами БРИКС.

Устойчивая финансовая система характеризует:

- в ресурсном аспекте – достаточностью финансовых ресурсов для реализации задач своего функционирования и развития;
- в структурном аспекте – динамическим равновесием элементов финансовых ресурсов и направлений их использования;
- в функциональном аспекте – эффективным формированием, распределением и использованием финансовых ресурсов.

Основными направлениями усовершенствования российской финансовой системы, являются [1]:

- повышение уровня финансового развития и финансовой глубины экономики, способствующее росту конкурентоспособности финансовой

системы до уровня, сопоставимого с финансовыми системами развитых стран;

- стимулирование сбережений населения и предприятий, рост нормы накопления при переориентации финансовой политики на цели модернизации и развития;

- увеличение бюджетных расходов на устранение инфраструктурных и институциональных ограничений инновационного развития экономики, повышение эффективности бюджетных расходов;

- реструктуризация и укрепление финансовой системы, совершенствование ее регулирования, контроль над системными рисками.

Использованные источники:

1. Игонина Л. Л. Модернизация финансовой системы России: задачи, императивы, тенденции // Л. Л. Игонина / Финансы и кредит. - 2012. - № 3. - С.2-7
2. Рябцев С. В. Понятие "финансовая система" в современной теории финансов // С. В. Рябцев / Финансы и кредит. - 2012. - №15. - С. 56-62
3. Шевченко Л. М. Содержание и проблемы устойчивости национальной финансовой системы // Шевченко Л.М / Финансы и кредит. - 2012. - №24. - С. 29-34

*Хакимова Э.Р.
студент*

*Салихова С.Ф., кандидат экономических наук
доцент*

*Башкирский государственный аграрный университет
Россия, г.Уфа*

РОЛЬ ТРАНСПОРТА, КОНКУРЕНТНАЯ СРЕДА, ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ, ТРАНСПОРТНЫЕ СВЯЗИ

Наличие конкурентной среды как внутри транспортных отраслей, так и между ними ее специфика, а так же динамика изменения условий конкуренции заметно влияют как на факторы повышения значимости транспорта в жизни общества, так еще в большей степени на факторы снижения значимости транспорта в жизни общества.

Исходя из ролевых функций транспорта как сферы человеческой деятельности можно выявить два вида факторов изменения значимости транспорта в жизни экономики и общества:

- 1) факторы возрастания значимости или повышения роли транспорта в жизни общества (факторы расширения деятельности транспорта);

- 2) факторы снижения значимости транспорта в жизни общества (факторы сокращения деятельности транспорта) [3].

В двадцатом веке (в особенности во второй его половине) произошли огромные преобразования во всех частях света и областях

человеческой деятельности, которые продолжаются и в двадцать первом веке. Среди основных факторов глобального масштаба, предопределивших пути развития мирового и отечественного транспорта, следует выделить следующие факторы возрастания значения (повышения роли) транспорта в жизни общества.

1) Прогрессирующий рост населения на земном шаре. Одной из особенностей современного мира, которая влияет на транспорт, является огромный рост населения.

2) Урбанизация населения. Это явление связано с непропорционально быстрым ростом не только количества городов, но и численности жителей в них. Урбанизация ведет к прогрессирующему росту не только перевозок между городами, но и внутригородских сообщений.

3) Бурный рост производства и потребления материальных ресурсов. Например, за последние 75 лет добыча каменного угля возросла в 3 раза, газа — в 25 раз, нефти — в 50 раз. За тот же период производство электроэнергии увеличилось более чем в 1000 раз, при этом 80-85% ее вырабатывается за счет сжигания углеводородного топлива. Помимо энергоресурсов человечество использует практически все доступные ему природные вещества (руды, инертные материалы, лес и другие растения, воду, воздух и многое другое) как непосредственно, так и в качестве сырья и материалов — и все это надо перевозить с мест добычи к местам переработки и конечного потребления [4].

4) Рост благосостояния населения. Объем перевозок зависит не только от числа населения, но и от уровня их благосостояния, который в настоящее время растет быстрее у основной массы населения каждой страны. В последнее время возрастают объемы как грузовых, так и пассажирских перевозок. Одним из показателей благосостояния населения является уровень его (населения) обеспечения личными автомобилями.

5) Изменения характера внешней торговли. Одной из особенностей современного мира, с точки зрения экономики, является взаимосвязь всех стран. Сущность торговли и перевозок, связанных с ней заключается в обеспечении их взаимной выгоды. Нельзя не принимать во внимание международные торговые связи применительно к анализу современного транспорта — это значит потерять существенную часть смысла всех его результатов.

6) Изменения характера международных транспортных связей. В настоящее время все более возрастает экономическая мощь, она стала более значимой в современном мире, чем за всю историю человечества. В сфере транспорта заключаются международные соглашения, которые регулируют большинство аспектов перевозок в международном сообщении. Они во многом способствуют обеспечению честной

конкуренции между различными странами и между транспортными предприятиями и клиентами [1].

Среди основных факторов глобального масштаба, предопределивших пути развития мирового и отечественного транспорта, следует выделить следующие факторы снижения роли транспорта в жизни общества:

1) Загрязнение транспортом окружающей среды. В промышленно развитых странах транспорт подвергается массовой критике за неблагоприятные воздействия на окружающую среду.

2) Повышенная опасность функционирования транспорта. Транспорт относится к числу отраслей производства повышенной опасности. Имеется в виду не только аварийность и производственный травматизм, которые на транспорте все еще довольно высоки, но и отрицательное влияние транспорта на окружающую природную среду, включая человека.

3) Потребление транспортом значительной доли дефицитных природных ресурсов и материальной продукции. По одним данным транспортная отрасль потребляет 60 % мирового производства жидких нефтепродуктов, 20 % стали, 80 % свинца, 70 % синтетических каучуков, 40 % лакокрасочных изделий. По другим данным транспорт ежегодно потребляет примерно 18 % дизельного топлива, 6 % электроэнергии, 10 % лесоматериалов, 4 % черных металлов [4].

4) Значительная доля затрат на транспортировку в стоимости продукции. Здесь следует напомнить, что затраты на перевозку продукции и погрузочно-разгрузочные работы могут составлять в среднем 15-18% от общей стоимости перевозимой продукции, но по отдельным видам грузов могут быть значительно выше [5].

Таким образом, современные экономические и геополитические тенденции открывают новые возможности реализации транспортного потенциала России. Ее транспортная система имеет востребованность в транзитных перевозках в связи с проводимыми мировым сообществом операциями по урегулированию конфликтных ситуаций. Географическое положение России должно привести к активизации хозяйственной деятельности государства и частного бизнеса вдоль транспортных коридоров, что позволит освоить новый вид деятельности – экспорт транспортных услуг.

Использованные источники:

1. Жуков Е.А. Особая роль транспорта в социально-экономическом развитии России // Транспорт: наука, техника, управление. Научный информационный сборник ВНИИТИ. – 2010. – № 4. – С. 2-12.
2. Леонтьев Р.Г., Розенков Д.А., Леонтьева Н.Р. Классификация и идентификация ролевых функций транспорта // Транспорт: наука, техника,

управление. Научный информационный сборник ВНИИТИ. – 2010. – №4. – С. 12-22.

3. Леонтьев Р.Г., Прытков А.Т., Леонтьева Н.Р. Факторы изменения значимости транспорта в экономике и обществе// Транспорт: наука, техника, управление. Научный информационный сборник ВНИИТИ. – 2010. – № 3. – С. 3-6.

4. Леонтьев Р.Г., Лаптев Н.Н., Сравнительные оценки конкурентоспособности видов транспорта// Транспорт: наука, техника, управление. Научный информационный сборник ВНИИТИ. – 2007. – № 4. – С. 13-20.

5. Правдин Н.В. Проблемы транспорта – проблемы человечества // Транспорт: наука, техника, управление. Научный информационный сборник ВНИИТИ. – 2006. – №1. – С. 6-11.

*Халимов А.Р.
студент 1 курса
Рабцевич А.А.
Ассистент
Бакирский гос. университет
г. Уфа, Россия*

ВЛИЯНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ НА РЫНОК ТРУДА В РОССИИ

68,9% людей имеют высшее образование в России (для сравнения в США – всего 42,9%). А доля тех, у кого есть, хотя бы среднее специальное составляет 88% (от 24 до 64 лет) (средний показатель по 34 странам, входящим в ОЭСР, составляет 74%, а по странам «большой двадцатки» - 56%).

Но при этом количество россиян работающих по специальности составляет 45%, это по общему среднему показателю. А в неформальной экономике эта цифра не превышает 27%.

Основные причины этого, которые можно выделить пять:

1. Плохое качество образования в вузах в целом.

Образовательные программы в российских ВУЗах представляют собой либо давно устаревшие и неактуальные советские программы, либо неумело пересаженные на русскую почву программы зарубежных университетов.

Есть еще очень популярный миф о том что в стране идет переизбыток юристов и экономистов, это не совсем так. Да, их выпускается очень много, больше чем надо, но работодателям их все равно не хватает. Дело в том, что только 30 тысяч экономистов из 300-400 тысяч, которых каждый год выпускают вузы, имеют необходимые профессиональные навыки и могут устроиться на работу, а остальные не удовлетворяют требованиям работодателей и поэтому им приходится

уходить в смежные профессии или находить работу классом ниже. А спрос же на экономистов на рынке труда составляет 150 тысяч специалистов.

2. Отдаленность высшего образования от реальной жизни.

В стране очень недостает технических специалистов и простых рабочих. Россия очень сильно отстает от Европы по доле специалистов, получивших образование в области естественных и точных наук – математики, вычислительной техники, физике, биологии и т.д.

3. Коррупционность.



По подсчетам Интернет-библиотеки СМИ PublicRu общая сумма коррупционных сделок в системе образования, по фактам, фигурирующим в прессе в 2010 году в регионах России составляет 12 млрд. рублей. Справедливости ради стоит отметить что в 2007 году эта сумма составляла 19 млрд. рублей.

4. Неэффективное использование человеческого капитала.

В 1980-90-х годах миллионы специалистов лишились рабочих мест, из-за образования новой социально-экономической системы. За 20 с лишним лет они утратили свой профессиональный опыт, который уже не восстановишь и не передашь последующему поколению. Между тем, многие из них были представителями тех самых технических и инженерных специальностей, нехватку которых сегодня российский рынок труда ощущает особенно остро.

5. Формальность специализации.

Значительная часть абитуриентов поступает по принципу «куда примут», лишь бы только получить диплом о высшем образовании. Многие при поступлении в университет имеют достаточно отдаленно представление того, кем они будут работать после окончания обучения.

Так же в большинстве нетехнических и не узкоспециализированных профессиях (например лингвиста, врача и т.п.) работодателю нет особой разницы какой у вас диплом, главное что бы оно было высшим.

Я с многих сторон изучал для чего нужно высшее образование в России сейчас и хочу рассказать об этом вам.

Главная задача университета – это дать определенный стиль мышления и умение находить информацию. Он должен дать такой стиль мышления, что бы любая задача вас не пугала, но вы могли спокойно взглянуть на нее, разобрать на кусочки и решить. Есть еще ряд целей у университета, но на них останавливаться пока не будем.

И сейчас сложилась такая ситуация, что для работодателя нужны именно такие кадры. Ценность выпускника для работодателя в том, что он обладает мощным, гибким, способным быстро учиться умом, а не какими-то определенными знаниями, знания он сможет приобрести уже на рабочем месте.

Так что высшее образование стало свое рода гарантией того что будущий работник хоть что то, но умеет.

Но с другой стороны коррупция. Диплом просто можно купить. Но тут тоже все неоднозначно.

Да, большинство из тех, кто покупает диплом – это скорее всего человек который недостаточно амбициозен или не обладает должным интеллектом.

Но есть и такие кто уже, не закончив учебу в университете, знают чего хотят и как этого достичь. И что бы не терять время они бросают ВУЗ и покупают диплом. (А может и не покупают, смотря какая у них цель).

Так же весьма часто диплом нужен уже состоявшимся специалистам, которые застряли на карьерной лестнице. И бизнесменам, для того что бы вызывать больше доверия у подчиненных и партнеров. Для них рациональнее будет купить диплом, поскольку опытного профессионала маловероятно научат чему то новому.

Как реформа образования влияет на взаимосвязь образования и рынка труда.

На самом деле современная реформа образования это очень большая тема, для нее можно подготовить отдельный доклад. Я лишь хочу немного затрону ее, и постараюсь рассказать как эта реформа повлияет на отношения сферы образования и рынка труда.

Реформа началась в 2000-ом году.

Ее основные положения:

- Введение единого госэкзамена.

- Введение и развитие многоуровневого высшего образования, в соответствии с Болонским процессом. В рамках данного направления высшее профессиональное образование разделяется на два цикла — бакалавриат и магистратура. Бакалавриат призван удовлетворять массовый спрос на высшее образование, магистратура — способствовать формированию профессиональной элиты и научно-образовательных кадров высшего уровня. В то же время, введение двухуровневой системы не отменяет классических традиций российской (советской) высшей школы. По ряду специальностей будет сохранена многоуровневая подготовка, ведущая к присвоению степени «дипломированный специалист».

- Сокращение числа учителей и преподавателей.

- Сокращение количества предметов и часов, которые изучает школьник в рамках бесплатного курса образовательной программы.

Нынешняя реформа вызывает большую волну критики и недовольства, и со стороны профессоров и общественных деятелей, так и со стороны студентов и родителей школьников.

Первое, чем недовольны очень многие это то, что в школах сокращается школьная программа и вдобавок к этому закон предусматривает то, что родители будут иметь возможность за дополнительную плату вводить новые уроки для своих детей. То есть дети богатых родителей будут более образованными, чем дети из бедных семей, и это приводит к еще большему неравенству между богатыми и бедными.

Второе что подвергается большой критике это то, что идет разделение между в ВУЗах на бакалавриатов и магистров. Это опять же, по словам профессоров и общественных деятелей, приводит к стратификации общества. То есть бакалавры в скором времени, будут «рабочими руками», а магистры останутся специалистами, которых мы знаем сейчас.

Так же идет серьезная урезка финансирования образования, причем во всех сферах. Учителям сокращают зарплаты, школы переводят на добровольно-принудительную систему оплаты, в ВУЗах сокращается количество бюджетных мест, так же студенты лишаются возможности получения дополнительных льгот.

В целом на образования выделяется 3,4% ВВП страны (для сравнения в США выделяют примерно 11%, в Финляндии 16,4%, в Китае 12%).

Госэкзамен так же подразумевает отсев тех кто плохо освоил школьную программу. Хотя сама программа ЕГЭ такова что она не выявляет ни творческий уровень, и ни в полной мере показывает умственные способности мозга. Те кто научился решать типовые задачи, которые присутствуют в тесте, тот и в выигрыше. И случаи коррупции в вопросе ЕГЭ тоже велик.

В целом можно сказать, что правительству России не нужны умные, образованные люди, им сейчас необходимы рабочие, которые были бы послушны и исполнительны. И поэтому наблюдается такое всеобщее ослабления образования, и попытка стратифицировать общество.

Использованные источники:

1. Alexnn. Зачем нужно высшее образование? // Хабрахабр. [Электронный ресурс]. URL: <http://habrahabr.ru/post/130558/> (дата обращения 22.11.2012).
2. Ашкинази Л.А., Гайнер М.Л. Среднее образование в России – что было, есть и может быть. // Русский переплет. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.pereplet.ru/text/ashkinazi10aug06.html> (дата обращения 24.12.2012).
3. Википедия. Реформа образования в России. // Википедия. [Электронный ресурс]. URL: http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B5%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0_%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8F_%D0%B2_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8 (дата обращения 23.12.2012).
4. ИА REX. Нешкольная задача: куда Россию ведет реформа образования. // ИА REX. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iarex.ru/articles/12741.html> (дата обращения 23.11.2012).
5. Иванова О. Образование и карьера. Есть взаимосвязь? // ePochta. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.epochta.ru/blog/articles/obrazovanie-i-karera-est-vzaimosvyaz/> (дата обращения 12.11.2012).
6. Кузичев А. Евгений Бунимович: в мире идёт конкуренция за мозги. // Вести fm. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.radiovesti.ru/articles/2012-08-04/fm/60591> (дата обращения 6.10.2012).
7. Манцорова И.В. Образовательные услуги и рынок труда: парадоксы взаимодействия в эпоху глобализации. // ИБП. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ibl.ru/konf/041208/86.html> (дата обращения 23.11.2012).
8. Очкина А. Концепция изменилась? // Скепсис. [Электронный ресурс]. URL: http://scepsis.ru/library/id_1236.html (дата обращения 24.11.2012).
9. Прохорова И. Государство не может понять, чего оно хочет от образования. // Forbes. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.forbes.ru/forbes-woman/liderstvo/102495-gosudarstvo-ne-mozhet-ponyat-chego-ono-hochet-ot-obrazovaniya> (дата обращения 24.12.2012).
10. Сааков Р. Образованных в России все больше, расходы – все ниже. // BBC Русская служба. [Электронный ресурс]. URL: http://www.bbc.co.uk/russian/international/2012/09/120910_education_oecd_report_russia.shtml (дата обращения 22.11.2012).

*Ханбикова Л.А.
студент 4 курса
специальности «Финансы и кредит»
Кабашова Е.В.
доцент*

ФГБОУ ВПО Башкирский ГАУ, г. Уфа

БЕЗОПАСНОСТЬ АВТОМАТИЗИРОВАННЫХ БАНКОВСКИХ СИСТЕМ

Автоматизированная банковская система (АБС) — это форма организационного управления банком на базе широкого применения новых информационных технологий [1].

Стратегия информационной безопасности банков весьма сильно отличается от аналогичных стратегий других компаний и организаций. Это обусловлено, прежде всего, специфическим характером угроз, а также публичной деятельностью банков, которые вынуждены делать доступ к счетам достаточно легким с целью удобства для клиентов.

Для обеспечения непрерывной защиты информации в автоматизированных системах обработки информации в банках (АСОИБ) целесообразно создать из специалистов группу информационной безопасности. На эту группу возлагаются обязанности по сопровождению системы защиты, ведения реквизитов защиты, обнаружения и расследования нарушений политики безопасности и т.д.

Один из самых важных прикладных аспектов теории защиты — защита сети. При этом, с одной стороны, сеть должна восприниматься как единая система и, следовательно, ее защита также должна строиться по единому плану. С другой стороны, каждый узел сети должен быть защищен индивидуально[2].

Защита конкретной сети должна строиться с учетом конкретных особенностей: назначения, топологии, особенностей конфигурации, потоков информации, количества пользователей, режима работы и т.д.

Кроме того, существуют специфические особенности защиты информации на микрокомпьютерах, в базах данных.

Выделяют несколько проблем при защите информации в сетях ЭВМ:

1) Разделение совместно используемых ресурсов.

В силу совместного использования большого количества ресурсов различными пользователями сети, возможно находящимися на большом расстоянии друг от друга, сильно повышается риск НСД — в сети его можно осуществить проще и незаметнее.

2) Расширение зоны контроля.

Администратор или оператор отдельной системы или подсети должен контролировать деятельность пользователей, находящихся вне пределов его досягаемости, возможно, в другой стране. При этом он должен

поддерживать рабочий контакт со своими коллегами в других организациях.

3) Комбинация различных программно-аппаратных средств.

Соединение нескольких систем, пусть даже однородных по характеристикам, в сеть увеличивает уязвимость всей системы в целом. Система настроена на выполнение своих специфических требований безопасности, которые могут оказаться несовместимы с требованиями на других системах. В случае соединения разнородных систем риск повышается.

Как и для АСОИБ, защита сети должна планироваться как единый комплекс мер, охватывающий все особенности обработки информации. В этом смысле организация защиты сети, разработка политики безопасности, ее реализация и управление защитой подчиняются общим правилам, которые были рассмотрены выше. Однако необходимо учитывать, что каждый узел сети должен иметь индивидуальную защиту в зависимости от выполняемых функций и от возможностей сети. При этом защита отдельного узла должна являться частью общей защиты. На каждом отдельном узле необходимо организовать:

- контроль доступа ко всем файлам и другим наборам данных, доступным из локальной сети и других сетей;
- контроль процессов, активизированных с удаленных узлов;
- контроль сетевого графика;
- эффективную идентификацию и аутентификацию пользователей, получающих доступ к данному узлу из сети;
- контроль доступа к ресурсам локального узла, доступным для использования пользователями сети;
- контроль за распространением информации в пределах локальной сети и связанных с ней других сетей.

К проблемам тотальной автоматизации банков относятся следующие:

- усиление конкуренции между банками;
- необходимости сокращения времени на производство расчетов, а также улучшения сервиса.

В США, странах Западной Европы и многих других, столкнувшихся с этой проблемой довольно давно, в настоящее время создана целая индустрия защиты экономической информации, включающая разработку и производство безопасного аппаратного и программного обеспечения, периферийных устройств, научные изыскания и другие [3].

Сфера информационной безопасности - наиболее динамичная область развития индустрии безопасности в целом. Если обеспечение физической безопасности имеет давнюю традицию и устоявшиеся подходы, то информационная безопасность постоянно требует новых решений, т.к. компьютерные и телекоммуникационные технологии постоянно

обновляются, на компьютерные системы возлагается все большая ответственность[4].

Таким образом, для защиты банковских систем предъявляются повышенные требования относительно безопасности хранения и обработки информации. Необходимо использовать средства защиты внутренней сети банка от несанкционированного доступа через общедоступные каналы связи, средства шифрования канала между сервером и клиентской частью.

Использованные источники:

1. Абрамов, А.В. Новое в финансовой индустрии: информатизация банковских технологий. – СПб: Питер, 2009 г.
2. Вехов, В.Б. Компьютерные преступления: Способы совершения и раскрытия / Под ред. акад. Б.П. Смарогинского. М.: Право и Закон, 2009 г.
3. Интернет финансы // <http://www.ifin.ru/>
4. Издание о высоких технологиях // <http://www.cnews.ru/>

Хасанова Р.Р.

студент

Башкирский Государственный Университет

Россия, г.Уфа

ТРУДОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ БЕЗ ОФОРМЛЕНИЯ ТРУДОВОГО ДОГОВОРА

Трудовые отношения, как это определено в ч.1 ст. 16 ТК РФ, возникают между работником и работодателем на основании трудового договора. Трудовой договор заключается в письменной форме, составляется в двух экземплярах, каждый из которых подписывается сторонами. Прием на работу оформляется приказом работодателя, содержание которого должно соответствовать условиям заключенного договора [3].

Под трудовым договором понимается – соглашение между работодателем и работником, в соответствии с которым работодатель обязуется предоставить работнику работу по обусловленной трудовой функции, а работник обязуется лично выполнять определенную этим соглашением трудовую функцию [2].

Без заключения трудового договора, трудовые отношения возникнуть не могут. Только трудовой договор может оговорить какими правами обладает тот или иной субъект социально-трудовых отношений и какие обязанности возлагаются на эти субъекты.

В последнее время встречается развитие трудовых отношений в нелегальных формах. Это трудовые отношения без оформления официального трудового договора, нерегистрируемая занятость, скрываемая от налогообложения оплата труда. Социологические данные показывают, что более трети работников осуществляют трудовую деятельность на основе устных договоренностей по поводу условий и

оплаты труда с работодателем. Всего по оценкам 2013 года, такими нелегальными процессами занимаются 40% наемных работников. И в некоторых случаях в отношении значительной части работников, работодатели не выполняют своих прямых обязательств, закрепленных в Трудовом кодексе и являющимися нормами, обязательными для выполнения всеми без исключения субъектами трудовых отношений. К этим обязательствам в основном относятся своевременные выплаты заработной платы, предоставление отпусков, оплата больничных.

Нелегальная форма приводит к снижению уровня социальных гарантий работников, снижению возможности для легальной защиты их прав и в дальнейшем к низкой пенсии.

С 2015 года официальная зарплата должна составлять не меньше двух МРОТ, иначе время работы не будет включаться в стаж, который нужен для формирования базовой части пенсии. Об этом говорил, в ходе Объединенного Международного пенсионного конгресса заместитель министра труда РФ Андрей Пухов. И минимальный трудовой стаж так же планируется увеличить от 5 до 15 лет. Работодатель все это время должен будет перечислять за работником взносы. По состоянию на 2013 год это означает, что официальная заработная плата работника должна быть не ниже 10400 рублей, в противном случае работа не будет входить в стаж, который будет давать право на получение базовой пенсии. Такие меры должны дать возможность легализации трудовых отношений.

Меры борьбы с нелегальной формой трудовых отношений различны. К примеру органом Государственной инспекции труда даны разъяснения по факту взыскания с работодателя зарплаты. Если работодатель не оформил трудовой договор или последний не оформлен должным образом с работником.

Так же есть введенная законопроектом административная ответственность в виде налогообложения на работодателя штрафа в случае уклонения от заключения трудового договора с работников - это штрафы на должностных лиц - в размере от 10 до 20 тыс. рублей, на лиц осуществляющих предпринимательскую деятельность без образования юрлица – от 10 до 20 тыс. рублей, на юрлиц – от 50 до 100 тыс. рублей. Лицо, имеющее такое административное наказание, будет подвергаться дисквалификации на срок от одного года до трех лет.

Еще одним методом борьбы с нелегальными трудовыми отношениями является разработанный план мероприятий Федеральной службы по труду и занятости на 2013 год. Туда входят:

-Организация проведения плановых проверок соблюдения требований трудового законодательства и иных нормативных правовых актов, содержащих нормы трудового права;

- Принятие по результатам проведенных проверок эффективных мер по устранению и предупреждению правонарушений, привлечение виновных лиц к установленной законом ответственности [1].

При неоформлении трудовых отношений работодатель привлекается к ответственности не один раз – за неоформленные трудовые отношения, а несколько раз – в зависимости от количества невыполненных обязанностей, предусмотренных трудовым законодательством, и времени их невыполнения.

Причины, по которым работодатель надлежащим образом сразу не оформляет трудовой договор при приеме на работу работника, могут быть самыми разнообразными – от перегруженности работой до нежелания платить налоги и осуществлять прочие обязательные платежи.

Предприниматели хотят, как правило, получение прибыли и потому нередко экономят на таких вещах как охране труда и компенсационных расходах, связанных с тяжелыми и вредными условиями труда.

Отказ подписывать с сотрудником договор работодатели чаще всего объясняют нехваткой времени на оформление документов. Вторая по популярности отговорка – это то, что у них отсутствует место в штате. Ну а половине рабочим просто обещали подписать договор после окончания испытательного срока, однако по истечении этого срока так и не оформили никаких бумаг.

Нарушений, выявляемых Рострудинспекцией, ежегодно исчисляется цифрами более 2 млн. случаев, до 1,5 млн. доходит число судебных исков по восстановлению нарушенных трудовых прав.

Как фактически бороться с нарушениями непонятно никому, начисление штрафов не помогает, судебное вмешательство тоже, а закрытие всех подряд предприятий не к чему хорошему не приведет, только миллионы людей останутся без работы. Но с другой стороны нужно ли вообще бороться с этими нарушениями, ведь во многих случаях и сами работники не отказываются от работы без оформления трудового договора, они воспринимают это как незначительную формальность. Между тем все они рискуют остаться без денег и без какой-либо надежды их получить.

Использованные источники:

1. Приказ Росстата от 9 января 2013 года №4 «Об утверждении плана мероприятий по труду и занятости на 2013 год»
2. Трудовой кодекс Российской Федерации. – М. : Издательство «Омега-Л», 2013. С. 28.
3. Трудовой кодекс Российской Федерации. – М. : Издательство «Омега-Л», 2013. С. 35.

*Хлынова И.А.
студент 2 курса экономического факультета
ФГБОУ ВПО МГУ им. Н. П. Огарева*

Россия, г.Саранск

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕТА И АНАЛИЗ СТРАХОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ ООО «РОСГОССТРАХ»

В современных условиях страхование является оптимальным способом защиты имущественных интересов всех категорий граждан и хозяйствующих субъектов при наступлении определенных событий (страховых случаев) за счет денежных фондов, формируемых страховщиками из уплаченных страховых взносов (страховой премии) и его роль с каждым днем возрастает.

«Росгосстрах» – крупнейшая в России страховая компания, которая предоставляет широкий спектр страховых услуг. На данный момент эта страховая компания предлагает более 55 страховых продуктов – от популярных программ автострахования до специально страхования космической отрасли. «Росгосстрах» располагает так же филиальной сетью, сравнимой по охвату со Сбербанком России и Почтой России. Здесь работает порядка 3000 агентов и страховых отделов. Общая численность работников системы достигает 100 тыс. человек, в том числе свыше 65 тыс. агентов.

Изначально компания пользовалась устаревшей формой бухгалтерской и финансовой отчетности, что усложняло работу бухгалтеров. В связи с этим в 2003 году был объявлен открытый конкурс на проведение аудита бухгалтерской (финансовой) отчетности компании и стали предприниматься дополнительные шаги по модернизации всей системы финансовой отчетности с целью повышения ее прозрачности. В частности, был реализован проект по внедрению международных стандартов финансовой отчетности (МСФО) в корпоративную практику компании и начался новый этап автоматизации бухгалтерского, налогового и управленческого учета [2, с. 125].

К началу августа 2004 в подразделениях компании практически завершено развертывание корпоративной Типовой автоматизированной информационной системы страховых агентств – ТАИССА. Система создана на платформе стандартной системы 1С, модернизированной по функционалу для ведения бухгалтерского учета в страховых компаниях. При помощи этой системы был ликвидирован ручной труд бухгалтеров в страховых агентствах и отделах компании. 1С-ТАИССА также позволил перевести более 2300 подразделений Росгосстраха на единые корпоративные стандарты бухгалтерского учета.

Установка системы 1С-ТАИССА позволила централизовать отдельные учетные функции на уровне управлений компании. Благодаря этому страховые агентства и отделы, продающие страховые продукты

компаниям, были освобождены от составления бухгалтерской отчетности. От них потребуются только передача данных в стандартизированной форме на уровень Управления.

Одновременно, с повсеместным внедрением в Росгосстрахе системы 1С-ТАИССА была проведена интеграция 1С-ТАИССА и системы учета договоров страхования АРМ-2. Интеграция двух систем предполагает автоматический обмен необходимой информацией между ними. Это позволило облегчить труд бухгалтера, многократно снизит вероятность ошибки.

Структура бухгалтерии линейного типа, т.е. все бухгалтера подчиняются непосредственно главному бухгалтеру. Оригинал ведомости по форме 113 доставляется в ближайший филиал «Росгосстрах» еженедельно, на обратной стороне ведомости указывается количество бланков строгой отчетности (используемых, испорченных и остаток чистых).

Чтобы представить масштабность деятельности компании рассмотрим некоторые наиболее популярные виды страхования и страховой деятельности, размер премий и выплат, а так же попытаемся оптимизировать деятельность компании, выявив недостатки.

В таблице 1 представлены виды страхования, премии и выплаты по каждому виду.

Таблица 1 – Страховой рынок в 2007 – 2012 гг.

Виды страхования и страховой деятельности	Показатели страховой деятельности	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Всего	Премии, млрд. руб.	769,7	938,6	962,7	1026	1248	1436,2
	Выплаты, млрд. руб.	477,5	616,5	726,5	759,7	880,5	956
Добровольное страхование всего	Премии, млрд. руб.	407,3	464,4	412,7	449,4	540,8	699,3
	Выплаты, млрд. руб.	158,3	194,8	227,3	229	239	303,5
Страхование жизни	Премии, млрд. руб.	22,7	18,7	15,7	22,5	34,7	55,5
	Выплаты, млрд. руб.	15,8	6	5,3	7,8	7,7	15,5
Личное страхование	Премии, млрд. руб.	90	107,6	101,7	122,1	145,6	206,6
	Выплаты, млрд. руб.	49,5	61,4	68,6	71,2	81,2	96,3
Имущественное страхование	Премии, млрд. руб.	274,3	315,6	269,3	278,1	333,2	404,5
	Выплаты, млрд. руб.	91,4	124,7	150,4	147,1	146,4	186,1

Страхование ответственности	Премии, млрд. руб.	20,3	22,5	26	26,7	27,3	32,7
	Выплаты, млрд. руб.	1,6	2,7	3	2,9	3,7	5,6
Обязательное страхование-всего	Премии, млрд. руб.	362,4	474,2	550	577	707,5	736,9
	Выплаты, млрд. руб.	319,2	421,7	499,2	530,7	641,5	652,5
ОСАГО	Премии, млрд. руб.	72,5	79,9	85,7	91,7	103,3	130,6
	Выплаты, млрд. руб.	41,1	47,6	49,9	55,5	56,2	66,5
ОМС	Премии, млрд. руб.	289,9	394,3	464,3	485,3	604,2	606,3
	Выплаты, млрд. руб.	278,1	374,1	449,3	475,2	585,3	586

Как видно из таблицы наибольший размер страховой премии приходится на ОМС и имущественное страхование.

Для большей наглядности следует обратить внимание на диаграмму, отражающую зависимость видов страхования и начисленных премий представленных на рисунке 1.

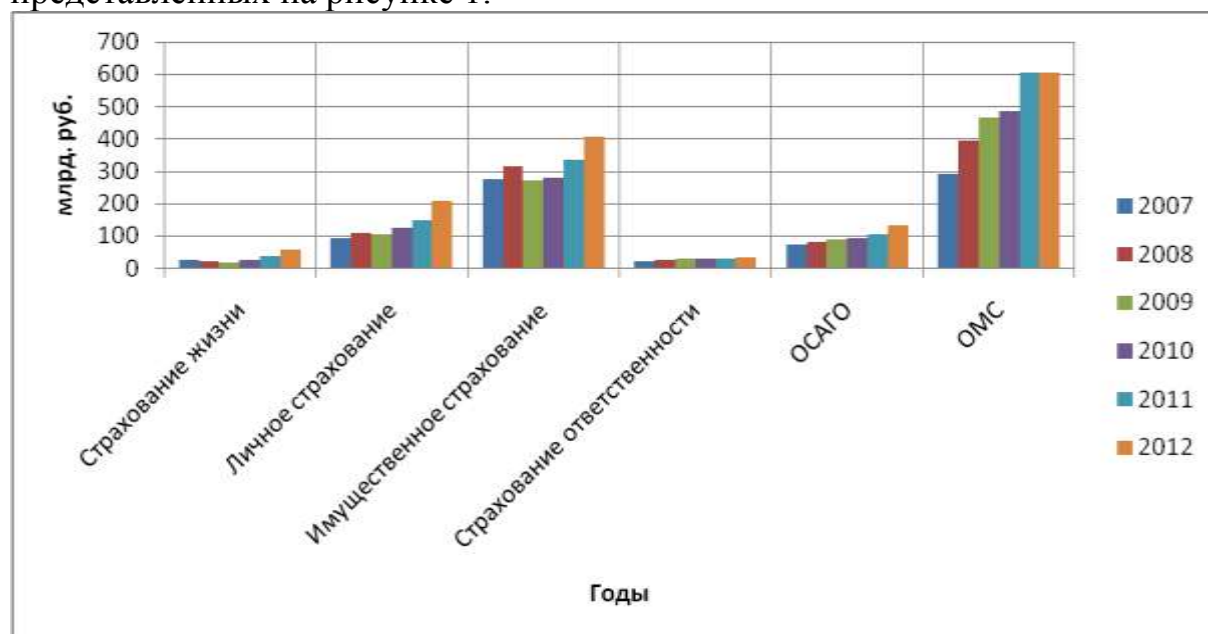


Рисунок 1 – Размер страховых премий за 2007-2012 гг.

Значит локомотивом компании остаются те виды страхования, которые являются обязательными (это ОМС) и имущественное страхование (в основном страхование жилья) [1].

Касаемо страховых выплат при возникновении страховых случаев наблюдаем аналогичную ситуацию (рисунок 2).

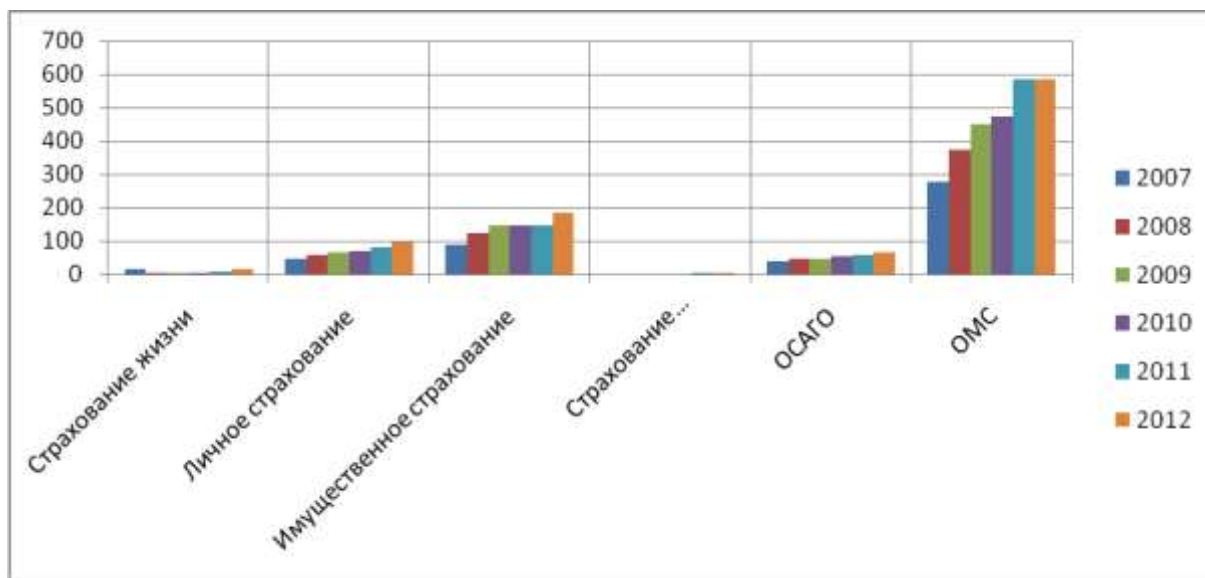


Рисунок 2 – Размер страховых выплат за 2007-2012 гг.

Проанализировав данные диаграммы можно прийти к выводу, что наименьший удельный вес составляют такие виды страхования, как ОСАГО, страхование жизни и страхование ответственности. Почему возникает такая ситуация?

Что касается ОСАГО. По данным ГИБДД сегодня в России на учете состоит 42 млн. единиц автотранспорта (легковые автомобили, грузовики, автобусы), таким образом, проникновение страхования ОСАГО по итогам 2011 года составляет 9,8%. В 2010 году проникновение страхования ОСАГО было несколько ниже – 8,6%. В то же время, несмотря на достигнутый прогресс, нельзя не отметить, что уровень проникновения страхования каско автотранспорта остается незначительным, даже убыточным.

Мною выявлено заметное расхождение между количеством заявленных страховых случаев по ОСАГО и количеством урегулированных убытков (рисунок 3).

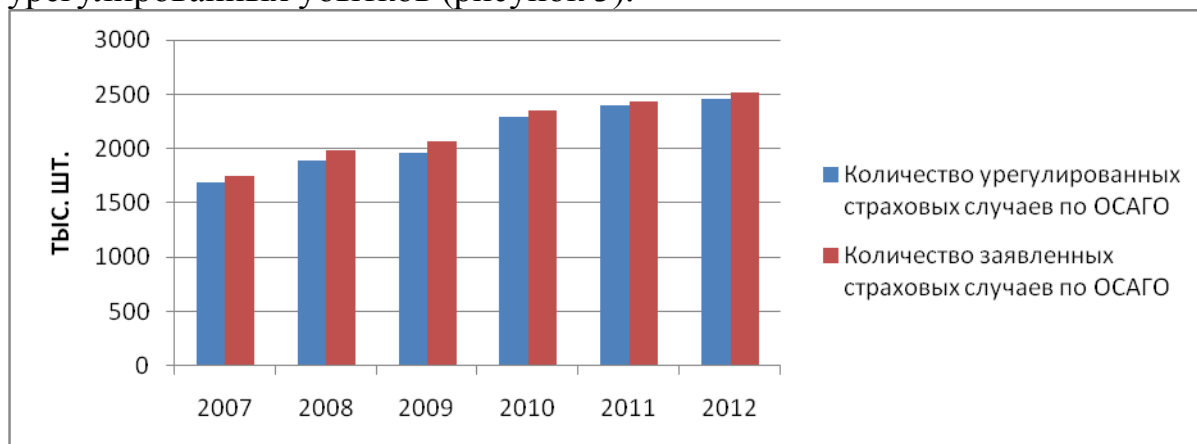


Рисунок 3 – Динамика страховых случаев по ОСАГО

По этому поводу поступают жалобы от страхователей, что снижает в разы авторитет компании по автострахованию. А так же следует отметить снижение страховой нагрузки на автомобилистов при росте стоимости урегулирования по ОСАГО (дорожают запчасти, нормо-часы). Причина в том, что тарифы по ОСАГО назначены высокие, а выплаты, которые назначаются оценщиками в случае ДТП – низкие и не объективные. Выход из сложившейся ситуации – снижение тарифных ставок или налаживание деятельности оценщиков страховых случаев.

Страхование жизни так же не приносит прибыли организация. Однако, выразить мнение о том, что страхование жизни в целом убыточно нельзя, так как благодаря этому виду страхования организации имеет свободные денежные средства, которые используются организацией для текущих выплат, оплаты расходов страховой организации и вложений в инвестиции для получения дохода. Я считаю, что выход из сложившейся ситуации – это больший охват услугами страхования населения по страхованию жизни, т.к., исходя из статистических данных нескольких лет, вероятность наступления страхового события уменьшается, т.е. удельный вес страховых выплат к поступившим платежам уменьшается и тем самым увеличивается объем страховой премии. Таким образом, делаем вывод, что с увеличением объема платежей по договорам страхования жизни этот вид деятельности фирмы может стать безубыточным.

Следует так же остановиться на направлениях совершенствования страховой деятельности компании. На мой взгляд, было бы уместно введение страховых аннуитетов. Страховой аннуитет – это договор страхования, согласно условий которого страхователь единовременно или в рассрочку вносит страховой компании по страхованию жизни определенную сумму денег, а затем в течение нескольких лет или пожизненно получает регулярный доход. То есть страховая компания, по сути, берет на себя обязательства содержать человека, купившего аннуитет, в течение всей его жизни. Эта альтернатива страхования широко применяется в Швейцарии. Кроме того, в связи с тем, что аннуитет – это долгосрочный продукт, обычно до 20 лет и более, средства, уплаченные страхователем, инвестируются, поэтому кроме непосредственно части от внесенной им суммы, страхователь регулярно получает еще и определенный инвестиционный доход [3, с. 123].

В современных условиях все большее распространение в мире получает страхование интеллектуальной собственности – особенно в странах Зап. Европы. Введение **страхования интеллектуальной собственности** актуально так же и в России, т.к. она вступила на путь инновационного развития. Это расширенная форма страхования профессиональной ответственности, обеспечивающая защиту по ответственности за нарушение патентных прав, охватывающая страховой защитой права на марку изготовителя, авторские права и права на

компьютерное программное обеспечение. Рассматривая зарубежный опыт, страховое покрытие представляет собой совокупность страховых случаев, предусмотренных законом или договором страхования, при наступлении которых страховщик производит выплату страхователю за счет средств страхового фонда. С другой стороны, страховое покрытие можно рассматривать как страховую сумму, предусмотренную договором страхования.

Несомненно, в будущем, наработки иностранных страховщиков по проведению этого вида страхования окажутся применимы и в России.

Использованные источники:

- 1 Об обязательном социальном страховании от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 24 июля 1998 г. № 125-ФЗ – Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».
- 2 Масленникова Н.П. Управление развитием организации. / Н.П. Масленникова. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2008. – 304 с.
- 3 Плешков А.П., Орлова И.В. Очерки зарубежного страхования / А.П. Плешков, И.В. Орлова. – М.: Омега-Л, 2011. – 224 с.

*Хмель О.А.,
аспирант кафедры экономики и управления социальной сферой
Санкт-Петербургский государственный экономический
университет*

Российская Федерация, г. Санкт-Петербург

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

До 1991 года белорусское высшее образование функционировало по единой модели в условиях централизации, характерной для всех республик бывшего СССР. Став в 1991 году самостоятельной республикой Беларусь сохранила черты советской системы высшего образования, однако новые социально-экономические условия РБ стимулировали необходимость разработки национальной образовательной модели, отвечающей вызовам нового времени. Формирование новой системы высшего образования в РБ имеет свои отличительные черты и может быть разделено на этапы.

Первый этап – 1991-1998 гг. (трансформационный) оформился как процесс обретения независимости. Переходный период в экономической, социальной, политической сферах жизни РБ диктовал необходимость трансформации системы высшего профессионального образования. Появился частный сектор образовательных услуг. Реформа началась с принятия 29 октября 1991 г. Закона Республики Беларусь «Об образовании», В 1998 г. постановлением Совета министров № 1637 от 27.

была утверждена «Концепция развития высшего образования в Республике Беларусь» и разработана программа ее реализации.

Второй этап – 1999 - 2007 гг. (внедренческий). Активно внедрялось новое законодательство в сфере образования, в том числе и высшем профессиональном образовании. Политика высшего образования определялась «Концепцией развития высшего образования». В 2007 году был принят Закона «О высшем образовании». Существенные изменения коснулись структуры учебных планов и содержания учебных дисциплин; происходило внедрение нового методического обеспечения.

Третий этап – начиная с 2008 (модернизационный). Завершение структурных преобразований в сфере высшего образования; закрепление норм в сфере высшего образования в Кодексе «Об образовании»; создание нормативных и правовых основ дальнейшего развития системы образования; приведение структуры образования и номенклатуры специальностей в соответствие с требованиями рынка труда.

Ретроспективный анализ законодательства системы высшего образования РБ свидетельствует о начале формирования рыночных отношений в сфере высшего образования начиная с 1991 года и определяется следующими основными тенденциями:

1. Развитие негосударственного сектора. В РБ функционирует 9 частных вузов и 4 их филиала (общее количество вузов - 54). Количество студентов, обучающихся в частных вузах, составляет 51 262 студента. Приём в 2012 году – 8 747. Наибольший удельный вес в структуре профилей образования принадлежит экономическим специальностям, а также юридическим. Однако в последние годы наблюдается сокращение набора по данным направлениям, как в частных, так и государственных вузах, что связано с насыщенностью рынка труда. Широко востребованы управленческие специальностями, что связано с новыми условиями ведения бизнеса.

Удельный вес студентов частных вузов в общем числе студентов составляет 12%. Значительная доля платных образовательных услуг принадлежит государственным вузам. В государственных вузах на платной основе обучается 61% студентов. Рост доли платных услуг компенсирует снижение государственных расходов на высшее образование. Хотя на образовательную систему в последние годы государством выделяется не менее 5% ВВП, что не уступает объемам финансирования сферы образования в развитых европейских странах. По статистическим данным, представленным ЕС, по уровню консолидирующего бюджета на образование в % в ВВП Республика Беларусь находится на уровне таких европейских стран как Польша, Германия, Испания, Венгрия. Несколько отстаёт от Дании, Бельгии, Литвы, Латвии и превосходит Италию, Румынию, Словакию, Болгарию.

Основное государственное финансирование в Беларуси направляется на среднее образование, что объясняется демографическим фактором. А также в последние годы была пересмотрена политика в сторону увеличения поддержки среднего специального образования, что объяснялось нехваткой специалистов рабочих специальностей на рынке труда.

2. Переход к многоуровневой системе подготовки кадров.

Кодексом РБ «О высшем образовании» установлена двухступенчатая структура подготовки специалистов для национальной системы образования. На I ступени обеспечивается подготовка специалистов, обладающих фундаментальными и специальными знаниями, с присвоением квалификации специалиста. Также на I ступени реализуются образовательные программы, интегрированные со средним специальным образованием. Срок образования на дневной форме обучения составляет от 4 до 5 лет в зависимости от специальности. Министерством образования РБ также утверждены Перечень специальностей и график перехода на дифференцированные сроки получения высшего образования первой ступени. Согласно вышеуказанным документам до 2014 года будут сокращены сроки обучения по 234 специальностям (62 % от общего количества специальностей), что связано с приведением к единой с европейской структурой. Высшее образование I ступени даёт право на трудоустройство и продолжение обучения на II ступени. На II ступени высшего образования осуществляется подготовка магистра, формирующая знания, умения и навыки научно-педагогической и научно-исследовательской работы и магистров с углубленной подготовкой специалистов: практикоориентированная магистратура. После чего также возможно трудоустройство или продолжение обучения в аспирантуре. В целом, система подготовки кадров соответствует принятому в Европе делению на постепенный и постпостепенный циклы. Данная модель отличается от западной, однако признаётся. В РБ работает сеть ENIC, в компетенции которой находится признание квалификаций высшего образования, периодов обучения. Согласно Кодексу признание и установление соответствия периодов обучения, курсов высшего образования в организациях иностранных государств осуществляются Министерством образования РБ в соответствии с законодательством, в том числе международными договорами РБ, с выдачей свидетельства.

3. Изменение содержания подготовки специалистов.

Обновление содержания подготовки специалистов с учётом актуальных экономических реалий повышает конкурентоспособность вуза на рынке образовательных услуг, так как способствует формированию особого предложения вуза. На сегодняшний день в РБ идёт активная работа по обновлению содержания высшего образования. Внедрены в

учебный процесс 438 образовательных стандарта по специальностям и направлениям специальностей высшего образования.

4. Диверсификация высшего образования. Развитие непрерывного образования. Важным последствием глобализации высшего образования, наиболее отчетливо проявившимся, начиная со второй половины XX века, является его диверсификация по институциональным формам, уровням и содержанию. Диверсификация проявляется в многофункциональности учебного заведения, вариативности и гибкости образовательных программ. Основной целью современной высшей школы стало удовлетворение запросов личности в формировании собственной образовательной траектории. В этой связи диверсификация стала и одной из целей развития самой системы высшего образования.

Как реакция на новые социально-экономические и технологические условия жизни общества сформировалась новая философия развития образования - обучение в течение всей жизни. Данная концепция отражает растущую роль знаний в обществе и признание необходимости создания условий, гарантирующих доступ к образованию и обучению в течение всей жизни человека. При этом необходимо учитывать тот факт, что сегодня постоянно повышается конкуренция с одной стороны, а с другой - происходит быстрое устаревание знаний, и повышается необходимость приобретения новых умений и компетенций, востребованных на мировом рынке труда. В этой связи придается особое значение совершенствованию системы повышения квалификации в РБ. В рамках институтов повышения квалификации, Академии послевузовского образования, факультетов повышения квалификации и переподготовки кадров при белорусских вузах ведётся активная работа в данном направлении, с каждым годом расширяется перечень платных образовательных услуг, ужесточается конкуренция, поэтому перед каждым вузом стоит задача диверсификации программ с целью привлечения потребителей услуг.

5. Практикоориентированная модель высшего образования.

Заметной тенденцией последнего десятилетия в сфере высшего образования стало усиление его профессиональной направленности. Вузы РБ создают филиалы кафедр, а также учебно-научно-производственные комплексы, что способствует организации качественной практики, а в дальнейшем уменьшению срока адаптации молодых специалистов на рабочем месте.

Одной из задач высшей школы РБ является то, что периоды практического обучения должны являться отправной точкой трудоустройства будущего молодого специалиста. Таким образом, будет осуществляться более тесное взаимодействие с рынком труда, ориентация программ практики на реальные запросы экономики.

6. Оценка качества образования. Качество высшего образования на сегодняшний день выступает методологическим базисом

современных реформ. В условиях массового высшего образования проблема качества стоит наиболее остро. Массовое высшее образование, переход к которому начался в конце эпохи индустриального развития, стало одним из важнейших атрибутов глобализации с переходом на стадию постиндустриального общества, в котором человек без должного образовательного уровня с трудом находит своё место в жизни. С другой стороны, быстро меняющиеся социально-экономические условия придали массовому образованию большую гибкость для лучшей адаптации к ним обладателя диплома.

С целью повышения качества подготовки выпускников Министерством образования РБ организовано внедрение в вузах систем менеджмента качества образования на основе международного стандарта ИСО 9001. В РБ основными недостатками внедрения системы менеджмента качества являются жёсткое документирование процедур и оценка по формальным показателям.

7. Предпринимательская инициатива в сфере высшего образования. Министерство образования РБ ставит перед вузами задачу обеспечения интеграции высшего образования, науки и производства, создания и развития инновационной инфраструктуры для внедрения и экспорта научно-технических разработок. Эффективным направлением развития предпринимательской инициативы в вузах РБ является создание технопарков, центров трансфера технологий, бизнес-инкубаторов. В настоящее время в системе Министерства образования функционируют 7 технопарков, 2 инновационных центра, 9 центров трансфера технологий, Межвузовский центр маркетинга научно-исследовательских разработок и региональные маркетинговые центры.

Согласно данным Министерства образования РБ объёмы увеличились более чем в 2 раза к уровню 2005 и составляют более 5 млн. долларов. Экспорт научно-технической продукции осуществлялся более чем в 30 стран зарубежья.

В соответствии с Госпрограммой развития высшего образования на 2011-2015 годы планируется довести объем экспорта образовательных услуг до 187 млн. долларов. По данным Министерства образования РБ, в 2011-2012 учебном году в белорусских вузах проходили обучение 12 136 студентов-иностранцев, что по сравнению с предыдущим годом больше на 15%. К 2015 году экспорт образовательных услуг белорусских университетов планируется увеличить более чем втрое.

8. Взаимодействие вузов и рынка труда. Для того чтобы сбалансировать спрос и предложение квалификаций на внутреннем рынке труда и с учётом того, что в РБ система квалификационных справочников отстаёт от изменений, происходящих на рынке труда, с 2010 года Министерство труда и социальной защиты и Министерство образования РБ осуществляют разработку Национальной рамки квалификаций, которая

строится с учётом сопоставимости национальных квалификационных уровней с квалификационными уровнями Европейской рамки квалификаций.

На сегодняшний день ситуация на рынке молодых специалистов меняется в пользу работодателей: предложение превышает спрос. В связи с этим основная задача вуза состоит в том, чтобы выпустить конкурентоспособных специалистов. Однако значительная часть работодателей рассматривает сегодняшнего выпускника как молодого специалиста, которому необходимо пройти адаптационный период, чтобы стать полноценным специалистом. Отсюда вытекает необходимость тесного взаимодействия вузов и работодателей. Взаимодействие вузов и предприятий подразумевает участие ведущих специалистов, руководителей предприятий и организаций в преподавании (открытые лекции, мастер-классы), приглашение представителей работодателей на выпускные экзамены, более активное привлечение работодателей к руководству курсовыми и дипломными проектами, чтению профильных спецкурсов, участию в подготовке экзаменационных материалов, разработке и корректировке образовательных программ, программ практик. В то же время бизнес может быть не только потребителем выпускников образовательного учреждения, но и заказчиком научно-исследовательских работ, поставщиком слушателей курсов переподготовки и повышения квалификации, специалистов для получения второго высшего образования.

Характерной чертой советской системы образования является распределение выпускников вузов, которое сохранилось в системе белорусского высшего образования по сегодняшний день. Государство, выполняющее задачи социально-ориентированной политики дает возможность получения бесплатного высшего образования (39% студентов обучается на бюджетной форме с получением стипендии) и гарантирует работу после окончания вуза. Выпускник вуза должен возместить государству затраты в форме двухлетней отработки, либо в денежном эквиваленте. Фактически, высшее образование воспринимается как платная услуга, финансируемая либо самим абитуриентом, либо из бюджета в счет будущей работы по специальности. Большая часть выпускников вузов, обучавшихся на бюджетные средства, все же предпочитает распределение в выплате полной стоимости своего образования. Однако советский опыт свидетельствует о том, что подобное принудительное использование рабочей силы малоэффективный способ решения проблемы территориального и отраслевого распределения специалистов.

Для того, чтобы уйти от изъянов системы распределения можно рассматривать следующий вариант юридического оформления отношений между вузами и предприятиями: подготовка специалистов на условиях

выставления гарантии, договора взаимной ответственности. Данное предложение является переводом практики становления рынка услуг высшего образования в развитых странах⁷. Вуз гарантирует качество дипломов выпускников, с хорошими оценками закончивших вуз. Гарантия осуществляется посредством обеспеченного письма, выдаваемого вместе с дипломом. Сумма гарантии коррелируется со значением рейтинга студента. Предприятия доверяют оценкам, так как они обеспечены. Вуз включает в свою рекламную компанию это свое конкурентное преимущество. Абитуриенты предпочитают поступать именно в этот вуз. При этом кадровые службы должны разработать четкие контуры ступенек служебной лестницы молодого специалиста в зависимости от сферы деятельности. Исключительно важно, чтобы те активы, которые студент заработал в вузе, не терялись, а сохранялись. Работодатели, таким образом, смогут оказывать огромное воздействие на учебный процесс, так как у вуза будет действенный стимул детально изучать потребности предприятий. Именно от эффективности обратной связи зависит степень соответствия качества подготовки специалистов пожеланиям работодателя, а, следовательно, и востребованность выпускника вуза. Востребованность молодого специалиста на рынке труда, в свою очередь, будет служить индикатором конкурентоспособности самого вуза, так как основной инструмент контроля качества образования – репутация.

Хорошавцева Н.А.
студент магистратуры факультета Государственного и
муниципального управления
Уральский Институт (филиал) Российской Академии Народного
Хозяйства и Государственной Службы при Президенте РФ
Россия, г.Екатеринбург

РЕАЛИЗАЦИЯ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

Сегодня у власти появилось стремление действительно вовлечь молодёжь в политику. Но не всегда это стремление находит поддержку у региональных и местных властей. Да и у самой молодёжи, порой, отсутствует всякое желание заниматься политикой. На федеральном уровне действует орган исполнительной власти, занимающийся вопросами молодёжи – Министерство спорта, туризма и молодежной политики. Активной формой сотрудничества с молодёжью также стала школа российской политики – проект Центра социально-консервативной

⁷ Золотарёва О.А., Хмель О.А. Взаимодействие вузов и банков в процессе подготовки конкурентоспособных кадров. Материалы конференции «Социально-эконом. проблемы современного периода Украины. Посткризисное развитие финанс. системы Украины: проблемы и перспективы». 23-24 июня 2011 г. – Львов: Львовский институт банковского дела НБ Украины.

политики. Положительным моментом проекта является то, что принять участие в работе Школы может каждый. В основе методики Школы-практика и самоутверждение людей, которые претендуют на то, чтобы заниматься политикой. Учитывая положительный опыт создания таких школ на федеральном уровне, школы молодого парламентария создаются и во многих субъектах Российской Федерации. Необходимо отметить, что школы создаются как на региональном, так и на местном уровнях. К примеру, при администрации Ленинского района города Ульяновска такая школа действует уже ни один год. [1].

Современный этап формирования системы государственной молодежной политики характеризуется поиском оптимальных подходов к разделению ответственности и полномочий между федеральным центром и регионами. Процесс достижения такого компромисса затрагивает не только молодежную политику, но и внутреннюю государственную политику в целом, являясь актуальной задачей формирования российской государственной политической системы. [2].

Молодежная политика является самостоятельным направлением государственного и политического управления и представляет собой сложную динамическую систему взаимодействия разноуровневых политических и общественных субъектов по выработке теоретико-методологических основ и реализации комплекса практических мер для целенаправленного управления процессом преемственности поколений. Модель МП можно определить как схематизированное, наиболее обобщенное представление о системе взаимодействия социальных институтов, обеспечивающих формирование и реализацию определенного комплекса мер в отношении молодежи. В качестве основных содержательных характеристик модели МП выступают ее цели, приоритетные направления, технологии и механизмы осуществления, условия внедрения, а также критерии эффективности ее реализации. [2].

Технология реализации МП представляет собой совокупность приемов, методов и воздействий, применяемых для достижения поставленных целей в процессе реализации МП, для решения конкретных проблем молодежи, и обеспечивается системой соответствующих механизмов. Механизм реализации МП представляет собой определенную, достаточно устойчивую систему взаимодействия государственных и общественных институтов по широкому спектру вопросов в области осуществления МП для удовлетворения актуальных потребностей существующей общественной системы в ее воспроизводстве и дальнейшем развитии. Основными механизмами реализации разработанной нами модели МП являются законодательно-правовой (задающий правовую основу осуществления МП и регламентирующий деятельность ее субъектов); программно-целевой (реализующий приоритетные направления МП посредством комплексных целевых программ);

организационный (определяющий систему взаимодействия субъектов, обеспечивающих реализацию МП на региональном уровне), финансово-инвестиционный (отвечающий за ресурсное обеспечение реализации выбранных направлений МП и ее конкретных форм). [2].

Систему реализации государственной молодежной политики на региональном уровне можно условно разделить на два основных компонента: законодательно-организационный и практический. Если законодательно-организационный компонент выступает основой реализации этой политики, то практический компонент отражает деятельность по непосредственному воплощению в жизнь конкретных мероприятий по ее реализации. Практический компонент включает в себя программный и финансово-инвестиционный механизмы реализации молодежной политики. [3].

Проблемы молодежи являются основной отправной точкой молодежной политики, именно они определяют, каким образом эта политика будет планироваться, финансироваться и осуществляться. Далее рассмотрим основные механизмы реализации молодежной политики, составляющие ее практический компонент: программный механизм и финансовый механизм. [3].

Программный механизм представляет собой систему мер по разработке конкретных целевых программ федерального, регионального, местного значения в области молодежной политики. В конечном же счете политика реализуется в виде конкретных мероприятий, направленных на достижение ее целей и задач, участниками которой являются непосредственно граждане. На сегодняшний день в регионах существует несколько форм организации мероприятий по реализации молодежной политики, которые можно классифицировать по степени консолидации отдельных мероприятий в некоторые системы: отдельные мероприятия; целевые программы; комплексные программы. [3].

Финансово-инвестиционный механизм представляет собой действующую систему финансирования молодежной политики. Молодежная политика, как и любая деятельность, не может осуществляться, если она не обеспечена некоторыми ресурсами, поэтому реализация политики – это, по-другому, освоение финансовых ресурсов, бюджетов этой политики. [3].

Непосредственное осуществление молодежной политики происходит на уровне муниципальных образований, и от того, каким образом построена работа с молодежью именно на этом уровне, зависит будущее территории, региона и страны.

Использованные источники:

1. Еремина Е. В. Проблемы реализации молодёжной политики на региональном и местном уровнях [сайт]. URL: <http://www.newparlament.ru/hall/view/32> (дата обращения 14.12.2012 г.)

2. Зеленин А. А. Механизмы реализации молодежной политики Российской Федерации на региональном уровне. Автореферат диссертации ... доктора политических наук. Нижний Новгород 2009 г. URL: http://dibase.ru/article/26012009_zeleninaa (дата обращения 14.12.2012 г.)

3. Зеленин А.А. Реализация государственной молодежной политики в регионах Сибирского федерального округа // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского, 2009, № 2, С. 217–224.

Хрячков А.В.

студент 1 курса

научный руководитель:

Логачев В.А, д. э. н, профессор кафедры экономики

ФГБОУ ВПО «КузГТУ им. Т.Ф. Горбачева»

Россия, г. Кемерово

ПРОБЛЕМА СОЧЕТАНИЯ РЫНОЧНОЙ МОДЕЛИ ЭКОНОМИКИ С КЛИМАТИЧЕСКИМ ТИПОМ РОССИИ

Одним из главных вопросов сегодняшней политической ситуации является вопрос: географическое положение - существенное препятствие в экономическом развитии России? Чтобы дать ответ на этот вопрос, можно воспользоваться фактами экономической географии. Более плотному населению пустынных и горных частей планеты препятствует сложность развития хозяйственной деятельности. Иными словами, в этих регионах практически невозможно воплотить в жизнь самоокупаемую экономику. Фактически российский климат жестче, по сравнению с климатом любой другой страны. К сожалению, исправить это положение невозможно. Поэтому, прежде всего, нужно думать над вопросом - эффективность экономической географии России. Территорию и климат России изменить нереально, однако людей и производство можно распределять в более благоприятные части страны. Невозможно совсем избежать последствий низкой температуры, но существует такая возможность, как размещать производительные ресурсы страны географически в более благоприятные условия, где издержки по холоду можно свести к экономически оправданному минимуму. В ходе рассуждения возникает следующий вопрос: эффективно ли распределение населения и производства в России сейчас; и если нет, то как можно добиться положительно результата?

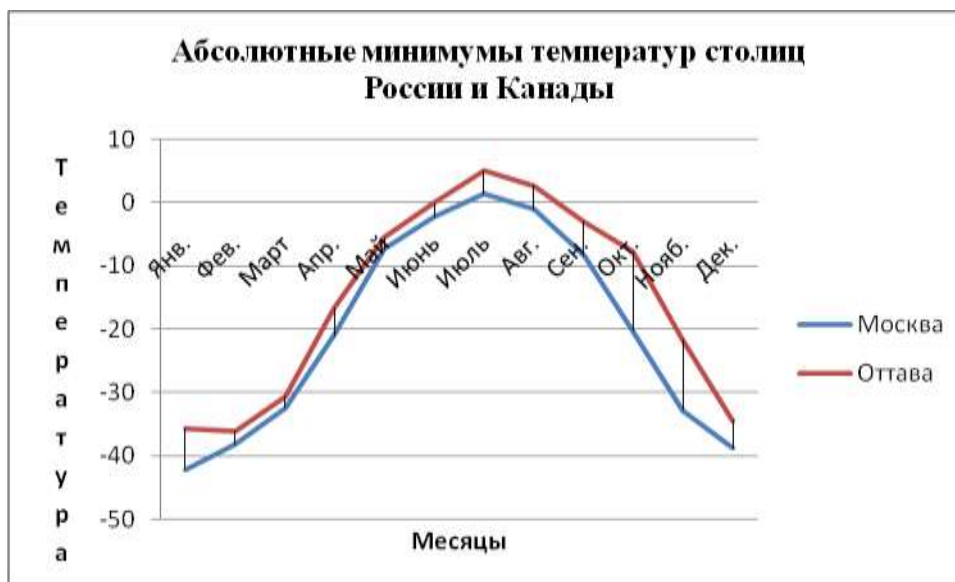
Одним из факторов, который влияет на распределение населения, является жесткий климат. Количество топлива используемого для подачи тепла на душу населения в России превышает то количество, которое другие страны тратят на те же цели. Действительно, можно привести аналогию с жителями Северной Европы и России. Зимой англичане и французы вполне могут комфортно себя чувствовать, используя теплые вещи и грелку; а русскому человеку для обогрева нужно будет использовать не меньше одной поленицы дров. Следовательно, расходы

на одежду и обувь тоже выше, но это еще не все: постройка зданий становится дороже из-за того, что нужно сохранять тепло, дальнейшее содержание домов и дорог обходится дороже, так как перепады температуры ведут к их разрушению. Для достижения уровня жизни европейских стран человеку, живущему в России, нужно работать намного больше.

Но такой вариант с рыночным типом экономики невозможен, так как у предпринимателя есть цель – максимизировать доходы, из чего можно сделать вывод, что наемную рабочую силу он будет использовать максимально эффективно для себя. Нельзя не согласиться с тем, что если увеличить объем работы невозможно, то человеку приходится смириться с тем уровнем жизни, что у него есть сейчас.

Сравнив Россию с другими странами, можно отметить, что она находится в самой неблагоприятной климатической зоне: зима достаточно продолжительная, сопровождаемая низкими температурами, а лето в среднем составляет 96 дней в году. [6]

Для большей наглядности я бы хотел сравнить две страны сходные по климату: Канаду и Россию. Для этого мы составили таблицу и график абсолютный минимум температуры за год столиц этих стран Москвы и Оттавы.



Модель построена автором по данным [5].

Убедительным доводом в пользу бесперспективности развития экономики России при условии свободного рынка, может, послужить страна со схожим климатом районов Канада. Как наглядно показано на графике, температуры данных стран имеют небольшую разницу, но, несмотря на это, Россия находится в более тяжелых условиях, чем Канада,

за счет территорий в которых разница в температуре очень велика, по сравнению с приведенным графиком, особенно в зимний период. Так же хотелось бы отметить, что Канада, страна соседствует с достаточно благополучной США, которая в свою очередь могла вложить инвестиции в освоение слабо развитых районов Канады. Однако эти районы не освоены из-за сурового климата.

В то же время, в более благоприятные районы Канады, идет капиталовложение из Америки, что в свою очередь приводит к поддержанию роста населения, и к наращиванию темпов производства. При этом используется вахтовый метод для работы в северной части Канады, что не приводит к заселению и развитию данных районов.

Поэтому капитал не будет вкладываться в развитие России по той же самой причине, что и в северные районы Канады. Даже если капиталовложения будут, то они будут меньше, чем отток капитала. Одним из возможных путей, стимулирующих нашу экономику это установление непреодолимых таможенных барьеров и сложность вывоза капитала за границу.

«Вывоз капитала, резкоконтинентальный климат, недостаток рабочих мест - при этих и других факторах Россия рискует уже в ближайшие десятилетия превратится в обезлюдившее, покрытое лесом заснеженное пространство, подобное тому, которое являет собой Центральная и Северная Канада, когда пролетаешь над ней на самолете. Процесс разрушения российской экономики и исчезновения российских городов может пройти также быстро и незаметно, как практически на наших глазах в течение послевоенного периода начался и завершился процесс уничтожения русской деревни. Механизм этого уничтожения тоже состоял в односторонней утечке ресурса рабочей силы из деревни в город». [1]

Сторонники рыночной экономики будут поддерживать данную политику, потому что с их точки зрения нормально покидать то место, где достаточно сложно задать и поддержать темпы развития. Но если посмотреть с другой стороны, то куда сможет переселиться наша страна? Ответ очевиден: никуда, все места заняты.

В итоге, после того, как русские перестанут бороться за свое существование, придется вернуться обратно к себе, но к тому времени возвращаться будет некуда.

На проблему сочетания рыночной модели экономики и климата Российской Федерации существует множество точек зрения, одна из которых принадлежит А. Паршеву. Автор в своей книге «Почему Россия не Америка» говорит о том, что любое производство в Российской Федерации имеет высокие издержки, в которых играет немаловажную роль суровый климат, не говоря о том, что проживание в России требует

больших энергозатрат, а энергия, в свою очередь, стоит денег, поэтому наша продукция, на мировом рынке, будет дороже.

Из этого Паршев делает два вывода. Во-первых, отечественная промышленная продукция, аналогичная иностранной по потребительским характеристикам, оказывается выше по себестоимости и при реализации по мировым ценам приносит нам убыток. Во-вторых, наши предприятия оказываются невыгодным объектом для привлечения капиталовложений из-за рубежа, да и для отечественных инвесторов привлекательнее иностранные рынки капитала. Согласно Паршеву, невозможно привлечение иностранных инвестиций в российское промышленное производство, и в условиях свободного перемещения капитала ни один инвестор не будет вкладывать средства в развитие практически ни одного производства на территории России. Поэтому страна обречена на продажу за границу продукции только ресурсодобывающих отраслей в обмен на продукты высокотехнологичных производств и в долгосрочной перспективе может успешно развиваться только в условиях изоляции от мирового рынка. [2].

Но не все ученые согласны с мнением А. П. Паршева. Доказательством этого может послужить отрывок из статьи: «по мнению многих ученых-экономистов данная точка зрения несостоятельна, конечно, на первый взгляд, концепция А. П. Паршева очень логична и лишена внутренних противоречий. Это действительно так, но только при одном допущении. Оно состоит в следующем: в мире производится строго фиксированное количество товаров (которые никогда не совершенствуются) по строго фиксированным технологиям (которые также никогда не меняются). В этом случае, действительно, рано или поздно ограниченный набор технологий будет освоен всеми странами.» [3]

Однако в современном мире последние несколько столетий определяющей является иная тенденция: технологии все быстрее совершенствуются, все чаще появляются новые виды товаров, а старые типы товаров стремительно приобретают новые свойства.

Современные постиндустриальные тенденции, хотим мы того или нет, делают информацию (а точнее знания) главным производственным ресурсом, а вовсе не энергию или сырье и даже не финансовый капитал. Поэтому основные затраты инвестиционного проекта по организации сложного производства представляют собой расходы на закупку технологий или, иначе говоря, знаний о том, как производить данный товар с максимальной эффективностью. (Большая часть этих затрат обычно уже заложена в стоимости оборудования) От того, какая применяется технология, зависит и сколько мы тратим энергии и что считать сырьем. Климат при этом не играет никакой роли. [3].

Может, когда-нибудь, эта утопия экономики знаний осуществиться. Но пока что нам нужно выбрать более эффективную экономическую модель, чем рыночная экономика. Такой моделью может быть только система, обеспечивающая максимальную концентрацию ресурсов и централизованное управление их использования. Тогда как рыночная экономика построена на «распылении» ресурсов и управления. Экономическая модель должна соответствовать географическому масштабу и климату России. Это естественный закон, на котором должна строиться экономическая модель.

Использованные источники:

1. А. Г. Малыгин Климат против Рынка [Электронный ресурс]//URL:[http://derzava.com/statji/malygin_klimat_protiv_rynka.html]Дата обращения 9.06.2013.
2. А. Никольский Отзыв на книгу А. П. Паршева Почему Россия на Америка [Электронный ресурс]//URL:[<http://www.ccas.ru/manbios/nikolsk.html>] Дата обращения 9.06.2013.
3. Отзыв на книгу А. П. Паршева Почему Россия на Америка [Электронный ресурс]//URL:[<http://kritikaparshhev.narod.ru/>] Дата обращения 9.06.2013.
4. Т. Михайлова Климат: Холодная страна [Электронный ресурс]//URL:[<http://www.nes.ru/ru/media/publications/2003/december/mikhailova-vedomosti-17-12-03>] Дата обращения 9.06.2013.
5. Абсолютные минимумы температур столиц России//URL [<http://www.pogodaiklimat.ru/file.htm>], Дата обращения 9.06.2013.
6. Канады//URL[<http://www.pogodaiklimat.ru/climate2/71628.htm>] Дата обращения 9.06.2013.
7. Погода и климат: Климатический монитор [<http://www.pogodaiklimat.ru/monitors.php?id=russia>] Дата обращения 9.06.2013.

*Хусанов К.А., к.ф.-м.н, доцент
Туринский политехнический университет
в Ташкенте, Узбекистан*

СИСТЕМА ДИСТАНЦИОННОГО ОБРАЗОВАНИЯ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ СПЕЦИАЛИСТОВ

Введение

Система дистанционного образования имеет ряд особенностей по сравнению с традиционным образованием. Её эффективность, во-многом, основана на способности учащихся к самообучению. В связи с этим, представляется, что использование дистанционного обучения в системе повышения квалификации специалистов или в системе переподготовки кадров может быть особенно эффективным.

В данной статье рассматривается опыт использования системы дистанционного образования на примере созданного под руководством автора динамического web-сайта для повышения квалификации специалистов в Ташкентском фармацевтическом институте (ТФИ).

Структура системы дистанционного образования для повышения квалификации специалистов

Система дистанционного образования для повышения квалификации специалистов^[1] основана на ранее разработанной и действующей ныне web-платформе, представляющей динамический web-сайт. Сайт содержит ряд традиционных для подобных web-платформ модулей таких, как:

- модуль формирования контингента обучаемых с функциями регистрации пользователей системы дистанционного обучения, разбиения обучаемых на группы в соответствии с выбранными для обучения курсами;
- модуль учебных ресурсов, позволяющий формировать учебный контент;
- модуль тьюторинга, обеспечивающий академическую поддержку обучаемых;
- модуль мониторинга процесса обучения.

Функциональные характеристики этих модулей во многом стандартные. Так, первый модуль позволяет строить иерархическую систему допуска пользователей: административный уровень (руководители курсов, сетевые администраторы); преподаватели (тьюторы), ведущие определенные учебные дисциплины; обучаемые. При этом, сетевые администраторы не имеют доступа к учебному процессу, осуществляя лишь его техническую поддержку, тогда, как руководитель курса имеет доступ ко всем ресурсам данного курса.

Модуль учебных ресурсов обеспечивает формирование содержания учебной дисциплины. Преподаватели, имеющие соответствующий уровень доступа к курсу, самостоятельно формируют содержание преподаваемой ими учебной дисциплины, структуру подачи материала, оценки обучаемого. Преподаватель определяет особенности доступа слушателей к учебному материалу, его порядок и временные ограничения, возможные траектории обучения. Наряду с этой рутинной деятельностью преподаватель (тьютор) осуществляет академическую поддержку обучаемого.

Для осуществления академической поддержки наряду с другими предусмотрены такие интерактивные средства, как форум или чат. Они предоставляют возможность общения всех вовлекаемых в учебный процесс пользователей. Это и интерактивная связь обучаемого с тьютором, и общение между слушателями, и обсуждение общих вопросов, связанных с той или иной темой изучаемой учебной дисциплины. Немаловажное значение играет также возможность он-лайн общения в чате. При этом,

расписание выхода обучаемых в он-лайн общение задается как тьютором, так и по заявке слушателей. Опыт использования чата в системе дистанционного обучения, действующего в Ташкентском фармацевтическом институте с 2006 года, показывает его высокую эффективность в академической поддержке обучаемых.

Помимо возможности общения в режиме он-лайн, в зависимости от установок курса, задаваемых руководителем, чат можно использовать и для контроля успеваемости обучаемых. При этом, предусмотрена возможность голосового или видео чата. Эти дополнительные сервисные функции расширяют диапазон применения чата. В частности, видеочат теперь можно использовать и как средство визуальной идентификации обучаемого. Идентификация слушателя всегда была одним из уязвимых звеньев системы дистанционного обучения. Опыт использования системы дистанционного обучения в ТФИ дает решение проблемы путем организации выездных очных сессий на местах, задачи которых могут варьироваться. Так, помимо основной функции очного контроля успеваемости, выездные сессии могут также обеспечивать дополнительный очный тьюторинг. Другой возможностью очной оценки успеваемости обучаемых является организация очной краткосрочной сессии в институте. Основной задачей данной очной сессии является реальная оценка результатов обучения. Появление возможности видеочата, в этой связи, может стать одним из ключевых факторов, обеспечивающих эффективность внедрения дистанционных видов обучения, поскольку, во-многом, решаются вопросы идентификации обучаемых.

Модуль мониторинга процесса обучения служит формированию итоговой оценки обучаемого по курсу. Он включает такие дидактические средства, как индивидуальный журнал слушателя, рейтинговую зачетную книжку обучаемого. В отличие от рейтинговой книжки, отражающей успеваемость по программным дисциплинам, индивидуальный журнал содержит сведения оперативного характера: хронологию и порядок изучения тем по той или иной дисциплине, включая выполнение заданий; оценки, полученные слушателем в ходе промежуточных и итоговых рейтинговых зачетов; результаты самооценки обучаемых. Модуль содержит также программное обеспечение (тестер) для дистанционного проведения рейтинговых экзаменов.

Особенностью данного динамического сайта является включение модуля базы данных специалистов (Portfolio module), повышавших квалификацию в институте. База содержит сведения о слушателях, в том числе и сроки последнего повышения квалификации. Включение данного модуля предоставляет новые возможности при организации учебного процесса: стратегическое и оперативное планирование контингента обучаемых (согласно нормативным требованиям специалист в обязательном порядке должен регулярно повышать свою квалификацию, к

примеру, каждые 5 лет); подбор учебных материалов в соответствии с потребностями обучаемого (учитывается программа предыдущего курса повышения квалификации); текущий мониторинг деятельности специалиста в период между курсами повышения квалификации, оценка эффективности таких курсов.

Немаловажное значение имеет также возможность включения данного сайта в интранет систему вуза.

Заключение

На основании опыта использования системы дистанционного образования для повышения квалификации специалистов-фармацевтов в Ташкентском фармацевтическом институте можно сделать нижеследующие выводы.

1. Использование дистанционных методов обучения особенно эффективно в системе повышения квалификации кадров. Это связано с большей предрасположенностью сложившихся специалистов к самостоятельной работе, включая способность к самообучению.

2. Использование расширенных возможностей интерактивного общения участников учебного процесса, таких, как голосовой или видео чаты, повышает эффективность как самого обучения, так и адекватности контроля обучаемых. Такое общение решает одну из общих проблем дистанционного обучения – проблему идентификации обучаемого.

3. Использование базы данных о слушателях курсов повышения квалификации (модуль Portfolio) способствует большей гибкости и, соответственно, эффективности предлагаемых учебных курсов.

Использованные источники:

[1] К.Хусанов. Разработка web-платформы дистанционного образования для повышения квалификации специалистов. -«Актуальные проблемы прикладной математики и информационных технологий – Аль Хорезми 2012». Ташкент, 19-22 декабря 2012 г. Труды международной конференции, с. 245-246.

*Хусанов К.А., к.ф.-м.н., доцент,
Туринский политехнический университет
в Ташкенте, Узбекистан*

МЕТОДЫ ВИЗУАЛИЗАЦИИ ПРИ РАЗРАБОТКЕ ВИРТУАЛЬНОЙ ЛАБОРАТОРИИ ПО ТЕОРИИ АЛГОРИТМОВ И СТРУКТУРАМ ДАННЫХ

Введение

Курс по теории алгоритмов и структурам данных для будущих специалистов в области прикладной математики, техники призван в первую очередь развивать алгоритмические навыки при решении прикладных задач математики, информатики и других естественно-научных дисциплин. В связи с этим представляется актуальным

рассмотрение вопросов повышения эффективности обучения таким навыкам. Одним из ключевых факторов при этом является разработка дидактических материалов, обладающих высокой интерактивностью.

В данной работе рассматриваются вопросы использования методов визуализации при разработке виртуальной лаборатории по теории алгоритмов и структурам данных для студентов бакалавриата по направлениям «Информатика и информационные технологии», «Прикладная математика и информатика» и магистратуры по естественно-научным специальностям обучения. В рамках создания такой лаборатории также разрабатывается программное обеспечение для практической работы по курсу.

Методы визуализации при разработке виртуальной лаборатории по теории алгоритмов и структурам данных

Целью разрабатываемой виртуальной лаборатории является создание высоко интерактивного программного обеспечения, позволяющего осуществить академическую поддержку студентов, изучающих данный курс[1].

Среди общих задач, решаемых с помощью виртуальной лаборатории, можно выделить такие традиционные для теории алгоритмов задачи, как:

- анализ метрических характеристик алгоритма;
- оценка скорости роста алгоритма;
- имитационная реализация алгоритма;
- проверка правильности работы алгоритма.

Содержание виртуальной лаборатории соответствует программе курса «Теория алгоритмов и структуры данных» для указанных выше специальностей.

Данная виртуальная лаборатория представляет собой дидактический инструмент для практических занятий по курсу теории алгоритмов. Каждый представленный здесь алгоритм обрабатывается по нижеследующей общей схеме.

1. Описание алгоритма – задается представление алгоритма в виде блок-схемы или с помощью псевдокода.

2. Описание ввода – определяются режимы ввода данных (ручной или автоматический на основе случайной выборки).

3. Описание вывода – определяются основной и детальный режимы. При основном режиме выводятся исходный и обработанный массивы данных, количество сравнений P . При детальном – исходный и промежуточные массивы данных после каждого цикла.

4. Аппроксимационная оценка быстродействия методом наименьших квадратов:

- *ввод*: задается число M повторений алгоритма на случайных наборах исходных массивов возрастающей длины $N_1, N_2, \dots$;
- *счет*: задается функция интерполяции (например, квадратичная), определяется минимальная сумма квадратов отклонений для каждого массива - $S_{N_1}, S_{N_2}, \dots$;
- *вывод*: «быстродействие пропорционально N^a », график скорости, последовательность отклонений для каждого массива - $S_{N_1}, S_{N_2} \dots$, график отклонений.

5. Программирование и проверка правильности алгоритма (программы) – многоэтапная оценка:

- *составление программы*, компиляция и вывод результатов $p_1, p_2, \dots$ и промежуточных массивов после каждого этапа (цикла) алгоритма на случайном наборе данных (числовой массив длины N);
- *параллельный счет* на том же наборе входных данных, результаты $p_{01}, p_{02}, \dots$ и промежуточных массивов после каждого этапа;
- *сравнение* результатов p_i и p_{0i} , получение оценки Q_{ni} “netto”: при совпадении – 1 балл, иначе 0, $Q_n = Q_{n1} + Q_{n2} + \dots$

6. Оценка работы студента:

- Q_b “brutto” = $Q_n * K$;
- *добавление* оценки - ввод параметра «весовой коэффициент K »;
- *получение* оценки в журнал студента.

7. Визуализация результатов при оценке правильности разработанного алгоритма.

Визуализация при разработке данной виртуальной лаборатории включает следующие возможности:

- визуализация ввода данных – студент видит набор вводимых данных в удобной визуальной форме;
- визуализация работы алгоритма – основные этапы работы алгоритма выводятся на экран в форме таблиц, графиков;
- визуализация результатов – итог исполнения алгоритма виден на экране, причем, студент имеет возможность сравнить исходные данные и конечный результат;
- оценка правильности алгоритма.

Так, например, при изучении алгоритмов сортировки выполнение заданий из виртуальной лаборатории позволяет студенту видеть не только исходный случайный набор элементов массива и конечный

отсортированный массив, но и наблюдать поэтапно за ходом исполнения заданного алгоритма сортировки. Результат каждого этапа сортировки появляется на экране в виде массива данных.

Другим примером визуализации служит возможность интерактивного наблюдения за ходом реализации алгоритма, задаваемого в виде блок-схемы. При этом студент взаимодействует с программой: задаёт необходимые по условию задачи исходные данные, при ручном режиме осуществляет проверку условий и выбирает правильный следующий шаг работы алгоритма. Это касается, в частности, и алгоритмов, содержащих циклы. В циклических алгоритмах имеется возможность выбора различных уровней детализации работы алгоритма: пошаговая, когда можно наблюдать выполнение каждого шага, или циклическая, при которой на экране виден результат работы каждого цикла.

Заключение

Введение элементов визуализации при разработке виртуальной лаборатории по теории алгоритмов и структурам данных позволит повысить эффективность предлагаемого учебного курса за счет его большей интерактивности.

Разрабатываемая на основе методов визуализации виртуальная лаборатория может быть использована в e-learning системе обучения. Соответствующее программное обеспечение разрабатывается на основе web-технологий и может быть использовано также в дистанционном образовании.

Использованные источники:

[1] К.А. Хусанов, А. Мирзамов. Разработка виртуальной лаборатории по теории алгоритмов и структурам данных. -«Актуальные проблемы прикладной математики и информационных технологий – Аль Хорезми 2012». Ташкент, 19-22 декабря 2012 г. Труды международной конференции, с. 246-248.

Цапкова М.А.

студент группы ЭМФ-555

Сидорова Е. Е., кандидат экономических наук

доцент кафедры «Экономика и финансы предприятий»

заместитель декана факультета «Экономики и управления»

Волгоградский государственный технический университет

Россия, г.Волгоград

ПРОВЕДЕНИЕ МОНИТОРИНГА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ, ВЫЯВЛЕНИЕ ПРОБЛЕМ И ПУТЕЙ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

Аннотация

В статье рассматриваются проблемы проведения мониторинга финансового состояния организации и пути его совершенствования. Мониторинг, систематический анализ и оценка финансового состояния, организаций являются важным инструментом для принятия своевременных управленческих решений, предотвращения их неплатежеспособности.

Ключевые слова: мониторинг финансового состояния организации, платежеспособность, финансовый анализ, финансовое оздоровление, ликвидность, финансовая устойчивость.

В условиях рыночной экономики обеспечение эффективного функционирования предприятий требует экономически грамотного управления их деятельностью. Важная роль в реализации такого управления отводится мониторингу финансового состояния организации.

Мониторинг финансового состояния представляет собой метод оценки настоящего и перспективного финансово-экономического состояния хозяйствующего субъекта на основе изучения зависимости и динамики финансовых показателей. Мониторинг финансового состояния и платежеспособности предприятий любой отрасли является важнейшим инструментом диагностирования кризисной ситуации, основной целью которого является осуществление непрерывного контроля за состоянием экономической системы, а индикаторами являются различные финансовые показатели[1].

Главная цель финансового анализа – получение нескольких ключевых (наиболее информативных) параметров, дающих по возможности объективную и точную картину финансового состояния организации, ее финансовых результатов (прибылей и убытков), изменений в структуре активов и пассивов, в расчетах с дебиторами и кредиторами. Результаты финансового анализа показывают, по каким конкретным и приоритетным направлениям надо вести работу, направленную на улучшение финансового состояния организации, т. е. служат основой для принятия управленческих решений.

Методика финансового анализа и система оценки финансового состояния организаций и предприятий позволяют провести градацию финансового состояния, диагностировать основные проблемы финансово-хозяйственной деятельности для того, чтобы оперативно реагировать на изменение обстановки и принимать необходимые управленческие решения.

Мониторинг является исходным пунктом прогноза развития предприятия, средством получения информации о его реальных возможностях. Он позволяет выявить проблемы на начальной стадии экономического кризиса, выявлять причинно-следственные связи возникновения кризисных явлений, а затем перейти к построению

прогнозной модели функционирования и развития организации, осуществляя при этом предупреждение банкротства. Проведение мониторинга финансового состояния организации позволяет решить три взаимосвязанные задачи: распознавание стадии кризиса, устранение причин, препятствующих оздоровлению, и применение антикризисных мер.

Для оценки финансового состояния исследуемого предприятия и постановки диагноза необходима система критериев и классификация возможных отклонений базовых параметров исследуемых объектов от их нормативных значений, определение характера отклонений и вызвавших их причин.

Международная практика выработала определенные методы анализа финансовой отчетности, которые основываются на различных абсолютных и относительных типовых показателях, а также рекомендуемые значения этих показателей.

Основой мониторинга является анализ финансовых показателей, наиболее чувствительных к изменению финансового состояния предприятия. Мониторинг финансового состояния предприятий основана на последовательной оценке действия внутренних и внешних факторов, определяющих глубину финансового кризиса, выбор и перспективность применения методов финансового оздоровления. При проведении мониторинга финансового состояния очень важна методика, на основе которой производится расчет основных показателей оценки финансовой устойчивости и платежеспособности, а также интерпретация этих показателей.

Опыт проведения финансового анализа российских компаний и изучение попыток выполнения классических аналитических процедур позволяют выделить основные проблемы российской специфики в этой области исследований.

Во-первых, во многих случаях на практике мониторинг финансового состояния сводится к расчетам структурных соотношений, темпов изменения показателей, значений финансовых коэффициентов. Глубина исследования ограничивается в лучшем случае определением тенденции финансового состояния предприятия "улучшения" или "ухудшения". Сделать выводы и тем более дать рекомендации на основании исходной информации - неразрешимая проблема для специалистов компаний, оснащенных специальными программными средствами, но не обладающих достаточной квалификацией, профессиональным опытом.

Во-вторых, зачастую результаты мониторинга финансового состояния организации основываются на недостоверной информации, при этом она может быть искажена как по субъективным, так и по объективным причинам. С одной стороны, в силу тяжелого налогового бремени объективно преобладает тенденция к занижению или сокрытию

полученных доходов (прибыли). С другой стороны, по российским правилам бухгалтерского учета, денежные и неденежные формы расчетов не разведены в отчетности.

В-третьих, стремление к детализации мониторинга финансового состояния организации обусловило разработку, расчет и поверхностное использование явно избыточного количества финансовых коэффициентов, тем более что большинство из них находится в функциональной зависимости между собой (например, коэффициент маневренности собственных средств и индекс постоянного актива, коэффициент автономии и коэффициент соотношения заемных и собственных средств).

В-четвертых, сравнительный анализ финансового состояния российских предприятий практически невозможен из-за отсутствия адекватной нормативной базы и доступных среднеотраслевых показателей (в зарубежных странах рейтинговые агентства производят и регулярно публикуют аналогичные нормативы).

В-пятых, исходная отчетность анализируемых компаний искажается из-за инфляционных процессов в российской экономике, которые главным образом влияют не на вертикальный (основные пропорции остаются неизменными), а на горизонтальный анализ. В связи с этим обязательным условием оценки тенденций изменения финансового состояния компании является расчет сопоставимых цен на основе применения официальных показателей-дефляторов (индекса цен).

Анализ финансового состояния предприятия - процедура довольно многогранная и чрезвычайно информативная при условии правильной организации мониторинга. Приемлемость и адекватность результатов, их значимость, а также достижение поставленных перед исследователем задач во многом зависят от того, какие методы, приемы, а также в каком их сочетании планируется использовать.

В настоящее время большинство экономистов склоняются к тому, что весь комплекс инструментов финансового анализа следует применять не обособленно, а преимущественно в системе, именно таким образом формируются полноценные методики мониторинга финансового состояния предприятия.

В работах отечественных экономистов, а также в государственных законодательных актах предлагается широкий спектр систематизированных методик финансового анализа, каждая из которых по-своему удобна, но в то же время имеет свои недостатки [2].

Важно проводить не только мониторинг финансового состояния, но и изучать комплекс внутренних факторов, способных вызвать кризисное состояние предприятия, разработать систему соответствующих мер по его предотвращению. Органам, ответственным за проведение финансового мониторинга, при использовании комплекса показателей ликвидности, финансовой устойчивости, деловой активности и рентабельности

целесообразно провести работу по углублению и расширению системы показателей, необходимых для анализа предприятий.

Система мониторинга должна быть многогранной с точки зрения максимальной ее жизнеспособности и полезности; иметь направленность на предупреждение банкротства предприятий. Она должна стимулировать участие в процессе оздоровления и заинтересованность во взаимодействии с местными органами власти самих предприятий, подлежащих мониторингу[3].

Кроме того, система мониторинга должна носить сигнализирующий, предупреждающий характер, сущность которого состоит в выявлении в результате систематической диагностики финансового состояния вероятности неплатежеспособности или банкротства предприятий. Результатом экономической экспертизы является постановка задачи для разработки плана финансового оздоровления или рекомендаций по повышению экономической состоятельности предприятия.

При анализе деятельности предприятий наряду с финансовыми показателями необходимо учитывать и качественные факторы, что позволит определить направления деятельности предприятия, повлекшие кризисное положение, в соответствии с этим разрабатывать оздоровительные процедуры и отслеживать происходящие изменения.

Важной целью проведения мониторинга финансового состояния организаций является не только получение объективной оценки их платежеспособности, финансовой устойчивости, деловой и инвестиционной активности, эффективности деятельности, но и обоснование порядка принятия решений управляющими относительно дальнейшей судьбы кризисного предприятия и тактики их действий в отношении этого предприятия.

Использованные источники:

1. Кован С. Е., Предупреждение банкротства организаций: Монография / М.: Инфра - М, 2010.
2. Смелова Т. А., Мерзликина Г. С., Оценка экономической состоятельности в антикризисном управлении предприятием: Монография / ВолгГТУ. - Волгоград, 2009. - 181 с.
3. Караванова Б. П., Мониторинг финансового состояния организации. - М.: Финансы и статистика, 2012. - 46 с.

ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНТНОЙ ЭКОНОМИКИ

Мировой финансово-экономический кризис (конец 2008 - начало 2009 гг.) свидетельствует о необходимости профессионального управления глобальной, региональной и национальной экономики. Высказанные Дж. Соросом в начале XXI века замечания по поводу рыночного фундаментализма сегодня трансформировались в констатацию факта, что эра безоглядной веры в способность рынков корректировать самих себя закончилась [8]. Весь ход развития мировой экономики наглядно свидетельствует о необходимости поиска новых механизмов, в том числе в области активизации стратегического управления на различных уровнях хозяйствования.

В полной мере сказанное относится и решению вопросов развития сферы туризма: государство должно сосредоточить усилия и имеющиеся свободные ресурсы на развитии этого сектора экономики, активно влияющего на развитие других секторов. Принятая Концепция [3] - свидетельство усилий, предпринимаемых государством для развития туризма в нашей стране.

Известно, что достижения научно-технического прогресса распространяются в производстве в форме инноваций. Слово «инновация» в переводе с английского (innovation) означает «нововведение, введение новшеств». Под новшеством обычно понимается новый порядок, новый метод, новая продукция или технология, новое явление. Процесс использования новшества, связанный с его получением, воспроизводством и реализацией в материальной сфере общества, представляет собой инновационный процесс. Инновационные процессы зарождаются в отдельных отраслях науки, а завершаются в производственных секторах, вызывая в ней прогрессивные, качественно новые изменения [13].

Инновации могут относиться не только к технике и технологии, но и к формам организации производства, управления, обучения и т. д. К числу важнейших видов инноваций относят следующие:

- технико-технологические инновации проявляются в форме новых продуктов, технологий их изготовления, средств производства, являясь основой технического прогресса и перевооружения производства;
- организационные нововведения – это процессы освоения новых форм и методов организации и регламентации производства и труда, а также инновации, предполагающие изменения соотношения сфер влияния

(как по вертикали, так и по горизонтали) структурных подразделений, социальных групп или отдельных лиц;

- управленческие нововведения – целенаправленное изменение состава функций, организационных структур, технологии и организации процесса управления, методов работы аппарата управления, ориентированное на замену элементов системы управления (или всей системы в целом) с целью ускорения, облегчения или улучшения решения поставленных перед предприятием задач;

- экономические инновации на предприятии можно определить как положительные изменения в его финансовой, платежной, бухгалтерской сферах деятельности, а также в области планирования, ценообразования, мотивации и оплаты труда и оценки результатов деятельности;

- социальные нововведения проявляются в форме активизации человеческого фактора путем разработки и внедрения системы усовершенствования кадровой политики; системы профессиональной подготовки и усовершенствования работников; системы социально-профессиональной адаптации вновь принятых на работу лиц; системы вознаграждения и оценки результатов труда. Это также улучшение социально-бытовых условий жизни работников, условий безопасности и гигиены труда, культурная деятельность, организация свободного времени;

- юридические инновации – это новые и измененные законы и нормативно- правовые документы, определяющие и регулирующие все виды деятельности предприятий;

- экологические нововведения – изменения в технике, организационной структуре и управлении предприятием, которые улучшают или предотвращают его негативное воздействие на окружающую среду;

- инновации в обучении – внедрение передовых методик и методов (инструментов) обучения и контроля знаний.

Исследование инновационной деятельности обычно проводится в следующих направлениях [10, 11]:

- изучение последовательного продвижения инноваций различных поколений на основании анализа жизненного цикла каждой инновации (от идеи, и ее развития до внедрения, распространения на рынке и ее вытеснения следующей инновацией);

- инноватика (теория движения от инноваций к предпринимательству).

При анализе жизненного цикла нововведения рассматривается в трех стадиях: появление, развитие, распространение. Смена нововведений изучается как смена уровней технологий. Расширение доли на рынке может осуществляться различными экономическими инструментами, в том числе и за счет внедрения продукта с лучшими потребительскими свойствами. Эффективность вложения средств в научные разработки и

новые технологии – предмет изучения в соответствующих экономико-математических моделях. Что касается инноватики, то в этой теории формирование новшеств, сопротивление нововведениям, диффузия (распространение) нововведений, замещение нововведений; адаптация к нововведениям и приспособление нововведений к человеческим потребностям; деятельность инновационных организаций; разработка и принятие инновационных решений; функционирование рынка нововведений; разработка инновационных стратегий и концепций инновационного развития; государственное регулирование инновационных процессов.

Литература, посвященная инновациям, огромна. Первыми и основополагающими исследованиями в области инновационных процессов являются работы Н. Кондратьева и Й. Шумпетера, написанные в 30-х годах XX века [2, 9]. Затем около трех десятилетий проблематика инноваций оставалась в стороне от основного потока экономических исследований.

В последние 30 лет появилось чрезвычайно много работ, посвященных исследованию инновационных процессов и научно-технического прогресса. Это направление исследований связано, прежде всего, с развитием «эпидемиального» подхода, основанного на применении метода биологической аналогии. При реализации этого подхода использовались модель внутривидовой конкуренции Ферхюльства-Перла, модель борьбы двух видов за ограниченные ресурсы, модель Лотки-Вольтерра «хищник-жертва» и другие модели популяционной динамики [1, 4, 11, 12].

В работе [1] отмечено, что в 1978 г. был сделан обзор более чем 4 тысяч научных работ, посвященных техническим инновациям, которые стали предметом изучения специалистов различных дисциплин. В этих работах исследований инновационных процессов выполнялись в следующих основных (взаимосвязанных) направлениях.

1. Собственно изучение инноваций: типа, характеристик, классификаций, стадий развития, причин появления.
2. Исследование источников инноваций – соотношения изобретательства и копирования в происхождении отдельных инноваций. Выявление факторов восприимчивости к нововведениям.
3. Диффузия (распространение) и замещение инноваций. Трансферт (передача) знаний и технологий.
4. Инновационные фирмы – организационные характеристики фирмы и их воздействие на восприимчивость к инновациям, результативность их внедрения и т.д. Внешняя среда и ее влияние на инновационную деятельность фирмы.
5. Управление качеством новой продукции.

6. Отношения собственности в инновационной сфере. Правовое регулирование инновационной деятельности. Организация патентно-лицензионной деятельности.

7. Инновационный процесс как объект менеджмента – основные этапы инновационного процесса, особенности инновационного менеджмента. Организационные структуры инновационного менеджмента. Управление инновационными проектами.

8. Государственная инновационная политика. Изучение инновационных систем России и других стран. Изучение международного опыта разработки комплексных инновационных программ.

9. Анализ интеллектуального потенциала и оценка интеллектуальной собственности. Управление обучением.

10. Стратегическое управление инновациями. Воздействие стратегии на отбор и реализацию инноваций. Управление реструктуризацией и модернизацией предприятий.

11. Научно-техническая и экономическая эффективность исследований. Прогнозирование тенденций научно-технического развития. Исследование вливания различных факторов на темп научно-технического прогресса и вливание последнего на темп экономического роста.

12. Эмпирические исследования примеров деятельности, современного состояния и перспективы инновационного развития предприятий. Изучение региональных аспектов инновационной деятельности.

13. Инновации и инвестиции. Управление рисками при инновационной деятельности.

14. Моделирование нелинейных механизмов инновационного развития.

15. Влияние институциональных факторов на инновационные процессы и экономический рост.

16. Использование информационных технологий в инновационной деятельности.

В исследованиях 1990-х годов особое внимание уделялось процессам диффузии и замещения инноваций [4, 11], а исследования инновационного развития стали все больше принимать институциональные аспекты. Наряду с аналитическими исследованиями, с 80-х годов развивается и индустрия «учебных кейсов» [6]. Интерес представляют также исследования взаимосвязей инновационного развития и конкурентоспособности предприятий.

В настоящее время, после определения путей адаптации предприятий к рыночным реалиям и осмысления собственно инновационного процесса в принципиально новых условиях происходит переход к комплексному анализу возможностей инновационного развития

предприятий. За последние годы российские исследователи добились значительных успехов в описании особенностей инновационного поведения отечественных предприятий и приемов организации инновационной деятельности. Однако достаточно мало исследований о внутриотраслевых и межотраслевых механизмах диффузий нововведений, соотношении инноваций и имитаций. По-прежнему нет четкого представления о структурах взаимосвязей между инновационными процессами и конкурентоспособностью предприятий [10].

В 90-х годах XX века процесс разработки новой продукции стал интегрироваться с процессом стратегического менеджмента. Такая интеграция показала, что в ходьбе подобных процессов стратегии могут развиваться, а самым дефицитным ресурсом стало время. Исследований на эту тему пока почти нет. Достаточно слабо прослежено влияние институциональных факторов на инновационные процессы на уровне отдельных предприятий, регионов и стран. Недостаточное внимание уделяется проблемам трансферта технологий. Здесь важно изучение не только зарубежного опыта, но и отечественной теории и практики в этой области [10].

В настоящее время интерес к исследованиям инновационных процессов не ослабевает. Эти исследования сейчас вполне своевременны и требуют тщательного анализа, глубокого понимания инновационных процессов и механизмов управления ими. Важное место в этих исследованиях занимает изучение инновационных процессов в индустрии туризма.

Нововведение (инновации) возможны во всех сферах деятельности человека. Исходя из многовариантных возможностей, инновации различаются по сфере приложения, масштабам распространения и по характеру.

По сфере приложения инновации можно разделить на научно-технические, организационно-экономические, социально-культурные и государственно-правовые. По масштабам распространения различают глобальные, национальные, отраслевые и локальные (на предприятии, компании) инновации.

Согласно работе [6], инновации:

- вовлекают в производство новые производительные силы, способствуют повышению производительности труда и эффективности производства, сокращают различного рода затраты;
- повышают уровень жизни каждого человека и общества в целом за счет разнообразия и качества производимой продукции и услуг, удовлетворения потребностей населения;
- помогают привести в соответствие структуру производства со структурой изменившихся потребностей, способствуют поддержанию

равновесия между спросом и предложением, между производством и потреблением;

- являются результатом применения творческих возможностей и значений конкретной личности, человеческого интеллекта, что, в свою очередь, стимулирует дальнейший рост творческой деятельности.

Изучение тенденций и закономерностей комплексного освоения инноваций в сфере туризма, планирование положительных результатов и управление ими – сложная методологическая проблема, связанная прежде всего с классификацией нововведений. В качестве значимых для определения сути инноваций в туризме выделяют следующие классификационные признаки [5, 7]:

- источник идеи (потребности туристов, открытия, изобретения);
- вид инновации (аттракторы, инфраструктура туризма, турпродукт, способы и средства распределения турпродукта/услуги, управление, факторы производства);
- степень новизны (улучшающие, прорывные);
- широта воздействия, масштабность, связанность (локальные, глобальные системные);
- инвестиционное наполнение (некапиталоемкие, малокапиталоемкие, капиталоемкие).

Использованные источники:

1. Гурков И.Б. Инновационное развитие и конкурентоспособность (очерки развития российских предприятий) / И.Б. Гурков. - М.: ТЭИС, 2003.
2. Кондратьев, Н.Д. Проблемы экономической динамики / Н.Д. Кондратьев. – М.: Экономика, 1989.
3. Концепция федеральной целевой программы "Развитие внутреннего и выездного туризма в Российской Федерации (2011-2016 годы)" Распоряжение от 19 июля 2010 г. № 1230-р.
<http://www.government.ru/gov/results/11494/>
4. Кричевский И.Е. Модель многокомпонентного замещения / И.Е. Кричевский, М.И. Левин, В.М. Полтерович, И.Н. Щепина // ЭММ.М. - 1990. -Т. XXVI. - вып. 2. С. 291-301.
5. Малахова Н.Н., Ушаков Д.С. Инновации в туризме и сервисе. - М.: ИКЦ "МарТ", Ростов н/д: Издательский центр "МарТ", 2008. -224 с.
6. Новиков В.С. Инновации в туризме: учеб. Пособие для студ. высш. учеб. заведений / В.С. Новиков. - М.: Издательский центр "Академия", 2007. - 208с.;
7. Севастьянова С.А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства: учебное пособие / С.А. Севастьянова. - М.: КНО-РУС, 2007. - 256 с.
8. Сорос Дж. Кризис мирового капитализма. Открытое общество в опасности. Пер. с англ. - М.: ИНФРА-М, 1999. - 262 с;

9. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия (Антология экономической мысли) / Й. Шумпетер. – М.: ЭКСМО, 2007. – 864 с.
10. Щепина И.Н. Исследование инновационных процессов: эволюция, основные направления и проблемы / И.Н. Щепина // Вестник ВГУ. Экономика. – 2003. - №3. – с.49-51.
11. Щепина И.Н. Модели диффузии и замещения нововведений (обзор литературы): Препринт / И.Н. Щепина. – М.: ЦЭМИ АН СССР, 1990.
12. Щепина И.Н. Проблемы моделирования инновационных процессов / И.Н. Щепина // Системное моделирование: Сб. тр. - Воронеж: ВГУ, 1994.
13. Яркина Т.В. Основы экономики предприятия / Т.В. Яркина. Электронное пособие. www.aup.ru/books/m64/

Чекаловская Г.З.
соискатель степени кандидата экономических наук
Тернопольский национальный экономический университет
Украина, г. Тернополь

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ: МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ

Во всем мире образование рассматривается как ключевой фактор устойчивого развития государства. Качество высшего образования играет важную роль в создании единого Европейского образовательного пространства, поэтому оно становится центральным в образовательной политике Украины.

В системе качества различают два подхода: континентальный (страны Европы) и британский. Для континентального подхода наиболее важной характеристикой является внешняя сторона, то есть выясняется, насколько выпускники вуза подготовлены к участию в национальной экономике страны. Это объясняется тем, что высшие учебные заведения финансирует правительство. Для британского подхода качество характеризуется большей независимостью и автономностью, поскольку британские университеты свободны в своем развитии и выборе форм контроля. Это связано с тем, что система высшего образования в Великобритании находится в меньшей зависимости от государственного финансирования.

Однако в конце 80 и начале 90-х годов в системах качества высшего образования начинают разрабатываться и использоваться новые методы. Основная цель этих методов - не только осуществлять контроль со стороны государства, но и организовывать процесс, способствующий совершенствованию самой системы образования [1].

Во французской системе действует принцип регулярной национальной оценки качества программ вузов, образовательных предложений и системы сертификации. Результаты таких оценок

принимаются во внимание до принятия государством решения о «аккредитацию» на ограниченный период времени. В этом контексте система 4-летнего контракта, основывается на внешних оценках всей деятельности учреждения (менеджмент, образовательные программы и методы, социальная активность или научная работа). Для инженерных колледжей предусмотрена регулярная оценка не чаще одного раза в 6 лет, что соответствует максимальному периоду «аккредитации» на право выпускать дипломированных инженеров.

В Дании система оценивания введена во все основные образовательные программы. Процесс оценки, который осуществляется в течение всего учебного года, включает пять этапов. Первый этап заключается в планировании программы оценки, второй - в выработке методов по совершенствованию процессов внутри образовательного пространства. На третьем этапе инспектируются такие группы участников образовательного процесса, как выпускники, студенты, работодатели. В четвертый этап входит проведение собрания с обзором результатов работы комитета по оценке качества образовательного процесса. На пятом этапе проводится заключительная конференция, на которой комитет отчитывается о проделанной за учебный год работе.

В Финляндии главная задача комитета по контролю и качеству высшего образования - способствовать вузам и Министерству образования в развитии системы оценки. По характеру комитет в большей степени консультативный, чем контролирующий. В его задачи входит подготовка специалистов для работы в системе оценивания качества внутри образовательного учреждения, обеспечение системы оценки как на государственном, так и на уровне конкретных учреждений, разработка и подготовка материалов для аккредитации профессионально-ориентированных институтов.

В Швеции существует четыре формы оценивания на уровне национальной политики в области высшего образования. Первое направление включает оценку субъектов и образовательных программ на национальном уровне, второе - оценка образовательных программ для аккредитации, третье - оценка мелких образовательных учреждений для установления уровня профессиональной подготовки выпускников, четвертое - общая оценка всего образовательного процесса.

В США система оценки и контроля качества образовательного процесса называется аккредитацией [2]. Она выступает ведущей формой оценивания образовательного процесса в университетах и колледжах США. В данной системе оценка ведется по двум направлениям - внутренняя система оценки и внешняя. Во внешней системе задействованы такие организации, как федеральный орган, орган конкретного штата, агентство по аккредитации института, специализированное агентство по аккредитации учебных программ учебного заведения. Процесс внутренней

оценки включает отчет Комитета университета по выполнению учебных программ, планирование и развитие новых учебных программ, оценки студентов по результатам их успеваемости.

В результате аккредитации образовательная программа или институт получают или не получают права на дальнейшее существование. В последнее время в США введен новый термин - оценка, который подразумевает оценивания выпускников или студентов. В этом процессе используются новые методики и технологии. Оценка является частью аккредитации и выступает в роли инструмента, с другой стороны, оценка рассматривается как отдельный процесс, отличный от аккредитации [3]. Тенденция придания большей независимости образовательным учреждениям во многих странах связана с развитием не только внешней, но и внутренней системы оценки качества. Самооценивание может рассматриваться как отдельный процесс и как часть общего цикла оценки качества.

В Нидерландах внешний контроль качества включает следующие цели (на основании плана министерства высшего образования):

- способствовать совершенствованию качества образования;
- предоставлять общественности отчетность о качестве образования и / или исследований;
- поддерживать осуществление процесса саморегуляции, ориентированной на качество на факультете, в университете и, в целом, в системе университетов по стране;
- способствовать процессу планирования;
- обеспечивать студентов информацией о качестве исследуемых курсов и о перспективах трудоустройства [4, с. 246].

Внешняя система оценки качества в целом больше ориентирована на понимание качества, связанное со стандартами, экономической эффективностью и т. п., внутренняя - из усовершенствованиями, ориентированными на конкурентоспособность, развитие.

Основными подходами к процессу оценивания, используемыми как во внешней, так и во внутренней системах качества, являются показатели эффективности и экспертные проверки. Показатели эффективности ориентированы преимущественно на количественные оценки, ими являются эмпирические количественные или качественные данные, по которым можно судить о достижении целей. Большинство методов оценки, в которых оценка дается людьми, называют экспертными проверками (или обзорами) [5].

Использование в качестве показателей эффективности, так и экспертных проверок связано с рядом проблем и вопросов, на которые трудно дать однозначные ответы. Какие показатели эффективности могут служить критериями в оценке качества образования, кто может быть экспертом, насколько достоверны те или иные оценки. В

западноевропейских системах качества есть еще немало нерешенных проблем - баланс между внутренними и внешними процессами, поиска оптимальных методов оценки и др.

Украина пытается создать собственную систему оценки качества образования, которая является составной частью максимально централизованной системы управления образовательной отраслью. Улучшение систем оценки качества высшего образования Украины требует выполнения таких шагов, как: законодательное обеспечение модернизации национальной системы образования; приведение содержания и структуры профессиональной подготовки кадров в соответствие с современными потребностями рынка труда, повышение доступности качественных образовательных услуг, создание эффективной системы независимой оценки контроля и гарантии качества в сфере высшего образования. Также важным является изучение и заимствование положительного опыта управления качеством образования ведущих зарубежных стран.

Использованные источники:

1. Westerheijden D. F. Systems of quality assessment in European higher education: paper presented to the 4-th EAIE Conference, Berlin, 5-7 November. 1992.
2. Акматов А. А. Оценка качества высшего образования: Европа и США. – Режим доступа: <http://www.edc.in.kg/conference1/13.doc>
3. Клычева У.В., Меркулова О.П. Обеспечение качества образовательного процесса (уровень факультета): Науч.-метод. Материалы.- Волгоград: перемена, 2000.- 28 с.
4. Kaiser F., Vossensteyn H., Koelman J. (CHEPS 2001). Public funding of higher education. A comparative study of funding mechanisms in ten countries.
5. Процедуры оценки качества в европейском высшем образовании. Исследование ЕСОК. Международная Стратегическая Группа Экспертов. – Режим доступа: www.iseg.ru/sessions/s6/dieced.doc

Чернобай Е. В.
студент 1 курса
научный руководитель:
д.э.н., профессор кафедры экономики,
Логачев В.А.
ФГБОУ ВПО «КузГТУ им. Т.Ф.Горбачева»
Россия, г.Кемерово

ПОСЛЕДСТВИЯ ВСТУПЛЕНИЯ В ВТО ДЛЯ ВНУТРЕННЕГО АВТОМОБИЛЬНОГО РЫНКА РОССИИ

22 августа 2012 года вступил в силу протокол о присоединении России к Марракешскому соглашению об учреждении Всемирной торговой организации (ВТО). Наша страна стала 156-м членом ВТО. Эксперты до сих пор расходятся во мнениях — выгодно ли это нашей

промышленности. Первые выводы можно будет сделать только через 5-7 лет. Но уже известно, что автомобильная отрасль окажется одной из самых чувствительных. У ВТО, по идее, важнейшие задачи: выработать единые для всех стран правила торговли и следить за тем, чтобы все государства-члены их соблюдали. Понятна выгода для компаний: они беспощадно (или с минимальными накрутками) могут экспортировать свои товары в другие страны. Для рядовых граждан тоже вроде бы есть польза: сразу или в перспективе подешевеют импортные товары. Это всё плюсы. К числу минусов относится невозможность (так говорят) защитить слабые отрасли отечественной промышленности от экспансии более качественной зарубежной продукции. И что теперь – радоваться победе или, наоборот, огорчаться, сдавая последние рычаги сопротивления нашей экономики? Думаю, что отрасли, которым позволили умереть, тихо скончались задолго до вступления в ВТО, несмотря на обещания политиков и попытки спасти их путем вливания бюджетных денег.

Если же говорить более конкретно о положительных последствиях, то из наиболее весомых можно выделить следующие:

1. Постепенное (нерезкое!) снижение таможенных пошлин на новые импортируемые легковые автомобили.

Как известно, на автомобильном рынке бал правят автомобили, собранные у нас, в России. И ситуация в автопроме обсуждалась отдельно – тут наши переговорщики добились отдельных результатов. Например, у нас самые высокие в Европе таможенные пошлины на ввоз новых иномарок. Установили такие, чтобы стимулировать местное производство. И теперь договорились с ВТО, что снижать их будут поэтапно. Сначала с нынешних 30 до 25%. В течение трех лет они останутся на этом уровне, а потом ежегодное снижение составит примерно 2,5%. Так что к 2019 году ввозные пошлины составят 15%.[1]

2. Сохранение высоких тарифов на ввоз подержанных автомобилей в Россию.

На автомобили старше семи лет пошлина по-прежнему запретительная, на машины от трех до семи она снизится до 25%, а еще через пять лет – до 20%. Зато иностранным производителям, которые разместили свои заводы в России, опасаться нечего: по согласованию с другими членами ВТО режим промсборки (со всеми вытекающими отсюда льготами) сохранится. [2]

3. Активизация экспорта отечественной продукции на зарубежные рынки.

Многие эксперты сегодня говорят, что после вступления в ВТО Россия получила возможность наладить полноценное предложение собственных товаров в других странах. Большой плюс для экономики России заключается в том, что разница в ценах с этими странами здесь

является существенной, поэтому полученная там прибыль оказывается даже выше, чем на внутреннем рынке.

Но все ли так лучезарно? Отнюдь нет! По моему мнению, на этом немногочисленные плюсы заканчиваются. И если более внимательно и досконально рассматривать данный вопрос, то всплывает множество неочевидных на первый взгляд проблем:

1. Резкое снижение пошлин на новые многотоннажные автомобили.

Неединственное, в чем, похоже, прокололись наши переговорщики, – таможенные пошлины на ввоз в РФ иностранных грузовиков. То ли забыли за 18 лет дебатов в Женеве о том, что в России есть свои автозаводы (ГАЗ, КамАЗ, «Урал» и другие), то ли посчитали этот факт не заслуживающим внимания. В общем, пошлины на новые самосвалы (массой от 20 т) сразу после вступления в ВТО должны снизиться с нынешних 25 до 10%, а через три года и вовсе до 5%. Снизятся и пошлины на новые седельные тягачи, а также на поддержанные самосвалы. Иными словами, в Россию вполне могут хлынуть дешевые грузовики из Китая и всякое старье из Европы.

2. Нахождение вопроса о локализации производства автокомпонентов в разряде нерешенных.

При нынешних условиях, установленных ВТО, развивать в стране их производство становится невыгодно, проще и дешевле ввозить из-за границы. Выходит, зря боролись, напрягались и изо всех сил тащили к нам смежников. А значит, легковые автомобили точно дешевле не станут – ни новые, ни поддержанные. Ведь цены диктует рынок, а не себестоимость. Другими словами ВТО нужна скорее крупным компаниям, нежели обычным потребителям. Поскольку при всем видении проблем производителейные правила на кармане обычных автовладельцев не отразятся никак! Цены, как сказано выше, полностью подвластны рынку, и пошлины здесь играют далеко не главную роль. Например, «Форд-Фокус» в хорошей комплектации, собранный в Ленинградской области (то есть пошлиной он не облагался!), продают сегодня за 700 тыс. руб. Построенная на той же платформе «Мазда-3» в схожей комплектации, но произведенная в Японии, стоит в России... примерно столько же.[3] Вот и вся арифметика: товар стоит ровно столько, за сколько его согласны купить. Так что не резон, как оказалось, ждать дату официального вступления в ВТО в надежде сэкономить: полученную разницу в 5% съест инфляция.

3. Бесконтрольность потока ввозимых поддержанных автомобилей.

Например, уже летом в Россию устремились колонны бэушных грузовиков и легковушек, несдерживаемые никакими налогами и пошлинами. К счастью, что об этой проблеме заговорили на самых высоких уровнях: «Мы должны сделать всё, чтобы хлам не заполнил

рынок России», - так прокомментировал ситуацию первый вице-премьер Игорь Шувалов.[4]

Но, не смотря на то, что всё выглядит довольно печально, по моему мнению, в распоряжении российских властей остались различные методы и рычаги регулирования. Например, если Россия перейдет к протекционистской политике. Это политика, в первую очередь, направленная на ограничение и/или сдерживание импорта зарубежных автомобилей для защиты и поддержания отечественных производителей, так как это поможет поднять качество выпускаемой отечественной продукции.

Наглядное сравнение элементов подобной политики в различных странах представлено в таблице ниже.

Государственная политика в странах БРИК [5]

Ключевые элементы политики	Китай (член ВТО с 11.12.2001)	Бразилия (член ВТО с 01.01.1995)	Индия (член ВТО с 01.01.1995)	Россия (член ВТО с 23.08.2012)
Локализация	минимум 40%, до 96%; обязательная локализация производства двигателей	30% сразу после запуска производства, реальный уровень локализации примерно 80%	уровень локализации производства составляет 70%	рекомендованный уровень локализации 30% (слабо контролируется), к 2018 году установить 60%
Управление партнерствами	Только на основе СП, с долями 50/50	Законодательство об СП отсутствует	Компании с иностранным участием, СП с долями 50/50 или 51/49, со 100% участием иностранного капитала	Требования отсутствуют
Требования к инвестициям	Мин. Требования для иностранных инвестиций: 32 млн. дол.	Требования отсутствуют	Иностранные компании, у которых есть СП, могут открывать свой бизнес в смежных областях без разрешения партнера	Требования отсутствуют
Защита рынка	Налог на импорт 30%	После вступления налог на импорт 70%, сейчас 35%; налог на комплектующие 0 - 19,5%	Налог на импорт 20 -60%; налог на импорт комплектующих 60%	Таможенные пошлины на импорт новых 5 – 10%, б/у 10 – 15%
	Запрет на	Запрет на	Транспортные	Запрет на импорт

Запрет на импорт б/у машин	ввоз б/у автомобилей с 1 июля 2011 года	импорт б/у автомобилей (за исключением раритетных)	средства, имеющие регистрацию за рубежом, пошлина 105 – 200%	б/у отсутствует; определение новых иномарок – в возрасте до 3 лет (в других странах до 1 года)
Меры по обновлению парка	Программы замены а/м и субсидии на производство малолитражных а/м	Долгосрочное регулирование, например, ABS, и подушки безопасности обязательны с 2014 года	Утилизация коммерческих автомобилей старше 15 лет, но эти авто продолжают эксплуатироваться в областях, где строго не соблюдаются меры	Введен утилизационный сбор с 01.09.2012; налоговых льгот для приобретения новых а/м нет

Из таблицы видно, что России необходимо как минимум в 2 раза увеличить уровень локализации производства, доведя его до 60-80% уже в ближайшие пару-тройку лет, многократно поднять планку таможенных пошлин на импорт и ввести дополнительные стимулирующие меры по обновлению автомобильного парка (субсидирование, льготное кредитование и т.д.).

Второе мое предложение - внедрить реально действующие механизмы регулирования, существующие в других странах. В руках чиновников находятся простые и эффективные решения. Взять, к примеру, нетарифные методы. А именно, можно ввести не пошлины, а акцизы (они вне сферы деятельности ВТО), косвенно увеличивающие ставку налогообложения, или создать местные нормы технического регулирования по образцу существующих ныне ГОСТов или Технических регламентов, обеспечивающие более жесткую сертификацию импортной продукции. Таким образом, Европа, например, защищается от китайских автомобилей, а Китай – от европейских. И все при этом состоят в членах ВТО...

Подводя итог, хочется сказать, что в настоящий момент количество отрицательных последствий гораздо больше, чем положительных. Многие из них, ввиду меньшей влиятельности и воздействия, остались за рамками данной статьи, поскольку в ней учтены лишь наиболее общие и явные проблемы и последствия функционирования автомобильного рынка России в условиях вступления в ВТО.

Использованные источники:

1. Официальный сайт «Всемирная торговая организация». Текущее состояние дел. [Электронный ресурс]// URL: [<http://www.wto.ru/>]

2. Официальный сайт «Всемирная торговая организация». Документы, аналитика. [Электронный ресурс]//URL: [<http://www.wto.ru/>]
3. Официальный сайт «Представительство «Мазда Россия»» [Электронный ресурс] //URL: [<http://www.mazda.ru/>].
4. Представительство «Форд Россия» [Электронный ресурс]//URL: [<http://www.ford.ru/>].
5. Каменский А. Заградительный сбор против иномарок. [Электронный ресурс]// URL: [[http:// http://www.forbes.ru/node/81253/comments/](http://http://www.forbes.ru/node/81253/comments/)].
6. Полякова И. Автопром: итоги и перспективы. [Электронный ресурс]// URL: [www.zr.ru]

Чернова В.Н.
*аспирант заочного факультета
 специальности «Экономика и управление народным
 хозяйством (по отраслям и сферам деятельности...)»
 Иркутского государственного университета
 путей сообщения
 Россия, г. Чита*

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ КАК ПОКАЗАТЕЛЬ КАЧЕСТВА НАСЕЛЕНИЯ ЗАБАЙКАЛЬСКОГО КРАЯ

Один из важных показателей качества населения -это образовательный уровень. На его повышение направлены важнейшие национальные программы правительства Забайкальского края. Во всех вузах имеется учебное и специализированное программное обеспечение по соответствующим дисциплинам подготовки, улучшается компьютерная составляющая учебного процесса. Ежегодно проводится выставка-ярмарка «Абитуриенту», в которой участвуют более 40 экспонентов. В том числе 10 учреждений начального профессионального образования, 13 средних специальных учебных заведений, 10 учреждений высшего профессионального образования. Выставку - Ярмарку организовано ежегодно посещает более 5 тысяч школьников из г. Читы, учащиеся школ Читинского, Карымского районов, профессиональных училищ, безработная молодежь, а также представители заинтересованных комитетов, ведомств, организаций г. Читы [2].

Оценивают образовательный уровень по таким показателям как: удельный вес студентов в общей численности населения и численность студентов высших и средних специальных учебных заведений в расчете на 10 тыс. жителей. Для Забайкальского края по имеющимся статистическим данным оба показателя рассчитаны в период 2008-2012 годов и представлены в таблице 1 [1].

Таблица 1 - Образовательный уровень населения Забайкальского края

	2008	2009	2010	2011	2012

Все население	1111,4	1109,2	1109,0	1106,2	1099,4
Численность студентов государственных средних специальных учебных заведений на 10000 человек населения, человек	183,3	176,6	172,2	175,7	170,0
Численность студентов государственных высших учебных заведений на 10000 человек населения, человек	336,5	361,5	339,0	373,9	345,6
Удельный вес студентов в общей численности населения	4,7	4,8	4,6	5,0	4,7

Как видно из таблицы, показатель удельного веса студентов в общей численности населения за период 2008-2012 гг. существенно не изменялся.

Возможно, более объективным показателем образовательного уровня населения является численность студентов высших и средних специальных учебных заведений в расчете на 1000 жителей. В Забайкальском крае по статистическим данным 2012г. на 1000 жителей приходится 52 студента государственных высших и средних специальных учебных заведений (из них 35 человек - студенты вузов).

Образовательный комплекс края на начало 2011/12 учебного года включал 632 общеобразовательных учреждений, 41 учреждение начального образования, 27 средних и 13 высших учебных заведений (включая филиалы). Численность обучающихся - 210,1 тыс. человек (табл. 2)[1].

Таблица 2 - Количество обучающихся в 2007-2011 годах в Забайкальском крае

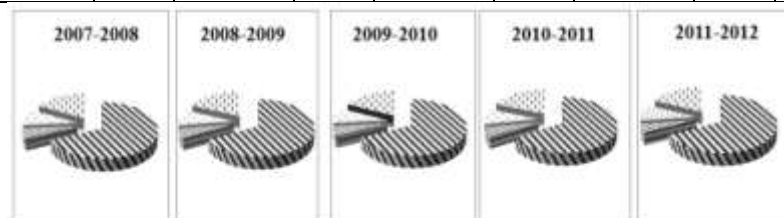
	2007/08	Удельный вес, %	2008/09	Удельный вес, %	2009/10	Удельный вес, %	2010/11	Удельный вес, %	2011/12	Удельный вес, %
Численность обучающихся – всего, человек	221988		220181		213874		215947		210114	
в том числе в:										
общеобразовательных учреждениях	151147	67,9	147915	67,1	145183	68,1	143,7 тыс. чел. ⁸	66,5	142,8 тыс. чел. ⁹	68,1
учреждениях начального профессионального образования	12685	5,7	12164	5,5	11600	5,4	11451	5,3	10629	5,1
учреждениях среднего профессионального образования,	20508	9,2	19724	8,9	19229	9,0	19434	9,1	18685	9,1

⁸См.: Официальная статистика. Социальная сфера. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Забайкальскому краю. URL:

http://chita.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/chita/ru/statistics/sphere/.

⁹ Там же.

включая филиалы										
учреждениях высшего профессионального образования, включая филиалы	37648	16,9	40378	18,3	37862	17,7	41362	19,1	38000	18,1



- Численность обучающихся в общеобразовательных учреждениях
- Учреждениях начального профессионального образования
- Учреждениях среднего профессионального образования, включая филиалы
- Учреждениях высшего профессионального образования, включая филиалы

Рисунок - Количество обучающихся в Забайкальском крае в 2007-2011 гг.

Из всего количества обучающихся в Забайкальском крае в 2011-2012 гг. 68,1% составили обучающиеся в общеобразовательных учреждениях. Этот показатель стабилен на протяжении 5 лет. В учреждениях высшего профессионального образования, включая филиалы, обучаются 18,1% от всего количества обучающихся. Следует отметить, что этот показатель из года в год нарастает. Так в 2007-2008 гг. он составлял 16,9%, а в 2011-2012 вырос на 1,2 пунктов. Рост количества обучающихся показывает на улучшение качества населения Забайкальского края.

Высшее образование во всем мире развивается примерно по такой схеме: элитарное - массовое - глобальное. Сначала оно в основном служило интересам привилегированного класса. Затем возросла доля людей, которые стали выступать в качестве наемных работников, и соответственно большинство населения захотело высшего образования для себя. Создавалось много новых вузов. Со временем рынок отрегулировал их качество и количество. Сегодня происходит объединение вузов и ссузов в регионах. Институты входят в состав университетов. Считается, что это приведет в итоге к повышению качества образования. Такова история крупнейшего высшего учебного заведения в Забайкалье - Забайкальского государственного университета. Открыт был в 1966 г. в Чите как общетехнический факультет Иркутского политехнического института. В 1967 г. произведен набор на очную форму обучения по специальностям: «Технология машиностроения», «Металлорежущие станки и инструменты», «Промышленное и гражданское строительство». В 1972 г. факультет преобразован в филиал Иркутского политехнического института, в 1974 г. - в ЧитПИ, в 1995 г. присвоен статус технического университета, в 2003 г. - госуниверситета. В мае 2011 г. переименован в

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Забайкальский государственный университет» [3].

В Забайкальском государственном университете ведется подготовка по 65 специальностям по государственным образовательным стандартам, по шести специальностям госстандартов нового поколения (ФГОС), и 31 направлению бакалаврской подготовки по ФГОС. Осуществляется магистерская подготовка по 15 направлениям по ГОС и 17 — по ФГОС. В 2008 г. создан Центр по модернизации университета в рамках Болонского процесса. С 2009 г. осуществляется плановый переход на уровневое образование. Сформированы научные школы профессоров В. П. Мязина, Н. А. Абрамовой, К. Г. Эрдынеевой, и других. Ученые вуза работают в содружестве с учеными разных стран (США, Японии, Франции, Нидерландов, Германии, Швеции и других). Университет участвует в международном обмене студентами с Китаем, Монголией, Южной Кореей. В 2003–2010 гг. стажировку прошли в 7 странах свыше 800 студентов и аспирантов [3]. Определенно, конкурируют те высшие школы, которые обеспечивают мобильность студенчества и альтернативные пути доступа к высшему образованию.

Сегодня и у работодателя своя точка зрения относительно современных выпускников: преимуществом нынешнего выпускника называет обладание хорошей способностью обучаться - осваивать новые знания, приобретать трудовые навыки. У предприятий частично восстанавливается интерес к молодым специалистам. Выходит, что-то обнадеживающее в высшем образовании уже появилось. Следовательно, образовательный уровень населения Забайкальского края будет только повышаться.

Использованные источники:

1. Официальная статистика. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Забайкальскому краю. URL: http://chita.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/chita/ru/statistics/sphere/. Дата обращения: 17.02.2013.
2. Высшее, послевузовское образование и наука. Министерство образования науки и молодежной политики Забайкальского края. - URL: <http://www.минобр.забайкальскийкрай.рф>. Дата обращения 15.02.2013.
3. История университета. Забайкальский государственный университет. - URL: <http://zabgu.ru/article/19>. Дата обращения: 20.03.2013.

СУЩНОСТЬ И ОСНОВНЫЕ СПОСОБЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Продвижение – это совокупность разнообразных методов и инструментов, позволяющих эффективно вывести товар на рынок, стимулировать его продажи и создать устойчивый круг лояльных данному предприятию покупателей.

Средства продвижения (маркетинговые коммуникации) рассматриваются как инструмент управления процессом движения товара от производителя (продавца) к целевому покупателю.

Цель продвижения состоит в формировании той или иной ответной реакции покупателя на предложение предприятия: свершение покупки, получение удовлетворения от свершения покупки, распространение положительной информации о товаре и о предприятии [1, с.196].

Комплекс продвижения (система маркетинговых коммуникаций) – конкретное сочетание средств рекламы, инструментов личной продажи, стимулирования сбыта, связей с общественностью и прямого маркетинга, которые компании используют для достижения своих рекламных и маркетинговых целей.

Существуют два основных фактора, изменяющих сегодня мир маркетинговых коммуникаций. Во-первых, из-за дробления рынков сбыта компании все реже используют массовый маркетинг. Все чаще они разрабатывают четко сфокусированные маркетинговые программы, благодаря которым можно наладить более тесные связи с покупателями конкретных микрорынков. Во-вторых, переход к сегментированному маркетингу ускоряется вследствие стремительного развития компьютерных и информационных технологий. Современные информационные технологии позволяют компаниям очень быстро реагировать на изменения спроса потребителей. Информация о запросах и предпочтениях покупателей сегодня намного доступнее, чем когда-либо.

Коммуникативный процесс в маркетинге – это интерактивный диалог между компаниями и их потребителями, осуществляющийся на стадиях подготовки к продаже, самой продажи, покупки товара и дальнейшего распоряжения им.

Основные этапы коммуникативного процесса:

- определение целевой аудитории;
- определение коммуникативных целей и стратегии;
- создание обращения;
- выбор каналов коммуникации;

- определение общего, выделяемого на осуществление коммуникаций бюджета;
- распределение бюджета между средствами коммуникаций;
- оценка результатов коммуникаций;
- управление процессом [3, с.114].

В общем случае средства продвижения товара выполняют широкий круг функций. Основными из них являются:

- создают определенный образ предприятия (престижности, солидности, инновационности и т.п.);
- информируют потенциальных покупателей и других заинтересованных лиц (например, представителей власти, различные общественные движения, контролирующие органы и др.) об основных характеристиках предлагаемого товара;
- способствуют «узнаванию» нового товара до того как он реально появится в сфере обращения;
- поддерживают популярность уже существующих на рынке, традиционных для данного предприятия товаров;
- создают заинтересованность в распространении данного товара среди участников канала товародвижения;
- обосновывают цены на новый товар.

Очевидно, что реализация указанных и многих других функций продвижения товара на рынок осуществляется с помощью специальных маркетинговых инструментов – маркетинговых коммуникаций [1, с. 196].

Инструментарий продвижения товара на рынок – это общая программа маркетинговых коммуникаций предприятия-изготовителя (продавца). Комплекс маркетинговых коммуникаций состоит из четырех основных средств воздействия на потенциального покупателя:

- реклама – это любая платная форма неличного представления и продвижения идей, товаров или имиджа предприятия;
- стимулирование сбыта представляет собой осуществление кратковременных побудительных мер поощрения покупки или продажи товара (например, выставки, демонстрации товара и т.п.);
- пропаганда (паблисити) – это неличное и не оплачиваемое стимулирование продвижения товара посредством распространения о нем коммерчески важных сведений в печатных средствах информации или благожелательного представления по радио, телевидению;
- личная продажа может быть организована в различных формах (например, устное представление товара в ходе беседы с одним или несколькими потенциальными покупателями с целью совершения продажи).

Поскольку различные виды коммуникаций выполняют разные функции, поэтому они должны дополнять друг друга. В частности, рекламные объявления, как правило, ориентируются на большие

аудитории и информируют о товаре, требуют большого времени и довольно дорого обходятся для рекламодателя. Паблисити дает аудитории достоверную информацию, однако ее содержание и время появления чаще всего не могут контролироваться предприятием-заказчиком. Персональная продажа обеспечивает личный контакт, гибкость и способность заключать сделки, а значит без нее первоначальный интерес, вызванный рекламой, будет упущен. Стимулирование сбыта приводит к краткосрочному росту продаж и дополняет рекламу.

В конечном счете, выбор того или иного инструмента коммуникации (или их комбинации) зависит от стадии жизненного цикла товара, используемых каналов товародвижения, финансовых возможностей предприятия, принятой маркетинговой стратегии [1, с.197].

Вопрос об уместности использования конкретных видов маркетинговых коммуникаций для достижения конкретных эффектов всегда стоит перед предприятием. Для успешной работы на рынке предприятие должно доставлять свои маркетинговые обращения в любые места, где возможен контакт целевой аудитории с ее торговой маркой.

Определение путей продвижения конкретного товара невозможно без учета 2 правил:

- правило ориентации на продукт: основные задачи продвижения должны соответствовать временным периодам, играющим важную роль в жизни самого продукта, т. е этапам жизненного цикла товара;
- правило ориентации на потребителя: основные задачи продвижения должны соответствовать готовности потребителя принять товар.

Какое бы уникальное торговое предложение мы не делали, какую бы концепцию мы не предложили, все не имеет реальной ценности без выстроенных и эффективно работающих коммуникаций: от канала-обращения к каждому потенциальному потребителю до системы дистрибуции или канала – взаимодействуя с законодателями, обеспечивающими правовую поддержку данного бизнеса.

Использованные источники:

1. Батова, Т.Н. Экономика промышленного предприятия: учебное пособие [Текст] / Т.Н. Батова, О.В. Васюхин. – СпбГУ ИТМО. – 2010. – 248 с.
2. Воронкова, О.В. Маркетинг: учебное пособие [Текст] / О.В. Воронкова, К.В. Завражина, Р.Р. Толстяков. – Издательство: ТГТУ: Тамбов. – 2009. – 120 с.
3. Шиповских, И.Ю. Основы маркетинга: учебное пособие [Текст] / И.Ю. Шиповских. – Ульяновск: УлГТУ. – 2010. – 176 с.

Чубараева Э.А.
студент 4 курса специальности «Финансы и кредит»
Кабашова Е.В.

доцент кафедры статистики и информационных систем в экономике
ФГБОУ ВПО «Башкирский ГАУ», г.Уфа

ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СПС «КОНСУЛЬТАНТПЛЮС»

В настоящее время образовательная и научная деятельность немислимы без использования полной, актуальной и достоверной информации о действующем законодательстве, правилах его применения и готовящихся поправках. Стремясь привлечь как можно больше пользователей, фирмы, специализирующиеся на справочно-правовых системах (СПС), внедряют все новые продукты и совершенствуют уже имеющиеся.

На современном информационном российском рынке безусловным лидером по критерию распространенности среди СПС является «КонсультантПлюс». По оценке экспертов, ее выбирают от 70 до 79% пользователей, в числе которых образовательные и научные учреждения, ученые, преподаватели и студенты.

Разработчиком компьютерной правовой системы «КонсультантПлюс» является компания КонсультантПлюс, образованная в 1992 году. Для сотен тысяч российских специалистов бренд КонсультантПлюс неразрывно связан с понятием надежного информационно-правового обеспечения. Система «КонсультантПлюс» содержит огромный массив информации, включающий в себя свыше 19900000 документов.

СПС охватывает федеральное законодательство, региональное законодательство всех 83 субъектов Российской Федерации, материалы судебной практики, авторские консультации по бухгалтерскому учету и налогообложению, комментарии законодательства, международные правовые акты, документы по строительству, законопроекты, типовые формы документов, архивные правовые акты и многое другое [2].

Уникальным инструментом поиска и работы с информацией являются путеводители «КонсультантПлюс», которые содержат готовую к применению информацию и помогают быстро сориентироваться в незнакомой ситуации, узнать порядок действий или оценить риски при возможных вариантах решения вопроса. Путеводители регулярно обновляются с учетом изменений законодательства и судебной практики.

Например, в системе имеются Путеводители по налогам, сделкам, кадровым вопросам и трудовым спорам, судебной практики, договорной работе, корпоративным спорам и корпоративным процедурам, государственным услугам для юридических лиц, а также по бюджетному учету и налогам.

На сегодняшний день трудно назвать категорию организаций, в которых не использовалась бы система «КонсультантПлюс». С ней работают в Администрации Президента РФ, Правительстве РФ, Государственной Думе, в министерствах и ведомствах, налоговых инспекциях и таможенных органах, в вузах и банках, на предприятиях всех форм собственности и направлений деятельности по всей России.

Пользователями системы являются юристы, бухгалтеры и другие финансовые специалисты, кадровики. Систему активно используют также руководители организаций, сотрудники государственных органов, ученые и студенты.

Качество и надежность программной технологии «КонсультантПлюс» постоянно подтверждается сертификацией Microsoft. Так, система «КонсультантПлюс» одной из первых в мире и среди российских справочных правовых систем проходила сертификацию на соответствие требованиям Microsoft Windows 98/ME/2000/XP/Vista/7, а теперь и новой Windows 8. Таким образом, специалисты, которые используют систему «КонсультантПлюс» наряду с программным обеспечением Windows, могут быть уверены в том, что СПС «КонсультантПлюс» работает стабильно и предоставляет современные возможности для надежной и эффективной работы с правовой информацией.

Высокий уровень качества проектирования, разработки и обслуживания системы «КонсультантПлюс» также подтвержден сертификатом ГОСТ Р ИСО 9001-2008, полученным компанией «КонсультантПлюс» в 2010 г [1].

Персональную поддержку обеспечивает крупнейшая сеть – 300 региональных информационных центров в крупных городах и 400 сервисных подразделений и небольших населенных пунктах.

Важными направлениями деятельности КонсультантПлюс является реализация Программ взаимодействия с государственными органами власти и управления РФ, с органами власти субъектов РФ и с органами местного самоуправления, Программы поддержки науки и образования и Программы поддержки российских библиотек. Так, у компании «КонсультантПлюс» действует более 70 договоров об информационном сотрудничестве с государственными структурами.

Компания «КонсультантПлюс» активно развивает сайт (www.consultant.ru), который обеспечивает свободный доступ посетителей интернета к актуальной информации. На самые популярные ресурсы сайта, например, на новости и обзоры можно подписаться.

Сайт неизменно занимает ведущие позиции в секторе правовой информации рунета (по данным компании SpyLOG). По данным Яндекса, это один из самых цитируемых правовых сайтов, источник информации для многих новостных порталов [3].

Актуализация информации на сайте происходит каждый день. Посетители получают самую свежую и достоверную информацию о состоянии российского законодательства.

Главными достоинствами СПС «КонсультантПлюс» являются: строгость юридической обработки, обеспечивающая оперативность работы и экономию времени, актуальность всех документов, а также современная система поиска необходимой информации.

Таким образом, СПС «КонсультантПлюс» является надежным помощником в решении многих правовых задач и профессиональных вопросов.

Использованные источники:

1. КонсультантПлюс: Электронная библиотека студента 2013 г.
2. Введение в правовую информатику. Справочные правовые системы КонсультантПлюс./ Под общей редакцией Д.Б. Новикова, В.Л. Камынина. – Москва, Вычислительная математика и информатика, 2009.
3. Официальный сайт: Справочно-правовая система «Консультант Плюс» [Электронный ресурс]. Режим доступа:

*Шайхутдинова Н.А., к.э.н., доцент
кафедры финансов и кредита
Белобородова М.В.
студент*

*ФГБОУ ВПО Башкирский ГАУ
Россия, г. Уфа*

ОБ УПРАВЛЕНИИ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Для эффективного управления предприятием руководитель должен обладать оперативной и достоверной информацией о том, какими денежными средствами располагает предприятие, какие платежи необходимо произвести и какие поступления ожидаются в ближайшее время. Отсутствие такой информации порождает значительные трудности в управлении предприятием и может повлечь за собой финансовые потери.

Преимущества и необходимость управления денежными потоками состоят в следующем: 1) улучшение управления денежными потоками равносильно вовлечению в оборот дополнительных денежных средств; 2) для крупных, длительное время работающих предприятий управление выгодно с точки зрения как повышения эффективности используемых денежных средств, так и получения дополнительной прибыли, повышения рентабельности; 3) для небольших предприятий управление денежными потоками особенно важно, потому что они должны рассчитывать на собственные источники денежных средств, так как внешние для них не всегда доступны как по цене, так и по возможности получения; 4) профессиональное управление денежными потоками положительно отражается на взаимоотношениях предприятия с банками, поставщиками,

покупателями и др. [1]

Рассмотрим управление денежными потоками в ООО «Водоканалстройсервис». Проведем анализ денежных потоков по источникам поступления и направлением выплат (таблица 1).

Таблица 1 Состав и структура положительного и отрицательного денежных потоков ООО «Водоканалстройсервис» по источникам поступления и направлениям выплат

Показатели	2009 г.		2010 г.		2011 г.		Изменения (+,-) 2011 г. к 2009 г.		2011 г. в % к 2009 г.
	тыс. руб.	% к итогу	тыс. руб.	% к итогу	тыс. руб.	% к итогу	тыс. руб.	% к итогу	
Поступило денежных средств, всего	47930	100,0	68758	100,0	66182	100,0	18252	-	138,1
в том числе:									
средства, полученные от покупателей, заказчиков	45536	95,1	32541	47,3	66182	100,0	20646	4,9	145,4
прочие поступления	2394	4,9	36217	52,7	-	-	-	-	-
Направлено денежных средств, всего	48156	100,0	68464	100	68140	100	19984	-	141,5
в том числе:									
на оплату приобретенных товаров, работ услуг, сырья и иных оборотных активов	28299	58,7	42373	61,8	32891	48,3	4592	-10,4	116,2
на оплату труда	11472	23,8	16098	23,5	18978	27,8	7506	4	165,4
расчеты по налогам и сборам	4744	9,8	4106	5,9	10940	16,1	6196	6,3	230,6
на расчеты по внебюджетным фондам	2554	4,6	3617	5,3	-	-	-	-	-
прочие выплаты, перечисления	677	3,1	2270	3,5	5331	7,8	4654	4,7	787,4

Из таблицы 1 видно, что в 2011 году средства, полученные от покупателей и заказчиков увеличились за последние 3 года на 45,4%. В структуре денежных расходов преобладают расходы на оплату

приобретенных товаров, работ, услуг, сырья и других оборотных активов (в среднем около 50%), что отвечает специфике деятельности предприятия.

Порядка 25% расходов приходится на оплату труда и отчисления. Также увеличились прочие выплаты, перечисления, которые включают расходы на оплату банковских услуг, расходы по материалам и спонсорскую помощь.

Для оценки уровня генерирования денежных потоков в процессе хозяйственной деятельности предприятия используется показатель удельного объема денежного оборота на единицу используемых активов и показатель удельного объема денежного оборота предприятия на единицу реализуемой продукции (таблица 2).

Таблица 2 Показатели эффективности денежных потоков ООО «Водоканалстройсервис»

Показатель	2009 г.	2010 г.	2011 г.
1. Объем денежного оборота, тыс. руб.	96086	137222	134322
2. Среднегодовая стоимость активов, тыс. руб.	4237	6234	9425
3. Объем денежного оборота по операционной деятельности, тыс. руб.	95376	130006	134322
4. Объем реализации продукции предприятия	30312	45546	50665
5. Сумма положительного денежного потока предприятия по операционной деятельности	47930	65150	66182
6. Общая сумма положительного денежного потока	47930	68150	70371
7. Сумма отрицательного денежного потока предприятия по инвестиционной деятельности	710	553	766
8. Общая сумма отрицательного денежного потока предприятия	48156	66500	71904
9. Чистый денежный поток	-226	1650	-1533
10. Удельный объем денежного оборота на единицу используемых активов(1/2)	22,67	22,01	14,25
11. Удельный объем денежного оборота предприятия на единицу реализуемой продукции(3/4)	3,15	2,85	2,65
12. Коэффициент участия операционной деятельности в формировании положительного денежного потока (5/6)	1	0,95	0,94
13. Коэффициент участия инвестиционной деятельности в формировании отрицательного денежного потока (7/8)	0,01	0,008	0,01
14. Коэффициент ликвидности денежного потока (6/8)	0,9	1,02	0,9
15. Коэффициент эффективности денежного потока (9/8)	-0,004	0,02	-0,02

Из таблицы можно сделать вывод, что удельный объем денежного оборота на единицу используемых активов снизился, значит снизилась интенсификация генерирования денежных потоков предприятия. Удельный объем денежного оборота предприятия на единицу реализуемой продукции убывает, это означает, что положительный денежный поток возрастает, что характеризуется как положительная тенденция.

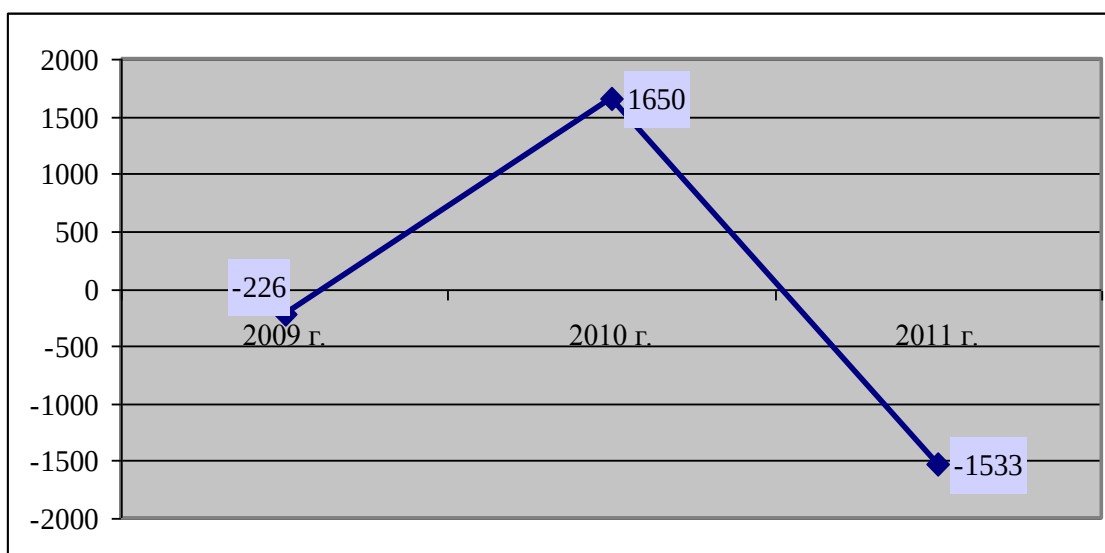


Рисунок 1 Динамика чистого денежного потока ООО «Водоканалстройсервис» за 2009-2011 гг.

В целом, по результатам анализа денежных потоков предприятия можно сделать вывод, что за анализируемый период у предприятия ООО «Водоканалстройсервис» возросла интенсивность движения финансовых ресурсов: приток и отток денежных средств увеличились в 1,5 раза. Наблюдается отрицательное сальдо чистого денежного потока. Следовательно, акционерное общество в целом находится в неустойчивом финансовом положении, так как в отдельные периоды генерирует денежные средства, недостаточные для покрытия необходимых платежей.

Результаты анализа используются для выявления резервов оптимизации денежных потоков предприятия и их планирования на предстоящий период.

Одним из наиболее важных и сложных этапов управления денежными потоками предприятия является их оптимизация. Оптимизация денежных потоков представляет собой процесс выбора наилучших форм их организации на предприятии с учетом условий и особенностей осуществления его хозяйственной деятельности. Основными направлениями оптимизации денежных потоков предприятия являются сбалансирование и синхронизация денежных потоков и максимизация чистого денежного потока. [1]

Т.о. можно определить мероприятия, приводящие к росту денежных средств:

- 1) рассмотреть вопрос о привлечении долгосрочного финансового кредита на техническое перевооружение, модернизацию и развитие систем водоснабжения и водоотведения;
- 2) провести работу по уменьшению дебиторской задолженности;
- 3) снизить потери воды (разработать внутрифирменную программу ресурсосбережения, выявлять несанкционированные врезки);
- 4) оптимизировать расходы на энергопотребление;

5) снизить сумму постоянных издержек предприятия.

Для увеличения прибыли и поддержания стабильной работы предприятия в перспективе необходимо постоянно проводить анализ и оценку деятельности предприятия в различных аспектах производства.

Использованные источники:

1. Коваль К.Г. Методы эффективного управления денежными потоками на предприятии в контексте современного развития предпринимательства [Текст] // Вестник Калининградского юридического института МВД России. – 2010. - № 2(20). – С. 66-70.

Шайхутдинова Н.А.

доцент

Якупова Э.И.

студент

ФГБОУ ВПО Башкирский ГАУ

Россия, г.Уфа

УПРАВЛЕНИЕ ПРИБЫЛЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

Актуальность темы заключается в том, что прибыль занимает одно из центральных мест в общей системе стоимостных инструментов и рычагов управления экономикой. Это выражается в том, что финансы, кредит, цены, себестоимость и другие рычаги прямо или косвенно связаны с прибылью. От прибыли зависит финансовое положение предприятий, уровень удовлетворения личных и общественных потребностей работников.

Управление прибылью представляет собой систему принципов и методов разработки и реализации управленческих решений по всем основным аспектам ее формирования, распределения и использования на предприятии [1].

Цель анализа формирования и использования прибыли – выявить резервы ее роста, необходимые для повышения уровня конкурентоспособности и финансовой устойчивости хозяйствующего субъекта [2].

Рассмотрим анализ формирования и использования прибыли на примере предприятия ООО «Племзавод Победа».

Таблица 1 Анализ формирования прибыли предприятия

Наименование показателя	2010 г.		2011 г.		2012 г.		2012 к 2010 гг.	
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб. (+/-)	%
1	2	3	4	5	6	7	8	9
I. Доходы и расходы по обычным видам деятельности								

1. Выручка от продажи товаров, работ услуг (без НДС и акцизов)	44186	47,5	54212	47,7	57925	47,9	+13739	131,1
2. Себестоимость проданных товаров и услуг	39590	42,6	48871	43,0	52936	43,8	+13346	133,7
3. Валовая прибыль	4596	4,9	5341	4,7	4989	4,1	+393	108,6
4. Прибыль от продаж	4596	4,9	5341	4,7	4989	4,1	+393	108,6
Итого	92968	100	113765	100	120839	100		
II. Прочие доходы и расходы								
5. Проценты к уплате	2542	9,9	2772	8,0	2434	7,9	-108	95,8
6. Прочие операционные доходы	15132	58,8	13240	38,3	8615	27,9	-6517	56,9
7. Прочие операционные расходы	7011	27,3	2507	7,3	2474	8,0	-4537	35,3
8. Прибыль (убыток) до налогообложения	10175	39,6	13302	38,5	8696	28,1	-1479	85,5
9. Налог на прибыль и прочие обязательные платежи	102	0,4	20	0,06	-	-	-102	-
10. Чистая прибыль	10073	39,2	13282	38,5	8696	28,1	-1377	86,3
Итого	25725	100,0	34525	100,0	30915	100,0		

По данным таблицы видно, что в 2010 г. валовая прибыль ООО «Племзавод Победа» составила 4596 тыс. руб., по отношению к 2012 г. она увеличилась до 4989 тыс. р. (на 8,6%). Соответственно, прибыль от продаж также увеличилась на 393 тыс. р. (т.е. на 8,6%).

По отношению 2012 г. к 2010 г. выручка от реализации продукции возросла на 31,1% или на 13739 тыс. руб. Кроме того, возросла также и себестоимость реализованной продукции, в 2012 г. она составила 52936 тыс. руб.

Следует отметить, что отрицательной динамикой 2012 г. к 2010 г. является снижение прочих операционных доходов на 6517 тыс. руб. или на 43,1%.

Основным источником резерва увеличения суммы прибыли для хозяйства является - увеличение объема реализации продукции.

Увеличивать объем продукции мы будем за счет расширения посевных площадей и высева на них зерна более урожайного сорта. В настоящее время в организации используется 2341 га пашни и высевается зерно урожайностью 13,0 ц/га. В организации имеется не используемая земля около 8 га. Мы предлагаем расширить площадь посева на 8 га,

посеем на этой площади зерно, который является засухоустойчивым, высокопродуктивным, стойким против полегания, осыпания, урожайность 27,3-48,9 ц/га. Расчет дополнительно полученной продукции оформим в таблице 2.

Таблица 2 Увеличение объема продукции за счет расширения посевной площади

Культура	Площадь посева, га	Урожайность, ц/га	Объем полученной продукции, ц
Зерно	8	13,0	104,0

Таким образом, за счет расширения посевной площади можно дополнительно получить 104 ц продукции.

Таблица 3 Увеличение объема продукции за счет увеличения урожайности

Культура	Площадь посева, га	Урожайность, ц/га			Объем полученной продукции, ц.
		фактическая	плановая	отклонение	
Зерно	8	13,0	27,3	14,3	114,4

За счет использования более урожайного сорта зерна можно дополнительно получить 114,4 ц продукции.

Для определения резервов роста прибыли по первому источнику необходимо резерв роста объема реализации продукции умножить на фактическую выручку в расчёте на единицу продукции соответствующего вида:

$$P \uparrow \Pi_{\text{ВРП}} = P \uparrow \text{ВРП}_i * \Pi_{\text{иф}}^{\text{ед}}, \quad (3.1)$$

Таблица 4 Обобщение резервов увеличения производства зерна

Источник резервов	Резерв увеличения объема продукции, ц.	Фактическая сумма выручки на 1 ед. продукции, руб.	Резерв увеличения суммы выручки, руб.
Расширение посевной площади	104,0	524	54496
Использование более урожайных сортов культур	114,4	524	59946
Итого	218,4	-	114442

Таким образом, в общем объеме производство зерна увеличится на 218,4 ц, что дает возможность получить дополнительно продукции на 114442 руб. Наибольший резерв увеличения суммы выручки наблюдается от использования более урожайных сортов культуры равный 59946 руб.

Но на освоение любого резерва нужны дополнительные затраты. Увеличивать объем производства можно за счет увеличения посевной площади зерна на 8 га и использования более урожайного сорта зерна, поэтому нам необходимо рассчитать дополнительные затраты на освоение 8 га, покупку урожайных семян, уборку дополнительного урожая. Все расчеты представлены в таблице 5.

**Таблица 5 Расчет дополнительных затрат на освоение резервов
увеличения производства зерна**

Вид мероприятий и работ	Объем работ	Сумма затрат, руб.	в том числе:				
			зарплата	семена	удобрения	нефтепродукты	электроэнергия
Подготовка почвы	8 га	7760	1280	-	-	6480	-
Посев более урожайных семян	60 ц.	36504	1440	31200	-	3864	-
Уход за дополнительными посевами	8 га	3439	785	-	1366	1288	-
Уборка дополнительного урожая	218,4 ц.	8414	4368	-	-	4046	-
Отвозка зерна с поля на ток	218,4 ц.	3338	2184	-	-	1154	-
Сортировка и сушка зерна	218,4 ц.	2897	2057	-	-	-	840
Итого	-	62352	-	-	-	-	-

Данные таблицы показали, что для освоения дополнительных 8 га и внесения урожайных семян зерна нам необходимо затратить 62352 руб.

Таким образом, резерв увеличения прибыли составит: $114442 - 62352 = 52090$ руб.

Использованные источники:

1. Бланк И. А. Управление прибылью. – 2-е изд., расш. и доп. – К.: Ника-Центр, Эльга, 2002. – 752с. – (Серия «Библиотека финансового менеджера»; Вып. 2)
2. Климова, Н. В. Бухгалтерский финансовый и управленческий учет в анализе формирования и использования экономической прибыли // Экономический анализ: теория и практика. – 2009. - №1. – С. 2-8.

*Шамыкаева Ю.К.
студент 4 курса
Кежун Е.А.
ассистент*

*Башкирский Государственный Аграрный Университет
г.Уфа*

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В РОССИИ И ПРИМЕНЕНИЕ МСФО

На современном этапе экономического развития страны система регулирования бухгалтерского учета претерпевает серьезные преобразования ввиду следующих причин:

- в процессе развития рыночных отношений появляются новые виды и формы хозяйственных операций, которые становятся все труднее учитывать при существующей законодательной базе, т.к. положения ее в недостаточной степени удовлетворяют требованиям к формированию прозрачной, достоверной и полной информации о финансовом состоянии экономических субъектов;

- вступление России во Всемирную торговую организацию обуславливает необходимость создания системы бухгалтерского учета, приближенной к требованиям Международных стандартов финансовой отчетности. Минфин Приказом от 25.11.2011 №160н уже ввел в действие МСФО и Разъяснения этих Стандартов на территории РФ, что значительно ускоряет внедрение международных стандартов отчетности в хозяйственную деятельность организаций.

В связи с вышеизложенным, в Российской Федерации сформирован план развития бухгалтерского учета и отчетности на основе Международных стандартов финансовой отчетности до 2015 года [3]. В Плане определены меры, которые будут предприняты по национальным стандартам, а именно:

- повышение качества и доступности информации, формируемой в бухгалтерском учете и отчетности;
- совершенствование системы регулирования бухгалтерского учета и контроля качества бухгалтерской (финансовой) отчетности;
- международное сотрудничество.

На сегодняшний день ведение бизнеса требует, чтобы предприятия всех стран составляли внешнюю отчетность по единым стандартам, на внятом международном языке бизнеса.

На территории Российской Федерации в 2012 году введены 63 документа МСФО: 37 международных стандартов финансовой отчетности и 26 разъяснений к ним, утвержденных приказом Минфина России от 25.11.11 №160н [2]. Эти МСФО и разъяснения к ним действуют в отношении финансовой отчетности за 2012 год.

С 01.01.2012 января все публичные акционерные общества, страховые компании и банки должны осуществлять учет и составлять финансовую отчетность в соответствии с МФСО. Через год к ним присоединятся субъекты, предоставляющие финансовые услуги, кроме страхования и пенсионного обеспечения, а также негосударственного пенсионного обеспечения.

Начиная с 2014 года — субъекты, занимающиеся вспомогательной деятельностью в сферах финансовых услуг и страхования. Планируется, что к 2016 году будет осуществлен полный переход на МСФО.

Существенные изменения процесса ведения бухгалтерского учета уже начались с 01.01.2013 г. Это связано с принятием нового ФЗ «О бухгалтерском учете» № 402-ФЗ от 06.12.2011 [1]. Он способствует активации использования МСФО в России и дальнейшему развитию российской системы бухгалтерской и финансовой отчетности. Изменения, внесенные в формы бухгалтерской отчетности, ориентированы на сближение российского и международного учета. Новые формы бухгалтерской отчетности организаций утверждены приказом Минфина России от 02.07.2010 № 66н. К ним относятся: бухгалтерский баланс, отчет о прибылях и убытках, отчет об изменениях капитала, отчет о движении денежных средств и отчет о целевом использовании полученных средств.

Пояснительная записка и аудиторское заключение исключены из бухгалтерской отчетности, нет также формы № 5 «Приложение к бухгалтерскому балансу». Вместо нее заполняются пояснение к бухгалтерскому балансу и отчету о прибылях и убытках. Данная форма будет оформлять как в табличной форме, так и в текстовом виде.

Новый закон закрепляет основы рыночного бухгалтерского учета. Кроме того, уточнены объекты бухгалтерского учета экономического субъекта. К ним относятся: факты хозяйственной жизни, активы, обязательства, источники финансирования его деятельности, доходы, расходы, иные объекты в случае, если это установлено федеральными стандартами.

К тому же, новый закон внедряет новый механизм регулирования бухгалтерского учета через стандарты бухгалтерского учета, которые можно выделить в три группы.

К первой группе относятся федеральные стандарты. Они регулируют требования к учетной политике, к документам бухгалтерского учета и документооборота, счета бухгалтерского учета и порядок применения, образцы форм, упрощенные способы ведения бухгалтерского учета.

Во вторую группу включают отраслевые стандарты, которые устанавливают особенности применения федеральных стандартов в отдельных видах экономической деятельности.

Третья группа — это стандарты экономического субъекта. Их разрабатывают организации самостоятельно и по своему усмотрению, но в

случае их принятия они носят обязательный характер для всех его подразделений, включая филиалы и представительства.

Существующие в настоящее время положения по бухгалтерскому учету, принятые в начале 2000х годов, требуют серьезной доработки с целью их сближения с МСФО. Это применительно к таким положениям как: ПБУ 6/01 «Основные средства», ПБУ 5/01 «Учет материально-производственных запасов», ПБУ 9/99 «Доходы организации», ПБУ 10/99 «Расходы организации».

Обновленный бухгалтерский учет должен стать эффективным инструментом создания качественной, полезной и востребованной информации.

Применение МФСО имеет свои плюсы, а именно предприятия начинают «общаться» на едином языке бизнеса. Однако, мировой кризис 2008—2009 гг. показал, что они далеки от совершенства, поэтому российским предприятиям необходимо сочетать международные стандарты и положительный национальный опыт ведения бухгалтерского учета.

Использованные источники:

1.Федеральный закон «О бухгалтерском учете» № 402 ФЗ от 06.12.2011. Режим доступа: www.minfin.ru.

2.О введении в действие международных стандартов финансовой отчетности и разъяснений международных стандартов финансовой отчетности на территории Российской Федерации. / Приказ Минфина РФ от 25.11.11 № 160н. Режим доступа: www.minfin.ru

3.План развития бухгалтерского учета и отчетности в Российской Федерации на 2012-2015 годы на основе Международных стандартов финансовой отчетности. Режим доступа: www.minfin.ru

*Шановалов А.А., к.э.н.
доцент*

Карницкая Т.С.

студент 3 курса «Мировая экономика»

*Белгородский Государственный Технологический
Университет им.В.Г. Шухова
Россия, г.Белгород*

СЕРТИФИКАЦИЯ: «ПЛЮСЫ» И «МИНУСЫ»

Не секрет, что цель большинства предпринимателей, занимающихся выпуском какой-либо продукции, не выходит за пределы получения прибыли. В свою очередь, вопрос качества выпускаемой продукции лежит сугубо на совести его производителя. Уместным становится вопрос о том, как все-таки защитить отечественные прилавки от недоброкачественной продукции и вселить доверие к выпускаемым товарам?

На защиту прав потребителей в вопросе качества продуктов выступают органы сертификации и испытательные центры, задача которых проводить тестирование продукции на соответствие необходимым требованиям. Заключительным этапом такой проверки служит выдача сертификатов соответствия.

Но с февраля 2010 года система обязательной сертификации для парфюмерно- косметической и пищевой продукции была отменена и заменена декларированием. Такой шаг был принят как маленькая уступка бизнесу. В итоге доля продукции, подлежащей обязательной сертификации, снизилась с 80% до 46%. Таким образом, вероятность встретить на прилавках продукцию, качество которой будет подтверждено компетентными органами, сократилась вдвое. Означает ли это, что все что хорошо для производителей, так же хорошо для потребителей? Следующий вопрос должен возникать у производителей товаров, которые находятся перед выбором: в добровольном порядке проходить или не проходить сертификацию?

Исходя из вышесказанного, очевидно, что сегодня существует два вида сертификации продукции: добровольная и обязательная, которая распространяется на определенный перечень продуктов, который утвержден Постановлением Правительства РФ от 1 декабря 2009 года № 982. [1]

Очевидно, что у производителей продукции, входящей в этот список не возникает вопроса о плюсах и минусах сертификации- она обязательна и неизбежна. Что касается добровольного прохождения проверки товаров на соответствие качеству и получения сертификатов это подтверждающих, то перед производителем становится выбор: проходить или не проходить. Для этого ему необходимо оценить все положительные и отрицательные стороны сертификации.

Необходимо помнить, что в условиях конкуренции завоевать соответствующий рыночный сегмент можно только предоставив потенциальным потребителям достоверную информацию о качестве своего товара. Таким гарантом качества и выступает наличие сертификата качества. Для предприятия смысл добровольной сертификации аналогичен смыслу получения диплома об образовании для человека. Но тут сразу напрашивается аналогия- можно иметь диплом, но не обладать достаточными знаниями и, наоборот, не иметь диплома, но быть превосходным специалистом в своем деле. В данном случае стоит надеяться только на компетентные органы, регулирующих процедуру получения сертификатов. Именно поэтому как один из наиболее значимых и заметных плюсов прохождения процедуры сертификации товаров является укрепление репутации производителя в глазах потребителей, что, свою очередь, порождает доверие к товару и соответственно прибыльность производителя. В данном случае, результатом прохождения добровольной сертификации

является укрепление позиции производителя на рынке, появление постоянных покупателей и доверия к товарам. [2]

Также стоит отметить, что предприятия, производимые узнаваемую продукцию, посредством добровольной сертификации оградят свою продукцию от недоброкачественной подделки.

Не все современные потребители одинаково грамотны в выборе продуктов, но стоит понимать, если перед любым потребителем, даже самым малограмотным, станет выбор покупать продукцию со знаком качества, либо без него, то его выбор очевиден.

Таким образом, можно с уверенностью судить о наличии конкурентных и иных преимуществ у предприятия с добровольной сертификацией. Несмотря на это в России кровно заинтересованы в добровольной сертификации продукции лишь российские экспортеры, но по мере ужесточения конкуренции на рынке будет возрастать потребность в подтверждении качества своей продукции.

Что касается отрицательных сторон добровольной сертификации, то здесь хочется отметить только один фактор- экономический. Прохождение процедуры сертификации требует определенных финансовых затрат, особенно заметно которые могут отразиться на молодых, начинающих производителях, которые на первом этапе своей деятельности не в состоянии справиться с такими затратами. Но тут существует только один выход- поиск более дешевых центров сертификации.

Однако, каждому производителю стоит для себя решить вопрос о подтверждении качества своей продукции и понять, что для него приоритетней: затраченные средства или приобретенные преимущества?!

Использованные источники:

1. «Лицензирование и сертификация на АТ»: Ч-1. Федеральные законы / А.А. Журба, Н.А. Усатых / НГАУ, ИИ. – Новосибирск, 2011
2. Родионов, И. И. Информационные ресурсы для предпринимателей / И. И. Родионов. - М. : Электрон. изд., 2008.

*Шатохин А. А.
магистрант, студент
Национальный исследовательский Томский
политехнический университет
Россия, Томск*

ВТО И МИРОВОЙ РЫНОК ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Мировой рынок высшего профессионального образования часто называют третичным рынком[1]. К образовательным услугам третичного уровня относят, как правило, высшее и послевузовское образование. К основной, базисной тенденции развития мирового рынка высшего профессионального образования относят глобализацию, которая затронула все национальные системы образования. Неотъемлемым фактором

глобализации является усиление конкуренции между классическими университетами, принадлежащими государству, и коммерческими высшими учебными заведениями, результатом которой усиление борьбы за привлечение студентов к обучению между вузами как внутри страны, так и на межстрановом уровне, а также либерализация рынка высшего профессионального образования вследствие увеличения числа стран – членов ВТО, подписавших соглашение об открытии своих образовательных рынков.

Объем мирового рынка высшего профессионального образования достигает 50 млрд. долл. США. Причем, по мнению экспертов[1], к 2015 г. он может возрасти до 200 млрд. долл. Лидирующие позиции на мировом рынке высшего профессионального образования занимают США, Великобритания, Германия, Франция, Австралия, Китай, Япония, Россия и Канада. По данным ЮНЕСКО, потенциал рынка высшего профессионального образования составляет примерно 140 млн. студентов. Иностранцам свои услуги предлагают тысячи вузов из 129 государств, хотя основная конкуренция происходит, как правило, между наиболее развитыми странами Западной Европы и Северной Америки, а также Австралией и Японией, где обучается свыше 4/5 всех иностранных студентов. Характерно, что на эту же группу стран приходится и 4/5 общемировых государственных расходов на образование (в абсолютных цифрах 1 098,4 из 1 386,8 млрд. долл.). Причем это соотношение остается устойчивым на протяжении последних 20 лет.

Доля России на мировом рынке высшего профессионального образования ориентировочно составляет 3,8%. Если исключить выходцев из СНГ из общего числа иностранных студентов, обучающихся в российских вузах, то доля России на мировом рынке высшего профессионального образования составит менее двух процентов. Это сопоставимо с общей долей России в совокупном мировом экспорте всех товаров и услуг, равной 1,4%[2].

Гармонизация правового регулирования национальных систем высшего образования является важнейшей тенденцией развития мирового рынка высшего профессионального образования. Так, Сорбонская декларация (Совместное заявление министров образования Франции, Великобритании, Германии, Италии «О гармонизации архитектуры европейской системы высшего образования», Париж, 1998 г.) призывает к унификации правового регулирования в сфере высшего образования и созданию единого европейского образовательного пространства. Болонская декларация (Совместное заявление министров образования 29 европейских стран «Пространство европейского высшего образования», Болонья, 19 июня 1999 г.)[3], подписанная годом позже, преследовала цели создания в Европе единого пространства высшего профессионального образования ради улучшения мобильности студентов, расширения возможностей их

трудоустройства, повышения конкурентоспособности европейского образования.

Подписанное в рамках ВТО в 1995 г. Генеральное соглашение по торговле услугами – ГАТС (General Agreement on trade in Services – GATS) – первый документ, содержащий правила многостороннего регулирования международной торговли услугами. Согласно ГАТС, мировая торговля услугами, в том числе образовательными, может осуществляться четырьмя способами[4]:

1: трансграничная поставка услуг (cross-border supply), т.е. когда продажа образовательной услуги происходит через различные каналы связи (телефон, интернет и т.д.), например, дистанционное образование, предлагаемое нерезидентам;

2: потребление за рубежом (consumption abroad). Этот способ поставки образовательной услуги, когда студент получает в вузе – производителе услуги за рубежом;

3: коммерческое присутствие (commercial presence). Поставщик образовательной услуги – иностранный инвестор выходит на иностранный рынок, открывая свое представительство, филиал, отделение вуза, и студент, таким образом, получает образовательную услугу в стране присутствия;

4: присутствие физических лиц (presence of natural persons providing services). Специалист – производитель образовательной услуги перемещается в другую страну с целью предоставления услуги.

В условиях формирования мирового образовательного пространства государственные границы становятся диффузными, и именно поэтому приобретает особенно большое значение административно-правовое регулирование в плане:

- повышения ответственности за качество образовательных программ и характера образовательной деятельности, направленной на обеспечение единой государственной образовательной политики;

- поддержания на необходимом уровне доступа к высшему образованию, особенно к образовательным программам высокого уровня;

- приведения в соответствие с потребностями национальных образовательных систем форм и видов высшего образования, механизмов его финансирования;

- управления высшим образованием и развития национальных образовательных систем;

- защиты интеллектуальной собственности в сфере образования и науки.

Поэтому в условиях единого мирового образовательного пространства важной проблемой становится разработка международных норм-принципов, регулирующих функционирование данного мирового образовательного рынка, оценки деятельности в области высшего образования, включая аккредитацию и качество обучения в вузах.

Масштабы мирового рынка образовательных услуг весьма значительны. Поскольку глобальная торговля в образовании существует и развивается, требуются средства для ее правового регулирования. Нужна международная структура(ы), на которую(ые) эти функции будут возложены.

Для ВТО, регулирующей мировой рынок услуг в рамках ГАТС, безразлична культурно-историческая сторона образования. По мнению многих ученых и политиков, Болонский процесс можно рассматривать как ответ Европы на рыночные вызовы глобализации в области образования. В действительности, документы регулирующие деятельность по предоставлению услуг высшего профессионального образования содержат международно-правовые нормы, регулирующие рыночные отношения с учетом культурно-исторической специфики образования[5].

Для формирования национального законодательства в сфере высшего профессионального образования стран с транзитивной экономикой, в том числе России, чрезвычайно важно учитывать международные тенденции в правовом регулировании отношений в сфере высшего профессионального образования, поскольку в современных условиях мирового рынка высшего профессионального образования трудно развивать закрытую, полностью зависящую только от внутренних национальных факторов систему высшего профессионального образования. Для уполномоченных государственных органов важно четко осознать, что национальные системы уже находятся в условиях глобального, многонационального рынка образовательных услуг[1], и учитывать это с самого начала процесса формирования национального законодательства в сфере высшего профессионального образования.

Использованные источники:

1. Айдрус И.А., Филиппов В.М. Мировой рынок образовательных услуг: Учеб. пособие. М.: РУДН, 2008. С. 7.
2. Всемирный доклад по образованию 2007. http://www.uis.unescj.org/template/pdf/ged/2007/GED2007_rus.pdf
3. Гретченко А.И., Гретченко А.А. Болонский процесс: интеграция России в европейское и мировое образовательное пространство. М., 2009. С. 389–392.
4. Дюмулен И.И. Международная торговля услугами. М.: Экономика, 2003. С. 82–92.
5. Новикова Н.С. Болонский процесс и высшее юридическое образование // Правоведение. 2003. № 2. С. 248–255.

*Шевченко М.В.
магистрант экономического факультета
кафедры мировой экономики и менеджмента
Кубанский государственный университет
Российская Федерация, г.Краснодар*

ВЫКЛАДКА БЕЗАЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ КАК ЭЛЕМЕНТ МАРКЕТИНГА В РАМКАХ ТОРГОВОЙ ТОЧКИ

Выкладка как инструмент мерчендайзинга в настоящее время используется многими производителями и поставщиками продукции. Ее основной целью является увеличение товарооборота с единицы торговой площади. Результат достигается с помощью верного представления товара на оборудовании. Данный инструмент используют такие транснациональные компании как Coca-Cola, Nestle, Вимм-Билль-Данн, Danon и другие.

В связи с этим, данный изучаемый вопрос актуален для специалистов по торговле, маркетологов, ритейлеров и производителей, перед которыми стоит общая цель – увеличение товарооборота и увеличение прибыли от реализации собственной продукции. В данной статье мы рассмотрим вопросы продвижения безалкогольных напитков с помощью правильной выкладки на предприятиях розничной торговли.

В статье отражены ключевые элементы выкладки безалкогольных напитков на прилавках магазинов. Целью исследования является рассмотрение принципов, правил и методов выкладки данного товара, применяемых на практике современными форматами магазинов, результат которых был бы такой, чтобы покупатель всегда уходил с покупкой. напитков.

На основании классификации товаров безалкогольные напитки относятся к товарам повседневного спроса (потребительские товары, которые потребитель приобретает относительно часто, не раздумывая, с минимальными затратами времени и сил). Их можно определить как товары, ради которых потребитель часто посещает торговые точки [2, с. 83]. Например, покупатель желает приобрести газированный напиток со вкусом апельсин. Если покупатель не найдет этот товар в магазине, с большой долей вероятности, он пойдет искать его в другом месте. Помимо безалкогольных напитков к данным товарам относятся овощи и фрукты, хлебные изделия, молочная и мясная продукция. Примером покупки предварительного спроса (покупка по одному или нескольким критериям) может послужить какой-нибудь газированный напиток со вкусом лайм-мята. При этом марку потребитель будет выбирать в торговой точке в зависимости от имеющегося ассортимента, собственных предпочтений, а также цены. Случай, когда покупатель на месте решает купить сок известной марки с новым вкусом под влиянием эффективной выкладки,

специального предложения или дегустации, - пример импульсивной покупки.

К группе безалкогольных напитков относят: газированные напитки, бутилированную воду, фруктовые и овощные соки, а также такие относительно новые продукты, как холодный чай и энергетики.

Если рассматривать канал Современная торговля, где преобладающим форматом магазина является супермаркет, то можно сказать, что отдел безалкогольной продукции, как правило, занимает до 17% от всей площади выкладки продукции по торговой точке, и является при этом самой большой по площади выкладки группой. Однако на него приходится только 4-5% объемов в структуре продаж магазина (эта цифра увеличивается, как правило, в летний период и период новогодних праздников).

Безалкогольные напитки, как правило, потребляются вместе с другими продуктами. Поэтому вместе с ними приобретаются еще и парные продтовары. Среди очевидных связанных в потребительском сознании пар можно отметить следующие: газированный напиток – пицца, гамбургер (полуфабрикаты); сок – торт, пирожное (кондитерские изделия); энергетик – алкоголь.

Безалкогольные напитки являются товарами массового спроса. Они представляют собой хорошее средство для привлечения дополнительных покупателей. Для привлечения покупателей отдела безалкогольных напитков к рекламируемым товарам, выставляемым на самых видных местах, а также разного рода новинкам, в местах продажи используются вывески-указатели. Специально снижаемые цены на такие ходовые товары, как сок, питьевая вода, холодный чай, могут служить эффективным средством для создания у покупателя имиджа магазина, где можно купить товар по разумным ценам.

Выставленные организованно и последовательно товары обладают сильным зрительным воздействием. Они выделяются на фоне множества других предлагаемых товаров, олицетворяют идею порядка, качества и заботы о потребителе, улучшая таким образом имидж товара и усиливая склонность потребителя к покупке [4, с. 57]. В данном случае речь идет о таком инструменте мерчендайзинга, как выкладка товаров. В частности, российские и западные специалисты пришли к выводу, что правильная выкладка дает прирост товарооборот от 12 до 25%. По данным исследовательского агентства Magram Market Research, правильно организованная выкладка товара увеличивает объемы продаж на 10-12%. Представители компании «РусИнфо» считают, что эта оценка составляет 13-15% [8, с. 81].

Выкладка товаров – это услуга, предназначенная для демонстрации, облегчения поиска и выбор необходимых товаров, а также для создания

потребительских предпочтений [2, с. 112]. Таким образом, выкладка товаров является особым элементом маркетинга в рамках торговой точки.

Существует несколько видов выкладки: вертикальная, горизонтальная и фронтальная. Вертикальная выкладка – это расположение однородных товаров в несколько рядов вертикально, которая часто и используется для выкладки безалкогольной продукции. Преимущества вертикального блока:

- Упрощает пополнение товарных запасов, ситуация отсутствия какого-либо продукта может быть легче локализована;
- Создает эффект рекламного щита;
- Позволяет располагать самые ходовые виды продукции по вертикальной линии, в первую очередь видимую для покупателя;
- Покупателю легче найти тот продукт и тот вид упаковки, который он предпочитает.

Горизонтальная выкладка – это расположение товаров вдоль по всей длине оборудования, занимая каждым товаром 1-2 полки. Недостатком горизонтального блока является исчезновение эффекта вертикального рекламного щита – снижение импульса. Фронтальная выкладка – это выставка одного образца в полную величину, остальные (за ним) видны частичны или не видны вовсе [6, с. 68]. По мнению Г.А.Сенда, существуют только два вида выкладки: горизонтальная и вертикальная, остальные являются их разновидностью или сочетаниями [4, с. 57]. Выкладка также подразделяется на товарную и декоративную (демонстрационную, экспозиционную). Товарная выкладка, как принято считать, служит в магазинах самообслуживания одновременно для показа и для отпуска товаров. Декоративная выкладка применяется для оформления витрин и стеллажей в магазинах и отделах, где продажа производится через прилавки [1, с. 53].

Выкладка также успешно выполняет рекламную функцию, решая при этом следующие основные задачи [3, с. 46]:

- Информирование покупателей об имеющихся в продаже товарах;
- Ознакомление с качеством товаров, способами и особенностями их применения;
- Напоминание о возможности применения сопутствующих товаров.

Вместе с тем можно выделить общие принципы и правила выкладки, основанные на технологиях мерчендайзинга.

К главным идеологическим принципам выкладки можно отнести [7, с. 60]:

- Обзор. Товар должен быть обращен лицевой частью упаковки к покупателю;

- Доступность. На верхней полке товары должны размещаться с учетом их доступности для покупателей;
- Опрятность. Полки и стеллажи нужно регулярно мыть и пылесосить;
- Заполненность полок. Базовый принцип торговли – максимальные обороты можно делать только при полностью заполненных полках;
- Привлекательность упаковки. Посетители тратя на покупку в среднем 25 минут. Поэтому необходимо учитывать привлекательность упаковки и общее зрительное впечатление от товара;
- Маркировка цен. Маркировка цен непосредственно на товаре постепенно уходит в прошлое. Общепринятыми определениями цены становятся сканер и универсальный код цен;
- Определенное место на полке. Покупатели привыкают к тому, что нужный им товар всегда находится на определенном месте. Местоположение продуктов должно соответствовать указателям и вывескам в проходах.
- Постоянное восполнение запасов. Продвижение продукта с заднего ряда на передний план по принципу «пришедший первым уходит первым».

Помимо принципов выкладки существуют и правила. На сегодняшний день основными правилами выкладки являются [5, с. 118]:

1. Недорогое – вперед. Недорогие товары работают на то, чтобы создавать у покупателя благоприятное впечатление об уровне цен магазина.

2. Принцип чересполосицы. Товары с низкими ценами и товары, приносящие прибыль, чередуются по ходу движения покупателя в магазине.

3. Основные марки следует размещать в начале каждой ассортиментной группы.

4. Приоритетные полки. Товар, приносящий больше прибыли, должен быть расположен на наиболее выгодном положении – на уровне глаз покупателя.

5. Нижние полки берегут для товаров, покупаемых не импульсивно, а осознанно.

6. Верхние полки предпочтительны для имиджевых товаров производителей.

7. Ближе всего к покупателю тот товар, срок реализации которого близок к концу.

8. Высота полок. Высота полки должна соответствовать продаваемому товару.

Теперь непосредственно рассмотрим особенности выкладки безалкогольных напитков. Подробно рассмотрим две категории безалкогольных напитков – сладкую газированную воду и соки/нектары.

Для категории сладких газированных напитков основными точками продаж в магазинах являются – постоянные секции и холодильное оборудование. Причем, если для упаковок отложенного потребления – 1л, 1,5л, 2л – приоритетным является размещение в постоянной секции, то для упаковок немедленного потребления – 0,33л, 0,5л – в холодильном оборудовании. 30% продаж напитков в магазине составляет упаковка отложенного потребления – не имеет смысла ее охлаждать, поскольку она предназначена для употребления дома. Холодильники применяются для размещения дополнительного количества быстро оборачиваемых напитков и упаковок, приобретаемых для немедленного потребления. Крупные производители безалкогольных напитков предоставляют холодильное оборудование для реализации своих товаров. Фирменный холодильник является дополнительной точкой продажи и хорошо смотрится в больших торговых залах. Локальные производители, как правило, представлены в холодильном оборудовании, находящемся в собственности клиента.

В постоянной секции напитки могут быть расположены в двух вариантах - блоками производителей, либо блоками вкусов.

Для соковой категории соковая секция – основная точка продаж, 82% покупки соков осуществляется в секции. Сок лучше располагать первым по ходу движения покупателей за пределами «транзитной зоны» (после первого метра от начала секции»). Эффективный размер выкладки соответствует уровню потребительского спроса на продукт в регионе. Премияльные соки располагаются первыми в блоке, по ходу движения покупателей. Выкладка продукта внутри одного бренда имеет четкие вертикальные границы. Выравнивание блока может производиться за счет увеличения количества фейсингов. Упаковки отложенного потребления размещаются сверху вниз по увеличению объема упаковки. Упаковки немедленного потребления размещаются на уровне, доступном для ребенка – ниже «уровня руки». Топовые вкусы (яблоко, мультифрут, апельсин) размещаются на «золотой полке» - на «уровне руки». Вкусы размещаются по ранжированию слева направо, независимо от покупательского потока. Выкладка в секции расширяется за счет увеличения количества фейсингов, прежде всего увеличиваются фейсинги топовых SKU.

И для газированных напитков, и для соков характерно также размещение в дополнительных местах продаж – стойках, паллетах, полках. Цели размещения: 1) обеспечение запаса упаковок отложенного потребления для запланированной покупки домой; 2) увеличение вероятности покупки напитков за счет импульсного расположения; 3) создание дополнительной точки продажи в отделах сопутствующих

товаров. Для увеличения вероятности импульсной покупки устанавливается также импульсное оборудование в прикассовой зоне – обвесы, полки-паразиты с упаковками немедленного потребления.

Необходимо отметить, что формировании выкладки – всегда индивидуальный и творческий процесс, для которого не существует однозначных правил на все случаи жизни. Процесс выкладки должен включать:

- Определение метода и способа выкладки, вида группировки товаров;
- Оформление полок выкладки;
- Определение места товара на полках;
- Определение размера выкладки товара;
- Определение места товара внутри одной полки.

Самым несложным инструментом подсчета эффективности выкладки товаров является сопоставление объемов реализации товаров, а также снижение затрачиваемого времени на поиск необходимого товара до и после применения тех или иных видов, принципов и правил выкладки, применяемых для определенной категории товаров. Достигается эффективность выкладки и за счет рационального использования торговых площадей и оборудования при одновременном соблюдении правил открытости доступа и обзора товара, товарного соседства и полноты отражения имеющегося в магазине ассортимента.

Размещение товара на полках в тех или иных зонах, а также дальнейшее перемещение могут самым существенным образом повлиять на его продажи. Однако следует отметить, что мерчендайзинг безалкогольных напитков, конечно же, не ограничивается только выкладкой товара. Для достижения максимального эффекта также следует использовать и правила очередности брендов, и различные рекламные материалы.

В заключении следует отметить, что грамотный подход к осуществлению выкладки товаров на торговом оборудовании и распределению ее на территории торговой точки в значительной мере способствует увеличению числа покупок и более полному удовлетворению потребностей покупателей.

Использованной источники:

1. Канаян К., Канаян Р. Мерчендайзинг. М.: РИП-холдинг, 2006.
2. Парамонова Т.Н., Рамазанов И.А. Мерчендайзинг: учеб. пособие. Изд. 2-е. – М.: КиоРус, 2006.
3. Семин О.А. Искусство торговать, или Секреты мерчендайзинга: учебное пособие. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело и Сервис, 2006.
4. Сенд Г. А. Принципы мерчендайзинга. Минск: Гревцов Паблишер, 2007.
5. Снегирева В.В. Книга мерчендайзера. – Спб.: Питер, 2006.

6. Федько В.П., Бондаренко В.А. Мерчендайзинг и сэмплинг: учеб. Пособие. – М.: ИКЦ МарТ, 2006.
7. Чимитдоржиев Ж.Ж., Украинский В.Н. Мерчендайзинг в розничной торговле: учеб. пособие. – Хабаровск, 2006.
8. Чкалова О.В. Торговое дело: учеб. пособие. – М.: Эксмо, 2008.

Шмелева Н.В.

магистрант

ФГБОУ ВПО «Челябинский государственный университет»

Россия, г. Челябинск

ОБЯЗАТЕЛЬНОЕ СТРАХОВАНИЕ КАК СЕГМЕНТ СТРАХОВОГО РЫНКА РОССИИ

В современных рыночных условиях страхование формируется в качестве официального социального механизма, предназначенного для передачи рисков ряда индивидуальных субъектов страховщику на основе договора между ними. Обязательное страхование является одним из развивающихся сегментов современного российского страхового рынка. Современное состояние экономики, отсталость страховой культуры среди субъектов страхования, несоответствия в отечественной законодательной базе не позволяют полностью воспользоваться механизмом перераспределения финансовых ресурсов через систему добровольных видов страхования, что в совокупности с общественными потребностями стимулирует развитие сегмента обязательного страхования.

Показатели, характеризующие развитие страхового рынка в России, демонстрируют тенденцию устойчивого спада и неуклонного снижения влияния страхования на экономику страны (табл. 1). [2, с. 122]

Таблица 1

Показатели развития страхового рынка в России

Показатели	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Валовой внутренний продукт (в текущих ценах), млрд. руб.	21625,4	26903,5	33111,4	41668,03	39100,7	44491,4	54369,0	62356,9
Страховые премии с учетом ОМС, млрд. руб.	506,2	614,0	775,1	954,8	979,1	1041,09	1321,1	1515,3
Страховые премии без учета ОМС,	364,9	410,6	484,4	556,0	513,9	555,8	663,3	810,6

млрд. руб.								
Доля страховых премий в ВВП, с учетом ОМС, %	2,34	2,28	2,34	2,29	2,5	2,34	2,43	2,43
Доля страховых премий в ВВП без учета ОМС, %	1,69	1,53	1,46	1,33	1,31	1,24	1,22	1,30

Только в 2012 году отношение страховой премии к ВВП подросло до 1,3% (1,22% годом ранее), отношение общих рыночных выплат к ВВП составило 0,6% (0,5% годом ранее). Доля страховой премии в общих расходах населения на конечное потребление составила 1,3% (1,2% в 2011 году) (рис. 1). [3]



Рис. 1. Место страхования в экономике в 2006-2012 г.г.

Согласно исследованиям отношение собранных страховых премий к ВВП в экономически развитых странах составляет в среднем 10-15%, а в России всего 1,2% и 40% населения не пользуется вообще никаким видом страхования. [6, с. 108]

Обязательное страхование на современном этапе развития страхового рынка РФ необходимо рассматривать через призму экономических отношений, связанных с обеспечением гарантий и антикризисных мероприятий, подразумевающую образование за счёт взносов юридических и физических лиц страховых фондов и их дальнейшее использование в целях возмещения ущерба, возникающего вследствие наступления страховых случаев. [5, с. 3]

Роль и значение обязательного страхования в настоящее время возрастает в силу следующих объективных причин:

- ежегодно увеличивается количество и тяжесть различного рода чрезвычайных событий природного и техногенного характера;
- в условиях роста достижений науки и техники возрастает число рисков, методы управления которыми окончательно не выработаны;
- усложнение хозяйственных связей между экономическими субъектами приводит к возникновению новых предпринимательских рисков и рисков в сфере финансового рынка;
- ежегодно растёт проблема старения населения, и увеличиваются его потребности в действенной системе социальной защиты.

Для современной России объективная необходимость в обязательном страховании обусловлена ограничением возможности государственной поддержки граждан при наступлении чрезвычайных событий, функционированием устаревших технологий и основных фондов с высоким процентом износа, что в свою очередь не может гарантировать безопасный процесс труда работников и целостность окружающей природной среды.

Значение обязательных видов страхования для современной российской экономики и социальной сферы заключается в следующем:

- 1) финансовые ресурсы страховщика на определённом этапе могут трансформироваться в мощный инвестиционный рычаг;
- 2) с укреплением и ростом в целом объёмов страхового рынка как отрасли национального хозяйства страховщики становятся поставщиками большого количества новых рабочих мест, что укрепляет социальную сферу и приводит к сокращению безработицы;
- 3) снижая уровень предпринимательских рисков путём возмещения понесённых страхователем убытков, обязательное страхование обеспечивает и стимулирует развитие научно-технического прогресса;
- 4) страховщики являются крупными налогоплательщиками и их успешная деятельность увеличивает доходную базу бюджетов разных уровней, одновременно понижая нагрузку их расходной части, обеспечивая социальную защиту населения, осуществляя финансирование восстановления повреждённых объектов собственности при наступлении чрезвычайных событий;

5) в условиях глобального старения населения страны только правильно построенный механизм обязательного страхования может реально решить вопрос о полноценном медицинском и пенсионном обеспечении. [4, с. 394]

Через систему обязательного страхования государство участвует в решении социальных проблем развития общества. Закономерно и экономически оправдано введение на современном этапе параллельно с обязательным медицинским страхованием и обязательным страхованием гражданской ответственности владельцев транспортных средств, обязательного страхования ответственности перевозчика, обязательного страхования опасных производственных объектов, страхования от несчастных случаев работников отдельных специальностей. Все это определяется современным экономическим состоянием государства и обусловлено необходимостью повышения социальной защищенности населения в условиях рынка.

В то же время многие обязательные виды страхования по сложившейся функциональной сущности больше являются вопросами социального обеспечения, нежели страхования. Вводя тот или иной вид страхования в качестве обязательного, государство в лице законодательного органа вводит новый перечень социальных гарантий, который должен экономически согласовываться с современными потребностями субъектов хозяйствования.

Актуальность регулирования системы обязательных видов страхования обусловлена тем, что «объекты, подлежащие обязательному страхованию, риски, от которых они должны быть застрахованы, и минимальные размеры страховых сумм определяются законом». [1, ст.936]

Основная нагрузка на обязательное страхование заключается в предоставлении страховой защиты значительному числу объектов и лиц на всей территории страны, когда ущерб влечет за собой непредвиденные бюджетные затраты. Необходимо особенно отметить стимулирующую роль такого сегмента экономики, как страхование в сфере торговли и коммерческой деятельности. Для повышения деловой активности экономических субъектов в этих секторах существует следующие виды страхования: страхование грузов, перевозок, перевозчиков и т.д.; страхование рисков, связанных с инвестициями, привлекаемыми в Россию; ипотечное страхование; страхование ключевой фигуры в бизнесе и другие виды страхования.

По-нашему мнению, для более эффективной реализации государственной политики в области обязательного страхования в РФ необходимо учитывать накопленный международный опыт.

Таким образом, проблемы развития обязательных видов страхования приобретают особую остроту в условиях становления национальной системы страхования, так как страхование выполняет важную социальную

роль, способствует развитию страховой культуры, создает устойчивую финансовую базу деятельности страховых организаций, а также позволяет при правильной его организации значительно экономить бюджетные средства.

Использованные источники:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 №51-ФЗ.
2. Леушкина, А.Б. Роль конкуренции на российском страховом рынке: состояние и последствия / А.Б. Леушкина // Страховой рынок Российской Федерации в условиях вступления в ВТО: состояние и перспективы развития / гл. ред. Минеев В.И., отв. ред. Домнина О.Л., Злобин Е.В.; ВГАВТ, РОСГОССТРАХ. – Нижний Новгород, 2012. – С. 119 – 126.
3. Основные итоги 2012 года на рынке страхования – нездоровый рост и признаки торможения // URL: <http://www.rgs.ru/pr/csr/insurance/index.wbp> (Дата обращения 6.05.2013)
4. Ширшов, В.Ю. Место обязательных видов страхования в современной системе российского страхования / В.Ю. Ширшов // Экономический вестник Ростовского государственного университета. – 2007. – №4. – часть 3. – С. 393 – 400.
5. Ширшов, В.Ю. Развитие обязательных видов страхования в системе страховых отношений современной России: автореф. дисс. на соискание учен. степени канд. экон. наук. – Ростов-на-Дону: ГОУ ВПО «Ростовский государственный экономический университет «РИНХ». – 2008. – 24 с.
6. Юлдашев, Р.Т. Проблемы организации страхового дела в Российской Федерации / Р.Т. Юлдашев, А.П. Артамонов // Актуальные проблемы управления рисками и страхования. – М.: МИИР, 2004. – С. 108 – 109.

Шумляк Е.В.

студент 5 курса специальности «Финансы и кредит»

Экономический Факультет

МГУ им Н.П.Огарева

РФ, г. Саранск

ФИНАНСИРОВАНИЕ РЕСПУБЛИКАНСКОЙ ПРОГРАММЫ «ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЕ И ПОВЫШЕНИЕ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ МОРДОВИЯ» НА 2011- 2020ГГ.

Высокая энергоёмкость экономики дорого обходится стране и регионам, с точки зрения обеспечения энергетической безопасности, доходной части государственного бюджета, конкурентоспособности промышленности, здоровья населения и охраны окружающей среды. Энергосберегающий путь развития отечественной экономики возможен только при формировании и последующей реализации программ энергосбережения как на федеральном, так на региональном и местном уровнях.

Согласно Федеральному закону от 23.11.09 г. № 261-ФЗ «Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» установлена обязанность разработки программ по энергосбережению и повышению энергоэффективности для государственных компаний, бюджетных организаций и учреждений, а также для регионов и муниципалитетов. Причем для утверждения данных программ был установлен достаточно жесткий срок — 1 августа 2010 года. Большинство субъектов РФ необходимая работа была проделана, программы утверждены и начали выполняться.

Реализация политики энергосбережения в Республике Мордовия осуществлялась на комплексной основе в рамках республиканских целевых программ «Энергосбережение в Республике Мордовия на 2001 - 2005 годы» и «Энергосбережение в Республике Мордовия на 2006 - 2010 годы». Республиканская целевая программа «Энергосбережение и повышение энергетической эффективности в Республике Мордовия» на 2011 - 2020 годы направлена на повышение энергоэффективности экономики Республики Мордовия и, как следствие, рост финансовой устойчивости, конкурентоспособности, энергетической и экологической безопасности РМ. Иными словами основной проблемой, решению которой способствует Программа, является преодоление энергетических барьеров экономического роста, в том числе за счет экономии средств, высвобождаемых в результате реализации энергосберегающих мероприятий.

В Программе говорится о том, что повышение энергоэффективности в Республике Мордовия потребует выработки и последовательного воплощения долгосрочной государственной стратегии в этой области, координации усилий органов исполнительной и законодательной власти, совместной работы федеральных, республиканских органов власти, местного самоуправления, крупного, среднего и малого бизнеса, а также формирования эффективных механизмов взаимодействия всех участников процесса. [2]

Срок реализации республиканской целевой программы составляет 10 лет и разделен на 2 этапа. На первом (2011-2015г.г.) предполагается осуществить переход на энергоэффективный путь развития экономики Республики Мордовия, на втором этапе (2016-2020г.г.) обеспечить развитие экономики Республики Мордовия по энергоэффективному пути.

Ресурсное обеспечение Программы осуществляется за счет средств федерального бюджета, республиканского бюджета РМ, средств местных бюджетов и внебюджетных источников. В таблице 1 представлены планируемые объёмы финансовых ресурсов на весь срок действия программы, выделяемые каждым источником.

Таблица 1 – Объёмы финансовых ресурсов на 2011-2020гг., млн. р.

Источник финансирования	За весь срок	2011-2015 гг.	2015-2016 гг.	Доля к остальным источникам (%)
Средства Федерального бюджета	82,8	40	42,8	0,8
Средства республиканского бюджета	1097,3	527,1	570,1	9,9
Средства местного бюджета	26,5	12,8	13,7	0,2
Внебюджетные средства	9831,4	6135,5	3695,9	89,1
Всего средств	11037,9	6715,4	4322,6	100

Как видно из таблицы общий объем финансовых ресурсов, необходимый для реализации Программы, составляет 11037,9 млн. рублей, в том числе в 2011 - 2015 годах - 6715,4 млн. рублей и в 2016 - 2020 годах - 4322,6 млн. рублей. Обратимся к рисунку 1

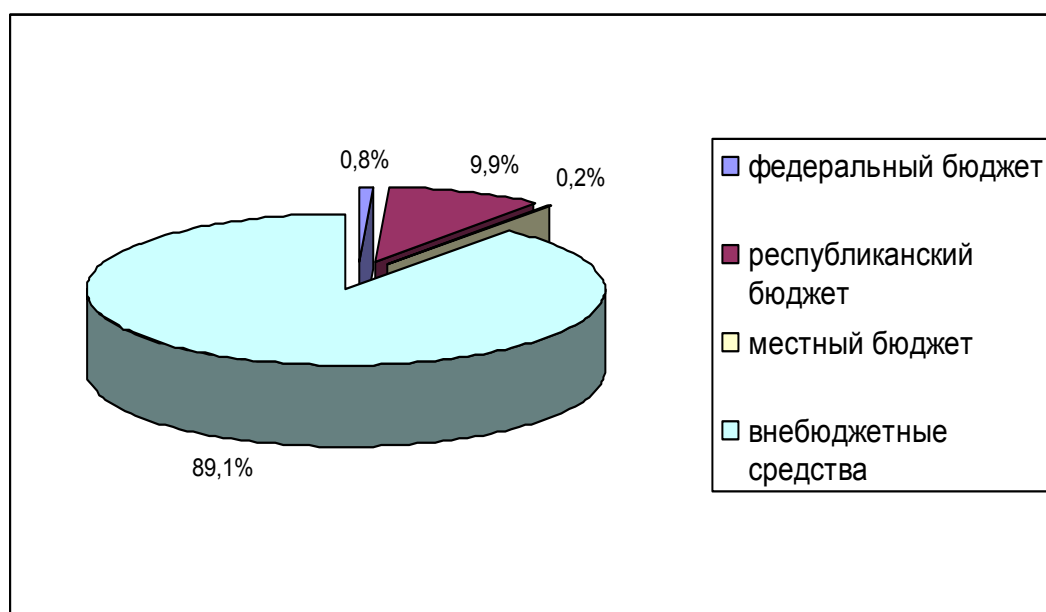


Рисунок 1 – Доля каждого источника финансирования в общем объеме средств, %

Здесь наглядно показано, что основной упор по источникам финансирования делается на внебюджетные средства, их доля составляет 89,1 %. Средства республиканского бюджета – 9,9%, и сравнительно малая часть поступает из федерального и местного бюджетов (0,8% и 0,2% соответственно).

Согласно программе, больше всего средств планируется направить на повышение энергоэффективности в электроэнергетике и теплоснабжении (4438,34 млн. р.), в промышленности (1546,10 млн. р.), в сельском хозяйстве (1116,80 млн. р.), в организациях бюджетной сферы (818,52 млн. р.). На повышение энергоэффективности в транспорте и методическое, кадровое обеспечение должно выделиться 157,78 млн. р. и 195,45 млн. р. соответственно. Значительно малую сумму планируется выделить на повышение энергоэффективности в жилищном секторе, всего 82,91 млн. р.

Полностью за счет внебюджетных источников финансируются мероприятия в энергетике (здесь запланировано финансирование на 4438,34 млн. р. за весь период), в промышленности, методическом обеспечении и транспорте (см. рисунок 2).

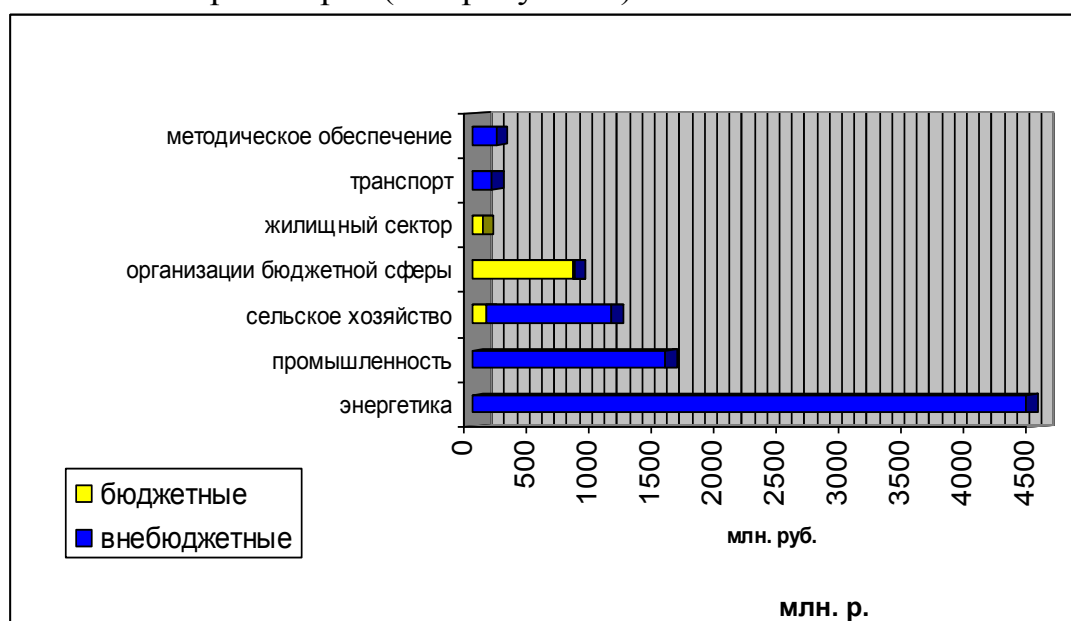


Рисунок 2 – Объёмы бюджетных и внебюджетных поступлений, млн. р.

Полностью за счет бюджетных средств финансируется только жилищный сектор. И совместное финансирование планируется на мероприятия сельского хозяйства и организаций бюджетной сферы.

За время реализации Республиканской программы должно быть обеспечено:

- снижение удельных показателей энергопотребления на 3% ежегодно к уровню 2010 года;
- снижение годовых бюджетных затрат на энергоснабжение (включая затраты на водоснабжение и водоотведение) к концу I этапа (к 2016 году) на 16% и на 34% к концу II этапа (к 2021 году) (по сравнению с 2010 годом).

Годовая экономия первичной энергии за период 2011 - 2020 годов составит 633 тыс. тонн условного топлива, или 10,0 млрд. рублей, за весь срок реализации Программы.

Так как программа действует уже третий год, проанализируем результаты 2011 и 2012 годов.

На реализацию мероприятий в рамках данной РЦП в 2011 году министерствам планировалось выделить 110,15 млн. р., фактически же они получили 98,38 млн.р. наибольший объём денежных средств был направлен в министерство социальной защиты и использован практически в полном объёме, по плану было выделено 34,77 млн. р., по факту вышло 34,66 млн. р. В министерство спорта и министерство культуры выделились значительно меньшие суммы, но тем не менее так же были использованы практически в полном объёме. В министерства образования и здравоохранения планировалось выделить значительно больше денежных средств, чем их использовалось. В министерстве образования средства использовались на 57%, а в Минздраве всего на 39% от планируемой суммы. Министерство ЖКХ получило 6,00 млн. р. из запланированных 11,36млн. р. А министерство сельского хозяйства и продовольствия по факту не получило запланированных республиканским бюджетом 5 млн.р. И так в 2011 году на мероприятия республиканской целевой программы фактически использовалось 60,5% средств выделяемых республиканским бюджетом.

Запланированный объём финансирования за счёт бюджетных средств в 2012 году должен был составить 84,25 млн. р. По факту же министерства получили 54,71 млн. р. Недофинансирование бюджетных средств в 2012 году составило 35%. В полном объёме средства получило только министерство финансов. Более, чем в 2 раза составила разница от запланированного и фактического финансирования в министерстве культуры и министерстве образования.

Мероприятия, проводимые по линии каждого министерства схожи и направлены в основном на повышение теплоизоляции зданий, сооружений, замену оконных и дверных блоков.

Уже на первых этапах реализации Программы наблюдается отклонение объема финансирования от запланированных значений. По итогам 2011 года фактический объем финансирования составил 89,3% от запланированного. Министерства на выполнение плановых мероприятий не дополучили 11,77 млн. рублей. По итогам 2012 года недофинансирование составило 35%. Большая доля выделенных бюджетных средств приходится на министерства здравоохранения, социальной защиты и образования. Меньше всего финансовых ресурсов получают министерства спорта, культуры и ЖКХ. Так же в 2012 году не финансировались бюджетными средствами мероприятия министерств ЖКХ и сельского хозяйства и продовольствия.

За счет внебюджетных источников в Республике Мордовия финансируются мероприятия министерства промышленности, строительства и архитектуры, сельского хозяйства и продовольствия.

Рассмотрим их структуру в таблице 2.

Таблица 2 – Распределение внебюджетных финансовых ресурсов среди министерств республики в 2011 году, млн. р.

Наименование министерства	Внебюджетные источники, млн. р.		
	План	Факт	
		Собственные средства	Привлеченные средства
Министерство промышленности	2107,1	256,1	1851,01
Министерство строительства и архитектуры	75,0	18,84	7,5
Министерство сельского хозяйства и продовольствия	81,9	243,7	0
Всего	2264	518,6	

На долю министерства промышленности пришлось 2107,11 млн. рублей (88,6% от общего объема). Доля привлеченных средств составила 87,8%. Следует отметить, что фактический объем финансовых ресурсов соответствует запланированному объему. Министерство строительства и архитектуры вместо планируемых 75,0 млн. рублей получило 26,34 млн. рублей, из которых доля собственных средств составила 71,5%, привлеченных соответственно 28,5%. Объем недофинансирования данного министерства составил 48,66 млн. рублей. Что касается министерства сельского хозяйства и продовольствия, то плановые объемы финансирования были превышены практически в 3 раза и составили 243,7 млн. рублей. При этом 100% финансовых ресурсов относится к собственным средствам организаций.

За первые два года реализации Программы удалось достичь экономии электрической энергии в размере 700174 кВт/ч, что в стоимостном выражении составляет 2,689 млн. р. Однако наблюдается недофинансирование в основном из-за недостатка внебюджетных средств, что связано с низкой мотивацией организаций к внедрению энергосберегающих технологий, невозможностью получения в краткосрочной перспективе экономического эффекта от проектов по внедрению энергосберегающих технологий, а так же недостатком квалификации у энергоаудиторов и сотрудников, реализующих проекты по внедрению энергосберегающих технологий.

Чтобы устранить данные проблемы, а так же привлечь внебюджетные источники финансирования энергосберегающих мероприятий необходимо устранить информационный барьер. Для

осуществления энергосберегающих мероприятий отдельные домохозяйства, компании и бюджетные организации должны иметь доступ к информации о том, как выявлять и внедрять энергоэффективные проекты, а также каких профессиональных участников рынка они могут привлечь для подготовки и внедрения проектов. Кроме того, распространение информации может поднять общий уровень осведомленности и осознания значимости и выгод энергоэффективности в обществе в целом. Информационные компании могут проводиться в разных формах, но, чтобы быть эффективными, они должны быть четко направлены на определенную целевую группу конечных потребителей. [4]

Необходимо привлечения инвестиций. Источниками для реализации программ энергосбережения могут быть средства международных и зарубежных организаций, фондов и государств, бюджетов разных уровней, внебюджетных фондов и организаций, хозяйствующих субъектов РФ. При этом стимулированию энергосбережения может способствовать так же применение традиционных способов экономического поощрения: льготы, в том числе налоговые, для предприятий, выпускающих продукцию, соответствующую мировым стандартам по показателю энергоёмкости; амортизационные льготы по налогу на прибыль; таможенные пошлины на энергосберегающее оборудование; льготные кредиты; отсрочки выплат по кредитам; налоговые кредиты по энергосберегающим проектам, в том числе с участием иностранных инвесторов. [3]

Изменения в тарифной политике цен на энергоносители, политике налоговых освобождений, другие действенные рычаги, находящиеся в руках государственных структур, должны сформировать условия, при которых будут иметь реальную экономическую заинтересованность все стороны, участвующие в осуществлении энергосберегающих мероприятий.

Использованные источники:

1. ФЗ от 23.11.09 г. № 261–ФЗ (с изм. и доп.) Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации.
2. Постановление Правительства Республики Мордовия от 26 июля 2010 г. №305 (с изм. и доп.) О Республиканской целевой программе «Энергосбережение и повышение энергетической эффективности в Республике Мордовия» на 2011-2020 годы.
3. Массеров Д. А. Совершенствование организационно–экономического механизма управления энергосбережением в регионе / Д. А. Массеров // Регионология. – 2011. – №.4. – С. 128-135.
4. Всемирный банк. Энергоэффективность в России: скрытый резерв [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://solex-un.ru/sites/solex-un/files/EnergoeffektivnsotRossiiIFC.pdf>.

*Шустова М.Е.
студент ПФ НИУ ВШЭ
Россия, г. Пермь*

ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ ЗА РУБЕЖОМ

В наши дни образование является одним из основных вложений в человеческий капитал, и этот аспект обычно определяет способность человека конкурировать на рынке труда. Высокое качество образования считается фундаментом, на котором строится благополучие человека, успешная карьера. Очень важно выбрать хорошее учебное заведение, закончив которое, выпускник сможет реализовать себя в полной мере. Согласно статистике, каждый год все больше студентов отправляются получать высшее образование в зарубежные страны, не смотря на то, что обучение обходится отнюдь не дешево. Таким образом, иностранные вузы имеют ряд отличительных особенностей, которые привлекают студентов со всего мира, в том числе и российских.

Если говорить о качестве нашего образования, то можно услышать множество точек зрения, отличных друг от друга: некоторые верят, что российское образование имеет довольно много преимуществ и находится на высоком уровне, другие относятся к нему скептически. Однако можно сказать, что образование, полученное за рубежом, всегда высоко ценится работодателями.

Практика показывает, что дипломированному российскому специалисту, для того чтобы получить должность за границей, практически всегда приходится переучиваться. В то же время специалист, получивший диплом в Европе или США, в нашей стране будет цениться ничуть не меньше, чем специалисты с отечественным высшим образованием. Выпускник зарубежного вуза может реализовать свой потенциал после не только в нашей стране, но и в Европе, особенно когда дело касается международных компаний и российских компаний, сотрудничающих с другими странами – иностранный диплом здесь просто необходим.

Несмотря на неоднозначные мнения по поводу обучения на Родине, российское образование все же можно считать вполне достойным, оно помогает овладеть широким спектром базовых знаний, таким образом, позволяя адаптироваться к любым сферам деятельности. Однако, согласно статистике, количество желающих учиться за рубежом достаточно велико, хотя и нельзя сказать, что обучение за рубежом является массовым явлением среди россиян. Возникает вопрос, почему российские студенты стремятся получить образование за границей и оправдывает ли оно ожидания учащихся и вложенные средства?

Для того чтобы ответить на заданный вопрос, в первую очередь необходимо выяснить, в чем же особенности иностранного образования,

чем оно привлекает российских студентов и какие цели преследуют желающие учиться за границей.

Исторически сложилось так, что отечественная и зарубежная системы образования имеют существенные отличия, затрагивающие как академический процесс, так и обстановку внутри учебных заведений.

Считается, что высшее образование за рубежом прежде всего сосредоточено на выявлении и развитии у студента заложенных от природы способностей, а также ориентируется на самореализацию и самоопределение студента. Оно позволяет полнее учитывать интересы студента (у него есть возможность выбрать именно те предметы, которыми он интересуется и которые действительно принесут пользу). Кроме того, приветствуется самостоятельная работа, дискуссионное обсуждение материала, поэтому полагается, что образование за рубежом более либерально, чем российское.

Следующая отличительная черта высшего образования за границей состоит в том, что в зарубежной системе большее внимание уделяется подготовке студентов к прикладному использованию полученных навыков. Российское же образование, в отличие от зарубежного, немного времени уделяет методам приложения знаний на практике, готовя при этом научных работников. Поэтому зарубежные вузы ориентируются на подготовку узкопрофильных специалистов, а российское высшее образование выпускает специалистов широкого профиля.

Специалист, получивший высшее образование за границей, квалифицирован в той области, в которой он является настоящим профессионалом. Если он решит сменить сферу деятельности, то необходимо будет переквалифицироваться, то есть получить дополнительное образование. У российского же специалиста есть возможность реализовать себя одновременно в нескольких смежных сферах деятельности, при этом он хоть и будет обладать обширными знаниями, специализированность этих знаний мала.

Таким образом, система высшего образования за рубежом позволяет подготовить квалифицированных узкопрофильных специалистов, при этом высшее данное образование ориентировано на их практическую, прикладную подготовку [1].

Для того чтобы совершить серьезный шаг в дальнейшем обучении под названием «высшее образование за рубежом», необходимо решить, для чего это нужно, какие перспективы ждут в будущем. В первую очередь необходимо определить, какие знания хочет получить студент и где он собирается их применить. Возможно, эти знания пригодятся на родине для построения собственной карьеры, а возможно целью является постоянное место жительства и работа в другой стране. Так или иначе, обучение за рубежом дает немало возможностей, получение которых ставят целью

студенты. То есть, какую бы цель перед собой не ставил студент, перед ним открывается множество перспектив

1) Языковая практика

Конечно же, изучение иностранного языка имеет немалое значение среди основных целей. Всем известно, что ежедневное общение непосредственно с носителями языка дает гораздо больший эффект, чем изучение иностранного языка у себя на родине. Даже если студент свободно владеет иностранным языком, то в первые же месяцы учебы за рубежом приходит осознание того, что есть еще много чему поучиться. Общение с носителями иностранного языка помогает повысить уровень владения этим языком. Разговорная речь, тонкости сленга, особенности деловой переписки - все это становится доступным уже через несколько месяцев обучения. В процессе учебы есть возможность овладеть еще одним или даже двумя иностранными языками, что впоследствии может пригодиться при устройстве в международную компанию или на работу, требующую знание не одного языка.

2) Межкультурный опыт

Знакомство с другой культурой расширяет горизонты восприятия. В каждой стране есть свои особенности, правила этикета и свой менталитет. Пребывание непосредственно в выбранной для обучения стране дает прочувствовать это в полной мере. Общение с людьми со всего мира станет не просто приобщением к различным традициям и культурам, но и тем опытом, который позволит комфортно чувствовать себя в любом коллективе. Также обучение за рубежом позволит лучше ориентироваться в культурных и экономических событиях иностранного государства.

3) Трудоустройство и карьерный рост.

Это, безусловно, главное преимущество, которое получает студент, закончивший иностранный вуз, поскольку наличие высшего образования, полученного за рубежом, даёт некоторые преимущества при трудоустройстве не только в той стране, где учился студент, но и в любой другой.

Университеты иноязычных стран, в особенности англоязычных, традиционно занимают довольно высокие места в рейтингах лучших вузов мира. Обычно среди двухсот лучших из списка – их более половины. Таким образом, наличие диплома ставит выпускников в привилегированное положение при трудоустройстве. Репутация вуза является важнейшим показателем для работодателя при наборе сотрудников.

Выпускникам зарубежных вузов не только легче устроиться на высокооплачиваемую и престижную работу с немалыми перспективами карьерного роста, но и легче эту работу найти (зачастую всего работа сама находит их). Так, например, дипломы британских, новозеландских, австралийских учебных заведений признают работодатели всего мира.

Специалисты такого уровня требуются всегда и везде. Именно они входят в топ-менеджмент ведущих зарубежных и российских компаний. Кроме того, в своих трудовых коллективах их хотят видеть и известные международные корпорации. Кроме того, и отечественные организации, активно сотрудничающие с иностранными партнерами, вероятнее всего, отдадут предпочтение специалисту с зарубежным образованием [3].

4) Возможность заниматься наукой

Все ведущие зарубежные университеты являются одновременно и научными центрами, оснащёнными современным оборудованием, использующими новейшие информационные технологии. Здесь можно в полной мере реализовать свой научно-исследовательский потенциал. Особенно важно это для тех студентов, которые планируют сделать науку своей профессией [3].

Еще один важный момент заключается в том, образование по какой специальности получает студент. Так, например, выпускнику зарубежного вуза, закончившего учебу по социальным направлениям или искусству, может быть не просто устроиться на работу, несмотря на зарубежный диплом. Если же взять к примеру выпускника экономической или бизнес-специальности, окончившего зарубежный вуз, то он, вероятнее всего, с легкостью найдет себе достойную перспективную работу.

Наибольшей популярностью у поступающих за границу пользуются экономические специальности, а также обучение бизнесу. В среде бизнес образования особенно выделяются программы MBA (Master of Business Administration).

На втором месте по популярности – медицинские специальности. Тем, кто желает учиться за рубежом, известно, что работа врачей там оплачивается очень неплохо. Если есть желание получить за границей медицинскую специальность, то поступающим стоит остановить свой выбор на одном из учебных заведений Англии, Германии, Швеции, США или Канады – именно в этих странах можно получить медицинское образование хорошего уровня.

Третью позицию популярности занимают специальности туристической направленности, а также обучение гостиничному бизнесу.

Хотя, конечно же, полагаться при выборе будущей профессии только на ее популярность не стоит, главное – определиться, к какой из специальностей больше лежит душа [2].

Тем не менее, стоит отметить, что поступить в иностранный вуз все же не так просто. Естественно, потенциальный студент должен обладать базовыми знаниями профильных предметов, должен владеть языком страны, пусть даже не в совершенстве, но на приличном уровне. Помимо этого необходимо подготовить нужные документы. Обычно этот этап занимает больше всего времени и сил – чаще всего не меньше года (особенно, если самостоятельно заниматься этим). Так, например, нужно

предоставить сертификат на знание языка, для получения которого необходимо пройти языковой или академический тест. К пакету документов на поступление часто нужно приложить мотивационное письмо, в котором студент должен грамотно объяснить, почему он выбрал именно ту или иную программу обучения и зачем ему нужно обучение за рубежом [1].

Кроме того, важен для поступления в вузы аттестат успеваемости. Обычно чем выше средний бал, тем больше вероятность поступить. Для иностранных учебных заведений часто важны достижения студента в различных олимпиадах, научной деятельности и так далее. Одним словом, значение имеет все, что подчеркивает целеустремленность и заинтересованность в предмете.

Таким образом, студент должен понимать, что поступление в зарубежный вуз – это длительное оформление, предполагающее множество тонкостей. Поэтому некоторые, для того чтобы поступить, тратят несколько лет на подготовку.

Другая особенность иностранных вузов, отталкивающая некоторых желающих – это стоимость обучения. Конечно, стоимость образования во многом зависит от страны, которую выбрал студент для обучения. Так, например, стоимость учебы в Америке или Европе приемлема далеко не для всех, в то время как обучение в государственных учебных заведениях Германии, Швеции, Австрии обойдется гораздо дешевле.

Кроме того, многие берут во внимание только лишь затраты на оплату зарубежного обучения, и оказываются неподготовленными к дополнительным затратам. К ним, например, относятся дополнительные учебные расходы (оплата учебников, библиотеки и прочее), затраты на проживание, еду, проезд в транспорте, хотя они являются существенными. Есть, правда, студенческие общежития или дешевые гостиницы для студентов, но следует узнавать заранее об их наличии и стоимости проживания. Иногда часть затрат на жилье берут на себя сами ВУЗы, но затраты на еду и транспорт полностью лежат на самом студенте [5].

Однако это еще не все затраты. Существуют затраты на медицинскую страховку, а также затраты на проезд в страну и прочие личные затраты.

Необходимо также помнить о разнице в культурах и особенностях мировоззрения представителей разных стран. Возможно, некоторые действия жителей чужой страны будут непонятны студенту или не понравятся ему. К чужой стране еще нужно привыкнуть. Для многих сложно адаптироваться к новым условиям проживания, к чужому дому и улицам, часто это оказывает сильное моральное давление на студентов [3].

Таким образом, обучение за границей – это далеко непростая задача. Студент должен взвесить все «за» и «против», чтобы найти правильное решение, нужно ли ему обучение за границей.

Касаясь вопроса о качестве преподавания в зарубежных университетах, обратим внимание на мировых рейтингах университетов. Существует

3

наиболее влиятельных и широко известных международных рейтинга:

the Times Higher Education World University Rankings,

the QS World University Rankings и the Academic Ranking of World Universities.

The Times Higher Education World University Rankings – рейтинг университетов мира, который ежегодно издает журнал Times Higher Education. Данные для составления рейтинга предоставляются агентством Thomson Reuters. Оценка университетов происходит по 13 показателям, так что только при составлении этого рейтинга принимаются во внимание все основные задачи современного мирового университета: научно-исследовательскую работу, преподавание, передачу знаний и международную деятельность.

Согласно рейтингу за 2012 год, вузы США занимают ведущие позиции: среди первых 10 университетов американские заняли 7 мест, а среди 25 лучших – 20 мест, в первой сотне их 47. Далее за США следуют английские университеты: их в первой сотне 10; за Великобританией следуют Нидерланды – их 7, Австралия – 6, далее Германия с 4 университетами в первой сотне.

Что касается российских университетов, то мы не попали даже в первые две сотни лучших. Так, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова занял 201-225 место. Однако в сравнении с предыдущим годом, МГУ теперь значительно выше. В рейтинге 2011-2012 года университет занимал 276-300 место. Можно сделать вывод, что один из старейших и крупнейших классических университетов России набирает обороты [7].

Другой мировой рейтинг университетов – QS World University Rankings, его проводит британская компания Quacquarelli Symonds (QS), специализирующаяся на образовании и учебе за рубежом.

Согласно данному рейтингу (2012 г.), в первой десятке 6 американских и 4 английских университета, первое место вновь за Америкой. В первой сотне университеты США заняли 31 место, далее Великобритания – 18 мест, затем идет Австралия – 7 мест, Япония – 6 мест, Китай, Германия, Нидерланды и Швейцария – по 4 места.

В данном рейтинге выше оценка у российского университета – Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова занял 116 место [8].

Рейтинг The Academic Ranking of World Universities (ARWU), составляется в институте высшего образования Шанхайского университета Цзяо Тун и включает в себя основные высшие учебные заведения, ранжируемые в соответствии с определенной формулой

Первая десятка состоит из 8 американских и 2 британских университетов. Вузы Америки в данном рейтинге явно оцениваются выше других: в первой сотне 53 университета США, у Великобритании – 9 мест, у Австралии – 5, у Японии, Швейцарии, Канады, Германии – 4.

Данный рейтинг выше всех оценил российский университет – МГУ входит в первую сотню и занимает 80 место (2012 г.)[9].

Если изучить данные рейтингов за несколько лет, то можно видеть, что иностранные университеты прочно занимают свои позиции. Возможно, именно это привлекает российских студентов, желающих получить наиболее качественное и престижное образование.

Далее рассмотрим статистику. По последним данным, собранными ЮНЕСКО¹⁰, можно наблюдать следующую статистику: общее количество российских студентов, получающих высшее образование за рубежом составляет 49585 человек, что составляет 1,4% от общего количество мобильных студентов по всему миру.

Наиболее привлекательная для обучения страна – Германия: в ней учатся 10342 студента, далее по популярности следуют такие страны как: США (4784), Украина (3931), Франция (3822), Казахстан (3600 студентов), Великобритания (3159), Белоруссия (2543), Чехия (2297), Финляндия (1595), Армения (1175), Италия (1132). В указанных странах более тысячи российских студентов.

Что касается общего числа зарубежных учеников (в том числе и российских) в различных странах, то, по данным ЮНЕСКО, больше всего студентов привлекает высшее образование в Америке – 19% от общего числа учащихся, далее следует Великобритания (11%), Австралия (8%), Франция (7%), Германия (6%) и Япония (4%)[6].

Несмотря на то, что в Америке находятся самые интернациональные вузы и большинство студентов хотят учиться именно там, она же является и самой дорогой страной согласно данным, полученными швейцарским консалтинговым центром MEDELLE. Стоимость обучения в год для иностранцев колеблется от 20 до 30 тысяч долларов и значительно ниже для резидентов – 9 тысяч долларов. Средняя стоимость учебы в Великобритании, которая занимает второе по популярности место, равно 16150 долларов в год, для резидентов стоимость почти в 4 раза ниже – 4845 долларов. Обучение в Австралии (третье место в рейтинге) обойдется иностранным студентам ниже – от 15 до 20 тысяч долларов в год, для резидентов страны обучение стоит 10-15 тысяч долларов. Самое дешевое обучение в Германии и Франции – до 1000 долларов в год [7].

Не только рейтинги ставят университеты США на первые места, но и многие ученые считают, что лучшие университеты мира находятся именно в Америке. Тем не менее, в этой стране есть и слабые вузы. Если взять к

¹⁰ Организация Объединённых Наций по вопросам образования, науки и культуры.

примеру Великобритании, то все университеты приблизительно на одном уровне, за исключением наиболее выделяющихся среди них – Оксфордского и Кембриджского университетов. Следует знать, что во всех странах есть университеты частные и государственные. В США, Канаде, Австралии и Новой Зеландии именно частные университеты считаются наиболее престижными. Например, Йель, Гарвард, Стэнфорд являются частными учебными заведениями. В Европе же большинство университетов находятся в государственном секторе. Отсюда и заметная разница в оплате. Есть и такие высшие учебные заведения, которые готовы обучать иностранцев за относительно низкую цену, это университеты Германии, Франции, Австрии, Испании, Швейцарии, Чехии, Бельгии и некоторые другие, которые преподают на своем государственном языке.

Сегодня, в эпоху глобализации, высшее образование за рубежом дает российскому студенту большие возможности: перспективы стажировки и трудоустройства за границей, получение современных специальностей, изучение иностранных языков. Вместе с получением диплома иностранного вуза студент приобретает бесценный опыт обучения, общения и проживания в международной среде, что, несомненно, будет приносить пользу выпускнику на протяжении всей жизни. Главное – правильно оценить свои возможности, принять во внимание все нюансы и сделать выбор, так как каждая страна имеет свои особенности.

Кроме того, опыт совместной учебы со студентами из других стран ведет к пониманию иной культуры, особенностей чужого мышления, а также привносит широту восприятия и развивает навыки общения, тем самым в будущем будет обеспечен лучший контакт с иностранными партнерами. Диплом, выданный зарубежным вузом с высокой репутацией, способен стать пропуском в профессиональный мир, стартовой площадкой для международной карьеры.

Многие страны привлекают иностранных студентов в свои вузы, дружелюбная атмосфера позволяет чувствовать себя комфортно за границами родной страны. Для начала студент должен правильно выбрать именно страну, далее необходимо узнать точную информацию о конкретных университетах предпочтительной страны, о том, какие условия поступления они предлагают, и многое другое.

Использованные источники:

1. «Что дает высшее образование за рубежом и как его получить?», общественно-политическая газета «Трибуна-рт». Режим доступа: <http://www.tribuna.ru/publications/vysshee-obrazovanie-za-rubezhom.html>
2. «Образование за рубежом: престижно, эффективно, перспективно», языковая школа «Я». Режим доступа: <http://www.yaschool.ru/education/articles/obrazovanie-za-rubezhom-prestizhno-effektivno-perspektivno/>

3. «Цели обучения за границей», дистанционное обучение eTeach.ru. Режим доступа: <http://www.eteach.ru/articles/abroad/aim.htm>
4. «Образование за рубежом: Стоимость обучения за рубежом», образовательный портал YaStudent.ru. Режим доступа: <http://yastudent.ru/articles/2/0/2591.html>
5. Global Flow of Tertiary-Level Students, The UNESCO Institute for Statistics (UIS). Режим доступа: <http://www.uis.unesco.org/Education/Pages/international-student-flow-viz.aspx>
6. «Сколько стоит образование за рубежом?», MEDELLE, консалтинговый центр (Швейцария). Режим доступа: <http://www.education-medelle.com/articles/sravnenie-stoimosti-obucheniya-v-universitetakh-po-stranam.html>
7. Рейтингуниверситетов The Times Higher Education World University Rankings 2012. Режим доступа: <http://www.timeshighereducation.co.uk/world-university-rankings/2012-13/world-ranking>
8. Рейтингуниверситетов QS World University Rankings 2012. Режим доступа: <http://www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings/2012>
9. Рейтингуниверситетов The Academic Ranking of World Universities (ARWU) 2012. Режим доступа: <http://www.shanghairanking.com/ARWU2012.html>

*Щукин В.С.
студент
Жалнин М.В.
студент
НИУ ВШЭ
РФ, г.Пермь*

ОБЗОР ПРОБЛЕМЫ ТОГРОВЛИ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ ОРГАНАМИ

Не секрет, что испокон веков, люди заботятся о своём благополучии, заботятся о том, как бы им было лучше. Так в 20 и 21 веке получило широкое распространение торговля человеческими органами. Продаются органы, как живых людей, так и мёртвых. Для одних людей это шанс заработать, пусть и путём продажи важнейшего органа своего тела, тем самым подвергая себя смертельной опасности. Хотя для других людей это шанс продолжать жить и радоваться каждому новому дню. Этот вопрос, а именно проблема торговли человеческими органами, является достаточно неоднозначным, так как каждый из нас имеет своё мнение по этому поводу, равно как и отдельные страны, в большинстве из которых запрещён такой вид торговли.

Так называемым, исключением из правил, является такая страна как Иран. В этой стране разрешено легальная торговля человеческими почками. Именно торговля почками, а не другими органами человека

является наиболее популярной и распространённой во всём мире, так как у человека их две, в то время как большинство других органов у нас имеется в единичном экземпляре, и человек может пожертвовать одной ради жизни другого человека. Спрос на почки превышает спрос на какой-либо другой человеческий орган, так как почти каждый десятый взрослый человек имеет проблемы с почками. Сегодня существуют огромные очереди на пересадку почки, и многие люди умирают от почечной недостаточности в результате того, что просто-напросто не дождались своей очереди и не получили то, в чём они так нуждались. В данном случае спрос на почки превышает их предложение, откуда и образуются такое большое количество летальных исходов. Некоторые люди пытаются обойти такие очереди и покупают их нелегально. И таких нелегальных сделок очень много, так как в ситуациях, когда ты на волоске от смерти, тебе порой приходится идти на какие-нибудь жертвы и в том числе на преступление. Такие люди и являются добычей тех, кто хочет выручить за свою почку очень внушительную сумму. Они её и получают, в силу того, что покупатели находятся в такой ситуации отсутствия выбора. Точнее он есть - платить огромную сумму и продолжать жить или же не платить её и дожидаться смерти.

Примером этому может служить такая ситуация, когда человек выставил свою почку на продажу на eBay, назначив первоначальную цену 25 тыс. \$, а в итоге этот «товар» был снят с продажи, когда предлагаемая цена за него была 5 млн. долларов. Другой пример, когда знаменитый бейсболист Микки Мэнтл стал нуждаться в трансплантации печени вследствие практически ежедневного употребления алкоголя. Он прошел вне очереди, и печень была ему трансплантирована. Но он продолжил пить алкогольные напитки и вскоре скончался. Печень была потеряна. Эти примеры показывают, что зачастую борьбу за жизненно необходимый человеческий орган выигрывают люди, которые обладают большими объёмами денежных средств, наиболее высоким социальным статусом и авторитетом, а не люди критически нуждающиеся в нём.

Если взять ситуацию с аукционом на eBay и развернуть несколько в другое русло, то можно представить то, что есть возможность вместо того, чтобы выставлять почку на аукцион, человек мог бы отдать её в центр трансплантологии. То есть получается ситуация, при которой центр трансплантологии имеет на одну почку меньше и это значит, что обеспеченный человек получает почку, а кто-то другой нет. Это компромисс. Компромисс означает, что произошло перераспределение почки от бедного к богатому человеку. Вот почему экономику называют «the dismal science», потому что мы всегда указываем на компромиссы, с которыми предстоит столкнуться.

Многие люди задаются вопросом: «Почему нельзя легализовать торговлю человеческими органами?». Ведь покупатель и продавец

договариваются о цене за почку и эта сделка выгодна для обеих сторон. Так как покупатель получает жизнь, а продавец получает деньги за то, что он пожертвовал своей почкой и имеет риск умереть в том случае, если у него откажет единственная почка. Данная сделка является экономически эффективной в том смысле, что почка идет человеку, который ценит её чрезвычайно сильно. Данная логика является неправильной по двум причинам. Во-первых, хотя данный обмен выглядит свободным, он не является по-настоящему добровольным. На практике, продавцы почек состоят из обедневших людей, которые отчаянно нуждаются в деньгах, чтобы прокормить свои семьи или дать образование своим детям. Их решение о продаже своей почки нельзя действительно назвать свободным, так как это скорее для них принуждение, вызванное отчаянным положением. Во-вторых, люди по-разному оценивают хорошие вещи в жизни. Сделка является экономически эффективной, если обе стороны в итоге ощущают себя лучше. Но это может не учитывать возможность того, что один (или оба) из участников сделки могут оценить вещи, которыми они обмениваются неправильно.

Как бы то ни было, мы можем по-разному относиться к тому факту, что существует торговля человеческими органами. Одни считают, что это взаимовыгодная, экономически эффективная сделка для обеих её участников, так как одних это спасает от смерти, а других от бедности. Другие люди считают это заблуждением в силу определённых причин, описанных выше.

Конечно, трансплантация человеческих органов сегодня является одним из наиболее острых вопросов современного общества. В обсуждении данного вопроса люди прибегают, как к моральным принципам, так и к убеждениям об эффективности и рациональности использования торговли человеческими органами.

Безусловно, многие народности и их культуры, зачастую не приемлют трансплантацию органов, не говоря уж об их продаже. Однако, сегодня люди все чаще приходят к мнению, что такой метод имеет место в современном мире, поступаясь своими принципами и, возможно, религиозными соображениями. По нашему мнению, это естественная ситуация, однако она требует подробного рассмотрения и анализа, и как в следствие, подведение правильных итогов и наложение определенных рамок на трансплантацию и торговлю человеческими органами со стороны государства и других общественных структур.

Стоит принять во внимание очень важный факт – органы, предназначенные для трансплантации, являются крайне дефицитным товаром, но в то же время, он может быть востребован всеми слоями населения. Когда человек находится в шаге от смерти, и спасти его может лишь трансплантация того или иного органа, он становится равным среди всех остальных таких же страдающих людей. При этом о цене,

устанавливаемой рынком, не может быть и речи. Мы считаем, что в ситуации, когда речь идет о жизни человека, все должны быть в равных условиях, и бедный и богатый, каждый имеет право на жизнь в равной степени. Таким образом, различные махинации с ценой попросту неприемлемы, естественный отбор, в представлении «кто богаче, тот выживет» должен быть исключен.

Не смотря на это, сегодня огромное количество человеческих органов находится в продаже на черном рынке. И зачастую цены на тот или иной орган настолько завышены, что спасение жизни может позволить себе лишь пара, а то и один человек, нуждающийся в трансплантации. По нашему мнению, это одна из основных проблем в данной отрасли.

Многими странами на сегодняшний день приняты законы, запрещающие торговлю на рынках. Мы считаем, что это правильное решение. Однако не всегда такие ограничения спасают. В отрасли торговли человеческими органами также важно избежать коррупции. Печка, например, может быть продана по установленной цене, но для того, чтобы пройти вне очереди, богатый человек может позволить себе дать взятку уполномоченному человеку. Поэтому, необходимо, чтобы этим занимались добросовестные люди, знающие свое дело.

По нашему мнению, цена на органы должна быть фиксированной и складываться из следующих компонент. Во-первых, это компенсация донору, который пожертвовал своим органом ради спасения чужой жизни. В том случае, если органы трансплантируются из погибшего человека, компенсация должна передаваться его родственникам. Однако, возможна ситуация, когда у погибшего вовсе нет родных и близких. В таком случае, по нашему мнению, средства, выделенные на компенсацию, должны быть направлены в фонд, который как раз направлен на помощь тем, кто нуждается в том или ином органе. Таким образом, средства на трансплантацию органа могут получить и малообеспеченные люди, которые также имеют право на жизнь, хотя не могут себе позволить покупку необходимого органа. Во-вторых, в цену на трансплантацию органа должны быть включены издержки на операцию по пересадке, содержание пациента в клинике, а также на выплаты людям, обеспечивающим поддержание данной отрасли.

По нашему мнению, это наиболее гуманистический подход к торговле человеческими органами. Но это не единственное решение проблемы, которое может быть предложено. Необходимо также создавать вышеупомянутые фонды по поддержке нуждающихся в трансплантации органов людей. Никто не знает, как в дальнейшем сложится его судьба, быть может, однажды и ему будет необходима трансплантация. Небольшие пожертвования в такие страховые фонды, могут спасти жизнь не одного человека.

Как уже было сказано ранее, зачастую люди продают свои органы не по собственной воле, их приводит к этому нужда в деньгах и прочее. Но это не единственная проблема, связанная с принуждением продажи органов тому или иному человеку. История имеет ряд отрицательных моментов, когда человека принуждали к продаже органа насильно, а то и вовсе убивали его. Обычно, такие органы в итоге уходят на черный рынок, где реализуются по очень высокой цене. Поэтому, очень важно контролировать все, что связано с трансплантацией органов, и, к примеру, ввести запрет на проведение операций по пересадке «не узаконенных» специальными организациями органов.

Сегодня, торговля человеческими органами является одной из острейших проблем всего человечества. Мы стараемся избегать данной темы, но она, так или иначе, требует обсуждения и регулирования. Многие считают продажу органов негуманной деятельностью и являются сторонниками полного запрета пересадки органов или же сделать трансплантацию органов бесплатной. У данной проблемы имеется множество путей решения. И наиболее ярким примером этому может послужить развитие в медицинских и биологических науках: огромное количество ученых пытается «вырастить» органы идентичные человеческим искусственным путем. Кроме того, уже имеются определенные успехи на этом наиболее гуманном пути, однако, издержки все еще очень высоки и технология несовершенна. Но мы надеемся, что это одна из компонент нашей счастливой будущей жизни.

Юнусова А.Ф.

*студент специальности «Экономика и управление на
предприятии (в АП) » 3 курс*

Научный руководитель:

ст. преп. Латыпов А. А.

ФГБОУ ВПО «Башкирский ГАУ», г. Уфа

ПРОЦЕСС УПРАВЛЕНИЯ МУНИЦИПАЛЬНОГО ДОЛГА Г. УФЫ

Среди финансовых вопросов любого государства и муниципалитета вопрос государственного и муниципального долга является одним из главных.

Невозможно с точностью до 100 % предугадать, какие расходы понесет в предстоящем году государство или муниципалитет. И несмотря на то, что правительство принимает все меры для качественного планирования бюджета, зачастую возникают непредвиденные ситуации, которые требуют привлечения дополнительных финансовых ресурсов. Всё это и обуславливает актуальность выбранной темы.

Проанализируем процесс управления муниципальным долгом г. Уфы.

Бюджет г. Уфы испытывает финансовые трудности. Превышение расходов над доходами составляет 103,6 млн.р. [2]. Удалось сохранить кредитный рейтинг г. Уфы. Международное рейтинговое агентство «Standard&Poor's» подтвердило долгосрочный кредитный рейтинг г. Уфы «BB», прогноз – «стабильный»: рейтинг по национальной шкале «ruAA». Финансирование расходов бюджета производитель с учетом их оптимизации за счет сокращения неэффективных расходов и повышение качества муниципальных услуг. [3].

Рассмотрим бюджет города Уфы в табл. 1.

Таблица 1

Финансовая отчетность с 2008 г. по 1 полугодие 2013 г., тыс. р.

показатели	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.
доходы	11851,4	12492,7	14124	14940	16594	18675
расходы	11396,9	12036,4	13325	14886	16500	18485

Анализируя полученные данные, можно сделать вывод, что расходы превысили доходы на 74,15 млн. р., или на 0,6%.

По данным табл. 1 была составлена динамика исполнения бюджета г. Уфы.



Рис. 1. Динамика исполнения бюджета г. Уфы

Рассмотрим объем гарантированных обязательств, погашенных городом с 2006 по 2010 год.

Муниципальные гарантии и поручительства значительно расширяют возможности инвестиционного финансирования и способствует экономическому росту [1].

В 2012 году на заседании Совета городского округа город Уфа РБ был утвержден бюджет городского округа город Уфа на 2013 год и на плановый период 2014–2015 годов. Отличительная особенность бюджета заключается в том, что он разработан на три года.

В своем выступлении на заседании Совета заместитель главы Администрации городского округа город Уфа РБ – начальник Финансового управления ИлгизДиккатовичНасыртдинов отметил, что доходы бюджета города с учетом безвозмездных поступлений составят на 2013-2015 годы соответственно 14 млрд., 15 млрд. и 16 млрд. рублей.

Объем налоговых и неналоговых доходов бюджета на 2013 год прогнозируется в сумме 10 млрд. рублей, что выше уровня утвержденного бюджета 2012 года на 23 процента. В 2014-2015 годах объем собственных доходов запланирован соответственно в сумме 10 и 11 млрд. рублей, – сообщил ИлгизНасыртдинов.

ИлгизДиккатович рассказал подробно об основных источниках дохода городской казны, межбюджетных трансфертах из вышестоящих бюджетов, а также о статьях расходов трехлетнего бюджета.

Основными направлениями расходования бюджетных средств станут образование (7 млрд. в 2013 году и по 8 млрд. в 2014-2015 годах) и здравоохранение (927 млн., 842 млн. и 946 млн. в 2013, 2014, 2015 годах соответственно).

Параметры бюджета позволяют полностью обеспечить все действующие обязательства, сохранить уровень социальной поддержки граждан, – подчеркнул ИлгизНасыртдинов.

Подводя итог заседанию Совета, глава Администрации городского округа город Уфа РБ ИрекИшмухаметовичЯлалов отметил, что принято историческое решение для города – утвержден трехлетний бюджет.

С точки зрения Администрации города, которая будет исполнять бюджет, это крайне важное решение по одной простой причине – мы имеем возможность планомерно работать в течение трех лет. Бюджет позволит нам выстроить системную работу, – подчеркнул ИрекЯлалов [4].

Использованные источники:

1. Бабич, А. Н. Государственные и муниципальные финансы : учебник / А. Н. Бабич, Л. Н. Павлова. – М. : ЮНИТИ, 2007. – 23 с.
2. Пресс–релиз об использовании бюджета городского округа город Уфа Республики Башкортостан за 2009 год : стат. бюллетень. – Уфа :Башкортостанстат, 2010.
3. Рейтинговое агентство Standard&Poor's [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.sandp.ru> –10.05.2013.
4. Информационно-аналитическое управление - пресс-служба Администрации ГО г.Уфа[Электронный ресурс]. – URL: <http://ufacity.info/press/news/127507.html>– 10.05.2013.

Юрков А.Р.
студент специальности «ГМУ» группа 502
ФГБОУ ВПО Башкирский государственный аграрный
университет
Валиева А.Р., к.п.н, доцент кафедры государственного и
муниципального управления
Россия, Уфа

ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ АНТИТЕРРОРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Информационная технология представляет совокупность способов реализации информационных процессов в разных областях человеческой деятельности при производстве информационного продукта и в процессе принятия решений.

Инфраструктура ИТ состоит из следующих групп: Интернет; телекоммуникационная инфраструктура, включая спутниковую (космическую), радио и телекоммуникационные системы; встроенные работающие в режиме реального времени компьютеры. Каждая из них играет специфическую и весьма значительную роль в жизни государства и соответственно имеет разную уязвимость относительно террористических воздействий.

На данный момент терроризм превратился в одну из острейших проблем современности для всего мирового сообщества. Россия оказалась в числе стран, столкнувшихся с наиболее агрессивными его проявлениями.

Объектами террористических угроз стала, в том числе, транспортная инфраструктура страны. Это объясняется ее большой протяженностью и разнообразием транспортных объектов. В связи с этим возникает необходимость выстраивания единой системы современных организационных и технических мер обеспечения транспортной безопасности объектов транспортной инфраструктуры и транспортных средств Российской Федерации.[2]

Реформа Министерства внутренних дел Российской Федерации ознаменовала новый этап внедрения ИТ-технологий в повседневную деятельность органов внутренних дел. Теперь сотрудники органов внутренних дел обязаны при исполнении своих служебных обязанностях использовать достижения науки и техники, информационные системы, средства связи, а также современную информационно-телекоммуникационную инфраструктуру. В рамках реформирования Министерства в марте прошлого года был создан Департамент информационных технологий, связи и защиты информации МВД России.

9 февраля 2007 г. был принят Федеральный закон Российской Федерации № 16 ФЗ «О транспортной безопасности». Статьей 11 данного

закона предписывается создать Единую государственную информационную систему обеспечения транспортной безопасности (ЕГИС ОТБ). [5]

Основная область применения ЕГИС ОТБ — это информационное обеспечение, принятие решений по государственному управлению транспортной безопасностью на федеральном, ведомственном (региональном) и объектовом уровнях, в том числе направленных против совершения террористических актов на транспорте и инфраструктуре транспорта. [1]

ЕГИС ОТБ выполняет функции сбора, обработки, хранения информации и обеспечения информационного взаимодействия всех автоматизированных информационных систем (АИС), заинтересованных министерств и ведомств и, прежде всего, ФСБ и МВД. В состав ЕГИС ОТБ входит информация о базе персональных данных, база данных по сведениям об объектах транспортной инфраструктуры, база данных о мерах по обеспечению транспортной безопасности. [2]

Создана единая информационно-телекоммуникационная система (ЕИТКС), в которую заложены основы ведомственной инфраструктуры, и обеспечен базовый уровень технического оснащения подразделений органов внутренних дел Российской Федерации. В результате проведенных работ была создана интегрированная мультисервисная телекоммуникационная система органов внутренних дел, к которой подключены около 6,2 тысяч узлов связи подразделений системы МВД России (53,4 % от общего количества). Основной причиной принятия решения о создании ИСОД МВД России являлось отсутствие единых архитектурных решений и системного подхода к внедрению автоматизированных систем. Интегрированные системы обработки данных (ИСОД) МВД России представляет собой совокупность используемых в Министерстве автоматизированных систем обработки информации, программно-аппаратных комплексов и комплексов программно-технических средств, а также систем связи и передачи данных, необходимых для эффективного обеспечения служебной деятельности МВД России. В процессе создания Системы будут решены задачи автоматизации основных видов деятельности подразделений МВД России, организации централизованного хранения и обработки данных. [2]

ЕИС ЦОД (Единая информационная система Центра обработки данных). Для обеспечения требуемого уровня показателей надежности и доступности информационно-телекоммуникационных услуг ЕИС ЦОД создается на нескольких территориально удаленных площадках. В прошлом году было закуплено оборудование для центра обработки данных. На 2013 год намечено создание двух сегментов единой информационной системы централизованной обработки данных, один из

которых будет находиться на базе ФГУП «Гознак». Количество площадок может увеличиваться по мере развития Системы.

Техническая архитектура ЕИС ЦОД основывается как на существующих, уже апробированных технологиях, так и на перспективных. Она строится таким образом, чтобы развитие системы обеспечивалось путем замены устаревающих компонентов более современными без кардинальной перестройки всей ЕИС ЦОД.[1]

Если говорить о результате, то благодаря созданию ИСОД МВД России будет на более высокий уровень выведено информационно-аналитическое обеспечение деятельности МВД России за счет интеграции существующих разрозненных информационных систем, банков и баз данных и существенного сокращения времени поступления из первичных источников актуальной информации в режиме реального времени (Online).

Если мы хотим шагать в ногу со временем, то должны понимать, что доминирование одной технологии или стандарта, применяемого в Министерстве, могло иметь место в период существования исключительно аналоговых технологий.[1]

В рамках этой работы в 2011 году был принят на вооружение стандарт цифровой радио-связи DMR, а также система аналогово-цифровой радиосвязи с применением ведомственных соединений (на базе IP-технологий) «Форком», которая позволяет максимально усовершенствовать действующую систему связи без существенных финансовых затрат.

Система ГЛОНАСС выступает, как единый информационно-технологический протокол взаимодействия систем мониторинга транспорта, применяемого органами внутренних дел, налажено взаимодействие органов внутренних дел с внутренними войсками. В результате проведенной работы во всех регионах страны имеются транспортные средства, оснащенные бортовым оборудованием навигационно-мониторинговых систем органов внутренних дел.[3]

В последнее время Международной организацией гражданской авиации (ИКАО) наряду с традиционными средствами повышения безопасности полетов: системой предупреждения столкновений, системой сигнализации опасной близости земли, системой автоматического захода на посадку и категорированной посадки и ряда других — инициирована программа по разработке технических средств антитеррористической направленности.

В компьютер навигационно-пилотажного комплекса закладываются координаты запретных зон, при подлете к которым АСУ ВС перехватывает ручное управление и уводит самолет от опасных зон, вплоть до обеспечения вынужденной посадки. [4]

Биометрическая система — это система распознавания шаблона, которая устанавливает аутентичность конкретных физиологических или

поведенческих характеристик пользователя. Модуль регистрации отвечает за «обучение» системы идентифицировать конкретного человека или его функциональное состояние.

На этапе регистрации биометрические датчики снимают информативные признаки человека для того, чтобы создать цифровое представление. Специальный модуль обрабатывает это представление, с тем чтобы выделить характерные особенности и сгенерировать более компактное и выразительное представление, называемое шаблоном.

На этапе идентификации биометрический датчик снимает характеристики человека, идентификация которого проводится, и преобразует эти характеристики в тот же цифровой формат, в котором хранится шаблон. Эта база данных может быть централизованной или распределенной, когда шаблон каждого пользователя сохраняется на смарт-карте и передается пользователю.

Использованные источники:

1. Саломатина Е.С. Перспективы развития законодательства в сфере борьбы с кибертерроризмом [Текст]: учебное пособие / Е.С. Саломатина. - Закон и право. – 2010 г.
2. Петухов В.Б. Информационный дискурс терроризма в контексте художественной рефлексии [Текст]: учебник /В.Б. Петухов. - Изд. 2-е. М.: Изд-во ЛКИ. - 2010 г. - 208 с
3. Кочубей М.А. Антитеррор: комплексный подход. Информационное оружие в террористических акциях и локальных конфликтах[Текст]: Материалы конф. /М.А. Кочубей. - Антитеррорист, центр государств участников СНГ. – 2009 г. – 280 с.
4. Афонин, С.А. Современный терроризм и борьба с ним: социально-гуманитарные измерения [Текст]: учебное пособие / С.А. Афонин. - М.: МЦНМО, 2007 г.
5. Гаврилин, Ю.В. Современный терроризм: Сущность, типология, проблемы противодействия [Текст]: учебное пособие / Ю.В. Гаврилин, Л.В. Смирнов. - М: Книжный мир. – 2009 г.

Юшина М.С.

**(ВПИ (филиал) ГОУ ВПО Волгоградский государственный
технический университет)**

г. Волжский

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОДУКЦИИ КАК ОСНОВА ЭФФЕКТИВНОГО ПРОИЗВОДСТВА

В условиях современного рынка очень сложно добиться стабильного успеха в бизнесе, если не планировать его эффективное развитие, не аккумулировать постоянно информацию о собственных перспективах и возможностях, о состоянии целевых рынков, о положении на них

конкурентов и своей конкурентоспособности. Важно стремиться к качеству и конкурентоспособности производимой продукции.

Конкуренция является движущей силой развития общества, повышения качества товаров и уровня жизни населения. Состязание товаропроизводителей развивает экономику, так как прекращают деятельность не отвечающие требованиям рынка предприятия и остаются функционировать только наиболее конкурентоспособные.

Мало найдется экономических терминов, относительно которых разногласия носили бы столь выраженный характер, как по отношению к понятию «конкурентоспособность». Оно имеет различные толкования, как среди отечественных, так и среди зарубежных специалистов. Это свидетельствует, с одной стороны, о чрезвычайной важности и сложности проблемы, а с другой стороны - о незавершенности её методологической проработки и необходимости дальнейших исследований.

В современной экономике все чаще термин «конкурентоспособность» используется для определения категорий разного уровня: конкурентоспособности товара, фирмы, отрасли национальной экономики, государства.

До начала 90-х гг. прошлого столетия в отечественной науке можно выделить два основных направления исследования конкурентоспособности продукции:

- 1) научные исследования и разработка практических приложений по оценке конкурентоспособности экспортной продукции (М.А. Татьянченко, Р.М. Тихонов, и др.);
- 2) обеспечение конкурентоспособности через разработку научных и методологических основ систем управления качеством и техническим уровнем продукции (В.В. Бойцов, А.В. Гличев, и др.).

Конкурентоспособность товара — способность отвечать требованиям конкурентного рынка, запросам покупателей в сравнении с другими аналогичными товарами, представленными на рынке. Она определяется, с одной стороны, качеством товара, его техническим уровнем, потребительскими свойствами, с другой стороны - ценами, устанавливаемыми продавцами товаров. Кроме того, на конкурентоспособность влияют мода, продажный и послепродажный сервис, реклама, имидж производителя, ситуация на рынке, колебания спроса [1, с. 37].

В общем виде, эмпирическая формула конкурентоспособности товара имеет вид:

конкурентоспособность = качество + цена + обслуживание.

У разных авторов в определениях конкурентоспособности по значимости лидируют качество, полезность, соотношение «цена - качество», привлекательность, способность к реализации, умение выдерживать конкуренцию.

На наш взгляд, конкурентоспособность — комплексный показатель товара, результат работы всех элементов маркетинга, обеспечивающий конкурентное преимущество на рынке.

Конкурентоспособность продукции тесно привязана к конкретному рынку (внутреннему, региональному, общенациональному, международному и т.д.) и требованиям строго определенных групп потребителей. Так, чрезмерная погоня за «излишним» качеством может сделать товар недостижимым для тех групп потребителей, для которых он предназначен и, следовательно, не обеспечит ему «необходимый» уровень конкурентоспособности. В ряде случаев для успешной реализации товар может не иметь самый высокий технический уровень. С другой стороны, на практике нередки случаи, когда изделие, отвечающее с технической точки зрения мировым стандартам, не находит активного сбыта на конкретном рынке, т.е. не имеет должной конкурентоспособности.

Таким образом, анализируя определения конкурентоспособности товара, можно выделить следующие характеристики этого понятия:

- 1) мера привлекательности для потребителя;
- 2) оценка с помощью качественных и ценовых параметров;
- 3) динамичный характер;
- 4) формирование на всех стадиях жизненного цикла товара.

Конкурентоспособность товара - это комплексная характеристика товара, определяющая его предпочтение на рынке по сравнению с продуктами-конкурентами как по степени соответствия конкретной общественной потребности, так и по затратам на её удовлетворение [2, с.70].

Успех конкретного товара на рынке означает предпочтение покупателя, отданное предприятию-производителю этого товара в условиях широкого предложения товаров-аналогов конкурентами (другими производителями). В условиях рынка каждый покупатель всегда приобретает тот товар, который в большей мере удовлетворяет его потребности. Совокупность покупателей, отдавших предпочтение товару конкретного производителя, является объективной оценкой (характеристикой) удовлетворения общественной потребности этим товаром по сравнению с другими производителями. Таким образом, конкурентоспособность товара (услуги) характеризует и конкурентоспособность предприятия-производителя.

Можно выделить следующие этапы оценки конкурентоспособности товара:

- 1) Маркетинговые исследования рынка;
- 2) Выбор показателей для оценки конкурентоспособности;
- 3) Выбор базового образца;
- 4) Сравнение показателей.

Повышение конкурентоспособности любого объекта – эволюционный процесс, обусловленный невозможностью принятия эффективных управленческих решений только на основе предшествующего опыта или его экстраполяции, требующий создания специфических моделей и механизмов мобилизации научно-технического, производственно-технологического, финансово-экономического, социального и организационного потенциалов предприятий.

Для выбора эффективной конкурентной стратегии бизнеса рассмотрение конкурентоспособности товара является важнейшим аспектом.

Управление конкурентоспособностью товара не является самоцелью, а служит эффективным средством решения поставленных задач, таких как закрепление или расширение определенного рыночного сегмента, определяющего в конечном итоге величину полученной прибыли и эффективность производственной и коммерческой деятельности предприятия и др.

Использованные источники:

- 1) Оковкина О. Н. Пути повышения конкурентоспособности [Текст] // Экономический журнал. - 2010. - №3. С. 37 - 42
- 2) Парахин К. А. Анализ понятия «конкурентоспособность» [Текст] // Сборник научных трудов СевКавГТУ. - Серия «Экономика». - 2007. - №5. - С. 65-70
- 3) Черников А. В. Планирование развития конкурентоспособности предприятия [Текст] // Вестник Московского университета. - «Экономика». - 2007. - №3. - С. 57-66

*Яковлев М.В. кандидат политических наук доцент,
Копылова Т.В.
студент
Фазлиева О.А.
студент*

*ФГБОУ ВПО Башкирский государственный аграрный
университет
г. Уфа*

НЕДОСТАТОЧНАЯ КООРДИНАЦИЯ МЕЖДУ ВСЕМИ АВАРИЙНО-СПАСАТЕЛЬНЫМИ И МЕДИЦИНСКИМИ ФОРМИРОВАНИЯМИ ДЛЯ ЛИКВИДАЦИИ ЧРЕЗВЫЧАЙНЫХ СИТУАЦИЙ

В Республике Башкортостан сохраняется высокий уровень чрезвычайных ситуаций (ЧС) техногенного характера, в котором растет количество пострадавших. Решением этой проблемы занимаются различные ведомства, которые зачастую мало связаны друг с другом. Улучшение координации между всеми аварийно-спасательными и

медицинскими формированиями для ликвидации чрезвычайных ситуаций становится весьма актуальной проблемой, особенно на локальном уровне.

В связи с этим, перед исследователями встает задача разработки единой координационной межведомственной стратегии в ликвидации ЧС на локальном уровне, в новых условиях.

В данной статье проблема координации между всеми аварийно-спасательными формированиями в ликвидации ЧС анализируется на материалах Центра медицины катастроф, как один из элементов в системе организаций, ответственных за ликвидацию ЧС.

Основным Центром ликвидации медико-санитарных последствий ЧС в Республике Башкортостан - Служба медицины катастроф РБ.

Служба медицины катастроф Республики Башкортостан (СМК РБ, далее – Служба) входит во Всероссийскую службу медицины катастроф (далее – ВСМК) в составе Приволжского регионального центра медицины катастроф (РЦМК) и выполняет свои задачи при непосредственном взаимодействии с Главным управлением МЧС России по Республике Башкортостан, Территориальным управлением по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Республике Башкортостан (далее – ТУ Роспотребнадзора), органами управления здравоохранением районов и городов Республики Башкортостан и другими заинтересованными министерствами и ведомствами РБ[3].

Рабочим органом службы медицины катастроф является Государственное казенное учреждение здравоохранения - Центр медицины катастроф Республики Башкортостан (ГКУЗ ЦМК РБ, далее – Центр), выполняющий функции организационно – методического, распорядительно-координирующего и информативно-аналитического центра по предупреждению и ликвидации медико-санитарных последствий, медико-санитарного обеспечения населения Республики Башкортостан при ЧС.

По результатам проведенного нами интервью с сотрудниками ГКУЗ ЦМК РБ, мы выявили следующие ключевые проблемы:

1. Отсутствуют единые критерии учета пострадавших и нанесенный материальный ущерб (Так пострадавшие и умершие в результате ЧС фиксируются только Службой медицины катастроф, остальные министерства фиксируют данных лиц только на месте ЧС, при этом данные разных служб не согласовываются и не обобщаются в единую базу данных) [1];

2. Отсутствует программа межведомственной координации в ликвидации последствий ЧС локальных масштабов;

3. Связь между аварийно-спасательными формированиями, участвующими в ликвидации ЧС налажена на недостаточном уровне;

4. Нет единого руководящего центра для ликвидации ЧС, именно локального масштаба.

5. Не имеются достаточные технические средства для ликвидации ЧС в трудно доступных местах.

В этом интервью большая часть наших собеседников акцентировали внимание на тесную координацию и единый подход в целях ликвидации последствий ЧС.

Согласно данным ГКУЗ ЦМК РБ:

В Республике Башкортостан в связи с развитием технических средств и транспорта постоянно растет число ЧС. Основную роль в этих происшествиях занимает ЧС техногенного характера. Так Службой медицины катастроф принято участие в ликвидации последствий 198 ЧС (в 2011 г. – 188 ЧС) техногенного характера. При ЧС за 2012 года пострадали 856 человек (2011 г. – 906), из них погибли 372 человек (2011 г. – 312 человек).

По нашему мнению, одним из способов содействия решению проблемы снижения смертности в различных чрезвычайных ситуациях могла бы стать «Единая координационная межведомственная стратегия» в ликвидации последствий ЧС локальных масштабов.

«Единая координационная межведомственная стратегия» представляет собой координационную стратегию принимающую участие в ликвидации ЧС локального масштаба.

Целью этой стратегии является единый подход всех аварийно-спасательных формирований в целях локализации и ликвидации возможных и возникающих ЧС на территории республики.

Мы предлагаем включить в эту стратегию следующие компоненты:

- руководствоваться едиными критериями ЧС, установленными Постановлением Правительства РФ от 21 мая 2007 г. № 304 «О классификации чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера».

Пример: а) чрезвычайную ситуацию локального характера, в результате которой территория, на которой сложилась чрезвычайная ситуация и нарушены условия жизнедеятельности людей (далее - зона чрезвычайной ситуации), не выходит за пределы территории объекта, при этом количество людей, погибших или получивших ущерб здоровью (далее - количество пострадавших), составляет не более 10 человек либо размер ущерба окружающей природной среде и материальных потерь (далее - размер материального ущерба) составляет не более 100 тыс. рублей [1].

Может быть, данные критерии не используются в связи с тем, что они устарели, стали неэффективными. Тогда в этом случае нужно пересмотреть их, подкорректировать и оповестить все аварийно-спасательные формирования о них.

- Все планы по ликвидации ЧС должны быть согласованы со всеми заинтересованными сторонами и учитывать взаимодействие всех аварийно-

спасательных формирований в целях минимизации материальных и людских потерь. Данные планы должны быть согласованы и утверждены Правительственной комиссией РБ.

- Необходима четкая и устойчивая связь между всеми аварийно-спасательными формированиями. Для этого нужно оснастить все формирования современными средствами связи, например, такими как спутниковая, режим видеоконференций и другими.

- Требуется, чтобы ликвидацией последствий организовал один руководящий орган, наделенный всеми полномочиями и назначенный Правительством РБ, лучше чтобы это было первое аварийно-спасательное формирование, прибывшее на место локального ЧС.

- Оснащение всех аварийно-спасательных формирований техническими средствами высокой проходимости в том числе и авиационным транспортом. (как пример трагедии в Улу-Теляке)

Мы считаем, что именно внедрение «Единой координационной межведомственной стратегии» позволит всем аварийно-спасательным формированиям республики оперативно и четко реагировать на все возникшие ЧС и не только снизить материальный ущерб экономики республики, но и самое главное уменьшить число пострадавших, снизить тяжесть полученных травм и сохранить жизни пострадавших.

Использованные источники:

1. Постановление Правительства РФ от 21 мая 2007 г. № 304 «О классификации чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера»
2. Закон РБ «О защите населения и территории от ЧС природного и техногенного характера» от 14.03.1996 № 26-з (с изменениями и дополнениями)
3. Приказ от 23.03.2000 г. № 185-Д. «О службе медицины катастроф РБ»
4. ВЦМК защиты [Электронный ресурс] URL: <http://www.vcmk.ru> (дата обращения: 19.03.13г.)

Ямалетдинова А.Ф.

студент

**ФГБОУ ВПО «Башкирский государственный
аграрный университет»**

Россия, г.Уфа

СХОДСТВА И РАЗЛИЧИЯ ТОВАРИЩЕСТВ НА ВЕРЕ В РАЗЛИЧНЫХ СТРАНАХ МИРА

В России имеется два вида товарищества. Первый вид товарищества – полное. ГК РФ признает полным такое товарищество, участники которого (полные товарищи) в соответствии с договором занимаются предпринимательской деятельностью от имени товарищества и солидарно несут по его обязательствам субсидиарную ответственность.

Второй вид товариществ — командитное (товарищество на вере) — отличается от полного тем, что, наряду с полными товарищами, в его состав входят участники-вкладчики (командитисты), которые несут риск убытков в связи с деятельностью товарищества в пределах сумм внесенных ими вкладов.

Основные принципы образования и функционирования здесь те же, что у полного товарищества: это относится и к складочному капиталу, и к положению полных товарищей. ГК РФ вводит вполне понятный запрет какому-либо лицу являться полным товарищем более чем в одном командитном или полном товариществе. Учредительный договор подписывается полными товарищами и содержит все те же сведения, что и в полном товариществе, а также данные о совокупном размере вкладов командитистов. Порядок управления также полностью аналогичен принятому в полном товариществе. Командитисты не имеют права каким-либо образом вмешиваться в действия полных товарищей по управлению и ведению дел товарищества, хотя могут по доверенности выступать от его имени.

Единственная обязанность командитиста — внести свой вклад в складочный капитал. Это обеспечивает ему право на получение части прибыли, соответствующей его доле в складочном капитале, а также на ознакомление с годовыми отчетами и балансами. Командитисты имеют практически неограниченное право на выход из товарищества; порядок выхода и получения пая должны предусматриваться учредительным договором. Они могут независимо от согласия других участников передать свою долю в складочном капитале или ее часть другому командитисту или третьему лицу, причем участники товарищества имеют преимущественное право покупки. Наконец, в случае ликвидации товарищества командитисты получают свои вклады из имущества, оставшегося после удовлетворения требований кредиторов, в первую очередь (полные товарищи участвуют в распределении лишь имущества, оставшегося после этого, пропорционально их долям в складочном капитале, наравне с вкладчиками).

Ликвидация командитного товарищества происходит по всем основаниям ликвидации полного товарищества (но в данном случае сохранение в его составе хотя бы одного полного товарища и одного вкладчика образует достаточное условие для продолжения деятельности). Дополнительным основанием является выбытие всех вкладчиков (в данной ситуации допускается возможность преобразования командитного товарищества в полное).

Сопоставление изложенных положений с зарубежной практикой показывает наличие как существенного сходства, так и определенных различий.

Так, немецкое законодательство содержит запрет участникам полного товарищества на конкуренцию: нельзя без согласия других участников учреждать предприятия той же отрасли или участвовать в их деятельности; исключается также их участие в других товариществах в качестве полных товарищей. Участники обязаны осуществлять управление товариществом в соответствии с учредительным договором. Они имеют право доступа к бухгалтерской документации товарищества. В случае ликвидации товарищества его участники имеют право на часть ликвидационной стоимости, пропорциональную их долям в капитале.

Схожим образом в Германии происходит распределение прибыли и убытков в командитном товариществе, но с учетом разной степени ответственности его участников. Прибыль до 4% распределяется, как и в полном товариществе, между всеми участниками пропорционально вложенным капиталам; прибыль сверх этой величины делится между полными товарищами и командитистами в согласованной пропорции, отражающей более высокую ответственность полных товарищей по сравнению с командитистами и их роль в извлечении повышенной прибыли. Командитисты также участвуют в убытках товарищества пропорционально согласованной доле до величины своего вклада.

Существенной особенностью положения командитистов в Германии является предоставленное им право выдвигать возражения против совершения товариществом необычных, с их точки зрения, сделок. Они имеют право не только знакомиться с годовым балансом товарищества и его счетом прибылей и убытков, но и осуществлять их проверку по бухгалтерским книгам и расшифровкам.

По окончании операционного года командитист имеет право выйти из товарищества, предупредив о своем намерении не менее чем за 6 месяцев; аналогичным образом реализуется право выхода полных товарищей — как в командитном, так и в полном товариществах (напомним, что ГК РФ не регулирует величину такого срока для командитистов, а в отношении полных товарищей установлен тот же срок — 6 месяцев, но не до окончания операционного года, а до фактического выхода из товарищества).

Очевидно также сходство многих положений ГК РФ о товариществах с французским законодательством.

Во Франции права участника полного товарищества могут быть переданы третьему лицу только с согласия других участников. Выход из товарищества или смерть любого участника (ликвидация участника — юридического лица) влечет за собой роспуск полного товарищества, если иное не оговорено учредительными документами. Все участники товарищества являются управляющими (хотя необязательно все управляющие являются участниками). Интересно, что полные товарищества не являются плательщиками налога на прибыль (прибыль, как

и убытки, распределяется между участниками в предусмотренной уставом пропорции до уплаты налога), сохраняя при этом статус юридического лица.

Вместе с тем, налицо достаточно серьезные отличия французской практики от российской; одно из важнейших — наличие двух типов коммандитных товариществ. В наибольшей степени нашему товариществу на вере соответствует простое коммандитное товарищество, где доли, как и в полном, нельзя передавать третьим лицам без согласия всех участников. Кроме того, предусмотрена форматоварищества на паях, выпускающего соответствующие долям участников ценные бумаги, которые можно продавать без такого согласия.

*Ямалтдинова Э.Ф.
студент 5 курса*

*Баширского Государственного Аграрного Университета
г. Уфа, Россия*

ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Финансовое состояние предприятия представляет собой экономическую категорию, отражающую состояние капитала в процессе его кругооборота и способность субъекта хозяйствования к саморазвитию на фиксированный момент времени. Финансовое состояние предприятия характеризуется обеспеченностью финансовыми ресурсами, необходимыми для нормального функционирования предприятия, целесообразностью их размещения и эффективностью использования, финансовыми взаимоотношениями с другими юридическими и физическими лицами, платежеспособностью и финансовой устойчивостью.

Финансовое состояние зависит от всех сторон деятельности предприятия:

выполнения производственных планов;

- снижения себестоимости продукции и увеличения прибыли;
- роста эффективности производства;
- улучшения взаимосвязей с поставщиками сырья и материалов, покупателями продукции, совершенствования процессов реализации и расчетов.

Основная задача анализа финансового состояния заключается в своевременном выявлении и устранении недостатков финансовой деятельности и нахождении резервов улучшения финансового состояния предприятия и его платежеспособности.

Музалев С.В. считает, что анализ финансового состояния предприятия в целом представляет собой процесс оценки прошлого и текущего финансового положения и результатов деятельности организации.

А.Д. Шеремет и М.И. Баканов отмечают, что финансовое состояние характеризует размещение и использование средств предприятия. Оно обусловлено степенью выполнения финансового плана и мерой пополнения собственных средств за счет прибыли и других источников, а также скоростью оборота производственных фондов и особенно оборотных средств. По мнению этих авторов, финансовое состояние проявляется в платежеспособности предприятий, в способности вовремя удовлетворять платежные требования поставщиков техники и материалов в соответствии с хозяйственными договорами, возвращать кредиты, выплачивать заработную плату рабочим и служащим, вносить платежи в бюджет.

Исходя из содержания определения финансового состояния, данного М.И. Бакановым и А.Д. Шереметом, можно сделать следующий основополагающий вывод о том, что финансовое состояние предприятия выражается в следующем:

- рациональности структуры активов и пассивов, то есть имущества предприятия и их источников;
- эффективности использования имущества и рентабельности продукции;
- степени его финансовой устойчивости;
- уровня ликвидности и платежеспособности предприятия.

Позицию, почти полностью совпадающую названными выше авторами, занимает О.В. Ефимова, хотя она и не дает определения сущности финансового состояния и финансовой устойчивости это видно из содержания ее работы [4].

Несколько иную позицию по раскрытию сущности финансового состояния предприятия, финансовой устойчивости и взаимосвязи между ними занимает Г.В. Савицкая. Она справедливо пишет, что финансовое состояние предприятия – это экономическая категория, отражающая состояние капитала в процессе его кругооборота и способность субъекта хозяйствования к саморазвитию на фиксированный момент времени. Затем Г.В. Савицкая отмечает, что финансовое состояние может быть устойчивым, неустойчивым (предкризисным) и кризисным. Наряду с этим подчеркивается, что финансовое состояние предприятия, его устойчивость и стабильность зависят от результатов его производственной и коммерческой деятельности. Изложенный подход, по существу, совпадает с характеристикой финансового состояния, его устойчивости и взаимосвязи между ними, которую дают указанные выше авторы [2].

Следует подчеркнуть, что ряд ученых экономистов, например М.Н. Крейнина, В.В. Ковалев, разделяют подход А.Д. Шеремета, М.И. Баканова и Е.В. Негашева к раскрытию сущности финансового состояния предприятия, его устойчивости и взаимосвязи между ними. Например, М.Н. Крейнина отмечает, что финансовое состояние является важнейшей

характеристикой экономической деятельности предприятия, определяющей конкурентоспособность предприятия, его потенциал в деловом сотрудничестве, с его помощью оценивается, в какой степени гарантированы экономические интересы самого предприятия и его партнеров по финансовым и другим отношениям. М.Н. Крейнина считает, что финансовое состояние это система показателей, отражающих наличие, размещение и использование финансовых ресурсов.

Более последовательную позицию по этому вопросу занимает В.В. Ковалев. По его мнению, финансовое состояние характеризуется имущественным и финансовым положением предприятия, результатами его хозяйственной деятельности, а также возможностями дальнейшего развития. Вместе с тем он рассматривает оценку финансовой устойчивости предприятия как составную часть оценки финансового состояния предприятия [4].

Исходя из изложенного выше, можно сделать вывод, что указанные авторы стоят на позиции, что финансовое состояние является более широким понятием, чем финансовая устойчивость, а финансовая устойчивость выступает одной из составных частей характеристики финансового состояния предприятия. К сожалению, необходимо отметить, что не все авторы занимают столь четкую позицию по указанным вопросам.

Финансовое состояние – это экономическая категория, отражающая структуру собственного и заемного капитала и структуру его размещения между различными видами имущества, а также эффективность их использования, платежеспособность, финансовую устойчивость и инвестиционную привлекательность предприятия и его способность к саморазвитию.

Например, М.С. Абрютин и А.В. Грачев сводят сущность финансовой устойчивости к платежеспособности предприятия и не исследуют взаимосвязь между финансовым состоянием и финансовой устойчивостью. По их мнению, «финансовая устойчивость предприятия есть не что иное, как надежно гарантированная платежеспособность, независимость от случайностей рыночной конъюнктуры и поведения партнеров».

Маншеева Л.Н. считает, что под финансовым состоянием понимается способность предприятия финансировать свою деятельность. Оно характеризуется обеспеченностью финансовыми ресурсами, необходимыми для нормального функционирования предприятия, целесообразностью их размещения и эффективностью использования, финансовыми взаимоотношениями с другими юридическими и физическими лицами, платежеспособностью и финансовой устойчивостью.

И.Т. Балабанов выделяет следующие виды анализа финансового состояния предприятия: анализ доходности (рентабельности), анализ

финансовой устойчивости, анализ кредитоспособности, анализ использования капитала, анализ уровня самофинансирования, анализ валютной самоокупаемости.

Макарьева В.И. утверждает, что финансовое состояние предприятия характеризуется совокупностью показателей, отражающих процесс формирования и использования его финансовых средств. В рыночной экономике финансовое состояние предприятия отражает конечные результаты его деятельности.

По мнению М.Я. Демьяненко «финансовое состояние предприятия – это комплексное понятие, которое отображает качественную сторону его производственной и финансовой деятельности и является результатом реализации всех элементов внешних и внутренних финансовых отношений предприятия. Оно характеризуется системой показателей, которые отображают состояние капитала в процессе его кругооборота, способность рассчитываться за своими обязательствами и обеспечивать эффективное финансирование своей производственной деятельности на определенный момент времени». В учебном пособии «Финансово-экономический анализ деятельности предприятия».

М.Я. Коробов отмечает, что «финансовое состояние предприятия – это сложная, интегрированная по многим показателям характеристика качества его деятельности. Финансовое состояние предприятия можно определить как меру обеспеченности предприятия необходимыми финансовыми ресурсами и степень рациональности их размещения для осуществления эффективной хозяйственной деятельности и своевременных денежных расчетов по своим обязательствам».

Проанализировав и обобщив все подходы, Билык М.Д. предложил такую трактовку: финансовое состояние предприятия – это реальная (на фиксированный момент времени) и потенциальная финансовая способность предприятия обеспечить определенный уровень финансирования текущей деятельности, саморазвития и погашение обязательств перед предприятиями и государством. Количественно он измеряется системой показателей, на основании которых осуществляется его оценка. Если предприятие, как правило, осуществляет оценку своего финансового состояния с целью выявления резервов повышения ликвидности, платежеспособности и прибыльности, разработки прогнозов финансового состояния на перспективу или его оздоровления, то кредиторы и инвесторы оценивают финансовое состояние с целью минимизации своих рисков [5].

Авторы Н.А. Русак и В.А. Русак пишут, что финансовое состояние – это способность предприятия финансировать свою деятельность, характеризующаяся обеспеченностью финансовыми ресурсами, необходимыми для нормальной производственной, коммерческой и других видов деятельности, целесообразностью и эффективностью их размещения

и использования, финансовыми взаимоотношениями с другими субъектами хозяйствования, платежеспособностью и финансовой устойчивостью.

По мнению А.Н. Гаврилова и А.А. Попова, финансовое состояние представляет собой результат системы отношений, возникающих в процессе кругооборота средств субъекта хозяйствования, а также источников этих средств, характеризующий на определенную дату наличие различных активов, размеры обязательств, способность субъекта хозяйствования функционировать и развиваться в изменяющейся внешней среде, текущую и будущую возможность удовлетворять требования кредиторов, а также его инвестиционную привлекательность [1].

Н.П. Любушкиным под финансовым состоянием понимается способность предприятия финансировать свою деятельность.

По мнению И.Т. Балабанова, В.Г. Артеменко и М.В. Беллендира, финансовое состояние хозяйствующего субъекта – это характеристика финансовой конкурентоспособности предприятия, платежеспособности, кредитоспособности, использования финансовых ресурсов и капитала, выполнения обязательств перед государством и другими хозяйствующими субъектами [3].

Таким образом, анализ финансового состояния предприятия – это процесс, при помощи которого мы оцениваем прошлое и текущее финансовое положение и результаты деятельности организации. Однако при этом главной целью является оценка финансово – хозяйственной деятельности нашей организации относительно будущих условий существования.

Использованные источники:

1. Анохина, О.В. Ценность бухгалтерского баланса и отчета о прибылях и убытках при анализе финансового состояния сельскохозяйственных организаций [Текст] / О.В. Анохина // Бухучет в сельском хозяйстве. – 2012. – №5.
2. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий АПК [Текст]: учебник/ Г. В. Савицкая. – 2-е изд., испр. – Мн.: Новое знание, 2010г.
3. Телегина, Ж.А. Анализ деловой активности сельскохозяйственных организаций [Текст] / Ж.А. Телегина // Бухучет в сельском хозяйстве. – 2012г.
4. Уваров, В.С. Финансовое состояние как информационная основа для построения системы мониторинга экономических показателей предприятия [Текст] / В.С. Уваров // Экономика и управление. – 2010г.
5. Шихавцова, А.И. Анализ финансовых показателей деятельности предприятия [Текст] / А.И. Шихавцова // Экономика и управление. – 2012г.

Ясинская Ю.А.

бакалавр

бухгалтер

Казахстан, Костанай

НЕОБХОДИМОСТЬ ПЕРЕОЦЕНКИ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ

Основные средства — Это материальные активы, которые предприятие

содержит с целью использования их в процессе производства или поставки товаров, предоставления услуг, сдачи в аренду другим лицам или для осуществления административных и социально-культурных функций.

По мере износа, стоимость основных средств уменьшается и переносится на себестоимость с помощью амортизации.

Неравномерная динамика рыночных цен на отдельные элементы основных фондов приводит к искаженному представлению о реальной стоимости уже действующих основных фондов, это приводит к недостоверному определению суммы амортизационных отчислений, себестоимости товаров или услуг, рентабельности, налогооблагаемой базы. Особенно резко это проявляется в периоды, когда наблюдаются высокие темпы инфляции. Для того, чтобы этого избежать производится переоценка основных средств, но, хотелось бы отметить, что проведение переоценки

объектов основных средств является правом, а не обязанностью организаций. Проведение переоценки основных средств носит добровольный характер. Если же организация, однажды решила провести переоценку, то в дальнейшем регулярное проведение переоценки становится обязательным и переоцениваться могут только объекты основных средств, принадлежащие организации на праве собственности. При этом, своевременная переоценка основных средств предприятия является крайне важной процедурой.

Переоценка основных средств - это регулярно проводимая переоценка основных фондов с целью приведения их фактически сложившейся стоимости к ее реальному рыночному уровню.

Предметом переоценки основных фондов являются: здания, сооружения, оборудование, измерительные и регулирующие приборы и устройства, вычислительная техника, производственный и хозяйственный инвентарь, другие виды основных фондов, которые действуют, находятся на консервации, в резерве, подготовлены к списанию, но не оформленные в установленном порядке соответствующими актами, незавершенное строительство.

На практике переоценка основных средств может быть использована:

- при формировании финансового анализа для уточнения себестоимости продукции и ее цены;
- для определения реальной рыночной стоимости основного средства;

- при привлечении инвестиций;
- при планируемом увеличении уставного капитала.

Недооценка основных средств искажает финансовые показатели предприятия, ограничивает потребность в инвестициях на обновление основных фондов предприятия.

Переоценка производится путем пересчета первоначальной стоимости или текущей (восстановительной) стоимости, если данный объект переоценивался ранее, и суммы амортизации, начисленной за все время использования объекта.

Выделяют два метода переоценки основных средств:

1. Метод прямой оценки состоит в пересчете стоимости отдельных элементов основных фондов по документально подтвержденным рыночным ценам на новые объекты, аналогичные оцениваемым (на 1 января соответствующего года). Для подтверждения используемых цен могут быть привлечены: данные оценок на аналогичную продукцию, полученные в письменной форме от изготовителей; сведения об уровне цен, имеющиеся у органов государственной статистики, торговых инспекций и др.; сведения об уровне цен, опубликованные СМИ и в специальной литературе; экспертные заключения.

2. Метод индексной оценки состоит в индексации отдельных объектов основных фондов с применением индивидуальных индексов стоимости основных фондов.

Процедура переоценки проводится в три этапа:

- Установление стоимости основных активов предприятия - проводится сопоставление их с заявленной стоимостью идентичных компонентов. Действительной стоимостью считается та, которая была принята на первый день года, следующего за отчетным.

- Проведение инвентаризации и переоценки основных средств в валюте того предприятия, которое непосредственно оценивается.

- Индексация активов предприятия (организации) с применением коэффициентов переоценки, действующих на 1 января года, следующего за отчетным.

Данный механизм регулируется статьями 256 и 257 Налогового кодекса РФ.

Для проведения переоценки в коммерческих организациях применяется метод прямого пересчета по документально подтвержденным рыночным ценам.

Результатом переоценки является **уценка** (восстановительная стоимость меньше остаточной) или **дооценка** (восстановительная стоимость больше остаточной) стоимости. Сумма дооценки объекта основных средств зачисляется в добавочный капитал организации. Сумма дооценки объекта основных средств, равная сумме уценки его,

проведенной в предыдущие отчетные периоды и отнесенной на финансовый результат в качестве прочих расходов, зачисляется в финансовый результат в качестве прочих доходов. Сумма уценки объекта основных средств относится на финансовый результат в качестве прочих расходов. Сумма уценки объекта основных средств относится в уменьшение добавочного капитала организации, образованного за счет сумм дооценки этого объекта, проведенной в предыдущие отчетные периоды. Превышение суммы уценки объекта над суммой дооценки его, зачисленной в добавочный капитал организации в результате переоценки, проведенной в предыдущие отчетные периоды, относится на финансовый результат в качестве прочих расходов. После переоценки восстановительную стоимость принимают за первоначальную стоимость.

В ходе процесса оценки активов предприятия определение стоимости производится по восстановительной стоимости. Восстановительной стоимостью может быть:

1. Стоимость покупки нового объекта в текущих ценах, который полностью соответствует объекту оценки с точки зрения конструктивности, механизму работы и пр.;
2. Стоимость воспроизводства объекта оценки либо его точной копии в текущих ценах на момент оценки.

Стоимость работ по оценке основных средств может варьироваться. При проведении переоценки, оценщик берет за основу задачи, поставленные заказчиком. Хотя переоценка основных средств и позволяет экономить на налогах, однако при этом нельзя забывать и об общей привлекательности компании для инвесторов и партнеров. Именно поэтому оценщик должен четко понимать цели и мотивы руководства компании. В этом случае он сможет подобрать оптимальные методы переоценки, грамотно выбрать коэффициенты и соответствующие индексы. Стоимость работ зависит от многих факторов, в каждом случае стоимость определяется индивидуально и зависит от количества оцениваемых объектов, количества и качества предоставленной информации и степени срочности заказа.

Благодаря переоценке основных средств потенциальный инвестор сможет определить капитализацию предприятия и решить для себя, можно ли вложить в него свои средства, чтобы получить доход в будущем.

У переоценки основных средств имеется еще один большой плюс – отражение активов в бухгалтерском учете по их фактической стоимости расценивается как информационная открытость предприятия, благодаря чему потенциальные партнеры начинают больше доверять его менеджменту.

С точки зрения внутреннего управления оценка активов для определения их рыночной стоимости позволяет руководству оценить реальную обстановку и начать управлять активами более качественно, а

также стандартизировать данные бухгалтерского, налогового и управленческого учета.

Сегодня переоценка основных средств представляет собой не только пересчет стоимости, а является процессом, в ходе которого квалифицированные эксперты оказывают услуги по инвентаризации, порядку ведения бухгалтерского учета основных средств, выработке оптимальных моделей с точки зрения финансов и налогообложения.

Переоценка основных фондов – это не только просто пересчет стоимости, но и процесс, в ходе которого квалифицированные эксперты оказывают всесторонние услуги по инвентаризации, порядку отображения бухгалтерского учета основных средств и разработке оптимальных моделей с точки зрения финансового и налогового обложения.

При отсутствии регулярной переоценки основных средств искажаются финансовые показатели организации, ограничивается необходимость в инвестициях на обновление основных фондов компании.

Если требуется обеспечение основных средств с учетом инфляции, то зачастую в таких случаях амортизация просто не может обеспечивать полное возмещение выбывающих амортизируемых активов. Проведение переоценки основных средств позволяет предприятиям накапливать свои основные ресурсы, достаточные для реновации основного капитала.

*Ясинская Ю.А.,
бакалавр, бухгалтер
Казахстан, Костанай*

НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ УЧЕТА ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ

Начнем с того, что деятельность предприятий складывается из трех непрерывных взаимосвязанных хозяйственных процессов: снабжение (заготовления и приобретения материально-технических ресурсов), производства продукции и ее сбыта (реализации). Эти процессы осуществляются одновременно, для чего используется труд работников, основные и оборотные средства.

Экономическая природа основных средств труда определяется теми конкретными условиями, в которых они произведены, приобретены, получены по лизингу, безвозмездно или арендованы и в которых их эксплуатируют. Экономическим в них является воплощенный труд и признанные потребительские качества, то есть способность быть использованными.

Основными задачами учета основных средств являются:

- контроль за сохранностью и наличием основных средств по местам их использования; правильное документальное оформление и своевременное отражение в учете их поступления, выбытия и перемещения;

- контроль за рациональным расходованием средств на реконструкцию и модернизацию основных средств;
- исчисление доли стоимости основных средств в связи с использованием и износом для включения в затраты предприятия;
- контроль за эффективностью использования рабочих машин, оборудования, производственных площадей, транспортных средств и других основных средств;
- точное определение результатов от списания, выбытия объектов основных средств.

Важно заметить, что точность показателей объема, состояния и движения основных средств, а в известной мере и точность их качественной характеристики во многом зависит от того, насколько правильно и достоверно проведена их оценка, т.к. неправильная оценка основных средств может вызвать:

- неточное исчисление амортизации, а отсюда себестоимости и отпускных цен продукции (работ, услуг), следовательно, доходности, рентабельности и прибыли;
- искажение сумм причитающегося налога, как с имущества, так и с прибыли;
- неправильное отражение в бухгалтерском балансе соотношения основных и оборотных средств;
- неверное исчисление ряда технико-экономических показателей, характеризующих использование основных средств: износ, коэффициенты выбытия и поступления, фондоотдача, фондоемкость и др.

Несмотря на то, что действующим законодательством достаточно ясно регламентированы вопросы, связанные с учетом основных средств, этот участок является одним из наиболее сложных для бухгалтеров. Причина состоит в том, что нормативные акты предъявляют специфические требования к принятию на учет и снятию с учета, амортизации и переоценке, а также к аренде основных средств.

Следует отметить, что правильное отражение основных средств в бухгалтерском учете и отчетности из-за их значительной стоимости ощутимо влияет на финансовые показатели деятельности предприятия и может уменьшить налоговое бремя.

В современных условиях хозяйствования мало заниматься только модернизацией и обеспечением хозяйства новыми основными средствами, необходимо умение эффективно их использовать и управлять их движением. Кроме того, результаты переоценки основных средств, вариация способов исчисления амортизации, методов определения и применения в учете стоимости основных фондов, эффективное использование финансовых инструментов, выражением, которых являются внеоборотные активы предприятия, составляют существенное звено в

современном управлении основными средствами предприятия. В свою очередь должное управление невозможно без качественной и своевременной информации, играющей подчас определяющую роль в обеспечении модернизации, высокой фондоотдачи и диверсификации каналов использования фондов. Основным источником указанной информации остаются данные бухгалтерского учета.

Амортизация как один из важнейших и наиболее доступных источников накопления, необходимых для обеспечения процесса воспроизводства основных средств, формирует часть стоимости продукции, которая возмещает их потребление в процессе производства. Экономическое обоснование производства амортизационных начислений по основным средствам предприятия выражается в стремлении создать амортизационный фонд путем резервирования затрат для обновления использованных объектов по истечении сроков их использования. Однако, не подкрепленная гарантиями обновления в будущем, искусственно создаваемая сумма затрат по международным правилам отчетности искажает финансовый результат деятельности компании, а резервирование затратной части на практике у средней рентабельности предприятия расходуется скорее на текущие нужды (высокорентабельное предприятие способно обновлять средства вне зависимости от величины амортизационного фонда). Амортизационные начисления за каждый период должны признаваться в прибыли или убытке, если только они не включаются в балансовую стоимость другого актива.

Амортизация является весьма длительным процессом, способным оказывать как позитивное, так и негативное влияние на финансово-экономическое состояние организации. Механизм воспроизводства, накопления и привлечения инвестиций, включает такие важные элементы, как методы и способы ее начисления и амортизационный фонд. Амортизационный фонд - целевой денежный фонд, необходимый для замены изношенных объектов основных средств, который образуется путем накопления амортизационных отчислений.

Сохранение накопленного амортизационного фонда требует разработки комплекса мер, которыми могут быть:

- индексация амортизационного фонда, что даст возможность в какой-то мере избежать его обесценивания, однако такой маневр могут позволить себе, во-первых, только прибыльные и высокорентабельные предприятия, во-вторых, это должно быть законодательно оформлено;

- размещение средств в целях их сохранности на депозитных счетах в банковских структурах. В какой-то степени это можно назвать индексацией амортизационного фонда, только проводимой не самой организацией, а банковским учреждением, что значительно облегчает положение предприятия. В рамках данной политики возможно и даже целесообразно создание серии специализированных банковских структур,

занимающихся исключительно сохранением средств амортизационного фонда.

Для создания действенной амортизационной политики необходимо предоставление права выбора форм, методов ее построения и претворения в жизнь самим субъектам хозяйствования.

В международной практике существуют различные способы списания стоимости основных средств путем амортизации. Поскольку начисленная сумма амортизации является одним из элементов структуры затрат и она в конечном счете влияет на результат финансово-хозяйственной деятельности, то выбор способа начисления амортизации - это один из определяющих моментов учетной политики организации.

В основном, на предприятии применяются **линейный** и **нелинейные** (метод уменьшаемого остатка и метод суммы чисел лет) способы начисления амортизации.

Согласно линейному способу, годовая сумма начисленных амортизационных отчислений определяется по первоначальной (восстановительной) стоимости объекта основных средств с учетом нормативного срока службы этого объекта.

В результате накопленный износ равномерно увеличивается и так же равномерно уменьшается остаточная стоимость основных средств.

Учитывая неустойчивость развития российской экономики, характеризующейся высокими темпами инфляции, наряду с переоценкой основного капитала, приходится использовать и другие инструменты, в том числе нелинейный метод, который состоит в неравномерном (по годам) начислении организацией амортизации в течение нормативного срока службы объекта основных средств или нематериальных активов

Применение сроков полезного использования при внедрении нелинейных способов начисления амортизации представляется нецелесообразным по следующим причинам:

- несмотря на высокий процент изношенности основных средств, необходимые условия для такого резкого перехода еще не созданы;
- происходит двойной учет морального износа;
- отечественные предприятия пока не способны оперативно и адекватно адаптироваться к нормальному функционированию в новых условиях (переход от нормативных сроков службы к срокам полезного использования);
- резкое увеличение себестоимости продукции за счет увеличения амортизационных отчислений чревато резким снижением прибыли и ухудшением экономических показателей финансовой устойчивости предприятий и организаций. Рост же может обернуться для хозяйствующего субъекта потерей конкурентных позиций на рынке, а в конечном счете - банкротством.

С учетом изложенного наиболее нецелесообразным, но экономически эффективным для российской экономики в нынешних условиях представляется применение нормативных сроков службы. Следует отметить, что хозяйствующие субъекты при этом не лишаются права применять сроки полезного использования в рамках нормативных сроков службы, а также возможности выбора методов и способов начисления амортизации.

Увеличение амортизационных отчислений в любом случае приведет к снижению налогооблагаемой базы, а следовательно, к уменьшению отчислений в бюджет и внебюджетные фонды. При этом возможны два варианта развития событий. В первом случае применение повышенных норм амортизации приведет к увеличению ее доли в структуре себестоимости (при условии, что сама себестоимость останется неизменной), а следовательно, к снижению долей других элементов структуры или хотя бы одного из них, например, такого элемента, как расходы на оплату труда, вследствие чего произойдет снижение фонда оплаты труда как налогооблагаемой базы и соответственно к значительному уменьшению отчислений в фонд социальной защиты населения, фонд занятости, а также размера чрезвычайного налога.

В другом случае увеличение амортизационных отчислений может повлечь за собой рост себестоимости в целом, что в итоге окажет негативное влияние на формирование отчислений в бюджет и внебюджетные фонды. В этом случае также возможны два варианта: при увеличении себестоимости либо пропорционально возрастает цена, либо снижается прибыль. При увеличении цены и условиях конкуренции у предприятия сразу же возникают трудности с реализацией своей продукции, что чревато потерей потребителей и рынков сбыта, а в дальнейшем банкротством. В таком случае предприятие вообще окажется не в состоянии заплатить налоги. Если же оставить цену неизменной, то придется снизить размер прибыли, закладываемой в цену. Это явится свидетельством снижения не только рентабельности производства, но и размера налогооблагаемой базы и как следствие - отчислений в бюджет и внебюджетные фонды.

Таким образом, приходим к выводу: применение повышенных норм амортизации и увеличение в себестоимости амортизационных отчислений экономически неэффективно и нецелесообразно. Этот процесс окажет негативное влияние на финансовое состояние предприятий и резко сократит суммы отчислений в бюджет и внебюджетные фонды, что недопустимо.

Однако в условиях нестабильно развивающейся российской экономики к применению ускоренных методов амортизации надо подходить очень осторожно. В тактическом плане ускоренная амортизация имеет некоторые, весьма существенные, недостатки: при прочих равных

условиях повышаются издержки производства и уменьшаются налоговые поступления на величину разности между обычной и ускоренной амортизацией. В то же время, формируя государственную инвестиционную политику на долгосрочную перспективу, необходимо учесть, что в стратегическом плане стимулы к внедрению новых технологий, машин и оборудования постепенно приводят к снижению издержек производства (за счет ресурсосбережения и относительной экономии трудовых затрат) и увеличения налогов за счет расширения выпуска конкурентоспособной продукции. Не случайно во многих странах на протяжении достаточно длительных отрезков времени методы самофинансирования инвестиционного процесса и расширенного воспроизводства основного капитала осуществлялись за счет амортизации

Оглавление

<i>Рахматуллина Г.А.</i> , ЕДИНЬЙ НАЛОГ НА ВМЕНЕНЬЙ ДОХОД И ПАТЕНТНАЯ СИСТЕМА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ.....	3
<i>Рожина В.Ф.</i> , ЭФФЕКТИВНАЯ СИСТЕМА МОТИВАЦИИ В РОССИИ.....	11
<i>Розуваев А.А.</i> , <i>Смирнова А.В.</i> , СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ КОРПОРАТИВНОГО СТРАХОВАНИЯ В РОССИИ.....	17
<i>Русанова М.А.</i> , МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ МЕТАМОРФОЗЫ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ХОДЕ ЭВОЛЮЦИЙ КОНЦЕПЦИЙ МАРКЕТИНГА.....	24
<i>Рыбалко О.А.</i> , РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ КАДРАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ.....	30
<i>Салимов А.Д.</i> , <i>Кежун Е.А.</i> , ИНФЛЯЦИЯ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА БУХГАЛТЕРСКУЮ ОТЧЕТНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИЙ.....	34
<i>Салихова С.Ф.</i> , <i>Федорова Е.А.</i> , СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕЖБЮДЖЕТНЫХ ОТНОШЕНИЙ В РОССИИ.....	37
<i>Салихова С.Ф.</i> , <i>Лукашевич И.В.</i> , СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНОВ: ПРОБЛЕМЫ, АНАЛИЗ И ПУТИ РЕШЕНИЯ ..	39
<i>Салихова С.Ф.</i> , <i>Арсланов А.В.</i> , КУРГАНСКАЯ ОБЛАСТЬ: ПРИЧИНА КРИЗИСА И ЕГО ТЕНДЕНЦИИ.....	41
<i>Салихова С.Ф.</i> , <i>Брезинская А.С.</i> , ИНФОРМАТИЗАЦИЯ БЮДЖЕТНОГО ПРОЦЕССА В МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОРГАНАХ ВЛАСТИ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН.....	42
<i>Салихова С.Ф.</i> , <i>Градовцева А.А.</i> , ДЕМОГРАФИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ И КАДРОВЬЙ КРИЗИС В РОССИИ	45
<i>Салихова С.Ф.</i> , <i>Иванова Ю.А.</i> , ДЕМОГРАФИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БАШКОРТОСТАН	46
<i>Салихова С.Ф.</i> , <i>Локошко Е. А.</i> , ВЫРАВНИВАНИЕ УРОВНЯ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН.....	49
<i>Салихова С.Ф.</i> , <i>Сюткина К.С.</i> , ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН	50
<i>Самороков В.Э.</i> , МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ОБЛАСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ЦЕОЛИТНЫХ КАТАЛИЗАТОРОВ.....	52
<i>Самороков В.Э.</i> , РАЗВИТИЕ РЫНКА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ ГОРОДА ТОМСКА.....	56
<i>Самороков В.Э.</i> , СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ – ИНСТРУМЕНТ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ НЕФТЕДОБЫВАЮЩЕЙ КОМПАНИИ «КРС – 1»	59
<i>Самороков В.Э.</i> , МЕТОДИКА ОПРЕДЕЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ООО «Томскбурнефтегаз».....	62

Самороков В.Э., РЕАЛИЗАЦИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ – ВЫХОД ИЗ КРИЗИСНОЙ СИТУАЦИИ НА ПРИМЕРЕ ОАО "АЭХК"	65
Самороков В.Э., ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ООО «КОМПЛЕКТСТРОЙ».....	68
Самороков В.Э., АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ОАО «МАНОТОМЬ».....	70
Самороков В.Э., РЕАКТОРЫ НА БЫСТРЫХ НЕЙТРОНАХ - БУДУЩЕЕ АТОМНОЙ ЭНЕРГЕТИКИ.....	73
Саубанова Л.М., Кабашова Е.В., ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ АВТОМАТИЗИРОВАННЫХ СИСТЕМ.....	74
Седлухо О.В., Хмельницкая Н.Н., ИННОВАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ	76
Седлухо О.В., Хмельницкая Н.Н., ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ КАК НЕОТЪЕМЛЕМЫЙ ЭЛЕМЕНТ РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ И МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ.....	81
Семенова А.А., СЕМЕЙНЫЕ КОНФЛИКТЫ.....	86
Сергеева О.С., МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ	87
Сибирякова С.Г., ЭФФЕКТИВНОЕ ПРОВЕДЕНИЕ СОВЕЩАНИЙ	91
Сибирякова С.Г., МЕТОДЫ МЕНЕДЖМЕНТА	94
Сидор Г.В., ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРИНЦИПОВ БАНКОВСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ.....	97
Силаева Е.В., Акаева А. И., Шабаетова А.А., МЕТОДЫ СНИЖЕНИЯ ТРАВМАТИЗМА И ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЗАБОЛЕВАЕМОСТИ В САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ.....	103
Силаева Е.В., Демина А.В., БЕЗОПАСНОСТЬ И ОХРАНА ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИИ И ПУТИ ИХ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ.....	109
Силаева Е.В., Демина А.В., БЕЗОПАСНОСТЬ И ОХРАНА ТРУДА НА ПРЕДПРИЯТИИ И ПУТИ ИХ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ.....	112
Сладков Н. А., Старикова С.С., НАЛОГОВЫЕ ДОХОДЫ БЮДЖЕТА РФ: АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ФИНАНСИРОВАНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ В ФИННО-УГОРСКИХ СТРАНАХ.....	121
Старикова М.С., МЕСТО РОССИИ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ.....	126
Старикова А.С., Мингазова З.Р., ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ	132
Старикова М.С., ФОРМИРОВАНИЕ КЛАСТЕРНОЙ ПОЛИТИКИ В АПК.....	136
Степанова А.М., ТЕОРИЯ КОММУНИКАТИВНОГО ДЕЙСТВИЯ Ю. ХАБЕРМАСА	141
Степанова А.М., ИСЛАМСКИЙ ЭКСТРЕМИЗМ НА РУБЕЖЕ ВЕКОВ.	146

<i>Степанова В.А.,</i> ЯКУТСК В ЦИФРАХ	150
<i>Степура И.В., Шушарина С.С.,</i> НАЧАЛЬНЫЙ ЭТАП РАЗВИТИЯ СРЕДСТВ СВЯЗИ И ШИРОКОВЕЩАТЕЛЬНОГО РАДИО В ГЕРМАНИИ (1880–1932) В КОНТЕКСТЕ ИСТОРИКО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ.....	155
<i>Степура И.В., Шушарина С.С.,</i> РАЗВИТИЕ ШИРОКОВЕЩАТЕЛЬНОГО РАДИО И ТВ В ГЕРМАНИИ (1933–1945).....	166
<i>Степура И.В., Шушарина С.С.,</i> ТЕЛЕВИДЕНИЕ И РАДИО ФРГ : СТАНОВЛЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ВЕЩАНИЯ (1950-60-е годы)	179
<i>Степура И.В., Шушарина С.С.,</i> ТВ И РАДИО ФРГ (1970–90-е ГГ.) ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ОБЩЕСТВЕННО-ПРАВОВОГО И КОММЕРЧЕСКОГО ВЕЩАНИЯ.....	191
<i>Степура И.В., Шушарина С.С.,</i> ТЕЛЕВИДЕНИЕ И РАДИО ГДР (1950– 1991) В КОНТЕКСТЕ ПОЛИТИЧЕСКИХ ТРАНСФОРМАЦИЙ.....	203
<i>Стрепетова А.Д.,</i> ПЕНСИОННАЯ СИСТЕМА В ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ ЛОВУШКЕ	213
<i>Султанова А.А.,</i> СПЕЦИФИКА БАНКОВСКОГО МАРКЕТИНГА В РОССИИ.....	218
<i>Сыртланова Л.Р.,</i> УПРАВЛЕНИЕ ОСНОВНЫМ КАПИТАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЯ	222
<i>Сюткина К.С., Юнусбаева В.Ф.,</i> КОУЧ – МЕНЕДЖМЕНТ КАК МЕТОД УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ.....	224
<i>Тахсурманова З. М.,</i> СУЩНОСТЬ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА И ЕГО МЕСТО В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ	227
<i>Тахсурманова З.М.,</i> КОНЦЕПЦИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РОССИИ	231
<i>Тахсурманова З.М.,</i> ОСНОВНЫЕ КОНЦЕПЦИИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО АНАЛИЗА ЗАТРАТ НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ	234
<i>Тельгаева Е.Е., Аршинов И.В.,</i> ПАТЕНТНАЯ СИСТЕМА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ КАК ПРИОРИТЕТНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА.....	238
<i>Теренникова К.А.,</i> ФАКТОРНЫЙ АНАЛИЗ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ПРОДАЖ ПО ОТЧЕТУ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ.....	242
<i>Техов А.В.,</i> ЭВОЛЮЦИЯ ИНСТРУМЕНТОВ РАЗВИТИЯ В ТЕОРИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА.....	245
<i>Тимирьянова Г.Ф., Нигматуллина Г.Р.,</i> ПЕРВИЧНЫЙ УЧЕТ ЗАТРАТ НА ПРОИЗВОДСТВО И ОТПУСК ОВОЩЕЙ ЗАКРЫТОГО ГРУНТА В ГУСП СОВХОЗ «АЛЕКСЕЕВСКИЙ».....	255
<i>Ткач М.С., Бердюгина Л.А.,</i> PEST-АНАЛИЗ РЫНКА БАНКОВСКОГО РОС – КРЕДИТОВАНИЯ.....	258

<i>Торопова А. М., Васенин Д.Н.,</i> ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ КАК ОДИН ИЗ МЕХАНИЗМОВ ПОВЫШЕНИЯ ЛОЯЛЬНОСТИ КЛИЕНТОВ НА ПРИМЕРЕ КАФЕ «КУТЕЖЬ».....	267
<i>Трескова Т.В., Михайловский И.И.,</i> НАЛОГОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ КАК СОСТАВНАЯ ЧАСТЬ ФИНАНСОВОГО УПРАВЛЕНИЯ.....	270
<i>Уварова И.А., Ермошина Т. В.,</i> КОММЕРЧЕСКИЙ БАНК, КАК ИНСТИТУТ ИНВЕСТИЦИОННОЙ СФЕРЫ ЭКОНОМИКИ.....	276
<i>Угольников Р.И., Бычкова Т.И.,</i> ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА РУКОВОДИТЕЛЯ НЕКОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ СРЕДСТВАМИ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ	279
<i>Ураев Р.Р., Иванова Ю.А.,</i> ЭФФЕКТИВНОСТЬ МЕТОДОВ СТИМУЛИРОВАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ: СПЕЦИФИКА СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ	283
<i>Усова Н.С., Галимуллина Г.Т.,</i> АСПЕКТЫ СИСТЕМЫ СБЫТА РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА.....	284
<i>Усова Н.С., Галимуллина Г.Т.,</i> БРЕНД ГОРОДА КАК ЭЛЕМЕНТ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА И ЛОЯЛЬНОСТИ ЖИТЕЛЕЙ	289
<i>Ушаков К.Ю., Логачев В.А.,</i> ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ КОРРУПЦИИ В СФЕРЕ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ.....	292
<i>Фадеев Н.В.,</i> МЕЖДУНАРОДНОЕ РАЗДЕЛЕНИЕ ТРУДА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ.....	296
<i>Фатхутдинова А.З., Салихова С.Ф.,</i> ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ТРУДА НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН.....	301
<i>Федоров Р.Г.,</i> МАЛЫЕ ГОСТИНИЦЫ ЭКОНОМ-КЛАССА КАК ОТДЕЛЬНЫЙ СЕГМЕНТ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА	304
<i>Федотова М.А., Абрамова А.В.,</i> УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫМИ И ФИНАНСОВЫМИ РИСКАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ	310
<i>Филатова А. В., Ефремова Т.А.,</i> ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА И ВОЗМОЖНОСТЬ ЕГО ПРИМЕНЕНИЯ В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ СТИМУЛИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	315
<i>Филиппова В.К.,</i> ПРОБЛЕМА КУРЕНИЯ МОЛОДЕЖИ РОССИИ	320
<i>Филиппова В.К.,</i> ПОВЫШЕНИЕ СРЕДНИХ ПРОХОДНЫХ БАЛЛОВ В ВУЗЫ: ПЛЮСЫ И МИНУСЫ.....	321
<i>Филичкина Ю.Ю., Астайкина Н.А.,</i> ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА КАССОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ ИСПОЛНЕНИЯ БЮДЖЕТОВ СУБЪЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	324

<i>Филичкина Ю.Ю., Папушкина А.В.,</i> ОЦЕНКА РЕАЛИЗАЦИИ РЕСПУБЛИКАНСКОЙ ЦЕЛЕВОЙ ПРОГРАММЫ «ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЕ И ПОВЫШЕНИЕ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ МОРДОВИЯ НА 2011-2020 гг.»	331
<i>Филичкина Ю.Ю., Папушкина А.В.,</i> ПРОБЛЕМЫ РАЗРАБОТКИ И РЕАЛИЗАЦИИ ЦЕЛЕВЫХ ПРОГРАММ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ.....	336
<i>Фомина Ю.И.,</i> ВНЕДРЕНИЕ БАЛЛЬНОЙ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ ПАССИВОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ	342
<i>Хаертдинов А.Р., Латыпов А.А.,</i> СИСТЕМА ФИНАНСОВ И ЕЕ ЗВЕНЬЯ	346
<i>Хакимова Э.Р., Салихова С.Ф.,</i> РОЛЬ ТРАНСПОРТА, КОНКУРЕНТНАЯ СРЕДА, ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ, ТРАНСПОРТНЫЕ СВЯЗИ	348
<i>Халимов А.Р., Рабцевич А.А.,</i> ВЛИЯНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ НА РЫНОК ТРУДА В РОССИИ.....	351
<i>Ханбикова Л.А., Кабашова Е.В.,</i> БЕЗОПАСНОСТЬ АВТОМАТИЗИРОВАННЫХ БАНКОВСКИХ СИСТЕМ	356
<i>Хасанова Р.Р.,</i> ТРУДОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ БЕЗ ОФОРМЛЕНИЯ ТРУДОВОГО ДОГОВОРА.....	358
<i>Хлынкова И.А.,</i> ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕТА И АНАЛИЗ СТРАХОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ ООО «РОСГОССТРАХ»	361
<i>Хмель О.А.,</i> ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ.....	366
<i>Хорошавцева Н.А.,</i> РЕАЛИЗАЦИЯ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ	372
<i>Хрячков А.В.,</i> ПРОБЛЕМА СОЧЕТАНИЯ РЫНОЧНОЙ МОДЕЛИ ЭКОНОМИКИ С КЛИМАТИЧЕСКИМ ТИПОМ РОССИИ	375
<i>Хусанов К.А.,</i> СИСТЕМА ДИСТАНЦИОННОГО ОБРАЗОВАНИЯ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ СПЕЦИАЛИСТОВ.....	379
<i>Хусанов К.А.,</i> МЕТОДЫ ВИЗУАЛИЗАЦИИ ПРИ РАЗРАБОТКЕ ВИРТУАЛЬНОЙ ЛАБОРАТОРИИ ПО ТЕОРИИ АЛГОРИТМОВ И СТРУКТУРАМ ДАННЫХ	382
<i>Цапкова М.А., Сидорова Е. Е.,</i> ПРОВЕДЕНИЕ МОНИТОРИНГА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ, ВЫЯВЛЕНИЕ ПРОБЛЕМ И ПУТЕЙ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ	385
<i>Чабанюк О.В.,</i> ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНТНОЙ ЭКОНОМИКИ	390

<i>Чекаловская Г.З.</i> , ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ: МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ	396
<i>Чернобай Е.В.</i> , ПОСЛЕДСТВИЯ ВСТУПЛЕНИЯ В ВТО ДЛЯ ВНУТРЕННЕГО АВТОМОБИЛЬНОГО РЫНКА РОССИИ.....	399
<i>Чернова В.Н.</i> , ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ КАК ПОКАЗАТЕЛЬ КАЧЕСТВА НАСЕЛЕНИЯ ЗАБАЙКАЛЬСКОГО КРАЯ	404
<i>Чеснокова О.С.</i> , СУЩНОСТЬ И ОСНОВНЫЕ СПОСОБЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ	408
<i>Чубараева Э.А., Кабашова Е.В.</i> , ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СПС «КОНСУЛЬТАНТПЛЮС».....	411
<i>Шайхутдинова Н.А., Белобородова М.В.</i> , ОБ УПРАВЛЕНИИ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	413
<i>Шайхутдинова Н.А., Якупова Э.И.</i> , УПРАВЛЕНИЕ ПРИБЫЛЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ	417
<i>Шамыкаева Ю.К., Кежун Е.А.</i> , ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В РОССИИ И ПРИМЕНЕНИЕ МСФО	421
<i>Шаповалов А.А., Карницкая Т.С.</i> , СЕРТИФИКАЦИЯ: «ПЛЮСЫ» И «МИНУСЫ».....	423
<i>Шатохин А.А.</i> , ВТО И МИРОВОЙ РЫНОК ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ	425
<i>Шевченко М.В.</i> , ВЫКЛАДКА БЕЗАЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ КАК ЭЛЕМЕНТ МАРКЕТИНГА В РАМКАХ ТОРГОВОЙ ТОЧКИ.....	429
<i>Шмелева Н.В.</i> , ОБЯЗАТЕЛЬНОЕ СТРАХОВАНИЕ КАК СЕГМЕНТ СТРАХОВОГО РЫНКА РОССИИ.....	435
<i>Шумляк Е.В.</i> , ФИНАНСИРОВАНИЕ РЕСПУБЛИКАНСКОЙ ПРОГРАММЫ «ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЕ И ПОВЫШЕНИЕ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ МОРДОВИЯ» НА 2011-2020 ГГ.	439
<i>Шустова М.Е.</i> , ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ ЗА РУБЕЖОМ	446
<i>Щукин В.С., Жалнин М.В.</i> , ОБЗОР ПРОБЛЕМЫ ТОГРОВЛИ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ ОРГАНАМИ.....	454
<i>Юнусова А.Ф.</i> , ПРОЦЕСС УПРАВЛЕНИЯ МУНИЦИПАЛЬНОГО ДОЛГА Г. УФЫ	458
<i>Юрков А.Р., Валиева А.Р.</i> , ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ АНТИТЕРРОРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	461
<i>Юшина М.С.</i> , КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОДУКЦИИ КАК ОСНОВА ЭФФЕКТИВНОГО ПРОИЗВОДСТВА.....	464

<i>Яковлев М.В., Копылова Т.В., Фазлиева О.А.,</i> НЕДОСТАТОЧНАЯ КООРДИНАЦИЯ МЕЖДУ ВСЕМИ АВАРИЙНО-СПАСАТЕЛЬНЫМИ И МЕДИЦИНСКИМИ ФРМИРОВАНИЯМИ ДЛЯ ЛИКВИДАЦИИ ЧРЕЗВЫЧАЙНЫХ СИТУАЦИЙ	467
<i>Ямалетдинова А.Ф.,</i> СХОДСТВА И РАЗЛИЧИЯ ТОВАРИЩЕСТВ НА ВЕРЕ В РАЗЛИЧНЫХ СТРАНАХ МИРА	470
<i>Ямалтдинова Э.Ф.,</i> ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ	473
<i>Ясинская Ю.А.,</i> НЕОБХОДИМОСТЬ ПЕРЕОЦЕНКИ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ	478
<i>Ясинская Ю.А.,</i> НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ УЧЕТА ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ	481