

**«Перспективы развития
потенциала
инновационной
модернизации социально-
экономических систем»**

Материалы международной
научно – практической конференции
27 ноября 2014 года

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

ВЛАДИМИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ АЛЕКСАНДРА ГРИГОРЬЕВИЧА И НИКОЛАЯ ГРИГОРЬЕВИЧА
СТОЛЕТОВЫХ
(ВЛГУ)

(Кафедра экономики и управления инвестициями и инновациями)

27 ноября 2014 года

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПОТЕНЦИАЛА
ИННОВАЦИОННОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНО-
ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

*Материалы
международной научно-практической
конференции*

ВЛАДИМИР 2014

УДК 338
ББК 65.049 (Рос) – 551
О 75

Коллектив авторов.

Перспективы развития потенциала инновационной модернизации социально-экономических систем. Материалы международной научно-практической конференции (27 ноября 2014 г.). – Владимир, 2014. – 442 с.

ISBN 978-5-8311-0862-0

В сборник включены материалы международной научно-практической конференции по проблемам развития инновационного потенциала региона для решения общегосударственных задач модернизации.

В работе конференции участвовали ученые, аспиранты, магистранты и студенты Владимирского государственного университета имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, исследователи зарубежных стран (Ангола, Камерун) и специалисты ведущих секторов экономики региона. Доклады, содержащиеся в сборнике, являются результатами исследований проблем развития инновационного потенциала региона и отражают перспективы деятельности органов власти и управления, хозяйствующих субъектов и высших учебных заведений в реализации курса модернизации. Отдельный раздел сборника материалов посвящен научным исследованиям студентов института «Экономики и менеджмента ВлГУ»

Сборник предназначен для преподавателей, аспирантов, магистрантов и студентов старших курсов экономических специальностей и направлений, представителей бизнеса, руководящих работников органов власти и управления.

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

*Доничев О. А., доктор экономических наук, профессор, зав.каф. ЭУИИ – ответственный редактор;
Фраймович Д. Ю., кандидат экономических наук, доцент кафедры ЭУИИ – технический редактор;
Андреева Н. В., доктор экономических наук, профессор кафедры ЭУИИ;
Грачев С.А., кандидат экономических наук, доцент кафедры ЭУИИ;
Гундорова М.А., кандидат экономических наук, доцент кафедры ЭУИИ;
Левизов А. С., кандидат экономических наук, доцент кафедры ЭУИИ;
Альберту Раймонду Вапота, проректор по внешним связям университета имени Мандюме Я Ндемюфайо г.Луандо (республика Ангола);
Жозе Луис Матеуш Александр, вице-ректор по научной работе университета имени Мандюме Я Ндемюфайо г.Луандо (республика Ангола);
Райтер Э.Г., председатель совета директоров ОАО «Завод «Автоприбор»;
Марченко Е. М., кандидат экономических наук, профессор кафедры ЭУИИ;
Снегирева Т. К., кандидат экономических наук, доцент кафедры ЭУИИ;
Таннинг Фирмен., кандидат технических наук, доцент каф.ИЗИ ВлГУ.*

©Авторы согласно содержанию, 2014
©Владимирский государственный
университет имени Александра
Григорьевича и Николая Григорьевича
Столетовых, 2014
©Издательство «Гранзит-Икс», 2014

Саралидзе А.М. ректор, доцент, к.э.н.
Владимирский государственный университет имени
Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых,
г.Владимир

РОЛЬ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ В ПРОЦЕССАХ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ

Совершенствование межрегиональной инновационной интеграции территориальных социально-экономических систем территорий, участие в этих процессах приоритетных высокотехнологичных отраслей экономики России требуют привлечения не только материальных и финансовых ресурсов, но и задействования высококвалифицированных инженерных и управленческих кадров, которые являются, по сути, «фундаментом» для развития инноваций. Одним из основных внутренних факторов, обуславливающих недостаточное развитие инновационной деятельности, как в системе высшего образования, так и в экономике страны в целом, является утрата связей высшей школы с предприятиями и, как следствие, недостаток информации о потребностях реальных секторов экономики.

Система высшего образования – неотъемлемый компонент любой производительной экономики. В такой экономике выпускники ВУЗов, получившие профессиональные компетенции, начинают работать в фирмах, действующих на конкурентных рынках, где величина создаваемой добавленной стоимости жизненно важна для компании. Разумеется, и в таких экономиках определенную роль играют государственные заказы, однако не это определяет спрос на высококвалифицированных специалистов. Государства, действующие в странах с производительной экономикой, заинтересованы в развитии высшего образования, поскольку их доходы – часть прибыли, создаваемой в экономике.¹

Между тем в аналитической части Государственной программы РФ Развитие образования на 2013-2020 годы обоснованно подчеркивается, что часть системы профессионального образования остается закрытой от своих основных заказчиков, т.е. учащихся и работодателей.²

В этой связи, для преодоления возникших диспропорций, необходимы скоординированные действия, направленные на изменение подходов к образовательному процессу, к структуре и качеству подготовки специалистов и рабочих кадров, которые предъявляет обществу развитие экономики.

В тоже время быстрое экстенсивное развитие высшего образования, изменение его структуры за счет опережающего развития негосударственного сектора не позволяют однозначно говорить о позитивных трендах в динамике основных показателей сферы образования.

¹ Тамбовцев В., Рождественская И. Реформа высшего образования в России: международный опыт и экономическая теория // Вопросы экономики. 2014. №5. С. 97.

² Государственная программа «Развития образования на 2013-2020 гг. Распоряжение Правительства РФ от 22 ноября 2012 г. №2148-р. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.garant.ru/news/431723/>

Существуют многочисленные свидетельства о перепроизводстве специалистов ряда профессий и нехватке других, о снижении позиций ведущих российских ВУЗов в международных рейтингах, уменьшении престижности российского образования у иностранцев, общем снижении качества подготовки российских специалистов, отстает также подготовка профессорско-преподавательских кадров, наблюдается резкий рост среднего возраста преподавателей³.

Для частичного исправления сложившегося положения основу современной экономической системы должна составлять подсистема генерации знаний, которая представляет собой совокупность научно-технических организаций государственного и частного секторов, выполняющих фундаментальные, прикладные исследования и разработки, которая объединяет в себе государственные научные центры, академические и отраслевые институты, ВУЗы, подразделения заводской науки, конструкторские бюро, создающие интеллектуальный продукт, образцы новой продукции и технологий⁴.

В этой связи выраженной тенденцией развития кадрового потенциала организаций и предприятий становится создание собственных центров и программ обучения персонала. Однако опыт показывает, что попытки предприятий подготовить специалистов самостоятельно, через создаваемые ими собственные учебные центры, без участия учреждений высшего образования демонстрируют незначительную эффективность. Поэтому, по нашему мнению, подготовка или переподготовка кадров возможна только в рамках тесного партнерства вузов с предприятиями и организациями реального сектора экономики, которые участвуют в образовательном процессе на всех этапах его осуществления: от создания образовательной программы, до ее реализации, итоговой аттестации кадров, а при необходимости производится корректировка образовательной программы.

Следует заметить, что в настоящее время в условиях высокой конкуренции на рынке образования российские вузы оказались в трудном положении. Происходящие реформы в сфере высшего образования, мониторинги деятельности вузов, уменьшение числа абитуриентов, сокращение бюджетных мест в вузах, снижение бюджетного финансирования – все это вынуждает вузы укреплять свои конкурентные позиции. Решение указанной задачи связано с формированием положительной репутацией вуза⁵.

Таким образом, формируется тенденция расширения конкурентных отношений между традиционными организациями профессионального образования и новыми системами корпоративной подготовки

³ Бобылева А.З., Сидорова А.А. Эффективность управления ВУЗами в России: проблемы и решения // Вестник института экономики РАН. 2014. №2. С. 121.

⁴ Пастухов А.Л. Стратегия и эффективности управления образованием в условиях модернизации экономики // Экономика и управление. 2013. №1. С. 109.

⁵ Юдина Т. Репутация высшего учебного заведения и ее потребители // Проблемы теории и практики управления. 2014. №1. С. 107.

(корпоративные университеты, тренинговые компании, системы внутрифирменной подготовки кадров), что, в конечном итоге, должно привести к повышению роли корпоративной подготовки, к более тесной связи профессионального образования с субъектами спроса на рынке труда.

Корпоративный университет значительно отличается от привычных учебных центров, он выполняет задачи по управлению знаниями, систематизации накопленного опыта, взаимному обмену знаниями. Корпоративный университет это стратегическое подразделение плотно связанное с миссией организации. Стратегическим оно является потому, что способствует такому развитию людей, которое четко влияет на результаты работы компании как в текущие момент, так и в перспективе. Главная задача корпоративного университета – это своевременное и постоянное обеспечение компании компетентными, соответствующими корпоративной культуре, кадрами. Решая этот вопрос, университет замыкает в себе непрерывный цикл работы с персоналом: отбор, оценку, обучение и развитие⁶.

Таким образом, осуществляется реализация системных приоритетов, которые сформулированы в Государственной программе РФ развитие образования на 2013-2020 годы в отношении «пересмотра структуры, содержания и технологий реализации образовательных программ с учетом требований преподавателей, студентов, а также с учетом прогноза рынка труда и социально-культурного и экономического развития».

Это означает, что необходима широта знаний в подготовке специалистов по превращению научно-технических разработок в практику производства научного продукта, однако на сегодняшний день качество специалистов способных внедрять изобретения или поставлять на рынок продукт конечного потребления явно недостаточно. Поэтому стоит задача подготовки кадрового потенциала обладающего современными знаниями, умениями и навыками в области менеджмента инноваций. Исходя из этого необходимо обучение специалиста не только знаниям техники, технологии, но и рыночным законам реализации новых изобретений и продуктов в реальную практику⁷.

Все это требует более тесного сотрудничества высшей школы и промышленных предприятий. Отечественные предприятия имеют объективную возможность достигать конкурентных преимуществ посредством формирования и развития интегрированных процессов с образовательными и научными учреждениями. В тоже время, как показывает анализ, в настоящее время, в ряде случаев взаимодействие университетов и промышленных предприятий не имеет определенных стратегических целей. Однако есть мотивация в получении необходимых ресурсов: университетам денежных средств, а промышленным предприятиям трудовых ресурсов и современных технологий производства. Это делает обоснованным

⁶ Баранов Б.А. Корпоративный университет как инновационная модель интеграций бизнеса и образования // Вестник РЭУ им.Г.В. Плеханова. 2014. №3. С.29.

⁷ Гневко В.А. Интеграция образования и науки – основа инновационной модели вуза // Экономика и управление. 2013. №11. С. 31.

совместное сотрудничество предприятий и вузов предопределяет усиление их конкурентных преимуществ⁸.

В этом отношении определенное внимание заслуживает образовательная деятельность Владимирского государственного университета имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых (ВлГУ) в области подготовки и переподготовки специалистов инженерно-технического и экономического профиля, которая нацелена не только на повышение их теоретических знаний, а и, в значительной степени на достижение практических компетенций. Поэтому структура образовательных программ инженерной и экономической подготовки и механизмы их реализации постоянно совершенствуются с учетом запросов, требований и рекомендаций предприятий Владимирского региона, с которыми у ВлГУ налажены давние и крепкие связи.

В настоящее время в университете сформированы «точки роста» совместных с бизнес-сообществом образовательных научно-производственных структур в рамках организации территориально-распределенной технопарковой зоны, на базе которой складывается структура корпоративного университета (учебно-научные, учебно-производственные, технико-внедренческие, промышленно-производственные площадки) по соответствующим приоритетным направлениям. Это особенно важно в настоящее время в условиях реализации в образовании принципов Болонского процесса.

Важная роль здесь отводится созданному в рамках инновационной образовательной программы «Региональному центру содействия трудоустройству и адаптации к рынку труда выпускников образовательных учреждений высшего профессионального образования». Значительное место в его работе занимают вопросы прогнозирования потребностей экономики региона в выпускниках университета.

Подготовка высококвалифицированных инженерных кадров для инновационных производств является приоритетной государственной задачей.

В 2012 году университет стал одним из победителей в конкурсе «Президентская программа повышения квалификации инженерных кадров по нанотехнологиям, энерго- и ресурсосбережению на 2012-2014 годы».

Цель программы - повысить качество кадрового потенциала специалистов инженерно-технического профиля отраслей промышленности, имеющих стратегическое значение для экономического развития России. Речь идет и об усовершенствовании структуры инженерной подготовки в рамках стратегического партнерства образовательных учреждений с предприятиями и организациями реального сектора экономики.

Осенью 2013 года при поддержке Администрации Владимирской области университет стал одним из победителей конкурса Минобрнауки

⁸ Пустынникова Е. Интеграция промышленных предприятий и университетов: условия, перспективы // Проблемы теории и практики управления. 2014. №1. С. 49.

России «Кадры для регионов», ориентированного на предоставление поддержки для реализации проектов по подготовке высококвалифицированных кадров по приоритетным направлениям развития экономики соответствующих субъектов Российской Федерации, на территории которых они расположены.

Задачами проекта являются:

- Актуализация существующих и разработка новых образовательных программ подготовки бакалавров, магистров и ДПО.
- Повышение квалификации профессорско-преподавательского состава.
- Создание и развитие базовых кафедр.
- Оснащение аудиторий и лабораторий кафедр, РНОЦ, НОЦ и базовых кафедр современным оборудованием.

В результате работы над проектом было создано 7 базовых кафедр; произведены оснащение и модернизация большинства учебных лабораторий; созданы новые современные лаборатории, такие как «Энергоэффективные технологии», «Энергетические обследования», «Комплексный автоматизированный мониторинг энергоресурсов», «Проектирование энергоэффективных зданий», «Адаптивная оптика».

Основной задачей базовых кафедр является целевая подготовка специалистов, подготовка, переподготовка и повышение квалификации научных и инженерно-технических работников предприятий города Владимира и Владимирского региона в сфере перспективных инновационных технологий в области лазерных систем, высокоточного машиностроения, энергоэффективности в строительстве и ЖКХ. К преподаванию привлекаются специалисты, которые могут не иметь ученой степени и стажа научно-педагогической работы, но обладают достаточным практическим опытом по направлению профессиональной деятельности. Разработка и реализация образовательных программ по направлениям, реализуемым на кафедрах, проходит с участием главных специалистов предприятий, которые являются руководителями выпускных квалификационных работ студентов, производственных практик.

Примером тесного партнерства ВлГУ с предприятиями региона является Корпоративный институт, который был создан в 2006 году в рамках договора между университетом и ОАО «Завод «Автоприбор».

Инновационных проект - Корпоративный институт ВлГУ в технопарковой зоне ООО «Завод «Автоприбор» реализуется на учебно-производственных площадках предприятий автомобильной отрасли:

В настоящее время в университете создано более 30 современных центров, работающих на принципах интегрированных структур и направленных на реализацию следующих мероприятий: создание с участием университета и/ или на его территории территориально-распределенных структур инновационной экономики (бизнес-инкубаторов, центров компетенций, технопарковых зон, центров коллективного пользования, центров трансфера технологий) с сетевым децентрализованным

взаимодействием участников в условиях реализации паритетного финансирования проектов федерального и регионального уровней; внедрение на базе университета массовых суперкомпьютерных технологий в интересах промышленного развития региона с использованием достижений грид-технологий; реализация с участием университета венчурных проектов в интересах и с привлечением бизнес-сообщества в условиях осуществления государственно-частного партнерства; участие в формировании запросов высокотехнологичного рынка по продукции и услугам как на уровне региона, так и страны в целом.

Образовательные программы университета построены как совокупность актуальных научно-образовательных проектов, выполнение которых позволяет предприятиям решать технологические проблемы на научном уровне, а университету динамично реагировать на проблемы производства и уже совместно развивать науку и технологии.

Таким образом, участие учреждений высшей школы в решении важной общегосударственной задачи – развития межрегиональной экономической интеграции социально-экономических систем территорий в целях наращивания объемов производства и улучшения качества и уровня жизни населения должно быть реализовано в виде укрепления взаимного инновационного сотрудничества университетов и промышленных предприятий для повышения качества подготовки специалистов высшей школы и создания и внедрения новых изобретений и современных технологий на производстве.

Сотрудничество университетов и промышленных предприятий основывается на взаимовыгодных условиях, связанных с получением вузами необходимых финансовых и материальных ресурсов, а предприятия получают постоянное и своевременное обеспечение компетентными, соответствующими корпоративной культуре кадрами. Кроме того в ходе сотрудничества решается задача по управлению знаниями, систематизации накопленного опыта взаимному обмену знаниями и научными достижениями.

Выполнение намеченных мер должно усилить позиционирование ВлГУ в экономической системе региона и страны в целом как ведущего регионального вуза - участника процесса организации партнерства государства и бизнеса в условиях развития инновационной экономики. Тем самым будут созданы необходимые предпосылки для дальнейшего развития университета как самостоятельного хозяйствующего субъекта инновационной образовательной системы России, эффективно реализующего свою миссию.

Доничев О.А., зав. каф. ЭУИИ, проф., д.э.н.
Молчанова О.Г., аспирант кафедры ЭУИИ
Владимирский государственный университет имени
Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых,
г.Владимир

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ВЛОЖЕНИЙ В СОЗДАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО КЛАСТЕРА В РЕГИОНЕ

Предметом исследования в настоящей работе являются организационно-управленческие и экономические отношения. Необходимость и актуальность формирования кластера для целей ускорения экономического развития обусловлена непрекращающимся экономическим кризисом и предпосылками рецессии народного хозяйства, вызванной экономическими санкциями в отношении России.

Целью работы является оценка эффективности инвестиционных вложений, которые будут использованы для создания регионального социально-экономического кластера, осуществленная на основе концепции расслоенных пространств, адаптированной к расчету эффективности использования инвестиций в формирование локально-сетевой структуры.

Ключевые слова: эффективность инвестиций, социально-экономический кластер, регион, метод расслоенных пространств.

Кластеры, будучи межотраслевыми образованиями, усиливают взаимосвязанность, взаимодополняемость предприятий благодаря более быстрому распространению специфических для региона технологий, профессиональных навыков, информации и маркетинга. Следствием сетевого взаимодействия входящих в кластер компаний, является ускорение инноваций, что обеспечивает не только повышение производительности труда, но и обновление стратегических преимуществ, поддержание динамичной конкуренции.

К этому следует добавить, что Участниками кластеров, помимо корневых компаний, являются производители и поставщики специализированных ресурсов, услуг, технологий, оборудования, предприятия сопутствующих отраслей, инжиниринговые и консалтинговые фирмы, научно-исследовательские организации и вузы, кредитные организации и финансовые институты. Взаимодействие всех участников кластера направлено на выпуск определенной ключевой продукции, а характер кластера и его ядро отражает структуру рынка, на который действуют основные участники кластера. Преимущество современного кластера заключается в распространении инноваций на всю цепочку создания продукта.

При этом следует отметить, что в инновационной экономике изменяется природа конкуренции. Совершенная конкуренция множества независимых и не

знающих друг друга фирм за снижение издержек, увеличение нормы прибыли и объема продаж уходит в прошлое. Главной целью конкуренции становится вывод на рынок новых видов продукции, а главным ее средством – лучшее использование общественных производительных сил на основе долгосрочной стратегии развития человеческого и социального капитала, управления знаниями, корпоративной культуры. Конкурирующие компании все чаще совместно выполняют инновационно-инвестиционные проекты, образуя для этого стратегические альянсы и партнерства [1].

В тоже время инвестиционные вложения в развитие экономики любой территории обусловлены процессом определения их предстоящей эффективности, что во многом зависит от структуры ожидаемых вложений, определяемой совокупностью факторов, формирующих будущий объект инвестирования.

Мы должны обозначить, что в составе формируемого по нашим предложениям социально-экономического кластера региона будут присутствовать туристско-рекреационные формирования, структуры производства, культуры, транспорта, социальной и банковско-страховой сферы. Инвестиционный фактор играет важную роль в повышении конкурентных позиций. Рост инвестиций является одним из основных факторов, способствующих подъему промышленного производства, общему оздоровлению экономики, решению проблем обновления региональной технической и технологической базы, основных фондов в промышленности.

Это обстоятельство представляется нам достаточно значимым, поскольку при формировании региональной инвестиционной политики признается необходимым использование кластерного подхода. Это дает возможность объединить маркетинговые каналы, обменяться опытом в инновационных технологиях, лучше использовать квалифицированную рабочую силу. Эффект от создания кластеров (групп предприятий), имеющих единую целевую функцию – экономический рост региона – проявится во всех областях: финансовой, социальной, политической.

При формировании социально-экономического кластера должен учитываться и тот фактор, что в региональной экономике, по мнению некоторых ученых, превалирует доля государственных инвестиций, особенно в создании научно-промышленных и спортивно-туристических кластеров, транспортной и дорожной инфраструктур. Однако в перспективе планируется сократить объемы предоставления бюджетных кредитов регионам на 56% за счет расширения госгарантий, что, безусловно, ограничит возможности регионов по финансированию кластеров [6].

В тоже время, институциональная среда кластеров, включающая в себя систему экономических институтов, организаций и их взаимосвязей, является ключевой частью, определяющей успех кластерной инициативы. Специфика кластера (как особой формы социально-экономической системы) предопределяет особенности кластерной политики, которая должна быть направлена не столько на решение отраслевых задач, сколько на интеграцию усилий различных экономических и социальных институтов [3]. С позиций

социально-экономического кластера данное положение является определяющим.

Кроме того создание экономических кластеров является фактором в значительной мере повышающим инвестиционную привлекательность территории, что одновременно улучшает в ней инвестиционный климат и стабильность условий хозяйственной деятельности.

Вместе с тем, в условиях ограниченности бюджетных средств важно их использовать на приоритетных направлениях, гарантируя участие бюджета в проектах, например, для формирования кластеров и создавать условия для привлечения частного капитала на основе ГЧП. В системе приоритетов можно выделить те отрасли, которые реально вытягивали и могут подтянуть в настоящее время инновационное развитие экономики, прежде всего, на базе проектов ВПК, создающих двойные технологии и новые материалы, среди приоритетов, также требующих концентрации ресурсов - инфраструктура, жилищный и аграрный секторы [5].

В качестве источников финансирования создания регионального кластера могут использоваться также инвестиционные налоговые кредиты. Их рекомендовано применять для организаций, осуществляющих инвестиционные проекты, производящих модернизацию основных фондов, а также для проектов, имеющих социальное значение или защиту окружающей среды и повышение энергетической эффективности производства. Для их применения необходимо активизировать работу органов государственной власти субъекта РФ, в результате чего должны быть приняты законы и подзаконные нормативные правовые акты, которые устанавливают порядок и сроки предоставления инвестиционного налогового кредита в части уплаты региональных налогов [4].

Важное значение имеет также сам процесс формирования кластера, поскольку механизмы внутрикластерного взаимодействия, по мнению ученых, должны отрабатываться на стадии пилотного проекта, то есть с этого момента необходимо определить факторы формирования сетевых связей.

Что касается собственно пилотных проектов, то акторам кластера может быть предложено участие в совместных мероприятиях – выставках, совещаниях и т.д., которые постепенно переходили бы в более плотное взаимодействие. Впоследствии участники кластера, привыкнув к совместному осуществлению определенных операций, будут инициативно подходить к организации производственного процесса, и согласовывать операции друг с другом для совместного положительного экономического эффекта [7].

В принципе для более быстрой консолидации определенной части субъектов регионального бизнеса в сетевую структуру вполне допустимо использование организующего потенциала государственных и региональных органов власти. Но при этом кластеризация не должна стать прерогативой этих органов. Инновационный кластер может быть подлинно эффективным только тогда, когда создается по инициативе снизу, когда сами предприятия для повышения своей конкурентоспособности приходят к выводу о необходимости объединения в кластер. Для формирования кластера требуется поддержка идеи

его создания потенциальными участниками, которые должны продемонстрировать понимание целей своего соединения в рамках данного сетевого новообразования [9].

Между тем официальные данные о состоянии инвестиционной деятельности в России свидетельствуют о существенном исчерпании ресурсной базы инвестиций, связанном в значительной степени с увеличивающимися оттоками российского капитала за рубеж и с ухудшением финансового положения предприятий, сокращающимися их возможностями инвестирования в развитие производства за счет прибыли. В этой связи в качестве приоритетных мер по направлению создавшегося положения официальными органами предлагаются: повышение эффективности госрасходов; сокращение численности государственных служащих; сокращение масштабов государственного имущества; сокращение издержек естественных монополий; развитие инфраструктуры на основе использования государственно-частного партнерства.

Вместе с тем ученые отмечают, что главным фактором ускорения темпов экономического роста и повышения конкурентоспособности является модернизация и ускоренное инновационное развитие. Речь идет об экономической политике, которая нацелена на поддержку своего производителя, на инвестиции в новые производства, на создание новых высокопроизводительных рабочих мест и на стимулирование инноваций [2].

Совершенно очевидно, что схожие ориентиры должны выдерживаться и при формировании региональных кластеров, даже если их основной целью является социально-экономическое развитие региона. В этой связи представляется целесообразным осуществить оценку объема и эффективности ресурсных инвестиционных вложений в инновационный социально-экономический кластер, создание которого предполагается осуществить на территории Владимирской области.

Существует значительное количество методик расчета эффективности инвестиционных проектов. Наиболее известным, даже в определенной степени классическим, является расчет чистого дисконтированного дохода (NPV), индекса рентабельности (PI), внутренней нормы прибыли (IRR), дисконтированного срока окупаемости. Мы же в данной работе хотим использовать метод управления инвестициями на основе концепции расслоенных пространств, предложенный д.э.н., профессором О.С. Сухаревым и д.э.н., профессором С.В. Шманевым в монографии [8], адаптировав ее к расчету эффективности инвестиций в социально-экономический кластер. Ранее использование этой методики производилось в отдельных работах, но в данном случае задача существенно видоизменяется и усложняется. Резко возрастают объемы капитальных вложений, увеличивается количество объектов и характер их инвестирования и будущего функционирования.

Сущность применяемой методики состоит в том, что структура инвестиционных потоков рассматривается в виде нелинейной зависимости,

которая подчиняется закону динамического развития, где через константы k_1 и k_2 обозначены скорости протекания параллельных процессов

Нами выполнены расчеты практического применения синергетико-институционального подхода и его использования в целях оценки инвестиционных вложений в создание социально-экономического кластера в Суздале. Общая сметная стоимость данного проекта 30 млрд. рублей, проект рассчитан на 10 лет. Приемлемая норма дисконта, исходя из ставки рефинансирования, определена в размере 15%.

Чистый дисконтированный доход проекта, в рассматриваемый период (10 лет), положителен и равен 20,55 млрд. рублей, следовательно, проект рентабелен. Величина средних переменных издержек постепенно возрастает, однако при понижении чистой прибыли темпы роста снижаются.

На основании результатов проведенного исследования, можно сделать вывод о том, что соотношение коэффициентов транзитивности β и γ остается практически неизменным, несмотря на незначительные колебания абсолютных значений коэффициентов k_1 , и k_2 , которые зависят, главным образом, от типа организации и сферы ее деятельности (отрасли).

Результаты предварительной оценки эффективности свидетельствуют о достаточно высокой рентабельности проекта, риск, связанный с его осуществлением можно считать незначительным, поэтому основываясь на методических рекомендациях при расчетах было задано его значение равное 0,1.

Таким образом, проведенные исследования показывают, что с помощью формул химической кинетики, может быть рассчитана эффективность инвестиционных проектов в создании социально-экономического кластера, установлена зависимость между константами скоростей реализации инвестиционного проекта и величиной эффективности инвестиций.

На основании синергетико-институционального метода и уравнения автоколебаний выстроена система математических уравнений для расчета зависимости между параметрами внутренней среды организации и изменением общественной эффективности инвестиций, обоснованы выводы по изменению институциональной среды для получения наибольшего эффекта инвестиций.

Литература:

1. Бляхман Л.С. Новый этап обобществления производства и революция в организации бизнеса // Проблемы современной экономики. 2013. № 3. С.31.
2. Власкин Г. Инвестиционная поддержка инновационного роста российских регионов // Вестник института экономики РАН. 2013. № 5. С. 101.
3. Дмитриева Л.В. Проектирование институциональной среды инновационного кластера // Региональная экономика: теория и практика. 2014. № 5. С. 44.
4. Захарова Ж.А. Оптимизация условий для привлечения частных инвестиций в инфраструктуру региона // Региональная экономика: теория и практика. 2014. № 22. С. 51.
5. Зельднер А.Г. Привлечение частных инвестиций - ключевое звено обеспечения устойчивого развития российской экономики // Вестник института экономики РАН. 2014. № 3. С. 105.
6. Малахова Т.А. Повышение эффективности управления инвестиционными проектами в региональном развитии // Региональная экономика: теория и практика. 2014. № 7. С. 43.

7. Осипов В.С. Базовые предпосылки притока частных инвестиций // Вестник института экономики РАН. 2014. № 3. С 123 - 124.
8. Сухарев О.С., Шманев С.В., Курьянов А.М. Синергетика инвестиции. М.: Финансы и статистика: ИНФРА-М. 2011. 368 с.
9. Швецов А. Пространственный кластер как инструмент активизации инновационного развития // Проблемы теории и практики управления. 2014. № 4. С. 55.

Доничев О.А., зав.каф.ЭУИИ, проф., д.э.н.
Новикова А., асп.каф.ЭУИИ

Владимирский государственный университет имени
Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ОРГАНИЗАЦИИ ПЕНСИОННЫХ СИСТЕМ

Все страны, признанные в мире как социально ориентированные, неукоснительно следуют международным нормам и требованиям по материальному обеспечению пенсионеров. Минимальные нормы социального обеспечения установлены Международной организацией труда (МОТ), а именно конвенцией МОТ № 102 и конвенцией МОТ № 128.

В отличие от большинства цивилизованных государств, нашей страной и по сей день не ратифицировано ни одного международного нормативного документа из выше перечисленных. Отчасти это можно оправдать тем, что финансовая и геополитическая ситуация в мире крайне не стабильна. Финансовые кризисы стали носить регулярный и глобальный характер. Даже самым развитым западным странам приходится пересматривать свои нормы социального обеспечения и реформировать системы пенсионного страхования не в пользу своих граждан, несмотря на декларированные гарантии достойного уровня жизни в нетрудоспособный период и активные протесты населения.

Общемировые демографический и финансовый кризисы привели к увеличению численности нетрудоспособного населения, а следовательно к росту нагрузки пенсионных систем на бюджет стран. Национальным пенсионным системам пришлось срочно адаптироваться к новым макроэкономическим условиям путем регулирования величины государственных пенсионных обязательств и накопленных пенсионных прав граждан.

Традиционными инструментами влияния на величину государственного пенсионного долга являются повышение пенсионного возраста и ужесточение требований к продолжительности стажа. По классификации Всемирного банка эти реформы относятся к параметрическим. Второй вид реформ по данной классификации – системные реформы.

Помимо параметрических преобразований, многие страны применили системные реформы в пенсионной сфере. Данный вид реформ является самым радикальным и неизменно влечет за собой качественное изменение системы формирования пенсионных выплат и источников их финансирования. Самым распространенным примером системных реформ является включение в

пенсионную систему накопительного компонента. Пенсионные накопления являются неотъемлемой частью социального страхования во многих странах.

В отличие от России, большинство государств формирует пенсионные накопления на добровольной или корпоративной основе. Целесообразность обязательного характера накопительной части пенсии в нашей стране все чаще ставят под сомнение. В настоящее время, в мировом экспертном сообществе по поводу накопительной пенсионной системы ведутся активные дискуссии.

В этой связи не вызывает сомнения необходимость не только оценки *эффективности* различных видов пенсионного обеспечения в других странах, а также анализ методов нивелирования негативного влияния глобальных кризисов на зарубежные национальные пенсионные системы. Однако при сравнительном анализе эффективности механизмов пенсионного страхования в нашей стране и за рубежом следует учитывать социально-экономические условия, в которых функционирует пенсионная система той или иной страны.

Так нормативный возраст выхода на пенсию и требования к продолжительности стажа следует сравнивать в контексте демографической ситуации, сложившейся в государстве на данный момент. Большинство стран повышают возраст выхода на пенсию в связи со старением населения. Поэтому в первую очередь следует сравнивать продолжительность жизни, так как именно от этого параметра напрямую зависят пенсии во многих странах.

А эффективность накопительной компоненты пенсионной системы тесно связана с финансовой устойчивостью национальной экономики. Поэтому, для начала, следует сравнить макроэкономическое и демографическое положение в странах. Только учтя все экономические, исторические, социально-политические факторы можно сделать обоснованные выводы.

Помимо прямого сопоставления коэффициентов замещения пенсий утраченного заработка, пенсионных возрастов, соотношений трудоспособного и нетрудоспособного населения, расходов на пенсионное обеспечение следует провести более сложные оценки. Например, анализ зарубежного опыта поиска стимулов к продолжению работы вместо выхода на пенсию.

Каковы же сопоставимые условия выхода на пенсию в России и за рубежом? На первый взгляд, отечественная пенсионная система характеризуется более лояльными условиями назначения пенсий, чем большинство развитых государств.

Минимальный стаж, необходимый для получения трудовой пенсии по старости на общих основаниях в среднем по странам ОЭСР (Организация экономического сотрудничества и развития) достигает 20 лет. Этот показатель составляет в России 5 лет. В Великобритании он почти в десять раз больше (39 лет для женщин и 44 года для мужчин).

Нормативный возраст выхода на пенсию в среднем по развитым странам ОЭСР составляет 65 лет для мужчин и 63 года для женщин, для развивающихся государств он равен 63 и 60 лет соответственно. Что на 3-5 лет выше, чем возраст выхода на пенсию для мужчин в России и на 8-5 лет для женщин. Нужно отметить, что некоторые государства предоставляют возможность добровольного раннего выхода на пенсию с меньшим размером пенсии, поэтому фактический (эффективный) возраст выхода на пенсию в этих странах будет меньше.

Большая часть стран ОЭСР планирует повысить пенсионный возраст до 67 лет. Данная реформа коснется 18-ти государств. В этой связи возникает вопрос: а не провести ли подобную реорганизацию и в отечественной пенсионной системе?

Возможно, повышение пенсионного возраста до 65 лет, как в процветающих западных странах, является панацеей от дефицита бюджета пенсионного фонда, низкого уровня материального обеспечения пенсионеров, низкого коэффициента замещения пенсией утраченного заработка и других нерешенных проблем отечественной пенсионной системы?

Для ответа на эти вопросы, во-первых, необходимо оценить демографическую ситуацию у нас в стране и за рубежом.

Продолжительность жизни населения в развитых странах в 1,5 выше у мужчин и в 1,45 раза выше у женщин, чем в России.

Если же привести в сопоставимые условия возраст выхода на пенсию в странах ОЭСР и в РФ, то становится более очевидной причина повышения пенсионного возраста. В развитых странах увеличение пенсионного возраста происходит тогда, когда абсолютное большинство населения (а не малая его часть) доживает до реализации своих пенсионных прав в *полном* объеме.⁹

Но не все отечественные исследователи согласны с таким аргументом против повышения пенсионного возраста. Активным сторонником выравнивания принципов выхода на пенсию населения России и западных стран является Е. Т. Гурвич.

Распространенный аргумент против повышения пенсионного возраста состоит в сравнительно низкой продолжительности жизни в России. Однако с точки зрения пенсионной политики важна не столько ожидаемая продолжительность жизни при рождении, сколько возрастная структура населения. Если низкая продолжительность жизни равномерно распространяется на всех граждан, то результатом будет низкий удельный вес населения в пожилом возрасте, или низкое соотношение численности населения в пожилом и трудоспособном возрасте.¹⁰

Хочется возразить Гурвичу, что особенностью демографической ситуации в России является разрыв в 13 лет в продолжительности жизни у женщин и мужчин (74 и 61 год соответственно). Поэтому, о равномерном распределении продолжительности жизни на все население не может быть и речи.

Помимо продолжительности жизни, еще одним важным демографическим параметром является дожитие от пенсионного возраста, то есть срок пребывания на пенсии. При сравнении страховых условий в странах ОЭСР и в России у мужчин и женщин картины оказались прямо противоположными (Таблица 3). По сроку пребывания на пенсии женского населения Россия находится на третьем месте после Италии и Франции. Данный параметр для российских женщин и для граждан развитых стран равен 23,4 и 22 года соответственно. При этом возраст выхода на пенсию у россиянок на 8 лет ниже.

У мужского населения наблюдается обратная картина. В странах ОЭСР мужчины живут 18 лет после выхода на пенсию в 65 лет. В России мужчины живут на пенсии 15,3 лет. При этом треть мужчин не доживает до пенсионного

⁹ Соловьев А.К. Долгосрочное прогнозирование развития пенсионной системы России: факторы и условия // Проблемы прогнозирования. №3 2012

¹⁰ Гурвич Е.Т., Принципы новой пенсионной реформы // Вопросы экономики, 2011 №4

возраста в 60 лет. Таким образом, только 2/3 мужского населения могут воспользоваться накопленными пенсионными правами, что противоречит международным страховым принципам функционирования пенсионных систем.

Сравнение показывает, что разрыв в дожитии мужчин в пенсионном возрасте в России (60 лет) по сравнению с Западом (65 лет) сокращается почти на четверть. Но даже в действующих условиях демографические параметры России не позволяют реализовать базовый страховой принцип эквивалентности пенсионных прав и обязательств, который положен в основу установленных МОТ требований к пенсионному возрасту.¹¹

Но даже женскому населению в России, по крайней мере, пока, нельзя повышать пенсионный возраст, поскольку женщины выполняют две социально значимые роли: роль детского садика либо пионерского лагеря и роль дома престарелых. В развитых странах бабушки не сидят с внуками, таков западный менталитет. Да и необходимости в этом нет, поскольку в ясли ребенка можно отдать через две недели после рождения, а не через три года, как в России.

Фактически женщина эту небольшую пенсию (не во всех случаях, но часто) получает как некое пособие за то, что она выполняет важные социальные функции. Поэтому, если мы хотим повысить женщинам пенсионный возраст до 63 лет, как предлагают некоторые специалисты, давайте сначала решим эти проблемы - фактически проблемы инфраструктурные.¹²

За престарелыми родителями в развитых странах также не принято ухаживать. На западе организована доступная инфраструктура соответствующих заведений с комфортабельными условиями проживания, квалифицированным медицинским наблюдением, чего нельзя сказать о наших домах престарелых. В России нет системы социального патронажа как таковой.

В стране, где сохранились тесные хозяйственные связи между поколениями и роль женщины в хозяйстве и воспитании детей выше, чем роль мужчины, более ранний выход женщины на пенсию оправдан с точки зрения общественной эффективности. При такой постановке проблема перестает быть дихотомической, и возникает вопрос о рациональной разнице пенсионных возрастов - он и должен решаться.¹³

Другой параметр, представленный в таблице 3 – соотношение между длительностью пребывания на пенсии и продолжительностью стажа. Во Франции и России данный показатель самый высокий среди развитых стран и стран с формирующимся рынком соответственно. Чем выше эта демографическая характеристика, тем ниже коэффициент замещения пенсией утраченного заработка. Поэтому многие страны ужесточают условия выхода на пенсию либо повышают тарифы страховых взносов, чтобы стабилизировать коэффициент замещения. Пойти по первому пути России мешает плохая

¹¹ Соловьев А.К. Долгосрочное прогнозирование развития пенсионной системы России: факторы и условия // Проблемы прогнозирования . №3 2012

¹² Гонтмахер Е.Ш. О развилках пенсионной системы // Журнал Новой экономической ассоциации №3, 2012 с. 168-171

¹³ Полтерович В.М. О стимулировании накоплений и семейной пенсии // Журнал Новой экономической ассоциации №3, 2012 с. 187-189

демография, высокая смертность среди мужского населения, по второму – не посильность бремени пенсионной системы на отечественную экономику.

В развитых странах увеличение пенсионного возраста происходит по мере формирования соответствующих демографических и инфраструктурных условий: реализации пенсионных прав в полном объеме у абсолютного большинства граждан, создание социальных институтов, соответствующей социальной инфраструктуры.

Таким образом, мнение о том, что эффективность западных пенсионных систем обусловлена именно 65-летним пенсионным возрастом, является глубоким заблуждением: во всех пенсионных системах возраст выхода на пенсию устанавливали, исходя из необходимости поддержания эквивалентности пенсионных прав и реализации обязательств, поскольку увеличение продолжительности жизни после выхода на пенсию не могло полностью обеспечиваться накопленными пенсионными правами.¹⁴

Большинство развитых государств ОЭСР имеют трехуровневую пенсионную систему.

Первый уровень – это солидарно-страховая пенсия, которая финансируется только за счет обязательных страховых взносов работодателей. В российской практике она носит название трудовой пенсии по старости.

На втором уровне располагается накопительная пенсия. Она финансируется за счет добровольных страховых взносов работодателей или самих работников. Другое ее название – профессиональная пенсия, поскольку она носит корпоративный либо отраслевой характер, но не индивидуальный.

Третий уровень занимает частная пенсия, которая выплачивается согласно договору с негосударственным пенсионным фондом (НПФ) либо иной организацией. Накопительная часть пенсии в отечественной системе не является подобием частной пенсии в ОЭСР, потому что взносы даже в НПФ имеют обязательный характер, и их размер регламентируется государством. НПФ устанавливает только сроки и размеры выплат, учет социальных факторов.

Однако в России существует аналогичная пенсионная программа. Это программа по софинансированию пенсии. Но, к сожалению, инфляция в нашей стране высокая, а условия добровольного софинансирования не столь выгодны застрахованным лицам, как на западе, поэтому не могут простимулировать наше население вкладывать денежные средства в пенсионные накопления.

Как видно из таблицы 4 пенсионные системы в ОЭСР и в России имеют схожую многоукладную структуру. Разница лишь в накопительном компоненте, который в России является обязательным, а в западных странах носит добровольный характер.

Частные пенсионные накопления являются значимой частью экономик наиболее развитых государств.

¹⁴ Соловьев А.К. Стратегия долгосрочного развития пенсионной системы //Проблемы теории и практики управления. №10 2013

По нашему мнению, добровольные или корпоративные формы пенсионных накоплений следует активно развивать и оказывать им финансовую и институциональную поддержку.

Добровольное накопление свойственно в основном англосаксонским странам (США, Великобритания, Австралия) и Японии. В то же время она не пользуется успехом в других развитых странах (Франция, Испания, Германия, Италия, Скандинавские страны), где преимущественно господствует распределительная система.¹⁵

В тоже время эффективность всеобщих принудительных накопительных пенсионных систем сомнительна, поскольку их реализация и функционирование связаны с рядом проблем. Во-первых, обязательные формы накопления не обеспечивают широкого охвата населения пенсионным обеспечением. Во-вторых, накопительный компонент угрожает финансовой устойчивости пенсионной системы, поскольку подвержен влиянию экономических кризисов и рисков, демографической ситуации в стране.

Таким образом, какую из форм пенсионного обеспечения использовать в большей степени, а какую в меньшей степени, зависит от уровня экономического развития, от культурных особенностей и других характеристик страны.

Для того, чтобы применять подходы западных государств к реформированию отечественной пенсионной системы, нужно, в первую очередь, учитывать демографическую ситуацию в России.

Опыт зарубежных стран доказал, что только страховые механизмы функционирования пенсионной системы способны свести к минимуму негативное влияние финансовых и демографических кризисов и, соответственно, являются залогом ее финансовой устойчивости.

Tangning Jiogap Firmin (Cameroun); Vladimir-Russie
Ph.D in technical sciences, Université d'État de Vladimir

Alberto Raimundo Watchilambi Wapota,
Universidade Mandume ya Ndemufayo(Angola); PhD in technical sciences;

Jose Luis Mateus Alexandre,
Universidade Mandume ya Ndemufayo(Angola); PhD in technical sciences;
e-mail:fiston@gmx.fr

METHODE DE SECURISATION DES DONNEES DANS LE COMMERCE ELECTRONIQUE

**(МЕТОД БЕЗОПАСНОСТИ ПРИ ОБРАБОТКЕ ДАННЫХ В
ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ)**

Au fur et à mesure que les années s'écroulent, l'accès au réseau d'Internet devient de plus en plus facile, le débit augmente de jour en jour, ce qui fait du commerce électronique un marché très important pour nombreux secteurs dans un

¹⁵ Ржаницына Л.С.. У исследователя особая позиция // Журнал Новой экономической ассоциации №3, 2012 с. 173-176

pays. Commençons en disant que le commerce électronique habituellement appelé «e-commerce», permet d'échanger des marchandises et des services dans le monde entier par le truchement et l'aide des voies de télécommunication. Cette nouvelle forme de commerce à travers Internet bas son plein en ces jours du XXI-ème siècle [1]. Sur le tableau 1 [3, 4] et schéma №1, nous pouvons apercevoir la popularisation de ce domaine en Europe plus précisément en France et en Russie. Les analystes prévoient en effet pour les prochaines années des chiffres d'affaires important par rapport au précédant (voir schéma 1) [2]. Ce nouveau marché possède de nombreux atouts, ce qui crée un grand risque dans la sécurité des données des cyberconsommateurs et la transparence du trafic électronique. Alors, si les problèmes techniques semblent solubles, le commerce électronique en soi éveille une certaine méfiance, notamment en matière de sécurité juridique.

Tableau 1

Le classement des 10 Top sites «e-commerce» les plus visités en France

Nº	Compagnie	Visiteurs uniques moyens par mois	Visiteurs uniques moyens par jour
1	Amazon	16 057 000	1 837 000
2	Cdiscount	9 834 000	843 000
3	FNAC	9 064 000	675 000
4	eBay	8 653 000	1 098 000
5	Price Minister	7 789 000	663 000
6	Voyages-sncf.com	6 772 000	463 000
7	Carrefour	6 384 000	461 000
8	Vente-privee	5 832 000	972 000
9	Leroy Merlin	5 133 000	322 000
10	Booking.com	4 991 000	305 000



Schéma 1. Top 30 des sites «e-commerce» ayant les plus grands chiffres d'affaires en Russie

Les modèles économiques des sites de commerce électronique

Ces modèles peuvent être classés en quatre catégories :

1-ère catégorie: Site portail: il s'agit d'un site web offrant des informations générales thématiques (telles que la météo, la bourse,...) comme Yandex.ru et des services (tels que des petites annonces, des sites féminins, des services immobiliers, etc.). Il regroupe ainsi différents commerçants afin de drainer un trafic. Certains peuvent être spécialisés sur un domaine précis, comme, par exemple, hi-news.ru, cnews.ru, techvesti.ru qui sont un des portails dans le domaine des nouvelles technologies en Russie. Ces portails peuvent être personnalisés en fonction du profil des internautes (TV, météo de sa région et dans le monde, intérêts personnels...);

2-ième catégorie: Sites communautaires: ils consistent à héberger des sites Web personnels puis à proposer des services susceptibles de générer du trafic et peuvent ainsi vendre de l'espace publicitaire (par exemple les sites Geocities, Multimania en France, en Russie: ucoz.ru(ancien narod.ru), nethouse.ru, international: <http://www.wix.com>, ...);

3-ième catégorie: Sites de commerce électronique: ces sites proposent des activités de vente spécifique et mettent en ligne de façon limitée de la publicité (tels, en France, que la Fnac.com, la sncf.fr; en Russie: ulmart.ru, svyaznoy.ru,...; international: ru.aliexpress.com, alibaba.com, ...).

4-ième catégorie: Sites pédagogiques, éducatifs: ces sites proposent des enseignements et des formations dans les domaines bien déterminés. (Sites universitaire, scolaires, apprentissage de la langue, ...) comme vlsu.ru.

Les différents types de «e-commerce»

Basés sur la nature de la relation vendeur-acheteur. On peut distinguer différentes sortes de commerce électronique [5]:

a) l'échange électronique entre les entreprises privées et le gouvernement, souvent appelé B2G (dont la prononciation en anglais), qui veut dire en anglais: «Business to consumer» equivaut à: «des entreprises aux particuliers»;

b) le commerce électronique à destination des particuliers, ou B2G (dont la prononciation en anglais), qui veut dire en anglais: «Business to government» - désigne le marketing du secteur public; c'est un type de marketing dérivé du marketing industriel (ou B2B) qui englobe la commercialisation de produits et de services à destination des administrations, qu'il s'agisse de collectivités territoriales ou du gouvernement;

c) le commerce électronique entre entreprises, souvent appelé B2B (dont la prononciation en anglais), qui veut dire en anglais: «business to business»; c'est l'ensemble d'architectures techniques et logicielles informatiques permettant de mettre en relation des entreprises;

d) le commerce électronique entre particuliers, ou C2C (dont la prononciation en anglais), qui veut dire en anglais: «consumer-to-consumer» ou alors en français «Échange inter-consommateur» - désignent l'ensemble des échanges de biens et de services entre plusieurs consommateurs sans passer par un intermédiaire;

e) L'échange électronique entre une entreprise et ses employés, souvent appelé Intranet ou B2E (se prononce en anglais), acronyme anglais de «business to employee».

La position de la Russie dans le monde

Selon certains spécialistes, les ventes en ligne en Russie devraient gonfler à 38 milliards de dollars en 2018, et la Russie occupe une place importante en Europe et dans le monde en croissance du commerce électronique l'an dernier, selon certaines études[5, 6], elle était parmi les 10 premiers dans le monde et quatrième en Europe (voir tableau N°2). Par ailleurs, selon le cabinet d'études de marché internationales «ystats.com», elle est classée au cinquième rang mondial de la croissance du commerce électronique en 2013 et selon le site «ystats.com», il devrait dépasser la Corée du Sud pour devenir le neuvième plus grand marché B2C «e-commerce» électronique dans le monde entier en termes de ventes cette année 2014. Les ventes en ligne en Russie ont augmenté de 19% en 2013. La croissance des ventes «e-commerce» du pays a été dépassé seulement par la Chine (79%), l'Indonésie (71%), le Mexique (42%) et l'Inde (35%). En Europe, le marché B2C «e-commerce» de la Russie a occupé le quatrième rang par les ventes en 2013.

Tableau 2

Le «e-commerce» en Europe et dans le monde

<i>Top 5 des pays européens</i>			
<i>Chiffres d'affaires «e-commerce» B2C (en milliards d'€)</i>			
<i>N°</i>	<i>Pays</i>	<i>Année 2013</i>	<i>Année 2014</i>
1	Royaume-Uni	107.2	125.4
2	Allemagne	63.4	76.5
3	France	51.1	57.5
4	Russie	15.5	18.0
5	Espagne	14.4	16.8

<i>Top 5 des pays mondiales</i>			
<i>Chiffres d'affaires en milliards d'€</i>			
<i>N°</i>	<i>Pays</i>	<i>Année 2013</i>	<i>Année 2014</i>
1	USA	315.4	Pas encore les données
2	Chine	247,3	
3	Royaume-Uni	107.2	
4	Japon	81.3	
5	Allemagne	63.4	

En outre, la Russie occupe le cinquième rang dans le monde parmi les pays en termes de croissance des utilisateurs d'Internet entre 2008 et 2013, avec une augmentation de 100% sur la période. La Russie occupe également le premier rang sur les dépenses en ligne et l'exploitation d'Internet.

On peut souligner que le «e-commerce» s'ouvre et se développe actuellement à toutes les catégories de produits et services. Et les cyberconsommateurs sont séduits puisqu'ils sont chaque mois nombreux à solliciter ce moyen de vente et d'achat. De même, la multiplication des ordinateurs, l'offre croissante de sites et les nouvelles technologie de l'informatique attirent plus d'internautes chaque année. Plus l'intérêt et la popularité augmente, plus il nécessite de prendre des mesures de protection des données. On observe quelques objections dans ce domaine. Certains marques (McAfee, VeriSign, TRUSTe, Kaspersky, DrWeb, ...) sont conçus pour apaiser les craintes des consommateurs au sujet de la sécurité des sites de «e-commerce». Certains consommateurs qui ne achètent pas en ligne disent qu'ils craignaient que leurs renseignements personnels seraient utilisés pour commettre une fraude et d'autres que leurs données de carte de crédit ou de débit seraient utilisés pour

commettre une fraude. Peut-on se passer de tout cela? Que faire pour assurer une sécurisation des données dans ce commerce rentable et innovant? Entre autre, il s'agit: la sécurité des paiements, la protection des consommateurs mais également la signature sécurisée des contrats de commerce électronique.

Mesures à prendre et type de sécurisation

Tout d'abord, pour organiser un «e-commerce», il faut que le dispositif de création du compte (signature) par l'internaute doit garantir que les données de création de signature électronique sont protégées à la fois contre les falsifications, contre toute utilisation par un tiers, contre toute altération et que leurs confidentialités soient assurées; de même, il faut recourir à un certificat électronique qualifié qui est lui même délivré par un prestataire de service de qualification à haut niveau.

Soulignons qu'il existe plusieurs types de sécurisations:

- la sécurisation de paiement par la carte bancaire. C'est le moyen le plus répandu avec transmission du numéro de carte sur le réseau Internet, en utilisant le chiffrement SSL (secure socket layer) développé par la compagnie Netscape en 1996. Voilà comment cela se passe:

Notons tout d'abord que le protocole SSL fonctionne de manière totalement cachée pour l'internaute (utilisateur), qui n'a pas à intervenir dans le protocole. La seule façon d'identifier une communication sécurisée est d'observer que l'adresse du site commence par le protocole "https://" au lieu du protocole "http://", le «s» signifie «secure».

SSL utilise de nombreux outils cryptographiques: la cryptographie à clé publique, la cryptographie symétrique, les fonctions de hachage et les certificats électroniques. Voici son algorithme de fonctionnement:

Considérons un internaute (utilisateur) Z qui se connecte au site sécurisé X.

Le site X lui envoie un certificat électronique. Ce certificat électronique, garanti par une autorité de certification, certifie à l'utilisateur qu'il s'agit bien du site X; il comporte aussi la clé publique d'échange Y du site X.

Le navigateur de Z vérifie le certificat. Il se met ensuite d'accord avec le serveur par réseau internet sur un système cryptographique symétrique à utiliser. Puis il choisit au hasard une clé pour cet algorithme, la clé de session K.

Le navigateur de Z envoie au serveur de X $Y(K)$. A l'aide de sa clé secrète S, le serveur de X calcule $S(Y(K))=K$. Ainsi, le navigateur de Z et le serveur de X sont en possession d'une même clé.

Z rentre son numéro de cartes bancaires et d'autres données. Elles constituent les «informations». Le navigateur envoie à X ces «informations», chiffrées en utilisant la clé K. Il envoie aussi un résumé de ces «informations», en utilisant une fonction mathématique appelée fonction de hachage.

Grâce à la clé K, le serveur de X peut retrouver ces «informations». Il calcule aussi le résumé des «informations», et compare avec le résumé envoyé par le navigateur de Z. S'ils coïncident, c'est que les données ont été correctement transmises.

- La sécurisation de paiement par le protocole SET qui permet l'authentification de toutes les parties grâce à l'échange de signatures électroniques;

- la sécurisation de paiement par la carte bleue virtuelle (e-carte bleue). La procédure est la suivante: la banque attribue à son client un numéro de carte à usage unique;

- la sécurisation de paiement par le chèque virtuel: chaque chèque est affecté d'un numéro à usage unique avec un système d'identification électronique;

- la sécurisation de paiement pas le dispositif de la société Sympass: elle a développé un système utilisant à la fois le clavier de l'ordinateur et le clavier du téléphone. En effet, pour payer, l'internaute va saisir les huit premiers chiffres de sa carte bancaire ainsi qu'un numéro de téléphone, il va alors recevoir un appel téléphonique et devra saisir les huit derniers chiffres de sa carte sur le clavier du téléphone;

- la sécurisation de paiement par la solution ID tronic de la caisse d'épargne. Ce système permet d'acheter avec une carte bancaire sans en donner le numéro. Il faut, au préalable s'inscrire au service en envoyant ses coordonnées, son numéro de portable et un Relevé d'Identité Bancaire. Lors du paiement, le client entrera un code fourni ou son adresse de messagerie électronique, il recevra alors un sms sur son téléphone sur lequel figurera un mot de passe. Il devra alors saisir le mot de passe sur l'écran de paiement en ligne, le paiement sera alors confirmé et l'identité de l'acheteur authentifiée;

- la sécurisation de paiement par le cash back. Ce système permet également au consommateur de gagner de l'argent. En effet, l'internaute se verra soit reversé une partie du montant payé, soit une somme sera mise à sa disposition pour l'achat de biens et services sur des sites partenaires. En est un exemple le eBuyClub, un certain nombre de sites cybermarchands sont partenaires et pour tout achat effectué sur un de ces sites, une partie du montant variant entre 1 et N (nombre inférieur à 100) % est reversé au consommateur. Il est même possible que les internautes créent des équipes et chaque achat d'un membre de l'équipe rapporte de l'argent;

- la sécurisation de paiement par le porte monnaie électronique; il consiste en une carte de paiement prépayée, c'est-à-dire sur laquelle une certaine somme d'argent a été chargée, permettant le règlement d'une multitude de services. Une réserve financière sera donc «stockée» sur le microprocesseur de la carte;

- la sécurisation de paiement par le système Paynova. Il permet au consommateur d'utiliser un porte-monnaie virtuel sur différents sites Internet. Il doit donner ses coordonnées dont son adresse de messagerie et crédite son porte-monnaie grâce à sa carte bancaire;

- la sécurisation de paiement par le système Paypal (porte-monnaie électronique). Il permet d'effectuer des achats sans utiliser la carte de crédit. L'argent est versé par Paypal, qui se crédite auprès de votre banque et reverse ensuite les sommes dues au tiers que vous avez choisi.

Précautions à prendre:

1. Ne jamais communiquer des données sensibles (numéro de carte bancaire, identifiants personnels) en cliquant sur un lien envoyé par courrier électronique;

2. toujours vérifier, dans la barre d'adresse du navigateur, l'adresse du site internet avant de saisir les informations demandées;

3. toujours partir de la page d'accueil d'un site pour accéder aux autres pages, notamment celles où sont demandées des identifiants;

4. lors de la consultation de sites sécurisés (sites bancaires, par exemple), s'assurer de l'activation du cryptage des données (l'adresse du site doit commencer par https et non par http);

5. en cas de doute, prendre contact directement avec l'entreprise concernée (votre banque, votre fournisseur d'accès à l'internet, etc.) pour lui signaler le message suspect;

6. assurez-vous que personne ne vous observe lorsque vous saisissez votre code pour effectuer un paiement et changez-le si vous croyez que quelqu'un a pu le découvrir;

7. ne mémorisez pas ces codes d'accès dans l'ordinateur même si le navigateur vous le propose;

8. utilisez le bouton de déconnexion du site de la banque dès que vous avez terminé;

9. effacez l'historique après chaque connexion; cet historique se trouve dans différent endroit selon les navigateurs utilisés.

Précaution pour les fournisseurs:

1. Coder les données de vos clients avant de les enregistrer dans les bases de données. Si le fraudeur a accès à la base de données et qu'il ne dispose pas de clé de déchiffrement, le risque qu'il puisse lire les données de vos clients est nettement réduit;

2. Protéger les serveurs et les applications web.

Pour conclure, nous pouvons dire qu'il existe plusieurs type de sécurisation de paiement à différents méthodes. Cette variété d'algorithmes montre que chacun d'eux possède aussi des inconvénients. Il est important d'effectuer les quatre derniers points des précautions à prendre si vous consultez vos comptes en ligne, dans un cybercafé ou tout autre endroit public (ce qui n'est pas très recommandé).

Littérature:

1. http://www.datainsight.ru/ecommm_weekly;

2. <http://www.ewdn.com/e-commerce/insights.pdf>;

3. <http://www.ecommerce-europe.eu>;

4. http://www.fevad.com/uploads/files/enjeux2014/Chiffres_Cles_2014.pdf

5. <http://www.ecommerce-europe.eu/facts-figures/infographics/eastern-europe>

Абдуллаев Н.В., асс. каф. БИиЭ

Владимирский государственный университет имени Александра

Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых,

г.Владимир

**ЦЕЛЕВАЯ ПРОГРАММА
"СОДЕЙСТВИЕ РАЗВИТИЮ МАЛОГО И СРЕДНЕГО
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ВО ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ
НА 2011-2013 ГОДЫ"**

Экономика Владимирской области обладает существенным научно-инновационным потенциалом и соответственно сориентирована на высокотехнологичное производство¹⁶. Высоко развито в регионе производства химических, неметаллических минеральных продуктов, готовых металлических изделий, электрооборудования, электронного и оптического оборудования и др.

Инновационное развитие во Владимирской области осуществляется на основе нормативных, законодательных актов (например, закон «О научно-технической политике и мерах государственной поддержки научной

¹⁶ Малый бизнес во Владимирской области. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://riarating.ru/regions_study/20131014/610590574.html

деятельности и инноваций во Владимирской области» (1999 г.), с изменениями, внесенными в 2012 г., Постановление Губернатора области «Об утверждении перечня приоритетных направлений развития науки, технологий и техники во Владимирской области» (2012 г.).

В области ежегодно реализуется около 15 федеральных и более 30 региональных долгосрочных целевых программ¹⁷.

Во Владимирской области в течение ряда лет осуществлялась целевая программа "Содействие развитию малого и среднего предпринимательства во Владимирской области на 2011-2013 годы".

Программа предусматривала, во-первых, поддержку начинающих МИП и МПС (гранты начинающим предпринимателям, в первую очередь, инновационной сферы в размере 300 тыс. руб., гранты на создание инновационной компании в размере 500 тыс. руб.); действующим инновационным компаниям (субсидии на возмещение затрат или недополученных доходов в связи с производством (реализацией) товаров, выполнением работ, оказанием услуг); во-вторых, субсидирование по договорам лизинга субъектов предпринимательства, направленным на модернизацию технологических процессов и пополнения основных фондов; части затрат, связанных с приобретением оборудования в целях создания и (или) развития и (или) модернизации производства товаров, работ, услуг (в рамках областной программы это мероприятие было предусмотрено в программе впервые - размер поддержки не мог превышать 50% затрат самого предприятия, максимальная сумма такой помощи составила 3 млн. руб. 18); в-третьих, развитие процессов бизнес-инкубирования (подготовка управляющих менеджеров для бизнес-инкубатора) и другое¹⁹. Механизмы поддержки МСП и МИП строились как на конкурсном отборе, так и на заявительной процедуре.

В рамках программы "Содействие развитию малого и среднего предпринимательства во Владимирской области на 2011-2013 годы" в 2011 году на финансовую помощь в реализации проектов инновационно-технологической сферы предпринимательства было направлено 25 млн. рублей бюджетных средств, грантами было поддержано 11 проектов, 26 проектов действующих инновационных компаний получили поддержку в виде субсидии.

В результате в регионе было создано 747 новых рабочих места; перечислены налоговые платежи в объеме более 325 млн. руб., что превысило общий объем государственной поддержки в 8 раз; вложены собственные средства предприятий в реализацию проектов в размере более 300 млн. руб.²⁰.

¹⁷ Информация о выполнении программных мероприятий Среднесрочного плана развития Владимирской области на 2009-2012 годы [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://econom.avo.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=125:1&catid=51:1&Itemid=56

¹⁸ В малый и средний бизнес во Владимирской области в 2012 году инвестирован миллиард рублей. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://vladjournal.ru/2012/11/na-podderzhku-malogo-i-srednego-biznesa-vo-vladimirskoj-oblasti-v-2012-godu-napravlen-milliard-byudzenyx-rublej/>

¹⁹ Отчет о деятельности департамента развития предпринимательства, торговли и сферы услуг за 2012 год [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.gosbook.ru/system/files/documents/2012/12/26/prog.;http://drpt.avo.ru/docs/otchet%20dept%202012.pdf>.

²⁰ Информация о реализации долгосрочной целевой программы «Содействие развитию малого и среднего предпринимательства во Владимирской области на 2011 – 2013 годы»

В 2012 году бюджетное финансирование программы составило 368 млн. рублей (из них 76 млн. руб. – средства областного бюджета и 292 млн. руб. – федерального). Общий объем господдержки малого и среднего бизнеса в регионе, с учётом средств фондов гарантий и инвестиций, составил 1 млрд. руб., что превысило объем 2011 года в 1,24 раза²¹.

В 2012 году оказана поддержка 321 субъекту малого и среднего предпринимательства, в том числе выдано субсидий на сумму 131,5 млн. руб. (размер бюджетных средств, направленных на субсидирование по договорам лизинга составил 30 млн. руб., в т. ч.: из областного бюджета - 6 млн. руб., федерального бюджета - 24 млн. руб.); предоставлено грантов и поручительств - более чем на 35 млн. и 200 млн. руб. соответственно; выдано займов на сумму около 40 млн. руб.²².

ГАУ ФГРМСП в 2012 году были предоставлены поручительства на сумму 239 млн. руб. (50 субъектам предпринимательства), предоставлены займы 238 субъектам МСП, на сумму 213,650 млн. в т.ч. за счет бюджетных средств выдан 151 займ для реализации предпринимательских проектов), в результате чего в области появилось 161 новое рабочее место. ГАУ ФГРМСП привлекались кредитные ресурсы ОАО "МСП Банк" на реализацию 87 предпринимательских проектов в объеме 80 млн. руб.²³

В 2013 г. конкурс грантов на создание инновационной компании выиграли три заявки, инновационный характер которых был подтвержден патентами. Это: разработка конструкции и технологии изготовления наукоемкого полимерного теплоизоляционного изделия - теплоизоляционной панели с эффективными воздушными прослойками широкого спектра применения (ООО «Научно-производственная компания «Технологии инновационных решений»); создание действующей лабораторной установки по бесконтактному измерению механических напряжений и ее опытного образца, сертификация прибора и производство мелкой серии (ООО «Опора» при Ковровской государственной технологической академии); создание плазмодинамического реактора для очистки природных и сточных вод, которым заинтересовалась компания «Мортадель» («Владбиоэнерго» при ВлГУ). Общий объем грантовой поддержки по данному направлению составил 5,5 млн. рублей.

В ходе конкурса по поддержке начинающих предпринимателей было отобрано 17 проектов предпринимателей из округа Муром²⁴, г. Владимира,

в 2011 году. // www.drpt.avo.ru/docs/progr.2011-2013.pdf; <http://www.pandia.ru/text/77/290/77983.php>

²¹ В малый и средний бизнес во Владимирской области в 2012 году инвестирован миллиард рублей [Электронный ресурс]. - Режим доступа:<http://vladjournal.ru/2012/11/na-podderzhku-malogo-i-srednego-biznesa-vo-vladimirskoj-oblasti-v-2012-godu-napravlen-milliard-byudzhenyx-rublej/>

²² Информация о выполнении программных мероприятий Среднесрочного плана развития Владимирской области на 2009-2012 годы [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://econom.avo.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=125:1&catid=51:1&Itemid=56

²³ Стратегия развития области. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://econom.avo.ru/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=14&Itemid=22

²⁴ Постановление от 29.08.2011 №2384 О внесении изменений в приложение к постановлению администрации округа Муром от 14.10.2010 №2349 «Об утверждении долгосрочной целевой программы содействия развитию малого и среднего предпринимательства в округе Муром на.2011-2013гг. [Электронный ресурс]. - Режим доступа:<http://pandia.ru>

Вязниковского и Судогодского районов²⁵. Гранты выплачивались за счет субсидии муниципальным образованиям. При этом средства областного бюджета составили 4 млн. руб., средства из федерального бюджета - 16 млн. руб.²⁶.

Областная целевая Программа предполагала развитие инфраструктуры поддержки предпринимательства и содействие занятости населения. Одним из мероприятий этого направления программы было создание бизнес инкубаторов²⁷.

Абрамова С. Ю., доц. каф. БУФиС, к.э.н.
Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЯХ РЕГИОНА (по материалам муниципального образования г. Владимир)

В статье рассмотрены основные тенденции развития малого и среднего предпринимательства в муниципальном образовании г. Владимир, выделены сдерживающие факторы его развития, предложены инструменты государственной поддержки малого и среднего бизнеса и определены перспективы его развития.

Ключевые слова: предпринимательство, малое и среднее предприятие, микропредприятие, индивидуальный предприниматель, муниципальное образование, государственная поддержка.

Предпринимательство – это специфический вид творческой, инициативной деятельности человека в рыночной экономике, сущность которой проявляется в ее основных чертах, а именно: владение капиталом, соединение и комбинирование факторов производства; самостоятельность в принятии управленческих решений по поводу своего экономического поведения; полная ответственность за результаты своей деятельности. Это предполагает инициативность, творчество, способность к преодолению сопротивления среды, нестандартность в управлении.

Малое и среднее предпринимательство занимает значительное место в региональной экономике, является своеобразным индикатором для бизнеса, позволяющим оценить состояние предпринимательского климата в регионе и уровень взаимного доверия между населением, бизнесом и государством.

²⁵ Владимирская область поддержит инновации грантами. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.innoros.ru/news/regions/13/10/vladimirskaaya-oblast-podderzhit-innovatsii-grantami>

²⁶ Владимирская область: инновационные компании получают гранты. Итоги конкурсов и отборов предпринимательских проектов на оказание государственной поддержки малому и среднему предпринимательству в 2013 году. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.vladimir.allbusiness.ru/NewsAM/NewsAMShow.asp?ID=1437>

²⁷ Отчет о деятельности департамента развития предпринимательства, торговли и сферы услуг за 2012 год. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://drpt.avo.ru/docs/otchet%20dept%202012.pdf>

В настоящее время Владимирская область занимает значимое место среди регионов Центрального федерального округа (ЦФО), имеет существенный экономический потенциал, располагает значительной материально-технической базой, высококвалифицированными кадрами.

Во Владимирской области обеспечиваются комфортные условия для ведения и развития бизнеса. Это во многом определяет позиции региона по числу малых предприятий и количеству занятых в данной сфере. Владимирская область занимает 2 место среди регионов Центрального федерального округа (исключая Московскую агломерацию), уступая при этом только Воронежской области (рис. 1, 2).



Рис. 1. Количество малых предприятий, тыс. ед.



Рис. 2. Число занятых на малых предприятиях, тыс. чел.

В области насчитывается 58 тысяч субъектов малого и среднего предпринимательства (далее МСП), из них 216 средних предприятий, 2,9 тыс. малых предприятий, 16 тыс. микропредприятий и 39 тыс. индивидуальных предпринимателей. Оборот малых и средних предприятий во Владимирской области составил 236,3 млрд. руб., а количество работающих – около 140,3 тыс. человек. Таким образом, доля малых и средних предприятий в обороте всех организаций Владимирской области превысила 34,1 %, численности работников – 30,6 %. Малые и средние предприятия создают более половины от общих оборотов всех организаций области по таким видам деятельности, как гостиничный и ресторанный бизнес, строительство, сельское хозяйство, оптовая и розничная торговля.

Город Владимир является административным центром Владимирской области со своей многовековой историей и культурой. Малое и среднее предпринимательства Владимира – это сектор бизнеса, во многом определяющий темпы экономического роста, состояние занятости населения, структуру и качество производимых в городе товаров, работ, услуг.

Малый и средний бизнес города включает 20,4 тыс. субъектов малого и среднего предпринимательства, из них 8,3 тыс. малых, средних и микро предприятий и 12,1 тыс. индивидуальных предпринимателей. За 2013 год вновь создано 357 предприятий и зарегистрировано 1 075 индивидуальных предпринимателей (рис. 3). Прекратили деятельность 578 малых предприятий и 3187 индивидуальных предпринимателей. Основной причиной снижения числа субъектов предпринимательства стало увеличение с 2013 года фискальной нагрузки.

Общая численность занятых в малом и среднем предпринимательстве по оценке составила 75,0 тыс. человек, включая работников малых и средних предприятий, индивидуальных предпринимателей и лиц, работающих у них, что составляет 41,4 % от общего числа занятых в экономике города. Снижение данного показателя на 9,0 % в 2013 г. по сравнению с 2012 годом произошло за счёт сокращения числа малых предприятий и индивидуальных предпринимателей.

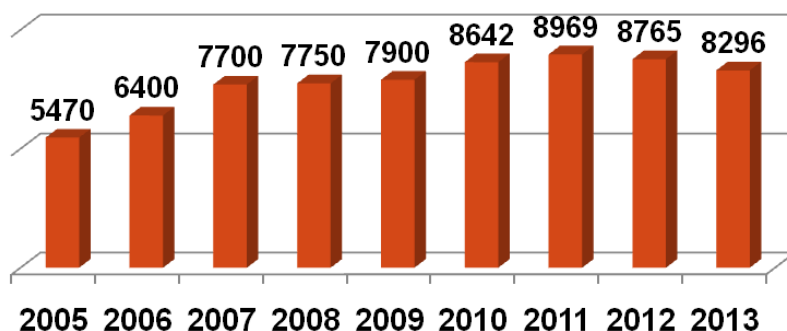


Рис. 3. Число субъектов МСП, ед.

Общие показатели развития малого и среднего предпринимательства представлены в таблице 1.

Таблица 1

Основные показатели развития малого и среднего предпринимательства

Наименование показателей	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Количество малых и средних предприятий*, ед.	5470	6400	7700	7750	7900	8642	8969	8765	8296
Число индивидуальных предпринимателей, ед.	12248	12507	13456	13600	14550	14570	14316	14064	12082
Число субъектов малого и среднего предпринимательства, ед.	17718	18907	21156	21350	22450	23212	23285	22829	20378
Число субъектов малого и среднего предпринимательства, единиц на 10 000 чел. населения	520	556	623	629	660	667	668,05	653,15	579,6
Списочная численность работников по малым предприятиям, чел.	28379	31998	48774	49070	49000	48275	45100	44900	45200
Списочная численность работников по средним предприятиям, чел.	8445	8513	8740	8814	8509	8374	8200	8900	8300
Доля среднесписочной численности работников (без внешних совместителей) малых и средних предприятий в среднесписочной численности работников (без внешних совместителей) всех предприятий и организаций, %.	26,5	28,2	35,2	35,2	35,9	35,88	33,63	33,55	33,6

* с учетом микропредприятий

Динамика развития малого предпринимательства по видам деятельности представлена в таблице 2.

Развитие малого предпринимательства по видам деятельности

Наименование показателя	Число малых предприятий, ед.								
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Торговля (магазины, рынки, оптовые предприятия), общественное питание, бытовое обслуживание	2735	3162	3518	3596	3760	3997	4102	4054	3725
Промышленность	875	858	952	961	970	987	1063	1013	970
Строительство	711	870	1156	1263	1166	1327	1359	1308	1239
Операции с недвижимым имуществом	365	452	460	473	506	602	619	603	606
Транспорт и связь	218	339	405	420	442	490	517	490	480
Прочие	566	719	1209	1037	1056	1136	1206	1194	1173

Отраслевая структура субъектов малого предпринимательства изображена на рис. 4. Большая часть малых предприятий сконцентрирована в торговле, общественном питании – 45,5 %. Далее удельный вес числа организаций распределился следующим образом: строительство – 15,1 %, обрабатывающие производства – 11,8 %, операции с недвижимым имуществом – 7,4 %, транспорт и связь – 5,9 %, прочие – 14,3 %.

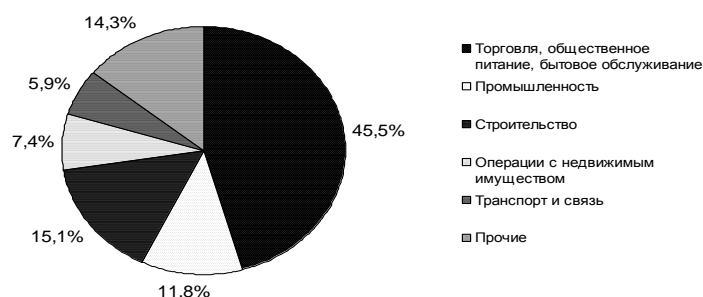


Рис. 3. Структура МСП в МО г.Владимир

Оборот розничной, оптовой торговли и общественного питания малых предприятий за 2013 год вырос на 14,3 % по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и составил по оценке 36,5 млрд руб. Основную часть оборота формируют торгующие организации и индивидуальные предприниматели, осуществляющие деятельность в стационарной торговой сети, доля которых составляет 48,1 % в общем обороте.

Объём выполненных работ и услуг субъектами малого предпринимательства в сфере управления недвижимым имуществом за 2013 год составил 941,9 млн руб., что 8,5 % меньше по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата в активно развивающихся малых предприятиях данной отрасли составила 21,05 тыс. руб.

За 2013 год субъектами малого предпринимательства отгружено товаров собственного производства, выполнено работ и услуг вида деятельности «обрабатывающие производства» по оценке на сумму 11,6 млрд руб., что составляет 87,2 % к аналогичному периоду прошлого года. Доля малого

бизнеса в общем объёме произведенных товаров, работ и услуг данного вида деятельности составила 14,7 %. Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников в стабильно развивающихся производственных предприятиях составила 22,7 тыс. руб.

Сохранению положительной динамики развития малого бизнеса способствует реализация мероприятий долгосрочной целевой Программы содействия развитию малого и среднего предпринимательства в городе Владимире на 2010 – 2015 годы, общий объём которой в 2013 году составил 12,1 млн руб., в т. ч. субсидия из областного бюджета в размере 1,84 млн руб.

Финансовую поддержку на конкурсной основе или на условиях общедоступности получили 56 субъектов малого и среднего предпринимательства города, в т.ч.:

- 16 начинающих предпринимателей получили гранты на создание собственного бизнеса на сумму 4,1 млн руб;

- 9 субъектам осуществлена компенсация части затрат на уплату процентов по банковским кредитам на сумму 2,32 млн руб.;

- 6 субъектам предпринимательства оказано возмещение части затрат, связанных с уплатой первого взноса по договорам лизинга, на сумму 2,24 млн руб.;

- 2 субъектам-производителям возмещена часть затрат, связанных с приобретением оборудования на сумму 0,6 млн руб. (данный вид поддержки введён в 2013 году);

- 14 субъектам предпринимательства осуществлено возмещение затрат за обучение собственников или работников организаций на общую сумму 0,2 млн руб.;

- 9 субъектам производственной сферы компенсированы затраты за участие в выставках международного уровня на общую сумму 0,76 млн. руб. Преимущественно поддержка оказывалась субъектам малого и среднего предпринимательства производственных видов деятельности – их доля составила более 46 % от общего числа получателей поддержки.

Субъектам предпринимательства оказывалась информационная поддержка и оказание помощи по: юридическим вопросам; налогам и сборам; трудовому законодательству и кадровым вопросам; вопросам бухгалтерского учета и налоговой отчетности; вопросам получения государственной и муниципальной поддержки субъектов МСП; взаимодействию с контролирующими органами, в том числе при проведении проверок предпринимательской деятельности.

Получателями поддержки создано 117 рабочих мест, уплачено налогов, сборов, взносов в бюджетную систему РФ более 25,4 млн. руб.

Город Владимир является вторым городом в Центральном федеральном округе по расходованию бюджета на реализацию программ развития малого и среднего предпринимательства, уступая только г. Калуга (таблица 3).

Таблица 3

Сравнительный анализ расходов бюджетов муниципальных образований на реализацию программ развития малого предпринимательства

Муниципальное образование / числ. насел., тыс. чел.	Сроки реализации программ	Объем расходов на весь период, млн руб.	Объем расходов на 2012 год, млн руб.
Брянск / 435,2	2009-2013	1,788	0,350
Белгород / 355,4	2010-2012	11,646	7,025
Воронеж / 975,3	2010-2012	10,5	3,5
Владимир / 348	2010-2012	25,085	10,2
Иваново / 408,3	2010-2012	8,4	3,2
Курск / 415,1	2009-2013	11,567	4,0
Калуга / 339,4	2010-2012	51,590	16,62
Кострома / 268,7	2010-2012	5,994	2,72
Липецк / 508,8	2010-2012	7,5	4,5
Орел / 317,7	2012-2015	4,0	1,0
Рязань / 524,9	2011-2013	4,3	1,5
Смоленск / 326,8	2010-2012	8,066	2,93
Тамбов / 280,1	2012-2014	1,17	0,390
Тверь / 403,6	2012-2014	12,0	4,0
Тула / 501,1	2012-2015	6,0	1,5
Ярославль / 591,4	2012-2014	15,0	5,0

Сдерживающими факторами развития малого предпринимательства являются:

- нестабильные условия функционирования бизнеса (меняющиеся виды и ставки налогообложения и т. д.);
- низкая доступность финансовых ресурсов;
- отсутствие производственной и инженерной инфраструктуры;
- ежегодный рост затрат на производство продукции (работ, услуг), в т.ч. арендных платежей;
- высокая конкуренция с крупными поставщиками при выходе на рынок;
- отсутствие тесного экономического взаимодействия малого и крупного бизнеса, что ограничивает возможность роста малых предприятий;
- недостаточное информационное обеспечение.
- правовая неграмотность предпринимателей.

Одной из основных целей в сфере развития малого и среднего предпринимательства является увеличение доли малого и среднего бизнеса в экономике города.

Достижение поставленной цели требует решения следующих основных задач: оказание финансовой поддержки из бюджетов всех уровней; облегчение доступа к офисным и производственным площадям (в т.ч. обеспечение муниципальными помещениями на льготных условиях); развитие инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства; формирование инновационно-производственного сектора; повышение уровня образования субъектов предпринимательства; увеличение числа информационных ресурсов; создание микрофинансовых организаций.

Реализация поставленных задач позволит добиться роста доли малого и

среднего предпринимательства в общем объёме произведённых товаров, работ и услуг до 17,5 %; увеличения количества субъектов малого и среднего предпринимательства на 2,0 %; увеличения доли среднесписочной численности работников малых и средних предприятий в среднесписочной численности работников всех предприятий и организаций до 34,5 %.

Литература:

1. Закон Владимирской области от 07.10.2010 г. № 90-ОЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства во Владимирской области».
2. Постановление главы города Владимира от 23.11.2009 г. № 3702 «Об утверждении муниципальной Программы содействия развитию малого и среднего предпринимательства в городе Владимире на 2010 – 2015 годы».
3. Постановление администрации города Владимира от 19.08.2011 г. № 1994 «Об утверждении Порядка финансирования за счёт средств бюджета города мер финансовой поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства города Владимира».
4. Постановление главы города Владимира от 09.07.2012 г. № 2996 «Об утверждении Административного регламента предоставления муниципальной услуги «Предоставление мер финансовой поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства города Владимира».
5. <http://vladimirstat.gks.ru>
6. <http://www.vladimir-city.ru>

Абрамова С. Ю., доц.каф. БУФиС, к.э.н.;
Гавриченко В. А., маг. гр. ФКМ-114;
Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО БАНКОВСКОГО СЕКТОРА

В статье рассмотрены особенности функционирования региональных банков, представлены современные тенденции и перспективы их развития, выявлены основные проблемы региональной банковской системы.

Ключевые слова: региональная банковская система, региональные банки, финансовый кризис.

Региональные банки играют важную роль в обеспечении устойчивого функционирования и развития реального сектора экономики региона.

В настоящее время в банковском законодательстве Российской Федерации отсутствует понятие «региональный банк» и не определены рамки его деятельности, что влияет на функционирование регионального банковского сектора. В экономической литературе и практике также еще не сложился единый понятийный аппарат в области исследования региональной банковской системы. Множество авторов предлагают свои определения столь важных понятий.

К примеру, авторы И. Н. Рыкова и Е. В. Андреева приводят следующее пояснение специфики регионального банка. Региональным банком можно назвать специализированную финансовую организацию, где каждый отдельно взятый регион

имеет свою специфику экономического развития, следовательно, банк вынужден предоставлять на рынок только те услуги, которые наиболее востребованы в этом регионе. Кроме того, предпосылками выделения региональных банков являются особенности политического и экономического развития России. [1]

Ряд авторов выделяют в региональной банковской системе функциональные элементы. Так, по мнению С.В. Кугаева, А.В. Калтырина, «региональная банковская система представляет собой совокупность банковских институтов, банковскую инфраструктуру, банковское законодательство, действующее в отношении как региональных, так и филиалов национальных банков, банковскую корпоративную культуру».

С институциональной точки зрения довольно широким толкованием региональной банковской системы, представляется определение А. М. Полянцева, который понимает данную категорию как «совокупность субъектов банковской деятельности, обособившихся на территории региона под воздействием факторов внешней и внутренней организации банковской системы, выполняющих, каждый в отдельности, особые функции, вследствие чего реализуются все функции системы, и тесно взаимодействующих друг с другом и с внешней средой».

С позиций теории институционализма банковскую систему рассматривают также авторы А.М. Галимова, Х.У. Астамиров, Г.В. Чичерин, М.А. Алленых. В данных исследованиях заслуживает внимания понимание банковской системы как института рыночной экономики, которое позволяет отойти от традиционного рассмотрения ее посреднических функций в кредитно-денежных отношениях, выделить системные качества совокупности банков как органической целостности, направить внимание на качественную определенность банковской системы.[2]

На современном этапе региональные кредитные организации являются важным звеном банковской системы Российской Федерации и функционируют в своей рыночной нише. Поэтому результативность их деятельности во многом определяется тенденциями, наблюдаемыми в банковской сфере России.

Следует отметить, что по итогам 2013 года темпы роста основных показателей уровня развития банковского сектора замедлились по сравнению с 2011 – 2012 годами. Совокупные активы в 2013 году выросли на 16,0 % (2012 год – 18,9 %), кредиты предприятиям и населению – на 17,6 % (2012 год – 21,0 %). Возросла зависимость банковского сектора от рефинансирования со стороны органов денежно-кредитного регулирования. Суммарная задолженность банков перед Банком России и Министерством финансов РФ достигла 8 % совокупных активов, превысив 4,5 трлн руб. Кредиты Банка России и депозиты Министерства финансов РФ обеспечили 17 % годового прироста активов банковского сектора. Снижается рентабельность банковской деятельности. В 2013 году рентабельность собственных средств уменьшилась на 3 п.п. по сравнению с 2012 годом (16,7 против 19,7 %), а номинальный размер прибыли впервые после кризиса оказался ниже предшествующего года (994 млрд руб. в 2013 году против 1012 млрд руб. в 2012 году).

При этом в конце 2013 года произошло изменение сложившихся тенденций в развитии отдельных сегментов банковской системы. Так, банковские сбережения населения в ноябре-декабре 2013 года увеличились на 5,2 % (820 млрд руб.) при том, что годом ранее, в ноябре-декабре 2012 года, прирост вкладов составил 8,3 % (1088 млрд руб.). В то же время темп роста депозитов в 30 крупнейших банках почти не изменился (8,6 % за ноябрь-декабрь 2013 года против 8,9 % за ноябрь-декабрь 2012 года), а темп роста депозитов в госбанках с учетом Сбербанка ускорился с 8,7 % в конце 2012 года до 10,9 % в конце 2013 года. В средних и мелких банках за ноябрь-декабрь 2013 года средства населения сократились на 208 млрд руб. (5,3 %) против роста на 214 млрд руб. (6,5 %) за аналогичный период 2012 года.

Крупные банки в ноябре-декабре 2013 года нарастили привлечение средств от корпоративных клиентов на 14,2 % (1304 млрд руб.), в том числе госбанки – на 15,0 % (926 млрд руб.), что заметно больше, чем годом ранее (8,4 и 6,5 % соответственно). В то же время средства корпоративных клиентов в мелких и средних банках в ноябре-декабре 2013 года выросли всего на 5,8 % (176 млрд руб.) против 12,0 % за аналогичный период 2012 года. [3]

Таким образом, замедление основных показателей уровня развития банковского сектора в Российской Федерации приводит к ухудшению показателей работы региональных банков.

Кроме того, на результаты банковских операций региональных банков влияет региональная специфика, присущая большинству субъектов Российской Федерации. В связи с этим, представляет интерес рейтинг региональных российских банков, составленный агентством «РБК. Рейтинг» (в рейтинговании участвовали 402 кредитные организации, исключая Московскую агломерацию). Основным критерием оценки являлся размер чистых активов по состоянию на 1 октября 2013 года, рассчитанный по собственной методике. При этом следует отметить, что суммарные чистые активы всех региональных банков на конец 2013 года составили почти 5,8 трлн руб., что составляет 11 % от общего показателя чистых активов российских банков.

Практически в каждом субъекте Российской Федерации присутствует 1-2 действительно крупных игрока, если оценивать их размер по сравнению с другими представителями того же региона.

По состоянию на конец 2013 года наибольшее количество кредитных организаций находилось в Санкт-Петербурге – 38 банков, далее следует Республика Татарстан, где зарегистрирован был 21 банк, суммарные чистые активы которых составили более 631 млрд руб., что также соответствует второму месту в рейтинге регионов, на третьем месте Республика Дагестан – 19 кредитных организаций (однако их суммарный показатель по величине чистых активов незначителен для такого количества банков – всего 17,5 млрд руб. – 35-е место). По количеству банков, зарегистрированных в регионе, можно также выделить Свердловскую, Самарскую, Ростовскую, Тюменскую области и Краснодарский край.

Крупнейшие региональные банки России представлены следующими кредитными организациями: «Россия» (г. Санкт-Петербург) – 402 375,51 млн руб., «Банк Санкт-Петербург» (г. Санкт-Петербург) – 373 242,68 млн руб., «МДМ Банк» (г.

Новосибирск) – 325 189,25 млн руб., «АК Барс» (г. Казань) – 320 596,15 млн руб., «Ханты-Мансийский Банк» (г. Ханты-Мансийск) – 292 209,84 млн руб., «Восточный экспресс банк» (г. Благовещенск) – 247 742,98 млн руб., «УБРиР» (г. Екатеринбург) – 174 679,18 млн руб., «СКБ-Банк» (г. Екатеринбург) – 136 812,27 млн руб., «Азиатско-Тихоокеанский банк» (г. Благовещенск) – 117 124,56 млн руб., «Русфинанс Банк» (г. Самара) – 111 983,61 млн руб. [4]

Во многом высокие численные показатели активов региональных банков обусловлены их преимуществами перед федеральными: близостью к региональной клиентуре, более оперативным оформлением сделок, более оперативным процессом принятия решений и пр. Но несмотря на это, региональные банки испытывали и продолжают испытывать значительные проблемы.

В 2013 году в банковском секторе Российской Федерации усилился дисбаланс. Он был связан с неравномерным распределением ликвидных средств и оттоком клиентов из средних и мелких банков в крупные (в первую очередь – к банкам с государственным участием в капитале). Данные тенденции были усилены действиями Банка России по оздоровлению банковского сектора путем отзыва лицензий у достаточно большого числа банков. [5]

При этом следует отметить, что консолидация и централизация банковской системы Российской Федерации будет продолжаться ввиду повышения требований к размеру уставного капитала банка. В настоящее время минимальный размер капитала банков установлен в 180 млн руб. (норма действует с начала этого года, годом ранее она составляла 90 млн. руб.). К 2015 году банки будут обязаны нарастить капитал до 300 млн. руб. Банк, который не достигнет указанного размера капитала на соответствующую дату, будет иметь возможность преобразоваться во внебанковскую кредитную организацию либо самоликвидироваться, иначе он будет лишен лицензии. [6] Однако многие эксперты считают, что величина минимального размера капитала может увеличиться до 1 млн руб.

Перечисленные выше факторы влияют на функционирование региональных банков. Ситуация в региональном банковском секторе осложняется следующими проблемами в управлении региональными банками: отсутствием достаточных источников капитала; дефицитом высококвалифицированных кадров, инструментария и методик; растущей конкуренцией со стороны крупных банков, содержащих сеть региональных филиалов; низким уровнем капитализации; слабо развитой филиальной сетью; неудовлетворительным корпоративным управлением и непрозрачной структурой собственности; отсутствием качественно проработанных стратегий у большинства банков, планов повышения конкурентоспособности, общефирменных целей; нечетким распределением служебных функций и делегирования ответственности и слабой координацией между подразделениями; недостаточной ориентацией на потребности и цели клиентов, их стратегию развития; использованием премирования как основного и единственного рычага мотивации персонала и др.

Решение данных проблем и преодоление негативных тенденций в банковском секторе Российской Федерации будет способствовать развитию региональных кредитных организаций.

Литература:

1. www.fa.ru Рыкова И. Н., Андреянова Е. В. Сущность, виды и основные функции региональных банков // Банковское дело. – 2011. – № 6. – С. 27.
2. www.moluch.ru Ачеева А. Т. К вопросу о сущности и содержании региональной банковской системы // Молодой ученый. – 2013. – №11. – С. 272-278.
3. www.iер.ru Ведев А., Дробышевский С., Синельников-Мурылев С., Хромов М. Актуальные проблемы развития банковской системы в Российской Федерации // Экономическая политика. – 2014. – № 2. – С. 1-3.
4. rating.rbc.ru/article.shtml?2013/12/18/34084558.
5. www.vid1.rian.ru/ig/ratings/banki_05_10_14.pdf Рейтинг банков по объему активов на 1 октября 2014 года
6. www.iер.ru Актуальные проблемы развития банковской системы в Российской Федерации // Экономическая политика. – 2014. – № 2.
7. www.ej.kubagro.ru Андрианова Е. П., Баранников А. А. Капитализация банковской системы России через слияния и поглощения // Научный журнал КубГАУ. – 2013. – №92(08). – С. 1-5.
8. www.finekon.ru Коммерческие банки России // Сборник материалов по экономической тематике.

Андреева Н.В., проф.каф. ЭУИИ, д.э.н.

Егоров А.С. магистрант каф. ПИиИТ

Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ЭНЕРГЕТИКИ РОССИИ И МИРА

Топливо-энергетический комплекс является важной отраслью национальной экономики любой страны. Роль ТЭК в экономике России связана с решением важных общехозяйственных задач обеспечивая необходимые условия жизни населения и практически все технологические процессы, поступление валютных средств и способствующие решению важных социальных проблем, последствий экономического кризиса и структурных преобразований мировой экономической системы. Осознание проблем топливо – энергетического комплекса как угрозы экономической безопасности страны способствовало повышению роли и перспектив развития ТЭК в экономике России.

Ключевые слова - энергетической политики, потенциала энергетического сектора для устойчивого роста экономики, освоения возобновляемой энергетики в России и др.

Целью энергетической политики любого государства является максимально эффективное использование природных энергетических ресурсов и потенциала энергетического сектора для устойчивого роста экономики, повышения качества жизни населения страны и содействия укреплению ее внешнеэкономических позиций. Каждая стратегия включает в себя реализацию целей и задач долгосрочного развития энергетического сектора страны на

предстоящий период, приоритеты и ориентиры, а также механизмы государственной энергетической политики на отдельных этапах ее реализации, обеспечивающие достижение намеченных целей.

Россия обладает одним из самых высоких природно-ресурсных потенциалов – это 12,5 % территории мира, 22% - занимают леса, 20% - пресные воды, 20 % - мировых запасов нефти, 20% - угля и 40% природного газа, на территории которой проживает 3% населения планеты [1] и 3-е место в мире по объему производства энергоресурсов и 1-е место в мире по их экспорту. По данным за 2013 год, доля отраслей ТЭК в ВВП страны составила 30%, в доходах федерального бюджета – 52%, в объеме привлекаемых инвестиций – 39%, а в экспорте - 70% [2].

Снижение добычи и экспорта энергоресурсов приведет (ситуация с падением курса на нефть 12 ноября 2014) к нахождению новых способов и источников получения энергии, растущий интерес к развитию атомной энергетики (АЭ) и нетрадиционной энергетики.

Энергообеспечение устойчивого развития страны и мира в целом представляется одной из важнейших задач, в решении которых АЭ могла бы сыграть важную роль. Решение этой задачи многим видится на пути существенного увеличения суммарной доли неорганического топлива (атомная энергия, ГЭС, возобновляемые источники энергии) в общей структуре энергопотребления.

Существующий в мире парк АЭС суммарной мощностью 372 ГВт (э) произвел в 2009 году около 15% выработанной суммарной электроэнергии [3]. Современные АЭС с тепловыми реакторами, работающие на урановом топливе, достаточно безопасны и экономически эффективны во многих странах мира для наращивания базовых мощностей в электроэнергетике. По оценкам МАГАТЭ (2009) ожидается, что к 2030 году суммарная мощность АЭС в мире возрастет до 500-800 ГВт (э), хотя доля атомной электроэнергии в общем балансе может и несколько снизиться.

Доля российских АЭС в выработке электроэнергии сегодня примерно такая же, как в мире в целом — 13,18% (потребление электроэнергии на территории Российской Федерации по объединенным энергетическим системам, включающие в себя выработку по тепловым, атомным и гидростанциям на 2012 год, представлена в таблице 1,2).

Таблица 1

Потребление и выработка электроэнергии на территории России

Показатели	Выработки млн.кВт·ч	ТЭС	ГЭС	АЭС	Потребление	Сальдо
ЕЭС РОССИИ	1284439	957662,1	133778,7	145487,8	1268666	- 31809,3
ОЭС СЕВЕРО-ЗАПАДА	152829,7	104921,5	13550,2	34358,0	141117,8	-11711,9
ОЭС ЦЕНТРА	337488,4	243027,4	3336,6	91124,4	323876,9	-13611,5
ОЭС ЮГА	114394,3	79543,3	19134,5	15716,5	121360,9	6966,6
ОЭС СРЕДНЕЙ ВОЛГИ	104000	56457,3	21,5809	31,9974	102468,2	-1531,8
ОЭС УРАЛА	259072,7	249732,7	5083,1	4256,9	257001,2	-2071,5
ОЭС СИБИРИ	282097,9	201114,4	80983,5	0,0	291167,6	9069,7
ОЭС ВОСТОКА	34556,3	22865,5	11690,8	0,0	31673,7	-2882,6

Таблица 2

Структура генерирующих организаций России по видам вырабатываемой энергии

Показатели,	Выработки %	ТЭС	ГЭС	АЭС	Потребление %
ЕЭС РОССИИ	100	74,55	12,27	13,18	100
ОЭС СЕВЕРО-ЗАПАДА	12,52	8,16	1,24	3,11	11,12
ОЭС ЦЕНТРА	27,47	18,91	0,3	8,25	25,52
ОЭС ЮГА	9,37	6,19	1,75	1,42	9,56
ОЭС СРЕДНЕЙ ВОЛГИ	4,39	4,39	0,001	0,002	8,07
ОЭС УРАЛА	20,29	19,44	0,46	0,38	20,25
ОЭС СИБИРИ	23	15,65	7,42	0	22,95
ОЭС ВОСТОКА	2,83	1,77	1,07	0	2,49

Полувекое развитие атомной энергетики (АЭ) не привело пока к ядерной технологии, готовой в масштабах мировой энергетики конкурировать с традиционной энерготехнологией. Но исходя из большого практического опыта её первого этапа эта задача может быть решена.

Атомная энергетика обладает важными принципиальными особенностями по сравнению с другими энерготехнологиями:

- ядерное топливо имеет в миллионы раз большую концентрацию энергии и неисчерпаемые ресурсы;
- отходы атомной энергетики имеют относительно малые объёмы и могут быть надёжно локализованы, а наиболее опасные из них можно “сжигать” в ядерных реакторах.

Это открывает принципиально новые возможности и перспективы:

- в реализации такого топливного цикла, при котором из ограниченных природных запасов топливного сырья в течение тысячелетий можно получать необходимое количество энергии для удовлетворения энергопотребности человечества при любом прогнозируемом сценарии развития цивилизации;
- в осуществлении такого замкнутого технологического цикла, при котором воздействие атомной энергетики на окружающую среду будет существенно меньше, чем воздействие других традиционных энерготехнологий;
- в развитии энергетики для удалённых районов и для крупных транспортных средств;
- в замещении ядерным топливом органического топлива, которое в отличие от первого может быть эффективно использовано для других целей: химический синтез, транспорт и т.д.

В рамках принятой энергетической стратегии России (ЕС-2030) перед АЭК стоит задача по увеличению этой доли до 19 - 20% к 2030 году. Прогнозируемый в рамках ЕС-2030 рост мощностей АЭС к 2030 году лежит в пределах от 52 до 62 ГВт (э). Такой рост может быть обеспечен строительством АЭС с усовершенствованными ВВЭР.

Что касается долгосрочной перспективы, то здесь представляется целесообразным рассмотреть возможность повышения доли атомной электроэнергии до уровней 30 и более процентов — современных уровней использования АЭ во многих индустриальных странах. Достижение таких

уровней в России потребует увеличения суммарной мощности АЭС к середине века до 100 и более ГВт (э) и последующего длительного (сотни лет) функционирования АЭ на этом уровне мощности.

Будущее атомной энергетики России зависит от решения трёх главных задач:

- поддержание безопасного и эффективного функционирования действующих АЭС и их топливной инфраструктуры;
- постепенное замещение действующих АЭС энергоблоками традиционных типов повышенной безопасности (энергоблоки третьего поколения) и осуществление на их основе в последующие 20-30 лет умеренного роста установленной мощности атомных энергоблоков и увеличения экспортного потенциала;
- разработка и овладение в промышленных масштабах ядерной энерготехнологией, отвечающей требованиям крупномасштабной энергетики по экономике, безопасности и топливному балансу.

В течение последних двух десятилетий в мире все большее внимание уделяется использованию возобновляемых источников энергии, в первую очередь получения электроэнергии с помощью возобновляемых источников энергии (ВЭС).

Как говорилось ранее Россия обладает, не только значительными ресурсами традиционной энергетики – нефти, газа, угля, но и крупным потенциалом использования возобновляемых источников энергии (солнечная и ветровая энергетика, малая гидроэнергетика, геотермальная энергия и энергию биомассы). Перспектива их экономически эффективного использования составляет в России не менее 30% от ежегодного потребления энергоресурсов. При развитии технологий объем производства возобновляемой энергии в России может пятикратно превысить совокупный объем её потребления. Однако текущая доля использования возобновляемых источников не превышает 1%, а по некоторым оценкам не достигает и 0,5%

Хотя, суммарный потенциал условного топлива составляет более 40.000 (таб. 3). Например, по последним оценкам, мировые ресурсы энергии ветра весьма велики и широко распространены во всех регионах мира. Запасы энергии ветра более чем в сто раз превышают запасы гидроэнергии всех рек планеты [4]. Общий ресурс, который может быть технически извлечен из энергии ветра, оценивающийся на 53 000 ТВт·ч, что в два раза больше чем прогнозируемая потребность в электроэнергии на 2020 год.

Таблица 3

Потенциал возможности использования энергии на планете Земля

Источник	Потенциал миллиардов тонн условного топлива
Солнце	2400
Ветер	130
Биомасса	10
Течение малых рек	360
Энергия морей и океанов	30
Тепло земли	40.000

Следует отметить, что из общего объема мировых энергоресурсов рационально используется лишь одна треть, — две трети теряются в процессе

производственно-хозяйственной деятельности и социокультурной деятельности. Наибольшие энергетические потери связываются с деятельностью транспорта, с коммунальной сферой, с бытовым потреблением. Поэтому одним из важнейших элементов энергетической стратегии в 21 веке рассматривается процесс энергосбережения и рационализации энергопотребления. Более того, энерго - и ресурсосбережение выступают на уровне современных технологических решений в качестве дополнительного источника естественных ресурсов. При современном уровне добычи угля, нефти, газа, производстве электроэнергии, при рациональных экономических структурах можно было бы увеличить эффективность потребления электроэнергии почти вдвое. Очевидны преимущества энергосберегающих вариантов и в сфере безопасности. Негативные экологические последствия минимальны. Огромен и экономический эффект: затраты на энергосбережение в 2-4 раза меньше по сравнению с затратами на производство энергии.

Относительно низкий уровень освоения возобновляемой энергетики в России связан с рядом факторов. Одним из является структура энергетического комплекса, унаследованная от Советского Союза. С 1960 годов СССР развивался как энергетическая держава ориентированная на производство и экспорт традиционных энергоресурсов. В условиях мирового энергетического кризиса 1970 годов в странах-импортёрах энергоресурсов в Западной Европе были заложены основы развития возобновляемой энергетики. Избыток энергоресурсов не побуждал Советский Союз уделять значительное внимание этому вопросу. Планы правительства России по увеличению доли возобновляемой энергии натываются на несколько препятствий:

- относительно низкие цены на энергоресурсы и электроэнергию;
- приоритет нефти и газа как ключевого энергетического ресурса во внутреннем потреблении;
- отсутствие достаточного экологического давления на государство со стороны общества;
- недостаток заинтересованных в развитии возобновляемой энергетики групп на политическом и экономическом поле;

Государственный интерес к развитию возобновляемой энергетики в России связан с необходимостью развития удаленных регионов федерации. Порядка 10% населения России не имеет доступа к источникам централизованного электро- и теплоснабжения. Установка мощностей ветроэнергетической генерации на Чукотке или производство электроэнергии на основе солнечного ресурса в Алтайском крае более выгодно, чем завоз топлива морским путем или создание электросетевой инфраструктуры. Однако реализация таких проектов может осложняться институциональными особенностями российской экономики. Обретение регионами энергонезависимости может привести к сокращению бюджетных дотаций, которые раньше покрывали расходы на завоз топлива. В случае выхода из строя новых энергоустановок потребуется возвращение к прежней практике энергопотребления и возобновление дотаций. Российский бизнес проявляет заметный интерес к развитию возобновляемой энергетики. Компании

«РусГидро», «Ренова» и «Роснано» организуют в России производство мощностей возобновляемой энергетики, такие как «Хевел» - предприятие по производству солнечных панелей. В Белгородской области налажено производство биогаза из сельскохозяйственных отходов. Государственная программа по стимулированию развития российской возобновляемой энергетики разрабатывалась при участии этих бизнес-структур. Российские компании также проявляют интерес к зарубежным активам в области возобновляемой энергетики. «Лукойл» владеет солнечной электростанцией в Болгарии. В проекте «Хевел» задействованы швейцарские технологии компании «Avelar Energy Group», которая компания входит в состав «Ренова». География планируемых продаж солнечных панелей «Хевел» включает страны СНГ, Ближнего Востока и Африки.

Россия имеет значительный потенциал развития возобновляемой энергетики, который ограничивается структурными особенностями производства и потребления энергии. Однако государственная политика по стимулированию развития возобновляемой энергетики открывает для бизнеса перспективы реализации крупных программ в этой сфере.

Предприятиям российского топливно-энергетического комплекса (ТЭК) предстоит решить комплекс проблем, которые включают в себя высокую степень износа основных фондов, низкий уровень энергоэффективности и эффективности инвестиций в ТЭК, высокий уровень зависимости от импортных технологий, необходимость поддержания и развития обширной сети транспортной инфраструктуры.

Риски для российских компаний создают усиление конкуренции на международных рынках со стороны новых игроков (США, Катар, в перспективе - Иран), а также планы ЕС по дальнейшему снижению зависимости от российского газа. Кроме того, под вопросом оказалась надежность транзита российского газа в ЕС через территорию Украины. Наконец, в связи с украинским кризисом под угрозой совместные проекты с зарубежными компаниями - причем не только за рубежом. Иностранным компаниям принадлежит примерно 20-процентная доля в энергетических проектах на территории России. Российской энергетике необходима государственная поддержка и, возможно, переориентация на новые рынки. В частности, наращивание поставок в восточном направлении. Экономическое развитие азиатских стран напрямую зависит от их способности обеспечить стабильные поставки энергоресурсов. В силу географических и политических причин, для Японии и Китая самыми стабильными поставками могут быть именно российские. Вместе с новыми рынками Россия получит серьезный стимул для программ по развитию инфраструктуры и промышленных кластеров на территории Сибири и Дальнего Востока [2].

Важно не то, чего нет в Стратегии, а то, что в ней есть. Нельзя рассматривать как простой набор конкретных проектов, технологий, компаний, объемов государственной поддержки, который можно использовать для лоббирования частных вопросов развития энергетики. Это искажает саму сущность стратегии как документа. Стратегия состоялась, если после ее

принятия нельзя действовать так, как будто ее нет. Понимание этого делает абсолютно необходимым принятие Энергетической стратегии именно сегодня и именно в условиях кризиса, поскольку правильно и вовремя выбранный путь стратегического развития энергетики страны позволит не только улучшить состояние российского энергетического сектора, но и самим повлиять на внешние условия развития энергетики, построить свое энергетическое будущее, основанное на целевых ориентирах развития энергетики, а не на переменчивых прогнозах. Проектирование перспективного развития электроэнергетики России Оценка уровней спроса на электроэнергию с учетом мероприятий по энергосбережению и управлению потреблением электроэнергии и нагрузкой; Создание и сопровождение баз данных по современному состоянию и перспективному развитию энергетики России в целом, а также региональных энергосистем; Формирование перспективного топливно-энергетического баланса электростанций в увязке с топливно-энергетическим балансом страны; Обоснование сооружения и размещения генерирующих источников и электросетевых объектов в условиях рынка.

Литература:

1. Энергетическая стратегия России на период до 2020 года. Утв. Распоряжением Правительства РФ от 28 августа 2003 года №1234-р <http://www.gasforum.ru/concept/strateg-2020.doc>
2. Топливо – энергетический комплекс России: 2000 – 2007 г.г.(справочно-аналитический обзор) \под общей ред. Проф., д.т. н. В.В.Бушуева, д.э.н.А.М.Мастепанова,к.т.н.А.И. Громова.Институт энергетической стратегии (ГУ ИЭС). – М.,2008. – 142с.
3. «Энергетика России 1920-2020 г.г.: в 4 томах. Том 1. План ГОЭЛРО. 2006. 1072 с.
4. <http://www.foreignpolicy.ru/analyses/strategiya-razvitiya-energetiki-rossii/>
5. http://www.rosteplo.ru/Tech_stat/stat_shablon.php?id=2584
6. Wikipedia/wiki/Википедия// F: Ветроэнергетика.htm.

Андреева Н.В. проф. каф. ЭУИИ, д.э.н.
Клипова Е.В., Романова М.А., ст. гр. УП-113
Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ПРОБЛЕМЫ БЕЗРАБОТИЦЫ ВО ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ

В статье рассматриваются проблемы безработицы во Владимирской области в условиях мирового экономического кризиса и рассматриваются причины безработицы. Выполнен сравнительный анализ со среднероссийскими показателями.

Ключевые слова: безработица, уровень безработицы, центры занятости населения, Международная организация труда.

Одной из важнейших проблем в настоящее время в обществе в условиях мирового экономического кризиса является безработица. Рассмотрим данный показатель на примере Владимирской области.

Поскольку Владимирская область входит в Центральный Федеральный округ (ЦФО). Она граничит с Московской, Ярославской, Ивановской, Рязанской и Нижегородской областями. Площадь Владимирской области составляет 29 084 км², население (на начало 2014 года) — 1 413 321 человек. Областной центр — город Владимир, расстояние от Владимира до Москвы — 178 км. Данная область образована 14 августа 1944 года.

Теперь необходимо рассмотреть понятие безработицы, узнать, с чем мы имеем дело, как характеризуется и измеряется данный показатель.

«В целом, безработица — это наличие в стране людей, составляющих часть экономически активного населения, которые способны и желают трудиться по найму, но не могут найти работу» [1].

«По определению Международной организации труда, человек в возрасте 10-72 лет (в России, по методологии Росстата, — 15-72 лет) признаётся безработным, если на критическую неделю обследования населения по проблемам занятости он одновременно: не имел работы, искал работу и был готов приступить к работе» [1].

Безработицу характеризует уровень безработицы. Он обозначает количественный показатель, который позволяет сравнить безработицу для разной численности населения (а также для разных стран или для разных периодов одной и той же страны). Уровень безработицы рассчитывается как отношение числа безработных к общей численности экономически активного населения или к численности интересующей группы населения (безработица среди женщин, молодёжи, сельского населения и т. п.). Чаще всего данный показатель выражается в процентах.

«По данным статистики за период 2012 года, Владимирская Область находится на 14 месте по уровню безработицы, который составил 4.39%. Средний уровень по стране на то время составил 5.46%. Минимальный уровень безработицы 0.81% зафиксирован в городе Москва, а максимальный в 47.68% - в Республике Ингушетия» [3].

«В январе-сентябре 2014 года в центры занятости населения за предоставлением государственных услуг по содействию в поиске подходящей работы обратились 36484 человека, из них 29161 - не занятые трудовой деятельностью. Признано в установленном порядке безработными 14127 человек. На 1 октября 2014 года в органах службы занятости области зарегистрировано 10767 граждан, не занятых трудовой деятельностью, из них 7986 безработных (1% экономически активного населения)» [3].

«Уровень безработицы, рассчитанный как отношение численности зарегистрированных безработных к численности трудоспособного населения в трудоспособном возрасте, составил в целом по области 1%. В ряде муниципальных образований уровень безработицы значительно превысил среднеобластной показатель. Так, в Селивановском районе он составил 2,4%, Гусь-Хрустальном - 2,3%, Камешковском - 2,2%, Муромском - 1,9%, Гороховецком - 1,7%, Судогодском - 1,6%» [3].

«По данным мониторинга, в октябре-декабре 2014 года планируются увольнения 2042 работников в 17 организациях области. Наиболее значительные

ожидаются в ОАО «Завод Автоприбор», ОАО ВПО «Точмаш», Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Владимирский государственный университет им. Столетовых», ООО «Завод Технониколь-Муром», ОАО «Дорожное Эксплуатационное предприятие № 8», УМП ЖКХ «Плес», Филиал ОАО «Ремонтно-эксплуатационное управление «Владимирский», МУП ЖКХ г. Костерёво» [3].

Органами службы занятости оказана государственная услуга в подборе подходящей работы 26159 гражданам. В оплачиваемых общественных работах приняли участие 2829 человек. Прошли профессиональное обучение или получили дополнительное профессиональное образование по направлению органов службы занятости 2062 безработных гражданина, 145 женщин, находящихся в отпуске по уходу за ребенком до достижения им возраста трех лет, 90 пенсионеров. Услуги по профориентации, социальной адаптации, психологической поддержке оказаны 24 тыс. человек» [3]

Ответственность за уровень безработицы россияне возлагают на государство. «Данную позицию занимают, в основном, представители бизнеса и малообеспеченные респонденты.

А вот безработные, напротив, наименее склонны винить в проблемах с трудоустройством самих себя. Относительное большинство россиян негативно оценивают деятельность региональных властей в решении проблемы занятости в своем населенном пункте, причем, за последний год доля критичных оценок возросла с 37 до 41%.

Одновременно уменьшилась численность людей, одобряющих действия властей региона в направлении решения проблемы безработицы - с 29 до 24%. Причем, стоит отметить, что позитивные оценки наименее свойственны москвичам и петербуржцам. Основные претензии респондентов заключаются в незаинтересованности властей в ее решении, отсутствие работы, проблема с открытием новых предприятий, сокращение производства.

Оптимальными способами преодоления проблемы безработицы являются, с точки зрения россиян, стимулирование бизнеса к созданию новых рабочих мест, благоприятных условий для малого предпринимательства и ограничение притока трудовых мигрантов» [2]

Таким образом, уровень безработицы, установленный в данном регионе, значительно меньше общероссийского показателя. Государство и местные органы в лице исполнительной власти активно занимаются данной проблемой и предлагают новые направления по снижению уровня безработицы.

Литература:

1. <https://ru.wikipedia.org>
2. <http://vetta.tv/news/society/14542>
3. <http://www.avo.ru/region/results/labor-market>

Андреева Н.В., проф. каф. ЭУИИ, д.э.н.,
Кудрякова О.С., Никитина А.В., ст. гр. УП-213
Владимирский государственный университет имени Александра
Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ПРОБЛЕМЫ ПОСТАВКИ И КАЧЕСТВА МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ В СВЯЗИ С ПОЛИТИЧЕСКОЙ СИТУАЦИЕЙ В СТРАНЕ

Президент России Владимир Путин согласился с предложением прекратить поставки молочной продукции из Украины в связи со сложной политической ситуацией в стране.

"Трудно согласиться, что в связи с тяжелыми событиями в Украине необходимо закрыть вообще все производство", - сказал Путин в среду на совещании по вопросу «О развитии сельского хозяйства в России» рассказал.

Он добавил, что "это, наверное, какие-то проблемы, связанные с конкретными поставщиками на них надо работать, надо выявить их. Но *ogulno*, что это неправильно, чтобы закрыть всю Украину". (<http://russian.rt.com/article/37111>).

Ключевые слова: Сложная политическая ситуация в стране, нехватка продовольствия, развитие собственного производства

В связи с нестабильной политической обстановкой в стране и в мире, обостренными отношениями между Украиной, Россией и странами Евросоюза, рынок нашей страны претерпевает определенные изменения в отношении поставщиков продукции.

Россельхознадзор вводит усиленный контроль за молочной продукцией ряда предприятий Украины, о чем говорится в официальном сообщении ведомства.²⁸

Как отмечает регулятор, в молочной продукции, произведенной украинскими предприятиями ПАО "Баштанский сырзавод", ООО "Молис", ООО "Техмолпром" и ПАО "ЗМК" были выявлены антибиотики, что является нарушением ветеринарно-санитарных требований Таможенного союза и России.

"В связи с первичным выявлением нарушений, Россельхознадзор вводит режим усиленного лабораторного контроля за продукцией этих предприятий, а также просит ветеринарную службу Украины провести расследование по установлению причин наличия антибиотиков в продукции этих предприятий и принять меры по обеспечению поставок продукции, соответствующей ветеринарно-санитарным требованиям и нормам Таможенного союза и России", - отмечается в сообщении ведомства.

Правительство РФ ввело полный запрет на поставки говядины, свинины, мяса птицы, рыбы, сыров, молока и плодоовощной продукции из Австралии, Канады, ЕС, США и Норвегии сроком на один год.²⁹

²⁸<http://podrobnosti.ua/economy/2014/04/25/973036.html>

²⁹ <http://www.interfax.ru/business/390081>

Медведев обратил особое внимание, что Россия долгое время не отвечала на введенные в отношении нее санкции. "Мы до последнего надеялись, что наши зарубежные коллеги поймут, что санкции - это тупиковый путь, они никому не нужны. Но они не поняли". Специалисты ведомства рассмотрят предложения партнеров, готовых заменить поставку продуктов, попавших под запрет.

Молочной продукции было импортировано за год на \$4,3 млрд. Крупнейший поставщик – Нидерланды с 8,6% от всего импорта. Далее идут Украина (8,9%), Финляндия (7,4%), Германия (5,7%) и Польша (4,5%). Самая большая российская доля в экспорте у Украины – 55%, на 48% зависима от российского рынка Финляндия. Затем идет Польша (8%) и Нидерланды (4%).

30 июля 2014 г. на площадке Международного Мультимедийного пресс-центра МИА «Россия сегодня» состоялась пресс-конференция председателя Правления Национального союза производителей молока Андрея Даниленко на тему: "Украинская молочная продукция: запрет поставок".

В связи с непростой международной обстановкой вокруг украинского кризиса возникают вопросы о политических мотивах введения запрета на поставки молочной продукции.

Андрей Даниленко поясняет, почему принятое решение является обоснованным:

«В результате тех экономических сложностей, которые сейчас испытывает Украина, это в первую очередь девальвация гривны, у сельхозпроизводителей Украины возникли очень серьезные финансовые проблемы. Большая часть молочного поголовья находится в частном секторе, у индивидуальных предпринимателей, для них доходность очень важна. Как правило, из всего молока, которое поступает от коровы, максимум 90 % товарного молока, 10-15 % нетоварного молока, в результате того, что коров лечат от мастита или иных заболеваний, используя при этом антибиотики. Поэтому всегда какой-то процент молока выбраковывается, и его просто уничтожают. В связи с тем, что возникла такая сложная ситуация, аграрии начинают сдавать это молоко как товарное. Так как у переработчиков наблюдается колоссальный дефицит молока и идет устойчивое сокращение молока на территории Украины, это молоко попадает в переработку. Когда мы поставили перед президентом вопрос о том, что у нас есть сомнения о степени контроля за качеством готовой продукции, было дано поручение А. Дворковича Роспотребнадзору и Россельхознадзору провести усиленную проверку качества продукции».

Следует отметить, что в рамках совещания по вопросам развития сельского хозяйства 18 июня в Ставрополе президент РФ Владимир Путин не согласился с предложением прекратить поставки молочной продукции с Украины в связи с их ненадлежащим качеством, отмечая, что было бы неправильно закрыть доступ на российский рынок для всей украинской продукции.

«По данным Россельхознадзора», - отмечает Андрей Даниленко, - «более 30 % проб показали недопустимое количество антибиотиков, предназначенных для лечения животных, которые были в готовой молочной продукции. Поэтому и было

принято решение остановить все поставки». Запрет на поставку украинской молочной продукции является проблемой в первую очередь для украинской экономики. По данным аналитического центра «СОЮЗМОЛОКО», подготовленным на основе показателей Государственной службы статистики Украины, Росстата, Федеральной таможенной службы России, в первом полугодии 2013 г. Украина поставляла в Российскую Федерацию 334 т сухого обезжиренного молока, 4099 т сыворотки, 60 т молочных паст и 18196 т сыра. В апреле 2014 г. объемы поставок сыров и сухой сыворотки сократились в 5-6 раз.

«Что касается последствий для России с точки зрения объемов, - продолжает Андрей Даниленко, - «то в последний год ряд украинских предприятий поэтапно теряли право на поставки на территорию Российской Федерации, поэтому к моменту запрета доля украинской продукции составляла менее 1% из всего объема поставляемой продукции на территорию РФ».

Российский рынок никаким образом не пострадает от запрета поставок украинской молочной продукции. Белоруссия имеет переизбыток молочной продукции на складах и готова увеличить поставки на российский рынок.

Андрей Даниленко не упускает возможность подчеркнуть важность принятия разработанной Национальным союзом производителей молока программы развития молочной отрасли, которую Министерство сельского хозяйства вернуло на доработку.³⁰

«Любая страна мира защищает своего производителя и обеспечивает необходимый объем производства той продукции, которая необходима государству. С учетом санкций и угроз санкций, очень актуально стоит вопрос о собственном производстве продовольствия. Мы разработали программу развития молочной отрасли, где рассчитано, что в прошлом году мы недодали отрасли около 30 млрд. рублей, в результате экспорт увеличился более чем на 50 млрд. руб. Вопрос о самообеспеченности продовольствием приобретает особую важность, по молоку мы обеспечиваем себя максимум на 60 %».

В страны СНГ было поставлено 687,8 тыс. т молочной продукции (на 1,9% меньше), страны вне СНГ – 3,7 тыс. т (на 48,1% меньше).

Основной объем экспорта белорусской продукции приходится на рынок России. Так, по данным Белстата, за девять месяцев туда было поставлено 136,9 тыс. т молока и сливок сгущенных и сухих (на 24,6% меньше, чем в январе-сентябре 2013 г), 234,1 тыс. т молока и сливок несгущенных (на 11,7% больше), 112,8 тыс. т сыров и творога (на 7,5% больше), 49,7 тыс. т масла сливочного (на 2,7% меньше).

Средняя цена экспорта белорусской молочной продукции в январе-сентябре сложилась на уровне 2489 долл. за тонну, что на 2,9% больше, чем в январе-сентябре прошлого года.

Россельхознадзор заблокировал ввоз молочной продукции из США.

В морском порту Санкт-Петербурга задержано 160 контейнеров с американской молочной продукцией. Это явилось поводом для приглашения

³⁰ <http://www.dairynews.ru/news/belarus-pokroet-ukrainskuyu-dolyu-rossiyskogo-molo.html>

советника по вопросам сельского хозяйства посольства США в России Скотта Рейнолдса в Россельхознадзор.

В процессе встречи, руководитель Россельхознадзора Сергей Данкверт выразил серьезную озабоченность в связи с возникшей ситуацией. Он пояснил, что в связи с образованием Таможенного союза и принятием соответствующего законодательства, импорт поднадзорной государственному ветеринарному надзору продукции возможен лишь при наличии должных гарантий официальной ветеринарной службы страны-экспортера, и исключительно с предприятий, внесенных в список официальных поставщиков на рынок Таможенного союза.()

Вместе с тем, в течение последних двух лет, Россельхознадзор направил в ветеринарную службу США десять писем с настоятельной просьбой прислать список американских молокоперерабатывающих предприятий, соблюдающих требования российского законодательства при производстве продукции и заинтересованных в ее поставках на рынок России/Таможенного союза. Ни на одно из этих писем ответа получено не было, и до настоящего времени список предприятий в Россельхознадзор не поступил. Сергей Данкверт подчеркнул, что США – это единственная страна, поставляющая в Россию пищевую продукцию, которая до 1 июля текущего года, даты образования Таможенного союза, несмотря на многократные напоминания, не предоставила ни списков молокоперерабатывающих предприятий, ни гарантии по ним.

Таким образом, в настоящее время у Россельхознадзора нет законных оснований для пропуска американской молочной продукции на территорию Таможенного союза. Елена Гришина, представитель компании ЮНИМИЛК, в своем обращении к представителям американского посольства, подчеркнула, что речь идет не только о конкретной проблеме с задержанием в Санкт-петербургском порту крупной партии американской молочной продукции. Проблема имеется и в системе отношений американской ветеринарной службы с компетентными российскими государственными органами.

Скотт Рейнолдс обязался оперативно довести позицию Россельхознадзора до руководства Минсельхоза США. В отношении итогов недавно проведенной инспекции американских мясоперерабатывающих предприятий, он заявил, что направил в Россельхознадзор информацию по устранению недостатков, выявленных на девяти предприятиях.

Обсуждая итоги инспекции, Сергей Данкверт выразил сожаление, что в предложенный американской стороной список предприятий вошло одно неработающее и несколько предприятий, использовавших запрещенные российским законодательством хлорсодержащие растворы для обеззараживания продукции. Низкий уровень соответствия итогам инспекций гарантий ветеринарной службы США, а также то, обстоятельство, что за все те годы, которые Сергей Данкверт возглавляет Россельхознадзор, у него не было возможности встретиться с главой Службы безопасности продовольствия и инспекций (Food Safety and Inspection Service, FSIS) Минсельхоза США, не способствует созданию необходимого для успешного сотрудничества доверия между ветеринарными службами России и США.

Санитарная служба приостановила поставки в нашу страну молочной продукции из Литвы.

Это связано с претензиями к ее качеству. Традиционное для подобных событий, главное действующее лицо – главный санитарный врач Геннадий Онищенко – объяснил, какие именно нарушения должны устранить производители.

По словам Онищенко, на протяжении долгого времени Роспотребнадзор сообщал о своих озабоченностях по поводу качества молочной продукции из Литвы.

Федеральная таможенная служба начала исполнять распоряжение Роспотребнадзора о запрете на ввоз в Россию литовской молочной продукции – сообщила руководитель отдела по связям с общественностью центрального таможенного управления ФТС России Екатерина Анчипорова.

Вообще, по статистике, молочная отрасль Литвы ориентирована на внешние рынки более чем наполовину. И доля России в этом экспорте превышает 85%. По данным российского национального союза производителей молока в прошлом году литовские компании поставили в нашу страну молочных продуктов почти на 200 миллионов долларов.

Молочные продукты из Литвы составляют менее одного процента на российском рынке, так что россияне практически не почувствуют введения запрета на импорт из прибалтийской республики, - убежден - председатель национального союза производителей молока Андрей Даниленко.

Даниленко добавил, что не стоит искать в запрете молочного импорта из Литвы политической подоплеки, потому что у Роспотребнадзора есть конкретные претензии к конкретным продуктам конкретных производителей.

Похожим образом на эту тему высказался сегодня и министр сельского хозяйства России Николай Федоров. По его словам, доля литовской продукции незначительна, и для рынка это неощутимо.

В последние годы между Россией и Литвой складываются очень трудные отношения. Не последнюю роль в этом играет деятельность Газпрома в Прибалтике, а также общая ориентация Литвы на Евросоюз и противостояние с Россией, - пояснил доктор политических наук, председатель отдела Прибалтики в Институте стран СНГ Михаил Александров. Александров считает, что подрыв литовского экспорта молочной продукции – это адекватная мера России для того, чтобы показать, что последовательная антироссийская политика Литвы может той дорого обойтись.

Еврокомиссия ждет от России разъяснений по ситуации вокруг литовских молочных продуктов. Об этом заявил журналистам официальный представитель Еврокомиссии Фредерик Винсан. Напомним, сегодня Роспотребнадзор приостановил ввоз молочной продукции из Литвы, сославшись на многочисленные нарушения законодательства в области защиты прав потребителей. В то же время Венсан сказал, что Еврокомиссия уверена в безопасности литовской молочной продукции и будет тщательно следить за ситуацией.

Власти Литвы пока не предпринимают каких-либо мер в связи с запретом на ввоз молочной продукции в Россию. В Вильнюсе подчеркивают, что пока не

получили официального уведомления об объявленном Роспотребнадзором запрете на ввоз литовской молочной продукции в Россию из-за проблем с качеством.³¹

Литература:

1. <http://podrobnosti.ua/economy/2014/04/25/973036.html>
2. <http://russian.rt.com/article/37111>
3. <http://www.interfax.ru/business/390081>
4. <http://www.dairynews.ru/news/belarus-pokroet-ukrainskuyu-dolyu-rossiyskogo-molo.html>
5. <http://maxpark.com/community/politic/content/2242791>

Андреева Н.В. проф. каф. ЭУИИ, д.э.н.

Романова А.Д., ст.гр. ЭУС-110

Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ

В статье рассматривается долгосрочная стратегия развития региона на основе развития науки и инновационной составляющей. Инновационный потенциал рассматривается с позиции ресурсной компоненты, включающей систему обобщающих показателей. Полученные координаты потенциала графически отображают вид инновационного профиля Владимирской области. От уровня развития инновационной инфраструктуры, от качества ее функционирования будут зависеть инновационные преобразования в экономике области.

Ключевые слова: национальная инновационная система, инновационный потенциал, система обобщающих показателей, обобщающего показателя инновационного потенциала, инновационная инфраструктура области, оценка инновационного потенциала Владимирской области.

В основе экономического развития регионов лежит инновационная направленность отраслей экономики, создающая базу для формирования долгосрочной стратегии развития региона. В России масштабы инновационной деятельности, ее характер и результативность еще далеки от аналогичных параметров, не только наиболее развитых в экономическом отношении стран мира, но и стран второго эшелона.

Активизация инновационной деятельности имеет важное значение как для России в целом, так и для Владимирской области в частности, особенно в современных условиях экономического кризиса.

Стратегией развития региона науки и инноваций В РФ на период до 2015 года предусмотрен переход России на инновационный путь развития, к построению общества, базирующегося преимущественно на генерации, распространении и использовании знаний. Уникальные навыки и способности, умение адаптировать их

³¹<http://maxpark.com/community/politic/content/2242791>

к постоянно меняющимся условиям деятельности и высокая квалификация – ведущие производственные ресурсы, главные факторы материального достатка и формирования развитого человеческого капитала[3].

Национальная инновационная система (НИС) РФ в качестве неперемного условия своего развития предполагает создание на территории страны инновационных зон, в которых концентрируются мобильные высококвалифицированные кадры. К тому же ключевым фактором становится доступность рынков информации и финансов, а потому – плотность контактов, коммуникационная близость центров принятия решений.

В условиях переходного периода Российской экономики и становления рыночных отношений подавляющее большинство предприятий, включая отраслевые и академические научно-исследовательские институты, столкнулись с целым рядом проблем рыночной востребованности результатов их деятельности.

Выявленные проблемы формирования инновационного потенциала не дают в полной мере реализовать возможности предприятия и являются типичными:

- слабая ориентированность научных разработок на конкретного потребителя, технологическое отставание производства;
- отсутствие у участников инновационного процесса научных знаний и опыта организации проекта;
- низкая эффективность организационных структур, предназначенных для осуществления инновационной деятельности и др.

Инновационный потенциал — описание возможностей организации по достижению целей за счёт реализации инновационных проектов [1, с.105].

Рассмотрим инновационный потенциал с точки зрения ресурсной компоненты, характеризующей возможности отдельных ресурсов для осуществления инновационной деятельности во Владимирской области, так и результативной компоненты, отражающей результат реализации использования ресурсных возможностей [2, с.12] (табл.1).

Таблица 1

Система обобщающих показателей, характеризующих инновационный потенциал региона

Группа показателей		Показатель	Усл-ое об-ие пок-ля	Погранич-ная хар-ка показателя	
				R	Z
Ресурсная компонента	Кадровая составляющая	Доля работников с высшим образованием в общей числ-ти промышленно-производ-го персонала, отн. ед.	K1	0,25	0,8
		Доля затрат на профес-ое обучение в общем объеме издержек на рабочую силу, отн. ед.	K2	0,15	0,5
		Числ-ть студ-в вузов на 10 тыс. чел. населения территории, чел.	K3	100	150
Ресурсная компонента	Технико-Технологическая составляющая	Уровень износа основных производ-ых фондов, в %	T1	60	25
		Коэффициент обновления основных производ-ых фондов, в %	T2	4,5	12,0
		Удельный вес оборудования со сроком	T3	0,7	0,33

		эксплуатации до 10 лет, отн. ед.			
	Финансовая составляющая	Доля затрат на науку и научные исследования и разработки в ВРП, в %	Ф1	2,5	5
		Удельный вес затрат на инновации в общем объеме выпускаемой продукции, в %	Ф2	2,5	5
		Отношение объемов инвестиций в промышленность к ВРП, в %	Ф3	2,4	11,8
	Научная составляющая	Удельная численность работников, выполняющих научные исследования, на 10 тыс. чел. населения, чел.	Н1	13	40
		Численность кандидатов и докторов наук на 10 тыс. чел. населения территории, чел.	Н2	0,4	4,0
Ресурсная компонента	Научная составляющая	Удельный вес стоимости машин и оборудования в общем объеме основных средств отрасли "Наука и научное обслуживание", в %	Н3	16	35
Результативная компонента		Число патентных заявок на изобретения в расчете на 10 тыс. чел. населения, в %	Р1	2,5	5
		Уровень инновационной активности промышленных предприятий, в %	Р2	10	40
		Доля инновационной продукции в общем объеме промышленной продукции, в %	Р3	8	15

В работе проводится оценка инновационного потенциала Владимирской области на базе построения инновационного профиля улучшения инновационной инфраструктуры и повышения конкурентоспособности предприятий. Работа основана на анализе обобщающих показателей, характеризующих инновационный потенциал региона.

Состояние инновационного потенциала определяется путем непосредственного сравнения обобщающих показателей с их пограничными характеристиками R и Z. Однако наиболее полную картину, даст подход, позволяющий агрегировать отдельные характеристики потенциала и рассматривать их в комплексе – в виде совокупности координат единой шкалы [1, с.108].

Определим координаты обобщающего показателя I инновационного потенциала (табл.2) [2,с.13].

Таблица 2

Координаты обобщающего показателя инновационного потенциала

Неравенство	Расчет координаты (i)
Для всех показателей (кроме T1 и T3)	
$I \leq R$	$i = R / I$, при этом значению координаты присваивается знак "-"
$R < I < Z$	$i = I / Z$ - диапазон значения координаты будет варьироваться в пределах от 0 до 1
$I \geq Z$	$i = Z / I$ - диапазон значения координаты будет всегда выше 1
Для показателей T1 и T3	
$I \leq R$	$i = I / R$, при этом значению координаты присваивается знак "-"
$R < I < Z$	$i = Z / I$ - диапазон значения координаты будет варьироваться в пределах от 0 до 1
$I \geq Z$	$i = I / Z$ - диапазон значения координаты будет всегда выше 1

I - значение обобщающего показателя, характеризующего ресурсную и результативную составляющую инновационного потенциала;

R - пороговое значение, отражающего границу min допустимого уровня кризисности его состояния;

Z - пороговое значение, отражающего границу его предкризисного состояния.

Таблица 3

Исходные и расчетные данные для оценки инновационного потенциала Владимирской области

Пок-ль	Исходные данные (I-го показателя)		Расчетные данные (i-го показателя)	
	2010	2012	2010	2012
K1	3,8	4,2	0,21	0,12
K2	0,4	0,55	0,8	1,1
K3	321	281	0,46	0,53
T1	42,3	44,6	-0,7	0,74
T2	5,0	5,0	0,42	0,42
T3	0,35	0,33	-0,5	-0,47
Ф1	1,6	1,22	1,56	2,05
Ф2	1,23	1,54	2,03	1,62
Ф3	8,9	11,2	0,75	0,95
H1	10,1	11,8	1,28	1,1
H2	1,98	2,67	0,49	0,67
H3	17	21	0,48	0,6
P1	1,31	1,6	-1,9	1,56
P2	9,5	10,1	-1,05	0,25
P3	6,9	10,6	-1,16	0,7

Полученные координаты потенциала могут быть графически отображены в вид инновационного профиля Владимирской области (рис.1) [5].

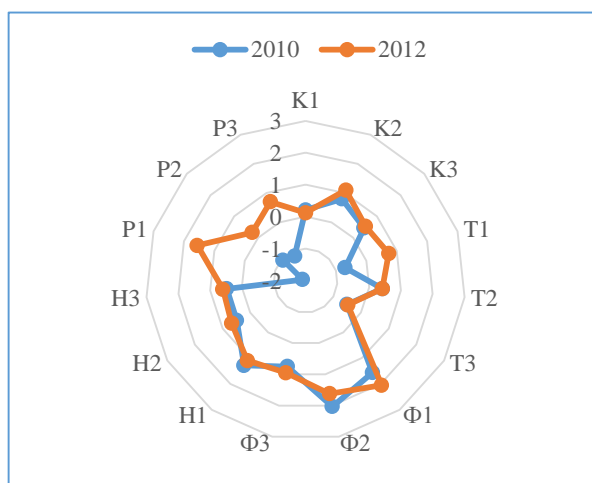


Рис.1. Инновационный профиль Владимирской области в 2010 и 2012 гг.

В соответствии с выявленным уровнем рассчитанных координат на нем могут быть выделены три зоны.

1. Зона благоприятного состояния ($i > 1$), для которой характерен выход с траектории кризисного развития инновационных процессов, и она требует разработки мероприятий, направленных на поддержание позитивной динамики сложившейся ситуации.

2. Зона удовлетворительного состояния ($0 < i < 1$) свидетельствует о недостаточном формировании инновационной экономики региона уровне потенциала и необходимости поиска путей улучшения использования его ресурсной составляющей и активизации конечных результатов инновационной деятельности.

3. Зона неудовлетворительного состояния ($i < 0$) отражает негативные тенденции в формировании инновационной экономики, что требует разработки системы мероприятий, направленных на повышение ресурсной и, соответственно, результативной составляющей инновационного потенциала региона.

Так, значения координат кадровой составляющей находятся в зоне удовлетворительного и благоприятного состояния. В области существует фундаментальная научная база, способная генерировать инновационную продукцию. Важным инициатором развития инновационной деятельности остается вузовская наука, которая сохраняет значительную часть кадрового потенциала, занимающегося прикладными и фундаментальными исследованиями.

Обобщающие показатели финансовой составляющей находятся в зоне благоприятного состояния. Затраты на науку и исследования составляют 1,22 % от ВРП в 2012 г., т.е. 3486,7 млн. руб.

Значения результативной компоненты находятся в удовлетворительном и благоприятном состоянии в 2012 г, в то время как, в 2010 г. они находились в неудовлетворительном состоянии.

В итоге можно сделать вывод о том, что Владимирская область обладает инновационным потенциалом и находится в зоне благоприятного состояния.

Основным элементом организационной структуры науки являются самостоятельные организации, выполняющие исследования и разработки, а также соответствующие подразделения высших учебных заведений, организаций промышленного производства и организаций др. видов деятельности.

Объем выполненных научно-технических работ за 2013 год составил 12,4 млрд. рублей (рис.2), при этом на долю научно-исследовательских организаций приходилось около 72,8 % объема выполненных научно-технических работ, на долю конструкторских организаций – 24,3 %.

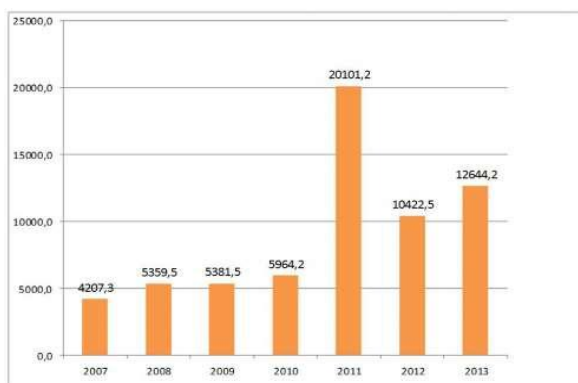


Рис.2. Объем научно-технических работ, млн. рублей

Инновационная инфраструктура области представлена двумя технопарковыми структурами: Владимирским инновационно-технологическим центром (ВИТЦ) и Инновационным научным обучающим центром, созданным на базе Владимирского государственного университета. По темпам роста

объемов производства, количеству новых разработок, ВИТЦ входит в десятку ведущих инновационных центров Российской Федерации.

Научные исследования и разработки в 2013 г. выполнялись 22 крупными и средними организациями области. Из них 9 организаций (40,9 %) являются научно-исследовательскими, 6 (27,3 %) – конструкторскими, 3 (13,6 %) – высшими учебными заведениями (рис. 3) [4].

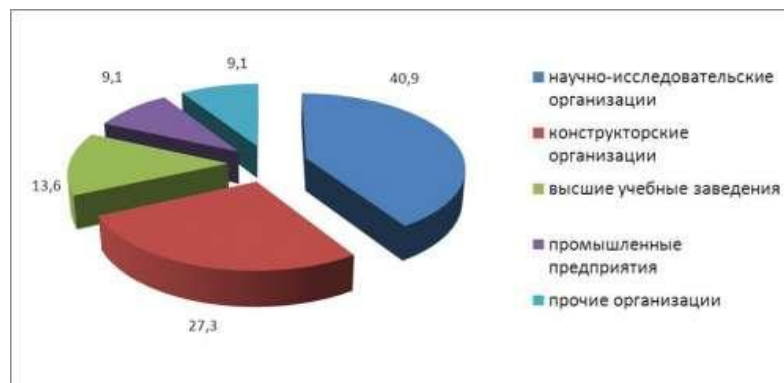


Рис.3. Виды организаций, выполнявших научно-технические работы, %

В настоящее время основными институтами развития инновационного потенциала области являются:

- Научно-экономический совет при Губернаторе Владимирской области;
- Совет по развитию нанотехнологий в регионе при Губернаторе Владимирской области;
- Фонд содействия развитию малого и среднего предпринимательства во Владимирской области;
- Фонд содействия развитию инвестиций в субъекты малого и среднего предпринимательства Владимирской области;
- Областной бизнес-инкубатор;
- Региональный экспертный совет по рассмотрению проектов, представленных на финансирование в рамках программы «УМНИК» Фонда содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере;
- Владимирский инновационно-технологический центр.

Наличие инновационного потенциала в регионах является условием, при котором возможно эффективное развитие хозяйственных субъектов. В качестве форм реализации инновационного потенциала выступают объекты инновационной инфраструктуры. Наличие соответствующей инновационной инфраструктуры является необходимым условием результативного инновационного развития.

Таким образом, серьезным этапом на ближайшую перспективу является создание такой инфраструктуры инновационной деятельности, которая позволит обеспечить выполнение всех функций, а также быстро адаптироваться к постоянным изменениям, связанным с непрерывным процессом создания новых знаний.

От уровня развития инновационной инфраструктуры, от качества ее функционирования будет зависеть не только скорость осуществления инновационных

преобразований в экономике области, их стоимость и результативность, но и возможность реализации любого инновационного проекта.

Литература:

1. Инновационный менеджмент в России: вопросы стратегического управления / В.Л.Макаров. – М.: Наука, 2009. – 432 с.
2. Москвина О.С. Инновационный потенциал как фактор устойчивого развития региона //Инновации. -2005. - №12. – с.37;
3. Выступление Президента РФ В.В.Путина на заседании Государственного совета «О стратегии развития России до 2020 года»: www.kremlin.ru;
4. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Владимирской области: <http://vladimirstat.gks.ru/>;
5. Федеральная служба государственной статистики: <http://www.gks.ru/>.

Андреева Н.В. проф.каф. ЭУИИ, д.э.н.

Кулева М., Мухина Л., ст.гр. УП-113

Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

СОЗДАНИЕ ФИРМЫ ДЛЯ ПОДДЕРЖАНИЯ ЗДОРОВЬЯ НАСЕЛЕНИЯ ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ (ООО "ВАШ МАТРАС")

Наша компания была создана, чтобы помочь людям преодолеть свои болезни и недуги, а также обеспечить населению здоровый сон. "Ваш матрас" производит ортопедические матрасы, которые имеют большое значение для здоровья человека.

Ключевые слова: здоровый сон, ортопедический матрас, помощь людям.

Мало кто задумывается, насколько правильно мы проводим ту треть жизни, что отведена нам на сон. Достаточно ли внимания уделяем здоровому сну, проветриваем ли спальню на ночь и правильный ли матрас на кровати? Что касается матраса – его выбор имеет немалое значение для здоровья. Правильный ортопедический матрас – это здоровый сон, качественный ночной отдых и профилактика заболеваний позвоночника.

«Как известно, позвоночник – это одна из важнейших составляющих тела человека. Не напрасно он является стержнем опорно-двигательной системы организма. Если позвоночник серьезно поврежден, то человек, скорее всего, уже никогда не сможет вести полноценную жизнь и останется обездвижен. В настоящее время, к сожалению, очень многие люди подвержены тем или иным заболеваниям позвоночника, связанным с образом жизни и особенностями работы. Приобрести их легко, а вот исправить – уже значительно сложнее.

Ортопедический матрас – это современное средство для борьбы с деформациями позвоночника и опорно-двигательного аппарата, а также для профилактики здоровья. Это способ поддерживать свое здоровье, не прилагая к этому никаких усилий. Ведь лечиться Вы будете во сне, в собственной постели.

Вообще, ортопедия (греч. ortos – «прямой, правильный» и pedia – «воспитание») – это раздел медицины, изучающий лечение и профилактику стойких деформаций, искривлений и повреждений позвоночника и опорно-двигательной системы. Поэтому словом «ортопедический», как правило, обозначаются все приборы, лечебные аппараты и другие изделия, предназначенные для борьбы с заболеваниями спины и конечностей.

Ортопедический матрас предназначен для создания так называемого эффекта прямой спины. Это значит, что, когда человек лежит на подобном матрасе, его позвоночник в течение всего времени остается выпрямленным. Сегодня практически все современные матрасы в той или иной степени обладают ортопедическими свойствами. Достигается это может различными способами». [1]

Именно для таких целей было создано предприятие по производству ортопедических матрасов «ООО Ваш матрас». Почему же мы создали общество с ограниченной ответственностью? «Во-первых, для регистрации ООО достаточно уставного капитала в размере 10000 рублей. Во-вторых, ответственность учредителей по убыткам ограничивается размерами вклада в уставной капитал. В-третьих, ООО имеют несложное управление и структуру. В-четвертых, им доступно множество видов деятельности. В-пятых, ООО разрешено применять упрощенную систему налогообложения. В-шестых, владельца ООО всегда могут оперативно продать бизнес.

Согласно статистике, 90 процентов коммерческих организаций, зарегистрированных в Едином Государственном Реестре Юридических Лиц (ЕГРЮЛ) являются ООО.»[2]

Главная цель компании - принести знание об исключительной важности сна для здоровой и полноценной жизни каждого человека.

Все товары и услуги, которые предлагает наша компания, призваны значительно улучшить качество сна наших покупателей. «Ваш матрас» - это гарантия полноценного отдыха: каждый пятый россиянин спит на матрасе «Ваш матрас». Одна из причин этого – строгий контроль качества продукции в собственной лаборатории сна, единственной в России испытательной лаборатории для мягкой мебели, сертифицированной ISO тестирующей по европейским стандартам.

ООО «Ваш матрас» является крупной компанией, которая развивается с 1998 года.

Компания «Ваш матрас» - постоянный участник престижных международных профильных выставок.

Выставочную деятельность компания начала более 10 лет назад, и не было случая, чтобы высокое качество продукции нашей компании и творческий подход к оформлению выставочных стендов не заслужили высокой оценки экспертов.

Миссией фирмы является предоставление продукции, способствующей сохранению здоровья людей, предлагая им самые передовые технологии для ежедневного полноценного сна.

Целями фирмы является увеличение объема продаж, получение максимальной прибыли, а так же расширение деятельности на мировом рынке.

Потребителями в компании «Ваш матрас» являются как физические лица(граждане) так и юридические лица(гостиницы, компании по продаже мебели и т.д.)

Возраст потребителей колеблется от годовалых младенцев до людей пенсионного возраста. Основная масса потребителей являются люди от 20 до 60 лет.

Статистические данные, предоставляемые работниками отдела продаж, показывают, что 65% матрасов приобретает пожилая часть населения. Остальные 35% приходится на молодое население.

Неоднократно проводятся акции, которые позволяют получить симпатию потребителей и привлечь клиентов.

Фирма создана на территории Владимирской области, что позволяет задействовать достаточно большое количество трудовых ресурсов. Штат содержит 150 человек, с расширением производства соответственно будет больше задействовано трудовых ресурсов. В штате работают: генеральный директор, заместитель генерального директора; офис-менеджер, секретари; финансовые директор, а так же заместитель финансового директора; специалист финансового отдела; главный бухгалтер и бухгалтер; начальник отдела продаж и менеджеры по продажам; руководитель кадровой службы так же работники кадровой службы; пиар-менеджер, рабочие и водители, которые поставляют готовую продукцию на рынки сбыта.

Часто покупатели приходят к нам с вопросом «Какой матрас подходит именно нам?» Для этого в наших магазинах имеются консультанты, которые бесплатно информирую Вас о эффективности того или иного продукта, а так же расскажут про ценовой вопрос.

В данной статье представляется ответ на вопрос покупателей. Итак, какой матрас лучше выбрать?

В современном магазине выбрать матрас сложно, поскольку представлено большое разнообразие моделей.

Итак, рассмотрим преимущества и недостатки современных моделей матрасов «Пружинные модели различаются пружинными блоками, среди которых существуют два варианта – зависимый и независимый пружинные блоки.

Пружинный зависимый блок – это когда одна пружина сцеплена с соседними пружинами, так называемая «боннель» — пружины непрерывного плетения, довольно давно и часто используется в конструкции пружинных блоков. При нажатии на одну пружину срабатывают остальные в той или иной мере, что снижает ортопедический эффект – повторить форму человеческого тела невозможно. К преимуществам таких матрасов относятся способность выдержать значительные нагрузки, обеспечение хорошей вентиляции, приемлемая цена.

Независимый пружинный блок – в нём каждая пружина находится в отдельном чехле и работает самостоятельно, независимо от других, расположенных рядом. Есть матрасы, где один квадратный метр вмещает 200 пружин, в других матрасах пружин ещё больше – до 1200 пружин на такую же площадь. Больше пружин – значит ортопедический эффект: матрас подстраивается под контуры лежащего на нем человека. На таком матрасе можно полностью расслабиться, приняв удобную позу. Качество сна высокое.

Проснувшийся человек встает с такого матраса полноценно отдохнувшим. Недостаток один – высокая стоимость.

Матрасы безпружинных моделей делают из различных моноблоков: ваты, льна, верблюжьей шерсти или конского волоса, кокосовой койры (волокна), искусственного или натурального латекса. Ортопедические свойства матрасов зависят от обработки сырья и выбранного наполнителя. Если для беременных кокосовый слой с его повышенной жесткостью будет в какой-то степени вредным, то для новорожденных такой слой полезен.

Матрасы с ватным наполнителем популярны до сих пор. Если матрас наполнен длиноволокнистой ватой, то он будет легким, но плоским. Если вата коротковолокнистая, то матрас получится пышным, но тяжелым. Для воплощения в матрасе наилучших качеств – легкости и пышности – применяют особую технологию смешивания хлопка с разной волокнистостью и качество такого матраса гарантировано до 10 лет. К преимуществам относят низкую стоимость и натуральность наполнителя, что удобно для обустройства временных спальных мест. К недостаткам относятся отсутствие ортопедического эффекта и повышенная гигроскопичность ваты. В матрасе от впитывания влаги и пота появляется комковатость (бугры и впадины), в нем могут завестись грибки и клещи.

Кокосовая койра представляет собой переработанные волокна кокоса. В основном койра комбинируется с другими наполнителями матрасов (она придает изделию жесткость) или является переходным слоем в матрасе между латексом и пружинами в ортопедических матрасах. Только для новорожденных делают матрасы из моноблока койры. К преимуществам относят натуральность экологически чистого материала, долговечность и прочность, хорошую способность пропускать воздух и влагу. Недостаток – повышенная жесткость материала.

Матрасы из латекса искусственного и натурального – долговечны, выдерживают высокое давление, создаваемое человеческим телом, повторяют контуры спящего, что позволяет позвоночнику принять правильное положение, гарантируют комфортный отдых. Сквозные отверстия по всей площади матраса обеспечивают достаточный тепло- и влагообмен, способствуют вентиляции изделия. Натуральный латекс гипоаллергенный (его готовят методом вспенивания и затвердевания сока гевеи), но дорогой. Качественный искусственный латекс более прочен и гораздо дешевле.

Поклонники материалов природного происхождения выбирают матрасы с наполнителем из шерсти (овечьей, верблюжьей) или из конского волоса. К преимуществам таких наполнителей относят хорошую вентиляцию и гигроскопичность. Недостатки – высокая аллергенность, низкий ортопедический эффект, размножение болезнетворных организмов, скатывание наполнителя в комки».[3]

Так же предоставлен прайс-лист, в котором указана стоимость той или иной модели. Цены матрасов колеблются от 10 тысяч рублей до 100 тысячи рублей.

Почему же многие выбирают нашу продукцию? Ответ прост: наша продукция сочетает в себе чувство комфорта и контроль качества, а так же предоставление выгодных цен.

Литература:

1. <http://ukrmebelgroup.com.ua/ort.html>
2. http://www.lex7.ru/home/interes_ooo/prof_regprooo/
3. <http://vsevocrug.ru/kakoj-matras-luchshe-vy-bra>

Андреева Н.В., проф.каф. ЭУИИ

Кулева М.М. ст.гр. УП-113

Владимирский государственный университет имени
Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ТРУДОВЫЕ ПРОТЕСТЫ В РОССИИ

В статье рассматриваются причины протестного движения в России и Европе. Рассматривается динамика безработных в Евроне и анализируется протестное движение по территории Российской Федерации.

Ключевые слова: протестное движение, протесты в России, Европе, причины протестов

В условиях мирового финансового кризиса увеличивается число протестных движений. В первом полугодии 2014 г. зафиксировано 130 протестов. Это столько же, сколько было в прошлом и 2009 гг., но меньше, чем в 2012. Среднегодовое количество протестов за шесть месяцев за 7 лет составляет 113 протестов, показатель 2014 г. на 15 % выше. Это один из самых высоких показателей всего периода наблюдений.

Трудовые протесты - это форма проявления трудового конфликта, причинами которого может быть несправедливая политика работодателя по отношению к своим подчиненным. Протестное поведение работников выражается в таких формах как забастовки, митинги, выступления и т.д. Все эти действия позволяют отстаивать свои интересы и права.

Самая распространенная форма протестов - забастовка. В соответствии со статьей 398 ТК РФ «забастовка – это временный добровольный отказ работников от своих обязанностей (полностью или частично) в целях разрешения коллективного трудового спора. Забастовка имеет свои отличительные признаки: во-первых, она носит временный характер, во-вторых, коллективный характер спора»³².

Важно определить причину трудовых протестов. Причинами индивидуальных и коллективных споров могут являться:

- изменение системы оплаты труда
- соответственно, низкая заработная плата
- массовые увольнения или сокращения
- изменение (например, ухудшение) условий труда и т.д.

В условиях забастовочного движения работодателю необходимо проанализировать требования работников и определить дальнейшую тактику,

³² Трудовой кодекс Российской Федерации – М.: Кнорус. - 2014.- С.224

вступить в переговоры с работниками и предложить различные варианты решения данной проблемы.

Но зачастую, забастовка не достигает огромных масштабов, проблема решается мирными переговорами.

Рассмотрим динамику трудовых протестов в России за 2008-2014года (табл.1)

	Общее число акций (в т.ч. за 6 мес.)	Интенсивность протестов (среднемесячное число акций в т.ч. за 6 мес.)	Общее число стоп-акций (в т.ч. за 6 мес.)	Среднемесячное число стоп-акций (в т.ч. за 6 мес.)	Напряженность протестов (%) (в т.ч. за 6 мес.)
2008	93(36)	7,75(6,0)	60(23)	5,0(3,8)	64,5(63,9)
2009	272(130)	22,7(22,0)	106(60)	8,8 (10,0)	38,9(46,1)
2010	205(102)	17,1(17,0)	88(44)	7,3(7,3)	42,9(43,1)
2011	262(123)	21,8(20,5)	91(46)	7,6(7,7)	34,7(37,4)
2012	282(147)	23,5(24,5)	95(54)	7,9(9,0)	33,6(33,3)
2013	277(128)	23,1(21,3)	102(41)	8,5(6,83)	36,8(32,0)
2014	130	21,7	46	7,7	35,4

Стоит отметить, что самое большое количество протестов приходится на 2009,2012 и 2014года.

Таким образом, на долю первого полугодия 2014года приходится примерно от 45 до 50 % всех протестов, а при сохранении традиционной динамики можно предположить, что в 2014 году будет зафиксировано 260-275 протестов.

Проанализируем распространение протестного движения на территории Российской Федерации (рис. 2)

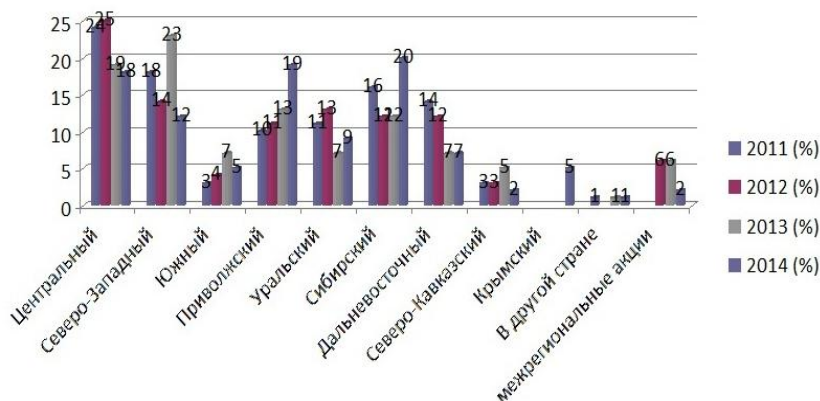


Рис.2 Территориальная распространенность трудовых протестов

«Лидерство по протестам распределено между тремя регионами – Сибирским (20 % от числа всех протестов), Приволжским (19 %) и Центральным (18 %). Если Центральный регион всегда был протестным, если Приволжский был в числе лидеров по итогам 2013 г, то появление среди лидеров протестных регионов Сибирского округа выглядит несколько неожиданно. Центрами протестов являются Иркутская область (6 протестов) Алтайский край и Омская обл. (по 4 протеста в каждом регионе)

Из регионов по количеству протестов лидерство принадлежит Москве, где за полгода зафиксировано 11 протестов и республике Татарстан (7 протестов), далее Иркутская область и республика Крым (по 6 протестов)».³³

Анализируя причины трудовых протестов можно выделить следующие (рис.3)

³³ <http://www.rkrp-rpk.ru/content/view/11593/>

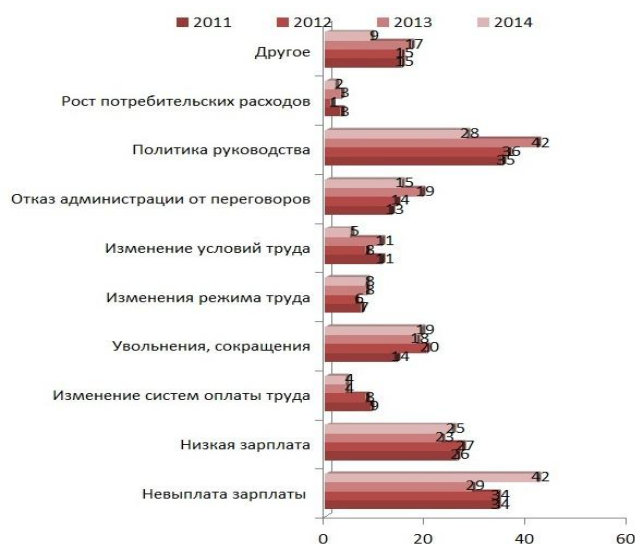


Рис. 3 Причины трудовых протестов в Российской Федерации

В 2014 г. структура причин протестов существенно поменялась. Бесспорной и главной причиной протестов вновь стала невыплата зарплаты – 42 %. Последний раз неплатежи были на первом месте в 2010 г. (52 %). После 2010 г. невыплаты зарплаты конкурировали с другими причинами и прежде всего с такой причиной как «политика руководства». Причем последние годы с 2011 по 2013 доля невыплат зарплаты, как причины протестов, снижалась, а доля такой причины, как политика руководства соответствующим образом повышалась. По итогам 2013 г. несогласие работников с действиями руководителей стало причиной 42 % протестов, а невыплаты 29 %.

Увольнения и сокращения стали причиной 19 % протестов. Это столько же, сколько было в прошлом и позапрошлом году»³⁴.

Теперь рассмотрим трудовые протесты в Европе.

«Кризис 2008 года привел к кратному увеличению числа протестов: 272 акции, из них 106 — это остановки работы. В 2010 году кризис завершился, но число протестов хоть и уменьшилось, но ненамного: 205 протестных акций, из них 88 — это забастовки.

Поскольку основной причиной протестного движения является рост уровня безработицы, рассмотрим динамику в Еврозоне (рис. 4).



³⁴ <http://www.rkrp-rpk.ru/content/view/11593/>

Главная причина протестных митингов и забастовок — невыплата зарплаты. Так было на протяжении всего периода наблюдений — 55% всех протестов вызваны многомесячной задержкой зарплат.

На долю протестов из-за низкой зарплаты или пересмотра систем оплаты приходится еще четверть всех протестов. Так что из-за проблем с оплатой происходит около 75% всех протестов. А еще 20% — это протесты, связанные с увольнениями, реорганизациями, которые обычно приводят к увольнениям. Это означает, что протесты и вызывающие их конфликты не столько средство урегулирования противоречий, то есть крайняя форма, перерастающая в более радикальные выступления».³⁵

Изучив динамику трудовых протестов можно сделать вывод о том, что протестные движения происходят как в России, так и в Европе. Причины их аналогичны и последствия тоже. Нарастание претесных движений можно избежать благодаря справедливой политики работодателя по отношению ко своим работникам.

Литература:

1. Трудовой кодекс Российской Федерации – М.: Кнорус. - 2014.- С.224
2. Аналитический отчет "Трудовые протесты в России в первой половине 2014 г." <http://www.rkrp-rpk.ru/content/view/11593/> (дата обращения 11.12.2014г.)
3. Газета.ru. Забастовки выходят на улицы. http://www.gazeta.ru/comments/2011/04/28_a_3597485.shtml (дата обращения 11.12.2014г.)

Белова Н.Е., ст. пр. кафедры управления, к.э.н.,
Сбитнева Д.В., аспирантка
Санкт-Петербургский государственный
архитектурно-строительный университет, г.Санкт-Петербург

ПОТРЕБНОСТЬ В СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ МЕХАНИЗМА ПРОГРАММНО-ЦЕЛЕВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ИНВЕСТИЦИОННО-СТРОИТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА

В статье рассматривается сущность регионального инвестиционно-строительного комплекса, особенности программно-целевого планирования и его значимость для социально-экономического развития региона.

Ключевые слова: программно-целевое планирование (программно-целевой метод планирования), региональный инвестиционно-строительный комплекс, развитие региона.

Исследованию вопросов функционирования и развития инвестиционно-строительного комплекса (ИСК) были посвящены многие работы отечественных и зарубежных авторов таких, как А.Н. Асаул, А.И. Вахмистрова, Б.С. Вайнштейн, Б.В. Генералова, Ю.Н. Казакова, Л.М. Каплана, А.М. Немчина,

³⁵ http://www.gazeta.ru/comments/2011/04/28_a_3597485.shtml

Ю.П. Панибратова, Г.Ф. Щербины, В.Г. Янчевского и других. В их работах подчеркивалась важность, социальная значимость, а также необходимость развития ИСК для социально-экономического развития региона. Поскольку ИСК во многом обеспечивает эффективное функционирование и развитие определенной территории, а показатели инвестиционно-строительной деятельности в частности характеризуют экономический и социальный уровень развития региона или страны.

По мнению Агафонова Н.Т., Горбунова А.А., Когута А.Е. Литовки О.П. и Разумовского В.М. инвестиционно-строительные комплексы Санкт-Петербурга и Ленинградской области представляют собой целостный и зависимый друг от друга социально-экономический комплекс, который обусловлен историческими, территориальными и экономическими факторами развития двух субъектов РФ. Поэтому их можно рассматривать как единый региональный инвестиционно-строительный комплекс (РИСК).

В настоящее время в РИСК наблюдается ряд проблем, от решения которых непосредственно зависит уровень конкурентоспособности, инвестиционной привлекательности региона и уровень его социально-экономического развития. К данным проблемам можно отнести:

1. нестабильность градостроительной и социальной политики;
2. сокращение финансирования, повышение цен на ресурсы;
3. неэффективность финансово-кредитной политики государства;
4. снижение инвестиционной привлекательности,
5. отсутствие прогнозных сценариев развития ИСК;
6. снижение качества строительства и проектирования;
7. снижение производительности труда за счет устаревания машин и механизмов, а также сокращения доли квалифицированного персонала от общего числа работающих, задействованных в инвестиционно-строительном процессе;
8. монополизация строительного рынка;
9. отсутствие условий для поддержания конкурентной среды;
10. незащищенность малого и среднего бизнеса;
11. ослабление государственного регулирования инвестиционно-строительной деятельности;
12. несоответствие нормативно-законодательной базы современным рыночным условиям;
13. снижение платежеспособного спроса населения;
14. непредсказуемость изменений во внешней среде.

В связи с этим возникает потребность в эффективном инструменте разрешения вышеперечисленных проблем. Таким инструментом может стать программно-целевое планирование (программно-целевой метод планирования), которое представляет собой систему намечаемых, подлежащих осуществлению мер, действий, проведение которых призвано обеспечить достижение единой, заранее поставленной цели [4, С. 6-7]. В контексте РИСК целью будет являться повышение эффективности функционирования и развития РИСК, которое влечет за собой повышение уровня социально-экономического развития региона.

Концепция программно-целевого управления и планирования получила свое развитие в работах таких авторов, как О.К. Головатых, Е.С. Димакова, М.В. Каркавин, Н.И. Комков, Н.С. Косов, В.Я. Любовный, Д.А. Мацнев, Б.З. Мильнер, А.С. Новоселов, Г.С. Поспелов, Б.А. Райзберг, Р.И. Шнипер и т.д. По их мнению, программно-целевой метод планирования имеет ряд преимуществ, поскольку он обеспечивает:

1. реализацию целевого управления, ориентированного на решение конкретных проблем;
2. развитие приоритетных направлений;
3. комплексность, междисциплинарный подход к решению поставленных задач;
4. возможность обработки большого объема информации;
5. учет времени и временных взаимосвязей;
6. возможность обеспечения объекта необходимыми ресурсами в требуемое время;
7. возможность представления общей картины;
8. наглядность критических точек и логики достижения конечных результатов;
9. обеспечение инструментами контроля.

Несмотря на неоспоримые достоинства программно-целевого метода планирования, механизм его реализации обладает существенными недостатками, препятствующими его эффективному использованию. К таким недостаткам можно отнести:

1. недостаточную оперативность;
2. отсутствие возможности постоянного мониторинга ситуации;
3. отсутствие адекватных методик расчета эффективности.

В связи с этим возникает необходимость совершенствования механизма программно-целевого планирования развития РИСК.

Усовершенствованный механизм программно-целевого планирования развития РИСК должен будет обеспечивать:

1. решение стратегически важных вопросов развития ИСК и региона;
2. повышение инвестиционной привлекательности инвестиционно-строительной деятельности, привлечение инвестиций;
3. снижение степени неопределенности и нестабильности и повышение эффективности функционирования РИСК;
4. возможность детальной проработки поэтапного комплекса действий, направленных на реализацию программно-целевого планирования развития РИСК;
5. осуществление контроль над качеством выполняемых работ и предоставляемых услуг участниками РИСК;
6. своевременное обеспечение инвестиционно-строительного процесса необходимыми ресурсами;
7. возможность участия малого и среднего бизнеса в инвестиционно-строительном процессе;
8. допустимость внесения своевременных и объективно необходимых изменений в нормативно-правовые акты;

9. учет и анализ n-факториального количества сценариев достижения намеченных целей с учетом всех возможных комбинаций взаимодействия междисциплинарных факторов;
10. комплексный характер преобразований;
11. организацию взаимовыгодного сотрудничества и взаимодействия субъектов, вовлеченных в инвестиционно-строительный процесс, с учетом интересов всех заинтересованных сторон;
12. изменение системы взаимосвязей между участниками инвестиционно-строительного процесса;
13. возможность выявления на ранних стадиях позитивных и негативных качественных и количественных показателей функционирования РИСК;
14. адаптивность планирования к постоянно изменяющимся условиям окружающей среды.

В результате реализации вышеперечисленных условий станет возможным повышение эффективности функционирования и развития РИСК, что повлечет за собой повышение уровня социально-экономического развития региона.

Механизм программно-целевого планирования развития РИСК должен применяться в практической деятельности региональных государственных органов исполнительной власти и субъектов инвестиционно-строительной деятельности, осуществляющих контроль и регулирование инвестиционно-строительной деятельности в регионе.

Литература:

1. Головатых, О.К. Программно-целевое управление в системе факторов социально-экономического развития региона / О.К.Головатых, Е.С.Димакова, М.В.Каркавин. – Новосибирск: СГГА, 2006. – (Препринт).
2. Новоселов, А.С. Пространственный аспект стратегии социально-экономического развития региона / Под ред. А.С. Новоселова. – Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2006. – 408 с.
3. Нокинова, Я.И. Организация стратегического планирования устойчивого развития крупных городов: теоретические и методологические аспекты / Я.И. Никонова, М.В. Каркавин, Е.С. Димакова; под. ред. А.Г. Ивасенко; Мин-во обр. науки РФ; Федер. агенство по обр.; Новосиб. гос. тех. ун-т, Бердский фил. – Новосибирск: СО РАН, 2008. – 234 с.
4. Райзберг, Б.А. Программно-целевое планирование и управление: Учебник / Б.А.Райзберг, А.Г.Лобко. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 428 с.

Ветюгов М.В. ст. гр. МНмсу- 113

Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

В статье представлены основная цель, принципы и этапы стратегии инновационного развития региона.

Ключевые слова: стратегия, регион, инновации, стратегия комплексного инновационного развития.

Инновационное развитие любой страны в первую очередь связано с разработкой собственной стратегии, которая формируется из уровня развития экономики, научно-технического потенциала, институциональной среды.

На современном этапе, учитывая и кризисные явления в российских регионах замечается снижение инновационной активности, это связано со значительным коммерческим риском инвестирования инновационной сферы, необходимостью вложения большого объема инвестиционных ресурсов и длительным сроком их окупаемости, плохо развитым правовым обеспечением научно-технической и инновационной деятельности, спецификой внутреннего рынка.

При рассмотрении мировой современной практики выяснили, что уровень инновационного развития страны в целом во многом определяется интенсивностью инновационных процессов на региональном уровне.

Формирование стратегии инновационного развития основывается на новых функциях управления, которые включают аккумулирование интеллектуального капитала, создание и накопление информации и опыта. Такое развитие событий заставляет предъявлять более серьезные требования к повышению конкурентоспособности, модернизации ее устаревшего производственного аппарата, формированию широкой прослойки отечественных предпринимателей инновационной направленности, менеджеров различных уровней, которые понимают всю серьезность, а также безальтернативность инновационного типа развития, и могут создать реальные условия для этого во всех сферах экономики.

Использование инфраструктуры, равно как и государственное финансирование инновационной деятельности будут малоэффективными в отсутствие высококвалифицированных кадров в высокотехнологичной сфере, что является важной и растущей проблемой в данной области. Для ее смягчения необходимо создать систему консультационных услуг для инновационно – активных предприятий, а также наладить сеть подготовки и переподготовки кадров, включая специально разработанную программу с использованием технических средств дистанционного обучения. Система подготовки кадров должна быть гибкой и разнообразной, и включать как университетское и послеуниверситетское обучение, так и кратковременные курсы, семинары, круглые столы для повышения квалификации уже действующих менеджеров, а также постоянное совмещение с практическими занятиями.

Одним из важных сегодня аспектов государственного участия в высокотехнологичной сфере является информационная поддержка деятельности различных участников инновационной системы. Как показывает практика, поддержка создания баз данных и информационных служб в системе Интернет, получившая распространение несколько лет назад, малоэффективна. Более перспективным является частичное или полное финансирование участия фирм на разного рода международных выставках и ярмарках. Как правило, именно выставки приводят к образованию новых контактов, которые в

будущем могут служить как источником создания новых разработок, так и основой для формирования рынков сбыта продукции.

Основополагающей целью создания и практической реализации стратегии инновационного развития региона является не только технологическое развитие, но и социально-экономическое.

В настоящее время добиться быстрого успеха в социально-экономическом развитии региона и муниципальных образований можно, как правило, лишь путем обеспечения конкурентоспособности сектора высоких технологий региональной экономики, что связано с необходимой реструктуризацией хозяйственного комплекса. Таким образом, важнейшей первоначальной задачей формирования стратегии комплексного инновационного развития региона является создание соответствующего возможностям и потребностям региона научно-технологического комплекса, который смог бы обеспечить необходимую конкурентоспособность.

Но независимо от выбранной схемы, формирование и реализация стратегии комплексного инновационного развития должны базироваться на следующих принципах:

1) индивидуальный характер в рамках единой федеральной нормативной правовой базы. При этом в случае необходимости региональным законодательством могут быть приняты специальные условия, характерные для каждого конкретного региона;

2) государственная помощь функционирования региона, инвестиционные проекты и программы которых соответствуют приоритетам государственной социально-экономической и научно-технической политики;

3) экономическое совершенствование с использованием имеющихся конкурентоспособных компонентов ресурсного, производственного, научного и интеллектуального потенциалов;

4) выбор путей развития, учитывая максимально возможное применения имеющихся конкурентных преимуществ региона;

5) учет преобладающих тенденций технологического развития.

6) учет требований современного рынка. Безусловным ключевым показателем эффективного формирования стратегии инновационного развития является изменения регионального научно-производственного комплекса,

7) необходимый уровень развития инфраструктуры региона. Важнейшее значение для эффективного функционирования научно-производственного комплекса региона имеет адекватное его потенциалу развитие таких секторов инфраструктуры как транспортные и телекоммуникационные сети, сферы финансовых и информационных услуг;

8) развитие региональных инновационных сетей. Полнота и гармоничное сочетание необходимых различных элементов научно-производственного комплекса при целенаправленной информационной, организационной и экономической поддержке позволяют добиться интенсивного сетевого взаимодействия участников регионального инновационного процесса. Это обеспечивает ощутимый синергетический эффект инновационной деятельности

и служит важным фактором дальнейшего саморазвития научно-производственного комплекса региона.

При подготовке стратегии комплексного инновационного развития региона и муниципальных образований в первую очередь проводится тщательное исследование социально-экономического состояния, в ходе которого должны быть рассмотрены следующие моменты:

- анализ социально-экономической ситуации в регионе;
- определение стратегических целей и сценариев инновационного развития;
- формирование приоритетных направлений научно-технологического и промышленного развития региона;
- анализ имеющихся ресурсов, включая возможные варианты государственной поддержки;
- определение уровня конкурентоспособности выпускаемой в регионе научной и промышленной продукции;
- рассмотрение инфраструктуры инновационной деятельности и перспективы ее развития;
- способы реструктуризации научно-технологического и промышленного комплекса и адаптации к рыночным условиям;
- перспективы социально-экономического развития и совершенствование обслуживающей инфраструктуры.

Существующая практика инновационного развития территорий показывает, что максимальный успех реализации стратегии инновационного развития региона достигается при одновременном выполнении условий:

1. исходный научно-производственный потенциал региона находится на достаточном уровне;
2. обладание у региона конкурентных преимуществ;
3. наличие емких рынков сбыта существующей и перспективной продукции;
4. наличие достаточных источников финансовых средств;
5. сильная поддержка инновационного развития региона со стороны органов власти.

Стратегия комплексного инновационного развития региона должна состоять из информации о регионе, характеристики и оценки его конкурентных преимуществ, социально-экономического и экологического комплекса, перспективных рынков сбыта;

Стратегия должна также рассматривать финансово-экономическое обеспечение, где приводятся сведения об источниках и размерах инвестируемых средств, и распространение технологий.

Таким образом, применение эффективных экономических и финансовых методов регулирования в рамках разработанной стратегии комплексного инновационного развития региона будет способствовать совершенствованию управления инновационными процессами в регионах. Это, в конечном итоге, положительно отразится на комплексном социально-экономическом развитии субъекта Федерации в целом.

Литература:

1. Кузнецова О.А. Инвестиционные стратегии крупного бизнеса и экономика регионов. М.:Либроком, 2009 г. 440 с. ISBN 978-5-397-00164-9
2. Гранберга А.В. Движение регионов России к инновационной экономике. М.: Наука, 2011 г. 404 с. ISBN 5-02-035092-3

Ветюгова Е.А. маг. гр. МНмсу-113
Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

КОТРОЛЛИНГ В УПРАВЛЕНИИ МАЛЫМ БИЗНЕСОМ

В данной статье представлены основные моменты внедрения контроллинга на предприятии малого бизнеса: цели, этапы и возможные инструменты.

Ключевые слова: котроллинг, бизнес, малый бизнес, предприятия, управление предприятием, инструменты контроллинга, оперативное управление.

Основная задача контроллинга – ориентировать процесс управления предприятием на достижение всех поставленных его владельцами целей.³⁶

Так как контроллинг является по своей сути управлением управления, то все подчиненные ему элементы такого управления, а именно: производственный учет, финансовый учет, маркетинг, менеджмент и прочее, предоставляют свои специфические инструменты достижения экономических целей в его распоряжение. Стратегический контроллинг должен обеспечить выживаемость предприятия, отслеживание намеченных целей развития и достижение долгосрочного устойчивого преимущества перед конкурентами. Основными направлениями анализа стратегического контроллинга являются:

- анализ внешней и внутренней среды;
- анализ конкуренции;
- анализ ключевых факторов успеха;
- анализ стратегических планов и подконтрольных показателей деятельности;
- анализ затратнообразующих факторов.

На основе проведенного анализа формируется портфель стратегий фирмы, из которого ее руководство должно сделать свой выбор дальнейшего развития бизнеса.

Разобравшись с инструментами стратегического контроллинга, становится ясно, что их целесообразно использовать менеджерам крупных компаний, которые приходят на рынок «всерьез и надолго». Представители же малого бизнеса воспользоваться инструментами стратегического контроллинга не смогут в силу недостаточной материальной базы для этого, а также в силу того, что при наступлении

³⁶ Фалько С.Г. Котроллиг для руководителей и специалистов. М.: Финансы и статистика, 2010. С. 34

неблагоприятных условий для бизнеса им намного проще закрыть свое малое предприятие, чем бороться за его существование в отдаленной перспективе.

В такой ситуации владельцам малого бизнеса выгодней использовать инструменты оперативного контроллинга. Главной целью этого вида контроллинга является создание такой системы управления, которая эффективно помогает достигать текущие цели предприятия, а также оптимизирует соотношение «затраты – прибыль».

Оперативный контроллинг ориентирован на краткосрочные цели и контролирует такие основные экономические показатели фирмы, как:

- рентабельность,
- ликвидность,
- производительность
- прибыль.

Они наиболее понятны в сфере малого бизнеса, где не обязательно разбираться в вопросах стратегического управления.

Можно выделить три этапа использования системы контроллинга на малом предприятии:

1. определение целей, миссии, философии фирм и конкретизация целей;
2. управление целями – отслеживание узких мест, анализ отклонений показателей, применение корректирующих действий, либо изменений плановых показателей;
3. достижение целей с использованием оперативного планирования в деятельности фирмы.

Создание системы контроллинга на предприятии будет эффективным, если оно является частью его организационного развития. Организационная структура, как правило, претерпевает изменения при создании службы контроллинга. Структура формализуется, определяются полномочия и ответственность лиц, принимающих решения, определяются обязанности контроллера и его место в организации.

Соответственно и арсенал основных методов и инструментов оперативного контроллера достаточно сильно отличается от стратегического. Наиболее известными являются следующие инструменты.

1. «ABC-анализ». Метод основан на разделении покупных материалов, поставщиков и задач рабочего дня на три группы. Хотя считается, что метод эффективен при больших оборотах на предприятии, но и очень малым предприятиям не стоит им пренебрегать.

2. Анализ объема заказов. Метод практически аналогичен «ABC-анализу», но отличается тем, что исследованию подвергаются покупатели и заказчики.³⁷

3. Оптимизация объемов заказов при закупке. Оптимальной партией закупки материалов считается такое количество материала, которое покажет точка пересечения кривых складских затрат и стоимости партии материала.

4. Метод расчета сумм покрытия. Основан этот метод на системе директ-костинга.

³⁷ Лукашевич М.И. Инструменты контроллинга от А до Я. М.: Финансы и статистика, 2013. С.88

5. Анализ величин в точке безубыточности. Очень удобный метод, если предприятие выпускает только один вид изделий.

6. Анализ возникающих на предприятии узких мест. Происходит поиск места ограниченных возможностей предприятия: по времени, материалам, оборудованию.

7. Методы расчета инвестиций. К ним относятся методы оценки отдельных инвестиционных объектов (статические):

- метод сравнения по издержкам;
- метод сравнения по прибыли;
- метод расчета рентабельности;
- метод расчета срока амортизации;
- динамические:
- метод расчета ценности капитала;
- метод расчета внутренней нормы рентабельности;
- метод аннуитетов.

Могут применяться малыми предприятиями в полном объеме.

8. Оптимизация размеров партии продукции. Считается, что оптимальный размер выпускаемой партии продукции находится как результат пересечения кривой постоянных затрат, которые снижаются с увеличением объема выпуска готовой продукции, и кривой роста складских затрат.

9. «Кружки качества». «Кружки качества» – это группы сотрудников предприятия, созданные для решения какой-либо производственной проблемы.³⁸ Этот метод позволяет высвободить инициативу работников, позволяет им отождествить себя с предприятием, то есть активно задействован «человеческий фактор».

10. Анализ скидок. При предоставлении скидки снижается величина доходности изделия, которая должна компенсироваться увеличением количества продаж в целом.

11. Анализ областей сбыта. Производится анализ получаемых сумм покрытия в разрезе регионов сбыта продукции. Достаточно эффективен для малых предприятий в сфере торговли, имеющих несколько точек сбыта. В этом случае должен происходить отдельный анализ деятельности каждой торговой точки.

12. Функционально-стоимостной анализ. Самый сложный и дорогостоящий метод. В процессе функционально-стоимостного анализа происходит полная раскладка процесса производства на минимальные составные элементы, каждый из которых подробно и дотошно изучается, обосновывается его необходимость, а также целесообразность связанных с ним затрат времени и сырья.

13. «XYZ-анализ». Проводится разделение закупаемых для производства материалов на три группы в разрезе структуры потребления: потребление носит постоянный, колеблющийся или разовый характер.

Стоит заметить, что на малых предприятиях применение многих из этих методов серьезно затруднено, так как они эффективно применяются к большим

³⁸ Лукашевич М.И. Инструменты контроллинга от А до Я. М.: Финансы и статистика, 2013. С.109

массивам экономической информации, то есть подходят в основном для крупных производственных комплексов.

Но многие из вышеперечисленных методов малый бизнес и так использует на практике – на интуитивном уровне. Ведь предпринимателю приходится разбираться с ценами на сырье, материалы и услуги, с возможностями своего оборудования, со скидками для клиентов, с имеющимися и потенциальными покупателями, с доходностью вложения своих денег и тому подобными, почти повседневными, вещами. Достаточно просто поставить все это на научную основу, и для бизнесмена последствия принимаемых им решений станут еще более ясными.

Литература:

1. Фалько С.Г. Контролинг для руководителей и специалистов. М.: Финансы и статистика, 2010 г. 247 с. ISBN 978-5-279-03249-5
2. Лукашевич М.И. Инструменты контроллинга от А до Я. М.: Финансы и статистика, 2013 г. 288 с. ISBN 5-279-01737-X

Виноградов Д.В., ст. преп. каф. БИиЭ
Аржанова М.А., ст. гр. БИ-112

Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г. Владимир

СТРУКТУРА РЫНКА ИКТ И ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНЫХ ЕГО СЕГМЕНТОВ

В данной статье рассматриваются различные сегментные классификации отрасли ИКТ и основные факторы развития рынка ИКТ

Ключевые слова: рынок ИКТ, ИТ-рынок, телекоммуникационные услуги, развитие.

Сектор информационных-коммуникационных технологий (ИКТ) в России относительно молод, и перспективы его развития очевидны – высокие темпы роста и общая рентабельность бизнеса делают его весьма привлекательным для потенциальных инвесторов.

Существуют различные классификации сегментов отрасли ИКТ, и в настоящее время в российской практике пока не сложилось единого подхода.

Классификация сегментов отрасли

Министерство связи и массовых коммуникаций РФ выделяет отрасль информационных технологий и отрасль телекоммуникационных услуг	Министерство экономического развития и торговли РФ выделяет материальную и нематериальную продукцию
Зарубежная консалтинговая компания European Information Technology Observatory разделяет отрасль на следующие сегменты: телекоммуникационные услуги, ИТ-услуги, компьютерное оборудование, программное обеспечение, сетевое оборудование и оборудование для передачи данных, коммуникационное оборудование для клиента, офисное оборудование.	

Исходя из всех вышеперечисленных классификаций рынка ИКТ, более часто используют классификацию, наиболее близкую к подходу Министерства связи. Таким образом, структура рынка ИКТ состоит из двух сегментов: телекоммуникационные услуги и информационные услуги (ИТ-рынок) [1].

Рассмотрим телекоммуникационные услуги как один из сегментов отрасли ИКТ.

Рынок телекоммуникационных услуг имеет достаточно сложную структуру:

- 1) международная, междугородняя и местная телефония
- 2) мобильная (подвижная) связь,
- 3) документальная связь (том числе передача данных),
- 4) спутниковая связь

Телекоммуникационный рынок отличается некоторыми специфическими особенностями. Прежде всего, это сетевой рынок, для которого существует эффект «критической массы», то есть после достижения некоторого объема абонентской базы, количество последующих абонентов возрастает лавинообразно. Так же телекоммуникационные рынки обычно характеризуют как олигопольные. Для телекоммуникационной отрасли характерен эффект перелёта. Такой эффект возникает в ситуации, когда сферы использования и производительность многих продуктов (в данном случае телекоммуникационных услуг) превышает реальные потребности потенциальных клиентов.

Эти и ряд других особенностей, также как и ряд проблем, накладывают свой отпечаток на развитие рынка телекоммуникационных услуг. Одна из основных проблем развития отрасли – перманентный переток нелояльных абонентов от одного поставщика услуг к другому.

Но самой острой проблемой развития телекоммуникационного рынка России является несовершенство законодательства о связи. В первую очередь это отсутствие понятия технологической нейтральности частотного спектра.

Существуют и другие проблемы, которые могут оказать существенное влияние на развитие телекоммуникационного рынка. В силу растущей конкуренция с соседними секторами телекоммуникационной отрасли, всё чётче прослеживаются угрозы со стороны операторов альтернативных видов связи (в частности, Skype) или выход на рынок принципиально новых средств связи.

В целом, российский рынок телекоммуникационных услуг развивается в русле мировых тенденций и сохраняют хорошие перспективы для дальнейшего интенсивного роста.

Теперь рассмотрим информационные услуги, то есть ИТ-рынок.

ИТ-рынок - система экономических, правовых и организационных отношений по торговле продуктами интеллектуального труда на коммерческой основе.

В настоящее время в России быстрыми темпами идет формирование рынка информационных продуктов и услуг, важнейшими компонентами которого являются:

1) Техническая и технологическая составляющая. Это современное информационное оборудование, мощные компьютеры, развитая компьютерная сеть и соответствующие им технологии переработки информации.

2) Нормативно–правовая составляющая. Это юридические документы: законы, указы, постановления, которые обеспечивают цивилизованные отношения на информационном рынке.

3) Информационная составляющая. Это справочно–навигационные средства и структуры, помогающие находить нужную информацию.

4) Организационная составляющая. Это элементы государственного регулирования взаимодействия производителей и распространителей информационных продуктов и услуг [2].

Выделяют пять секторов рынка информационных продуктов и услуг:

1-й сектор - деловая информация, состоит из следующих частей: биржевая и финансовая информация, статистическая информация и коммерческая информация по компаниям, фирмам, корпорациям.

2-й сектор - информатизация для специалистов, содержит следующие части: профессиональная информация, научно-техническая информация, доступ к первоисточникам.

3-й сектор - потребительская информация, состоит из следующих частей: новости и литература, потребительская информация, развлекательная информация.

4-й сектор - услуги образования, включает все формы и ступени образования.

5-й сектор - обеспечивающие информационные системы и средства, состоит из следующих частей: программные продукты, технические средства, разработка и сопровождение информационных систем и технологий, консультирование по различным аспектам информационной индустрии, подготовка источников информации.

Для изучения рынка информационных технологий, прежде всего важно понимать, что из себя представляет, собственно, сам ИТ-рынок.

Как известно, на каждом рынке есть покупатели, есть продавцы, есть производители, которые на ИТ-рынке часто и являются продавцами, есть продукт или услуга. Продуктом на ИТ-рынке может является компьютерное оборудование, комплектующие, программное обеспечение, а также сети, компьютерные или телефонные, необходимые для управления, передачи и поиска информации. Продавцами являются компании или индивидуальные лица, создавшие (или выкупившие у сторонних лиц) программный комплекс или техническое оборудование, которое поможет покупателям управлять информацией. Покупателями на ИТ-рынке могут быть физические лица, заинтересованные в управлении электронной информацией. Также в качестве покупателей выступают различные предприятия, для которых внедрение информационных технологий в их сеть, является необходимостью, в связи с большим массивом скопившейся информации и необходимостью её обработки, также нельзя не упомянуть возросшую мировую тенденцию к электронному документообороту.

Структуру ИТ-рынка включает в себя оборудование, программное обеспечение и услуги.

Основной и главной тенденцией российского рынка информационных технологий является рост с переменчивыми темпами. Рост рынка также обусловлен большой поддержкой со стороны государства, а именно поддержкой долгосрочных государственных проектов. Нельзя не отметить, повышенный спрос на информационные технологии со стороны банков и страховых компаний, что увеличивает вероятность роста рынка, поскольку именно банки, страховые компании наряду с государством являются основными потребителями ИТ-услуг в современных условиях рынка.

Рынок информационных товаров и услуг является сегодня самым динамично развивающимся. Информационный бизнес, ставший одним из наиболее прибыльных и перспективных, привлекает все больше и больше фирм. Информационные потребности разных уровней растут быстрыми темпами, что расширяет возможности информационного обмена, ведет к появлению все новых информационных продуктов, стимулирует развитие всех видов информационной деятельности.

Выделим основные факторы развития рынка ИКТ:

Первый фактор - стремительное расширение спроса на ИКТ и его постоянная диверсификация.

Второй фактор развития рынка ИКТ - стремительное распространение телекоммуникационной связи и Интернет-технологий.

Третий фактор развития рынка ИКТ - рост расходов на научные исследования и разработки.

Четвертый фактор развития рынка ИКТ - расширение географической структуры производства и потребления, увеличение масштабов производства и емкости рынка в развивающихся, особенно наиболее крупных странах [3]

Таким образом, под рынком ИКТ понимается системно организованная для решения задач управления совокупность методов и средств реализации операций их сбора, регистрации, передачи, накопления, поиска, обработки и защиты информации на базе применения совершенного программного обеспечения, используемых средств вычислительной техники и связи, а также способов, с помощью которых информация предлагается экономическим агентам.

Анализ состояния и динамики развития рынка ИКТ России показал, что, несмотря на высокие темпы его развития в последнее десятилетие, Россия не смогла сократить отставание от промышленно развитых стран в уровне информатизации экономики и общества.

К причинам недостаточного развития рынка ИКТ в России можно отнести:

- 1) длительный системный кризис во всех сферах социально-экономической жизни
- 2) неоднородность уровня экономического развития регионов и глубины процесса информатизации в нашей стране
- 3) низкий уровень и качество жизни населения

- 4) несовершенная нормативно-правовая база, разрабатывавшаяся без учета современных возможностей рынка ИКТ
- 5) нехватка правового обеспечения деятельности участников рынка ИКТ
- 6) отсутствие целостной инфраструктуры рынка ИКТ и эффективной информационной поддержки рынков товаров и услуг
- 7) недостаточный уровень подготовки кадров, в частности в области создания и использования ИКТ

Литература:

1. Информационно-коммуникационные технологии, часть I. Обзор отрасли и ИТ-рынка: динамика и структура, [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.eufn.ru/download/analytics/ict/it_09_2008_part_1.pdf
2. Рынок информационных услуг, [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.estimation.ru/ru/analytics/2010/05/24-1/>
3. Мировой рынок ИКТ, [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.webeconomy.ru/index.php?page=cat&cat=mcat&mcat=208&type=news&newsid=1847>

Виноградов Д.В. ст.пр. каф. БИиЭ,
Биткова М.В., Полякова Н.В. ст.гр. БИ-113
Владимирский государственный университет имени Александра
Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ОСОБЕННОСТИ РЫНКА ДЕЛОВЫХ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ УСЛУГ В СТРАНАХ ЕС

В статье рассматривается формирование и развитие рынка информационных услуг, место, которое занимает Россия, на мировом рынке информационных услуг.

Ключевые слова: деловые интеллектуальные услуги, рынок информационных услуг.

Роль сферы услуг в мировой хозяйственной системе в целом, и сектора интеллектуальных услуг, в частности, устойчиво растет. В этом секторе странами ЕС, например, производится существенная доля добавленной стоимости. Стремительное развитие в России сферы интеллектуальных услуг обуславливает необходимость изучения опыта стран ЕС в данной области.

Исследование и обобщение нынешних тенденций рынка деловых интеллектуальных услуг в странах ЕС, как лидера данного направления, соответствующей практики производства и продвижения деловых интеллектуальных услуг с целью результативного развития данного сектора мировой экономики, имеет не только теоретическое, но и актуальное практическое значение, в том числе и для России.

Наиболее популярный тип интеллектуальных услуг так называемые деловые услуги, такие как консалтинговые, финансовые, юридические, исследовательские, информационные и т.п.

В международной торговле интеллектуальными услугами преобладают страны ЕС - более 50% мирового экспорта и импорта услуг. Доля сферы интеллектуальных услуг в валовой добавленной стоимости по странам ЕС в среднем 20%, наибольший вклад в категорию интеллектуальных услуг приносят деловые услуги (по странам ЕС в среднем 11%).

Анализ мирового рынка деловых интеллектуальных услуг представляет, что развитие данного рынка происходит в условиях сильной конкуренции и под влиянием, преимущественно, неценовых факторов. Дальнейшее развитие ряда услуг зависит от того, насколько они соответствуют качественным характеристикам и соответствуют научно-техническим меркам.

Различные регионы мира по-разному готовы к введению деловых интеллектуальных услуг. Оценка их состояния совершается на основе разнообразных систем индикаторов и индексов, которые включают в себя переменные, характеризующие развитие разнообразных стран мира (таблица 1).

Таблица 1

Показатели, учитываемые при расчете глобального инновационного индекса

Глобальный инновационный индекс	
Располагаемые ресурсы и условия для поведения инноваций	Институты Человеческий капитал и исследования Инфраструктура Развитость рынка Развитость бизнеса
Достигнутые практические результаты реализации инноваций	Итоги в сфере знаний и технологий Итоги в сфере творчества

Объединенный характер спроса связан с желанием заказчика приобрести индивидуализированную услугу. Спрос на деловые интеллектуальные услуги сегментируется в зависимости от опыта потребителя. Группы факторов, воздействующие на диверсифицированный характер спроса, могут быть макроэкономические (глобальные или на уровне государства) и микроэкономические (на уровне отдельного хозяйствующего субъекта).

Сети, лидирующие в мировом масштабе, образуют представительства на местных рынках, другие сети, совокупные объемы выручки которых гораздо скромнее, притягивают уже действующие на локальных рынках компании.

Поэтому одна из тенденций мирового рынка связана с процессами консолидации, созданием альянсов, процессами объединений и поглощений. Данные процессы связаны с целью повышения степени осведомленности, обмена знаниями и know-how, определения общих образцов и правил.

Услуги со значительной инновационной составляющей в большей степени характеризуются формированием спроса со стороны опытных потребителей, понимающих и ценящих специфичность, индивидуальный характер оказываемой им услуги. Развитие данных услуг имеет положительный эффект как на качественном, так и на количественном уровне.

Сотрудничество между членами международных аудиторско-консалтинговых сетей достаточно тесное, согласование между центрами налажено; опыт привлечения интернациональных сотрудников довольно распространен. У международных аудиторско-консалтинговых сетей имеются дополнительные возможности поиска партнеров за пределами своей области (это касается географического

месторасположения, типа партнеров, технологий, отраслей), а также возможности, относящиеся к оптимизации применения внутренних знаний, путем активного поиска, генерирования и накопления знаний и их повторного использования в деятельности постоянных клиентов.

Таким образом, у деловой интеллектуальной услуги два «производителя»: компания, производящая услугу и использующая собственный интеллектуальный ресурс (квалифицированный труд), и заказчик, который предоставляет информационный ресурс.

Главные отличия в производстве интеллектуальной услуги связаны с мероприятиями по анализу «знаниеемкости» клиента, наличия или отсутствия опыта, а также существенным моментом является процесс взаимодействий с заказчиком во время процесса производства. Так, при оказании типовой услуги взаимодействие минимальное, заказчик не принимает активного участия. Блок теоретических и практических мероприятий по внедрению (сопровождению) результатов при оказании типовой услуги практически отсутствует. Разница в себестоимости производственных процессов варьируется на уровне 30%.

Существенный фактор процесса создания и продвижения, дифференциации предложения деловых интеллектуальных услуг - опыт клиента. Опытные (ведущие) пользователи могут функционировать в соответствующих условиях рынка, которые способствуют формированию инновационного запроса бизнеса. Российские потребители, во многом, не готовы потреблять интеллектуальные услуги и международные консалтинговые компании предлагают российскому потребителю типовые виды деловых услуг.

Исходя из вышеизложенного: 1) важным аспектом успешности введения деловых интеллектуальных услуг будет являться процесс сопроизводства, где производитель и потребитель являются доверительными партнерами; 2) развитие мирового рынка деловых интеллектуальных услуг происходит в условиях насыщенной конкуренции и под воздействием неценовых факторов; 3) основным фактором процесса создания и продвижения деловых интеллектуальных услуг является опыт потребителя.

Виноградов Д.В., ст.пр. каф. БИиЭ

Борисова А.А., Хрунова М.И. ст.гр. БИ-113

Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

АНАЛИЗ УРОВНЯ РЕАЛИЗАЦИИ ЭЛЕКТРОННОГО ПРАВИТЕЛЬСТВА ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ

В статье рассматривается сущность расчета уровня реализации электронного правительства регионов России с помощью индекса развития электронного правительства.

Ключевые слова: развитие электронного правительства, индекс развития электронного правительства.

Идея электронного правительства подразумевает формирование правительства, которое включает в себя организационные инновации с новыми ин

-
в рамках постоянно изменяющейся среды.

В регионах России началось осуществление программ областного уровня по введению в действие идеи электронного правительства. Для стабильного развития страны в данной области нужно проводить систематические измерения показателей уровня развития электронного правительства, в том числе на мезоуровне. Это поможет, с одной стороны, выявить основные факторы успеха, с другой – барьеры развития субъектов РФ в области предоставления государственных услуг в электронном виде. На сегодняшний день нет определенных предписаний для осуществления оценки развития электронного правительства в регионах России.

Так как электронное правительство взяло от правительства больше, чем от электронной среды или технологий, основополагающие измерения электронного правительства могут быть основаны из анализа назначения правительства. Функции правительства могут быть распределены на четыре области.

Первая область: электронная администрация. Включает в основном все эксплуатационные и административные процессы

-

, такие как организация, планирование, руководство и контроль.

Вторая область: электронные услуги. Определяется предоставлением общественных услуг гражданам и другим целевым аудиториям, эксплуатируя ИКТ. Под электронными услугами понимаются коммуникационные, транзакционные и информационные услуги, предоставляемые в разных сферах общества деятельности (образование, здравоохранение, социальное обеспечение).

Третья область: электронное управление. Подразумевается «общественное электронное управление», т.е. взаимодействие, партнерские отношения и сотрудничество, между корпорациями, общественными организациями, группами населения, активными гражданами и неправительственными организациями, используемое для результативного согласования внешних и внутренних ресурсов для достиже политики государства.

Четвертая область: электронная демократия. Определяется демократическими процессами, методами и структурами, где используют ИКТ (информационно-коммуникационные технологии) для повышения очевидности, демократического одобрения участия, включенности и решения граждан в административных процессах.

Для прикладных отраслей электронного правительства характерна связь с основными группами заинтересованных лиц, связи между этими группами содержат в себе пять ключевых форм: правительство гражданам (Government-to-Citizens (G2C), граждане правительству (Citizens-to-Government (C2G), правительство правительству (Government-to-Government (G2G), правительство

бизнесу (Government-to-Business (G2B), бизнес правительству (Business-to-Government (B2G). Помимо этих связей существуют другие отношения: правительство рынку (government-to-market, G2M), правительство неправительственным организациям (government-to-NGOs, G2N), а еще внутренние связи электронного управления, такие как: служащие правительству (employees-to-government, E2G) и правительство служащим (government-to-employees, G2E)

методики, годной для оценки проектов электронного правительства регионов РФ. Поэтому разработка такой методики, которая позволит производить количественную оценку проектов электронного правительства регионов Российской Федерации, не привлекая экспертов, при этом учитывающая наиболее важные детали усовершенствования электронного правительства в регионе, является актуальным.

Такая оценка должна быть основана на системно-функциональном подходе, в базе –

из функции электронного правительства.). Использование системно-фу

оценки, описывающих соответствующие функции электронного правительства.

Система связанных между собой показателей оценки развития электронного правительства (с учетом выделенных функций) может включать следующие элементы:

1. Уровень развития функции электронной администрации (I1). В качестве оценочных факторов могут выступать: число ПК на 100 занятых в ОГВ; число ПК в составе ЛВС на 100 занятых в ОГВ; число ПК, имеющих выход в Интернет, на 100 занятых в ОГВ; доля ОГВ, имеющих ЛВС; доля ОГВ, имеющих доступ к сети Интернет; доля ОГВ, имеющих средства электронной цифровой подписи; уровень оснащенности региональных органов власти системами электронного документооборота; доля государственных полномочий, переведенных в электронную форму; доля размещенных заказов на поставки товаров для государственных и муниципальных нужд с использованием электронных торговых площадок; доля организаций, использовавших Интернет для участия в электронных торгах на закупку товаров для государственных и муниципальных нужд; количество ИС, функционирующих в ОГВ и ОМС и обеспечивающих информационное взаимодействие с ИС в других органах власти; затраты на развитие ИКТ в деятельности ОГВ и ОМС.

2. Уровень развития функции электронных услуг (I2). В качестве оценочных факторов могут выступать: доля ОГВ и ОМС, использовавших веб-сайт при оказании государственных услуг; доля ОГВ, на веб-сайте которых имеется возможность доступа к базам данных; количество государственных услуг для граждан и организаций, которые могут быть полностью осуществлены через Интернет; доля организаций, использующих Интернет для получения бланков форм; доля организаций, использующих Интернет для предоставления заполненных форм; уровень удовлетворенности граждан и

юридических лиц предоставляемыми электронными услугами; удельный вес граждан и юридических лиц, использующих Интернет для получения государственных услуг; количество предоставляемых услуг ОГВ и ОМС через региональный портал государственных услуг.

3. Уровень развития функции электронного управления (I3). Может быть основан на следующих показателях: доля домохозяйств, имеющих доступ в Интернет; доля взрослого населения, использующего Интернет; затраты на ИКТ; доля занятых, имеющих высшее образование; численность выпускников по направлениям подготовки в сфере ИКТ на 10 000 населения; доля предприятий, имеющих веб-сайты; доля предприятий, имеющих доступ к сети Интернет; число ПК с доступом в Интернет на 100 работников; число организаций, использующих специальные программные средства для предоставления доступа к базам данных через Интернет; доля предприятий, использовавших Интернет для предоставления сведений об организации и ее продукции; доля предприятий, использующих Интернет для получения заказов на продукцию; доля предприятий, использующих Интернет для осуществления электронных расчетов с потребителями.

4. Уровень развития электронной демократии (I4). В качестве оценочных факторов могут выступать: доля ОМС, имеющих веб-сайты; оценка официального веб-правительства органов государственной исполнительной власти субъекта РФ; доля организаций, использующих Интернет для получения информации о деятельности органов управления; доля ОГВ и ОМС, использующих электронную почту; наличие сервиса электронного голосования; наличие форума для граждан на портале администрации; количество предоставляемых услуг ОГВ и ОМС через МФЦ.

Иерархическая декомпозиция системы показателей оценки дает возможность осуществлять вычисление индекса развития электронного правительства методом интегрирования показателей каждого уровня декомпозиции. Для построения интегрального показателя (индекса развития электронного правительства Iэп) может быть задействована рейтинговая технология, показатели, составляющие итоговый показатель, должны быть безразмерны и изменяться в диапазоне – от 0 до 1. Сам интегральный показатель развития электронного правительства можно вычислять по аддитивной формуле с использованием равных весовых коэффициентов.

$$I_{\text{эп}} = 0,25 \cdot I_1 + 0,25 \cdot I_2 + 0,25 \cdot I_3 + 0,25 \cdot I_4,$$

Осуществив анализ всех критериев, необходимых для расчета индекса развития электронного правительства авторами получены следующие результаты для Владимирской области:

$$I_{\text{эп}} = 0,25 \cdot 0,405 + 0,25 \cdot 0,566 + 0,25 \cdot 0,432 + 0,25 \cdot 0,656 = \\ 0,10125 + 0,1415 + 0,108 + 0,164 = 0,516$$

Таким образом, индекс развития электронного правительства Владимирской области равен 0,516. Если сравнивать с данными в целом по России (0,7296) и другими регионами (для Ростовской области – 0,6292, Астраханской области – 0,5699), то можно сделать вывод о слабом уровне развития электронного правительства в регионе. Тем не менее, уже сейчас жители

Владимирской области и ее районов могут без труда воспользоваться государственными услугами: от получения загранпаспорта до оплаты жилищно-коммунальных услуг через Интернет, а точнее через портал государственных услуг. Это ощутимые шаги к поставленной правительством цели.

Виноградов Д.В., ст.пр. каф. БИиЭ
Винарчик А.А., ст.гр. БИ-113,
Владимирский государственный университет имени Александра
Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

УПРАВЛЕНИЕ СТОИМОСТЬЮ ИТ-КОМПАНИИ КАК МЕТОД ОБОСНОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНЫХ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

В статье рассматривается сущность управления стоимостью ИТ-компаний на российском рынке современных технологий.

Ключевые слова: эффективность, управленческие решения, управление стоимостью, информационные технологии.

Выбор методов обоснования эффективных управленческих решений при управлении ИТ-компаниями является сложной научной и практической проблемой.

В последние годы информационная индустрия набирает высокие темпы развития в экономике РФ. По данным экспертов в 2012 году количество действующих предприятий этой сферы составляло более 5000. Однако на общем рынке дефицит высокоспециализированных компаний в данной области не уменьшается. Это связано с двумя основными причинами: 1) мировой экономический кризис стал основной причиной общей стагнации в развитии экономики РФ; 2) несовершенство технократического подхода управления компаний для решения основных структурных проблем.

Объем продаж на ИТ-рынке в 2012 году составил в РФ около 12 миллиардов долларов США и имеет устойчивые тенденции к росту. По данным аналитического агентства PMR за 2013, темпы роста рынка снизятся с 26,3 % в 2010 до 7,8 % в 2013 годах, в связи с тем, что рынок близится к насыщению [1]. Снижение показателей является последствием экономического кризиса, вследствие которого большинство компаний понизили свои расходы в сфере информационных технологий.

При этом, на долю таких регионов как Москва и Санкт-Петербург приходится более 50% от этой суммы, что свидетельствует о том, что ИТ-бизнес развивается, но в большей мере предприятия данного сектора экономики сосредоточены в крупных мегаполисах центральной части России.

ИТ-бизнес во всем мире привлекает к себе повышенное внимание инвесторов и как следствие на рынке информационных технологий высоко общее количество сделок по слиянию и поглощению.

Согласно данным международной сети фирм КПМГ, первом полугодии 2014 г. наблюдалось снижение на 36% общей суммы сделок на рынке РФ поглощений и слияний. С момента начала мирового экономического кризиса,

этот показатель стал самым низким. Так же определенную роль играет общая геополитическая обстановка в мире в данный период времени. В отношении России возникла неопределенность в прогнозах развития экономики, что повлекло снижение количества крупных сделок на 50%. Однако, стоит отметить, что сумма средних по размерам сделок осталась прежней. Относительно сегмента небольших сделок, то здесь отмечают увеличение количества сделок. Что говорит об отсутствии влияния кризиса на данный сегмент. Лидерские позиции по количеству сделок продолжает занимать отрасль энергетики и природных ресурсов. Крупнейшей за период сделкой можно назвать создание совместного предприятия между Alliance Oil и «Независимой нефтегазовой компанией» стоимостью 2,4 млрд долл. США. Наиболее крупным участником рынка стало ОАО «Волжская ТГК» (производитель электрической и тепловой энергии), купив четыре предприятия сектора коммунальных услуг на общую сумму 4 млрд долл. США. [2]

Относительно внутреннего рынка, то первое полугодие 2014 года было отмечено увеличением количества сделок на 16% за счет небольших сделок. Со стороны российских компаний так же наблюдается увеличение количества покупок иностранных активов на 58%. Крупнейшими в этом сегменте стали сделки по покупке Polymetal International Plc компании «АлтынАлмас Голд Лтд» за 1 млрд долл. США и покупка компанией «Роснефть» 13,1% акций Pirelli также за 1 млрд долл. США. [2]

Исходя из вышеизложенного во многих ИТ-компаниях в интересах стабильного развития приоритетом становится наращивание стоимости бизнеса. Это приводит к стабильным конкурентным преимуществам на рынке. Как результат, растет инвестиционная привлекательность компании, что способствует формированию грамотного управления, а так же финансовой устойчивости и, как результат, увеличению стоимости всей компании.

В такой ситуации методология управления стоимостью ИТ-компаний может стать основой принятия эффективных управленческих решений.

В настоящее время западными экономистами разработаны методы оценки бизнеса, которые применяются менеджерами ИТ – компаний с целью принятия эффективных управленческих решений. Такие зарубежные ученые как: А. Дамодаран, Р. Келли, Дж. Муррин, М. Миллер и др., в своих работах описывали основные способы проведения оценки бизнеса. Однако в отечественных условиях эти данные не могут быть применены на практике, так как существуют различия между организационно-правовыми формами.

В Российской Федерации данные концепции, методы и способы оценки стоимости предприятия нуждаются в адаптации к отечественным условиям. Необходимо отметить, что и в российской науке ряд ученых, таких как: К.К. Арабян, А.Г. Грязнова, В.Е. Есипов и др., описывали особенности оценки стоимости компаний.

Одним из основных недостатков всех работ указанных авторов является отсутствие целостного подхода к оценке ИТ – компаний. Таким образом, проблема оценки и управления стоимостью ИТ – компаний с учетом специфики отрасли, являются молодой и малоизученной в отечественной экономической науке.

Литература:

1. Атавова А. Рынок ИТ-услуг замедляется, взрослея // Cnews.ru: Сайт аналитического агентства Cnews Analytics. 2013. [Электронный ресурс] – Режим доступа. URL: <http://www.cnews.ru/reviews/free/itservice2012/articles/article2.shtml>
2. «Рынок слияний и поглощений в России в первом полугодии 2014 г.» // kpmg.com: Сайт аналитического агентства КПМГ. 2014. [Электронный ресурс] – Режим доступа. URL: <http://www.kpmg.com/Global/en/Pages/default.aspx>

Виноградов Д.В., ст.преп. каф. БИиЭ,
Герих А.В., ст.гр. БИ-112

Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ОСНОВНЫЕ СЕКТОРА РЫНКА ИНФОРМАЦИИ. СПЕЦИФИКА РОССИЙСКОГО РЫНКА ИНФОРМАЦИИ

В статье рассмотрена структура рынка информации в мировой экономической системе и, в частности, в России. Автором обоснована необходимость развития данного направления деятельности. Проанализированы основные сектора рынка информации: сектор деловой информации, сектор информации для специалистов, сектор массовой информации. Приведены примеры их функционирования. Рассмотрена специфика данного рынка в России и намечены перспективы дальнейшего развития.

Ключевые слова: рынок информации, сектора рынка информации, деловая информация, информация для специалистов, массовая информация, Российский рынок информации.

Рынок информации определяется как система экономических, правовых и организационных отношений по торговле информационно-коммуникационными технологиями, информационными продуктами и услугами.

Современный информационный рынок включает три взаимодействующих области: информацию, электронные сделки и электронные коммуникации.

В области электронных сделок рынок информации выступает непосредственным элементом рыночной инфраструктуры, область электронной коммуникации находится на стыке с отраслью связи, а информация, относится к нематериальному производству.

На рынке электронных коммуникаций можно выделить различные системы современных средств связи и человеческого общения: сети передачи данных, электронную почту, телеконференции, электронные доски объявлений и бюллетени, сети и системы удаленного диалогового доступа к базам данных и т. п.

На мировом рынке информации принято различать следующие основные сектора, которые также характерны и для России: 1) сектор деловой информации; 2) сектор информации для специалистов; 3) сектор массовой, потребительской информации.

Сектор деловой информации.

На деловую информацию приходится основная часть мировых информационных ресурсов, и она доминирует на мировом рынке информационных услуг. Практика последних лет показывает, что роль и значение деловой информации в Интернете также постоянно возрастают, так как деловое сообщество просто не может оставить без внимания такой привлекательный объект приложения предпринимательских усилий, в который превратился Интернет.

Под термином «деловая информация» подразумевается широкий спектр информации, так или иначе связанной с ведением бизнеса. В частности, деловая информация – информация, представляемая производителям товаров и услуг в целях эффективной организации их коммерческой деятельности, а также потребителям товаров и услуг, в целях оптимального выбора производителей товаров и услуг для вложения средств.

Современный рынок деловой информации по характеру данных представлен следующими видами информации:

1. Биржевая и финансовая информация (информация о котировках ценных бумаг, валютных курсах, учетных ставках, рынках товаров и капиталов, инвестициях, ценах)

Экономическая и статистическая (числовая экономическая, демографическая и социальная информация)

2. Коммерческая информация (адресно-реквизитные данные об отраслях, организациях, предприятиях, фирмах и их ответственных сотрудниках, включая данные о направлениях деятельности, ассортименте выпускаемой и потребляемой продукции, ценах и т.п.)

3. Деловые новости (политические, экономические, военные и другие новости, интересующие представителей различных социальных групп, в частности, предпринимателей).

Примером источников такой информации является: *Financial Times*, *c-news*, *медиахолдинг РБК*, *госкомстат РФ* и др.

Сектор информации для специалистов.

Под информацией для специалиста понимается информация, расширяющая профессиональные знания в узкой предметной области профильной специализации ее потребителей. Например, для бизнесменов или управляющих - это информация о методике экономических исследований и технологии менеджмента, для юристов - законы и другие правовые документы.

Данный сектор включает 3 вида информации: профессиональная информация, научно-техническая информация, доступ к первоисточникам.

Источниками такой информации служат: научно-технические библиотеки, профильные веб-сервисы и форумы.

Сектор массовой информации.

В Интернете электронных ресурсов, содержащих массовую потребительскую и развлекательную информацию довольно много. Эта информация используется предпринимателями не только в их деловой практике, но и как объект бизнеса или просто для отдыха.

Сектор массовой информации можно разделить на 2 блока: новости и литература, потребительская развлекательная информация.

Таким образом, информация сегодня является самым важным ресурсом для осуществления предпринимательской деятельности, а рынок информации позволяет оперативно получать все необходимые сведения, поэтому от развития данной сферы напрямую зависит экономический рост государства.

На основе оценки современной мировой ситуации на рынке информации можно сделать вывод о том, что ключевыми тенденциями дальнейшего развития спроса на данном рынке будут расширение сфер применения информационных технологий во всех отраслях народного хозяйства, увеличение спроса со стороны промышленных предприятий и компаний сферы оказания услуг, а также рост потребления информационных технологий в развивающихся странах мира и вовлечение этих стран в более интенсивное участие в международную торговлю информационными технологиями.

Литература:

[1] Мировой рынок информационных услуг / Под общ. Ред.: Э.С. Спиридонов, М.С. Калыков. – М.: Изд-во Либроком, 2010. – 416с. ISBN 978-5-39-01351-2

[2] Электронный ресурс: <http://www.economy.gov.ru>

Виноградов Д.В., ст. преп. каф. БИиЭ

Давлетшин Г.Р., ст. гр. БИ-112

Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ОСНОВЫ ПРОЦЕССА ПРОДАЖ В ОБЛАСТИ ИТ-БИЗНЕСА

В статье рассмотрены основы процесса продаж в области ИТ-бизнеса, основные этапы и особенности продажи решений и услуг.

Ключевые слова: продавец, информационные технологии, продажа решений, партнеры, переговоры, корпоративные заказчики, коммерческое предложение.

Организацию процесса продаж в области ИТ-бизнеса можно разделить на 5 основных этапов: 1) развитие компании, эволюция ее маркетинга и продаж; особенности продажи решений; методология продажи решений и услуг; построение партнерской сети по продаже решений; построение отделов по продажам и техники эффективных продаж. Развитие компании идет поэтапным, поэтому выделяется 3 стадии развития: семейная компания; бурный рост; зрелость.

На каждом этапе развития компании применяется разная структура управления бизнеса, а следовательно и разные инструменты управления бизнесом.

На первом этапе решения принимаются в кабинете директора посредством анализа таблиц, подготовленных в Microsoft Excel. Аналитика

основывается на личном опыте директора и его доверенных лиц. Покупателей ведут также в таблице. Основное направление автоматизации направлено на бухгалтерию и производственный блок. Основной показатель деньги и скорость их обращения.

На втором этапе после значительно расширения бизнеса и роста банковской задолженности, решения уже делегированы директорам бизнесов - финансов, производства, сбыта, закупок, маркетинга и др. Появляется потребность планирования. Начинается внедрение систем управления предприятием (ERP). В отделе продаж внедряется система по работе с клиентами (CRM).

На третьем этапе, когда каждая мелочь имеет значение, а объемы бизнеса уже настолько значительны, что уже начинает играть роль экономия на масштабе, в компании появляется централизованный управленческий учет с интегрированными бюджетами, также появляется отдел по ИТ. В задачи отдела ИТ входит выработка единого и интегрированного учета операций в том числе и отдела продаж. С отдела продаж начинается все планирование в компании.

К силам, влияющим на бизнес в первую очередь относятся его акционеры и владельцы. Они хотят получать прибыль на их вложенный капитал. Они очень чувствительны к любым проблемам, связанным с компанией. Они хотят прозрачности бизнеса, предсказуемости, управляемости, грамотного менеджмента, признания рынка и увеличения стоимости компании.

Деньги компании приносят в первую очередь ее заказчики. Они покупают товары и услуги компании, цена на которые складывается из их полезных свойств, которые мы разберем ниже.

Следующими не менее важными игроками в бизнесе компании являются ее конкуренты, они отбирают ее клиентов, переманивают партнеров, воздействуют иным образом на среду, в которой компания функционирует.

Компания не может обойтись и без ее поставщиков. От их работы зависит стоимость и качество конечной ее продукции.

Основным игроком, формирующим климат, в котором функционирует компания, является Власть. Она обеспечивает правила взаимодействия всех участников рынка и может сильно изменять бизнес-процессы в компании и затраты на ведение бизнеса.

Последними в списке, но не менее важными по значимости являются партнеры компании. Без них сам бизнес компании может быть не возможен. На них часто покушаются конкуренты, так что компании приходится постоянно заботиться о развитии партнерской сети.

Принцип «сделай сам» и «простота внедрения», в пределе, приводили бы к ненужности данного раздела. Что это означает? Это означает, что решение по своей сути не является «коробочным» продуктом, готовым к использованию без дополнительной настройки. Потребности заказчиков могут значительно отличаться, среда внедрения редко бывает типовой. Все это требует детального изучения специфики самого состава и особенностей внедрения большинства решений, предлагаемых корпоративным заказчикам.

Конечно, существуют отдельные модули, которые тиражируются от заказчика к заказчику, позволяя снизить общие издержки, но законченное целостное решение требует значительных дополнительных трудозатрат. Работу по адаптации и внедрению решений могут брать на себя те заказчики, которые обладают достаточными ресурсами сейчас и в будущем. Такой подход встречается на практике все реже и реже и мире и в России. Все больше организаций стремятся фокусироваться на своей основной деятельности, позволяющей получить конкурентные преимущества по отношению к основным соперникам на рынке. Таким образом, важно понимать роль и степень вовлечения сторонних профессиональных команд, т.н. партнеров, в деятельность по продаже решений.

Отдел продаж зрелой организации третьего уровня строится определенным образом. Как мы разбирали в первой главе, несмотря на необходимость зарабатывать деньги, у отдела продаж стоит задача развивать отношения с заказчиками и партнерами, отражать и планировать атаки против конкурентов. В зрелых организациях руководству отдела продаж ставятся уже не только цели выполнения квот, но также и задачи планирования доходов, с одновременной минимизацией расходов. Если просуммировать все сказанное ключевыми показателями эффективности отдела продаж становится система сбалансированных показателей. Эти показатели включают: 1) бюджет продаж (минимальный объем денег, который отдел продаж должен принести); 2) бюджет расходов (максимальные затраты, которые могут себе позволить продавцы и административный персонал); 3) уровень исполнительской дисциплины (измеряемый как процент заполнения данных в CRM); 4) инвестиционный бюджет (деньги, потраченные на пилотные проекты с Заказчиками и партнерами, а также ROI деньги сверх бюджета по отношению к затраченным ресурсам в денежном выражении); 5) могут быть также маркетинговые деньги, как затраты на проведение мероприятий и презентаций у Заказчика, профилирование территории и аналитические исследования.

Сложный набор показателей, который должен регулярно контролироваться и корректироваться в зависимости от изменений на рынке. Большинство этих задач ложится на плечи руководителей отдела продаж и коммерческих директоров. В продвинутых CRM типа Siebel или Microsoft CRM есть специальная панель управления, в которую в виде семафоров выведена информация о текущем состоянии отдела в целом и по каждому из сотрудников в частности.

Литература:

- [1] Терри Уайт «Чего хочет бизнес от IT. Стратегия эффективного сотрудничества руководителей бизнеса и IT-директоров. ISBN 978-985-6569-16-9
- [2] Фербер М. перевод с англ. «Презентация. Уроки убеждения от лидера Apple Стива Джобса»
- [3] Ларри Вебер Эффективный маркетинг в Интернете. Marketing to the Social Web: How Digital Customer Communities Build Your Business. Издательство: Манн, Иванов и Фербер, 2011 г.
- [4] Чередниченко Ю.Ю. Маркетинг в Интернете. Сайт, который зарабатывает. Издательство: Питер, 2011 г.
- [5] Патрик М. Ленсиони «Пять пороков команды. Притчи о лидерстве».

РЫНОК ИНФОРМАЦИОННЫХ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

В статье рассматривается формирование и развитие рынка информационных услуг, место, которое занимает Россия, на мировом рынке информационных услуг.

Ключевые слова: индекс развития ИКТ, индекс готовности к электронному правительству, индекс сетевой готовности, регулирование рынка информационных услуг

В конце XX-начале XXI вв. мировой рынок информационных услуг быстро развивался, возрастал объем спроса на информацию, увеличивались масштабы международного информационного обмена. Описание условий и факторов, которые определяют степень усиления роли информационных услуг на мировом рынке для повышения конкурентоспособности российских предприятий информационной индустрии и проведения модернизации экономики России, является, по мнению авторов, актуальной задачей.

Ряд стран законодательно определили термин «информация» - как сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представления. В постиндустриальном обществе информация приобретает характеристики товара и экономического блага, что имеет принципиальное значение для рыночной экономики и повышает экономический статус информации, поскольку она продается и покупается на рынке в виде информационной услуги.

В связи с использованием информационной технологии появились новые виды информационных услуг (таблица 1):

Таблица 1

Виды информационных услуг

Услуги информационного менеджмента	Услуги информационного консалтинга
Услуги по созданию и поддержке информационных систем	Услуги по исследованию, описанию и анализу существующих систем
Услуги по созданию и поддержанию баз данных	Услуги по технологической ИТ-поддержке бизнес-процессов
Услуги по управлению контентом веб-сайтов и порталов	Услуги по обеспечению качества бизнес-процессов

В конце XX в. мировой рынок информационных услуг быстро развивался под воздействием инноваций, что привело к изменению механизма его функционирования.

Анализ системы регулирования международного рынка информационных услуг показал отсутствие традиций в регулировании всего рынка в целом. При этом осуществляется контроль органами государства не процесса сбора информации, а ее передачи через каналы электросвязи, Интернет, спутниковую

и сотовую связь. Таким образом, регулированию подлежит рынок телекоммуникационных услуг на четырех уровнях: международном, отраслевом, региональном и национальном.

Для определения уровня информационного развития используются специальные измерители – международные индексы: «Индекс развития ИКТ», «Индекс готовности к электронному правительству», «Индекс сетевой готовности».

Таблица 2

Показатели информационного развития пяти стран-лидеров и Россия

Страна	Индекс готовности к электронному правительству		Индекс развития ИКТ		Индекс сетевой готовности	
	место	индекс	место	индекс	место	индекс
Ю.Корея	1	0.9462	1	8,57	10	5.54
Австралия	2	0.9103	11	7,90	18	5.40
Сингапур	3	0.9076	15	7,65	2	5.97
Франция	4	0.8838	18	7.53	25	5.09
Нидерланды	5	0.8897	7	8,00	4	5.79
Россия	27	0.7296	40	6.19	50	4.30

Существует четвертый индекс – индекс информационного прогресса страны. Он построен на основе трех выше перечисленных индексов и представляет собой среднее геометрическое из показателей:

$$\left(\frac{1}{N} \sum_{n=1}^N EGRI_n \times \frac{1}{N} \sum_{n=1}^N IDI_n \times \frac{1}{N} \sum_{n=1}^N NRI_n \right)^{1/3},$$

где N-количество стран, n – страна в соответствующих индексах.

Со стороны российского государства были предприняты значительные усилия по созданию условий для формирования рыночных структур и развитию предпринимательства. Но из-за распада СССР экономика страны резко упала и отстала от передовых стран по развитию информационных коммуникаций. В результате этого основным на российском рынке информационных услуг становится сектор деловой и коммерческой информации. Она же в свою очередь первой в России приобрела товарный характер.

Рынок информационных услуг России в настоящее время представлен государственными информационными ресурсами, научно-технической информацией и информационными агентствами.

Развитие российского сегмента Интернета за счет инициативы отечественных программистов определило новых участников, в результате чего были созданы российские интернет-компании, например, Yandex, Rambler и телекоммуникационные компании сотовых операторов (МТС, Мегафон).

В результате исследования было установлено, что информатизация и компьютеризация промышленных предприятий, сферы услуг тесным образом связана с развитием мирового рынка информационных услуг. Участие России на этом рынке усиливает зависимость российской экономики от зарубежных фирм.

Россия вступает в полосу глубоких изменений, связанными с общими глобальными переменами мировой архитектуры. Перед страной стоит задача по занятию высоких позиций среди передовых стран мира. Масштабный характер данной позиции ставит перед Россией задачу по ее модернизации на основе

широкого использования информационных систем в экономике, науке и обществе. Дальнейшее преобразование рынка информационных услуг будет отражаться на темпах развития страны, что должно активизировать участие российских компаний в международном информационном сотрудничестве.

Виноградов Д.В., ст.пр. каф. БИиЭ

Казанин Н.Н., ст.гр. БИ-113

Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ЭЛЕКТРОННАЯ ТОРГОВЛЯ В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ СОВРЕМЕННОГО РЫНОЧНОГО ХОЗЯЙСТВА

В статье рассматривается сущность электронной торговли, а также роль, которую она играет в системе экономических отношений современного рыночного хозяйства. Выявлена основная тенденция развития российской электронной торговли в современных условиях и возможные стратегии развития предприятий электронной торговли.

Ключевые слова: электронная торговля, рынок информационно-коммуникационных технологий

Развитие информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) является одной из особенностей наших дней. Сегодня пользователи интернета активно используют его для налаживания и поддержания бизнес-контактов. По сравнению с традиционным рынком продолжительность контакта продавца и покупателя минимальна, что обеспечивает экономию времени. Количество пользователей Интернета увеличивается каждый год, и, по расчетам специалистов, в 2015 году эта цифра вплотную приблизится к отметке в 3 млрд. человек.

Электронная торговля дает возможности для обострения конкурентной борьбы: за счет низких входных барьеров появляется большее количество продавцов; общедоступность массива информации предоставляет возможность контрагентам быстрее реагировать на изменения, происходящие на рынке. Увеличивающаяся гибкость производства позволяет продавцам осуществлять быстрый переход на новые разновидности товаров, с учетом пожеланий покупателей.

Использование информационных технологий в экономике объясняет возникновение новой реалии, которая связана с принятием решений в ускоренном ритме, когда ситуация на рынке может меняться раз в несколько минут. Например, в финансовой области конкурентная борьба заставляет корпорации делать вклады не на несколько лет или месяцев, а на день или даже на пару минут; скорость получения информации в маркетинге заставляет мгновенно менять планы или рекламные кампании, которые казались продуманными и обоснованными еще вчера.

Интернет создает абсолютно новое пространство для экономических отношений: большинство сетевых товаров стремительно сокращают свой

жизненный цикл, исчезают коммуникационные границы, появляются виртуальные коллективы и возможности для агентов, неконкурентоспособных за его пределами.

Лидирование крупнейших регионов страны и отставание отдаленных; затруднение развития банковской системы, что отрицательно сказывается на совершении электронных платежей; скептическое отношение покупателей к совершению виртуальных сделок - специфические черты Российской электронной торговли.

Электронная торговля на макроуровне положительно влияет на рост экономики. Каждый год объем мирового оборота такой торговли увеличивается в среднем на 5-6 %, что вносит вклад в рост ВВП. В 2010 году оборот рынка электронной торговли в РФ составлял 8 млрд долларов, а в 2015 году он прогнозируется на уровне 36,5 млрд долларов.

Неизменно растущий рынок удаленной работы, позволяет создавать новые рабочие места. Упрощение процесса подачи объявлений о поиске работы в онлайн режиме, усиливает конкуренцию и дает возможности для вовлечения недорогой рабочей силы в сравнении с рынком традиционным.

Новые возможности предпринимателям за счет уменьшения издержек функционирования бизнеса и входных барьеров дает электронная торговля на микроуровне. Сокращается численность персонала за счет прихода заказов в готовом виде от клиента, сокращаются расходы на рекламу.

Электронная торговля дает возможности продавцам значительно увеличить их ассортимент, повысить скорость доступа к ресурсам. Это приводит к увеличению количества продавцов, усилению конкурентной борьбы.

Однако, электронная торговля также может создавать условия для подрыва экономики, особенно когда речь идет о финансовых рынках. В феврале 2010 г., в Нью-Йорке, на бирже всего за несколько секунд было размещено около 7000 заказов (фьючерсов) на приобретение нефти. Произошел сильный скачок цен. Проведенные торговыми системами операции, прошли так быстро, что представители биржи просто не успели предпринять никаких мер.

Так называемый феномен «цифрового шума», вызван ценовыми предложениями, которых нет в реальности, созданием положительного имиджа фирмы у покупателей путем размещения сотрудниками положительных отзывов на различных сайтах под видом покупателей.

Расширение экономических отношений в электронной торговле в России динамично и перспективно, но такие проблемы как доступ к широкополосному Интернету, вместе с сомнением и недоверием к виртуальным сделкам, а также низкая компьютерная грамотность большей части населения, существенно сдерживают развитие электронной торговле в нашей стране.

Высокая географическая локализация центров является одной из главных тенденцией развития отечественной электронной торговли, это предоставляет безусловные преимущества жителям больших городов перед остальным населением страны.

Исходя из всего вышеописанного, нацеленность на большее число посещений и ориентация на увеличение количества и стоимости покупок является главной стратегией развития предприятий электронной торговли.

Виноградов Д.В., ст.пр. каф. БИиЭ
Савельева Н.А., ст.гр. БИ-112

Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

РЫНОК E-COMMERCE В РОССИИ 2014

В данной статье проведен анализ состояния рынка электронной коммерции в России 2014 года, выявлены особенности его развития, рассмотрены возможности и преимущества электронной коммерции. Так же в статье представлены результаты исследований рынка электронной коммерции в России, типы и категории e-commerce. Электронная торговля, несмотря на небольшой срок своего существования, уже сумела завоевать признание во всем мире.

Развитие компьютерных информационных систем и телекоммуникационных технологий привело к формированию нового вида экономической деятельности – электронного бизнеса.

Электронный бизнес – это любая деловая активность, использующая возможности глобальных информационных сетей для преобразования внутренних и внешних связей с целью создания прибыли [1].

Электронная коммерция является важнейшим составным элементом электронного бизнеса.

Электронная коммерция (от англ. e-commerce) — это сфера экономики, которая включает в себя все финансовые и торговые транзакции, осуществляемые при помощи компьютерных сетей, и бизнес-процессы, связанные с проведением таких транзакций [2].

К электронной коммерции относят: электронный обмен информацией (Electronic Data Interchange, EDI), электронное движение капитала (Electronic Funds Transfer, EFT), электронную торговлю (англ. e-trade), электронные деньги (e-cash), электронный маркетинг (e-marketing), электронный банкинг (e-banking), электронные страховые услуги (e-insurance) [2].

Электронный бизнес имеет четыре основных этапа использования: маркетинг, производство, продажи и платежи, а степень использования информационных и коммуникационных технологий и систем служит мерой, по которой бизнес может считаться электронным.

Электронную коммерцию принято делить на следующие категории [2]:

- business-to-business (B2B). Данное направление включает в себя все уровни взаимодействия между компаниями. Принцип осуществления подобного взаимодействия очень прост: предприятие торгует с другим

предприятием. B2B — одно из наиболее перспективных и активно развивающихся направлений электронной коммерции на сегодняшний день.

- business-to-consumer (B2C). Основу этого направления составляет электронная розничная торговля. В этом случае предприятие торгует уже напрямую с клиентом (не юридическим, а физическим лицом). Как правило, здесь речь идет о розничной реализации товаров. Клиенту такой способ совершения коммерческой операции дает возможность упростить и ускорить процедуру покупки. Ему не приходится идти в магазин, чтобы выбрать нужный товар: достаточно просмотреть характеристики на сайте поставщика, выбрать нужную конфигурацию и заказать продукт с доставкой;

- business-to-administration (B2A). Взаимодействие бизнеса и администрации включает деловые связи коммерческих структур с государственными организациями, начиная от местных властей и заканчивая международными организациями;

- consumer-to-administration (C2A). Это направление наименее развито, однако имеет достаточно высокий потенциал, который может быть использован для организации взаимодействия государственных структур и потребителей, особенно в социальной и налоговой сфере;

- consumer-to-consumer (C2C). Подразумевается возможность взаимодействия потребителей для обмена коммерческой информацией. Это может быть обмен опытом приобретения того или иного товара, обмен опытом взаимодействия с той или иной фирмой и многое другое.

Объем российского рынка e-commerce составил в 2013 году \$ 19 млрд. включая:



Рис. 1 – Объем российского рынка электронной коммерции

142 856 536 человек живет в России, 66 000 000 из них пользуются интернетом и лишь 25 000 000 человек в РФ покупают товары в Сети (или 20% населения старше 18 лет.

Около половины товарооборота приходится на торговлю компьютерами — 48%, на одежду, обувь, аксессуары — 15%, оставшаяся часть представлена продовольственными продуктами и промышленными товарами. По части привлечения Интернет-аудитории лидируют магазины, торгующие уже

традиционными для Интернета товарами, — книгами, компакт-дисками, кассетами (рис.2).

Продуктовая структура российского рынка e-commerce

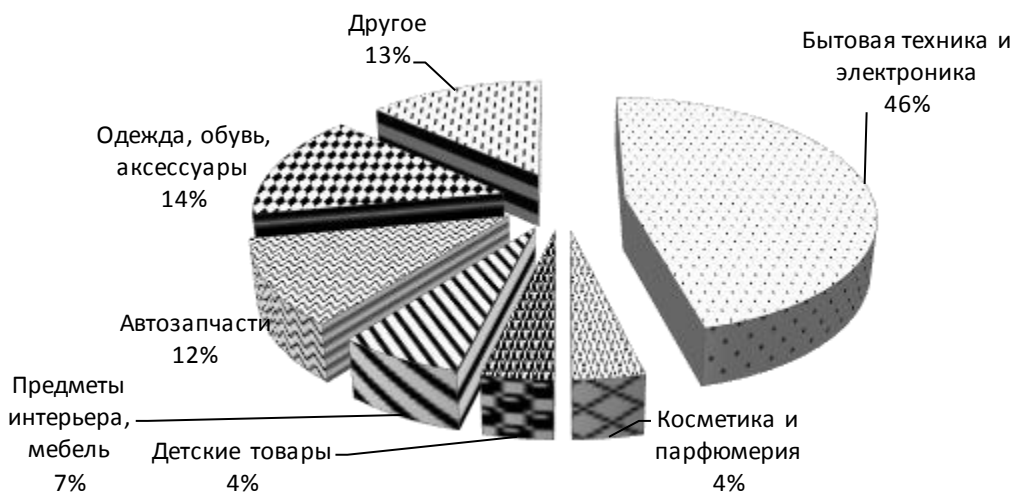


Рис.2 – Структура российского рынка e-commerce

Можно выделить ряд особенностей и возможностей e-commerce (табл. 1).

Таблица 1

Возможности и преимущества электронной торговли [4]

Возможности поставщиков	Возможности заказчиков
Глобальное присутствие	Глобальный выбор
Рост конкурентоспособности	Качество услуг
Удовлетворение потребностей заказчиков	Персонализация товаров и услуг
Сокращение пути товара к заказчику	Быстрая реакция на спрос
Экономия затрат	Снижение цен
Новые возможности ведения бизнеса	Новые продажи и услуги

1) глобальное присутствие / глобальный выбор

Рамки электронной коммерции определяются не географическими и национальными границами, а распространением компьютерных сетей. Соответственно, заказчики также получают возможность глобального выбора из всех потенциальных поставщиков, предлагающих требуемые товары или услуги независимо от географического расположения.

2) повышение конкурентоспособности / качество услуг

Электронная коммерция позволяет поставщикам повышать конкурентоспособность, становясь "ближе к заказчику". Многие компании используют технологии электронной коммерции для того, чтобы предлагать расширенную до- и послепродажную поддержку, включающую предоставление подробной информации о продукте, инструкции по его использованию и быструю реакцию на претензии заказчика. Соответственно, заказчик получает возросшее качество обслуживания.

3) удовлетворение потребностей заказчика / персонализация товаров и услуг

Используя средства электронного взаимодействия, компании могут получать подробную информацию о запросах каждого индивидуального

заказчика и автоматически предоставлять продукты и услуги, соответствующие индивидуальным требованиям.

4) сокращение пути товара к заказчику / быстрая реакция на спрос

Электронная коммерция часто позволяет существенно сокращать путь товара от поставщика к заказчику. Товары успешно доставляются непосредственно от производителя потребителю, в обход традиционных перевалочных пунктов в виде оптовых и розничных складов и торговых точек. Соответственно, заказчики пользуются возможностью получения именно тех продуктов, которые им нужны, не ограничивая свой выбор товарами, имеющимися на складе местного поставщика.

5) экономия затрат / снижение цен

Одним из главных достижений электронной коммерции является экономия затрат при совершении сделки. Заключение сделки электронным путем на порядок уменьшает стоимость затрат на обслуживание. Таким образом, любой бизнес-процесс, в котором можно использовать электронное взаимодействие между людьми, имеет потенциал для сокращения затрат, что, в свою очередь, повлечет за собой снижение цен для заказчиков.

б) новые возможности ведения бизнеса / новые продукты и услуги

Кроме преобразования рынка существующих товаров и услуг, электронная коммерция открывает возможность появления совершенно новых продуктов и услуг. В качестве примера можно привести службы электронной поставки и поддержки, справочные услуги, услуги по установлению контактов и множество других видов информационного обслуживания.

Согласно данным, которые были получены в ходе опроса Интернет-аудитории, специалисты компании *Profi Online Research* выяснили, что порядка 81% пользователей Рунета хотя бы раз прибегали к покупкам товаров или услуг в Сети. Среди услуг наиболее востребованным оказались билеты в кино, театры и на прочие мероприятия развлекательного характера. Из непродовольственных товаров высок спрос на мелкую бытовую технику, компьютеры, ноутбуки и т.п. Продукты питания россияне покупают в Интернете реже многих других категорий товаров [3].

Электронная торговля, несмотря на недолгий срок своего существования, уже сумела завоевать признание как юридических, так и физических лиц во всем мире. Глобальный характер и простота осуществления операций позволяет фирмам, частным лицам и государствам вступать во взаимодействие друг с другом на специализированных Интернет-площадках с целью совершения взаимовыгодной сделки купли-продажи или оказания услуг.

В России в недостаточной мере разрабатываются и используются элементы инфраструктуры систем электронной коммерции. Наиболее существенным препятствием на пути распространения электронной торговли остается несовершенство законодательных систем, как на международном уровне, так и на уровне отдельных стран. Однако активное сотрудничество стран и мировых экономических организаций должно возыметь положительный результат.

Литература:

[1] Н.Н. Шаховалов, Интернет-технологии в туризме. Учебное пособие. - Барнаул: Издательство АлтГАКИ, 2007. – 251 с.

[2] Википедия: Электронная коммерция [Электронный ресурс]:
<https://ru.wikipedia.org/wiki>

[3] Компания маркетинговых исследований [Электронный ресурс]: <http://profiresearch.ru/>

[4] Электронная коммерция как средство повышения эффективности бизнеса [Электронный ресурс]: http://capri.urfu.ru/global_business/el_commerce.htm

Виноградов Д.В., ст. преп.каф. БИиЭ

Степанова А.Э., ст. гр. БИ-112

Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ЭТАПЫ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ИНТЕРНЕТА И ФОРМИРОВАНИЯ РАЗЛИЧНЫХ ФОРМ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

В данной статье рассматривается развитие электронной коммерции, в которой выделяется 4 этапа коммерциализации интернета, их возникновение, характеристики. Так же присутствует статистика электронной торговли в России, отслеживаются тенденции, определяются перспективы развития.

Ключевые слова: рынок ИКТ, электронная коммерция, этапы, интернет-компания, интернет-магазин, торговля.

Актуальность данной темы крайне высока, так как в последние десятилетия мир переживает переход от индустриального общества к обществу информационному. Если в прошлом веке основой развития были нефть и газ, то сегодня, в новом тысячелетии, основой является информация, информационные ресурсы, что сказывается на всех субъектах хозяйственной деятельности и на жизни общества в целом.

Сейчас термин "электронная коммерция" охватывает практически все аспекты ведения бизнеса, которые возможны с использованием Интернета.

В процессах формирования и развития электронной коммерции, ее технологий, операций, инструментария в настоящее время явно выделяются четыре этапа.

Первый этап следует считать подготовительным, поскольку во время этого этапа трудно было предположить, какие получатся итоговые результаты от происходящих информационных и коммерческих процессов.

В конце 70-х годов XX века фирма IBM разработала стандарт компактной электронной вычислительной машины (ЭВМ) и создала свой первый персональный компьютер (ПК).[2]

В то время многие специалисты полагали, что появившийся на свет новый продукт является всего лишь еще одной игрушкой для любителей технологических новинок. Даже на заседании правления IBM, на котором принималось эпохальное решение о производстве ПК, его председатель Томас

Ватсон скептически заметил: “Сомневаюсь, что мы продадим больше пяти штук”. Самые первые персональные компьютеры использовались для автоматизации обработки текстового материала или несложных цифровых вычислений настолько, насколько позволял имеющийся объем памяти и быстродействие ПК.

Появление и широкое распространение программ компьютерных игр различной направленности для ПК, которые вначале осваивали взрослые пользователи, позволило заинтересовать персональными компьютерами даже домохозяйек, молодежь и детей.

В середине 90-х годов двадцатого века массовое распространение стали получать сетевые информационные технологии.

Если сначала локальные сети использовались для решения простейших задач, например, для организации коллективного доступа пользователей ПК в фирме к печатающим устройствам – принтерам, то постепенно компьютерные сети стали эффективным и незаменимым инструментальным средством для внутри и внешнекорпоративного обмена информацией.

Второй этап с уверенностью можно назвать начальным этапом зарождения и формирования электронной коммерции, который самым непосредственным образом связан с развитием и распространением Интернета.

Его началом, очевидно, следует считать стремительное развитие глобальных сетей и электронной почты, с которой по простоте регистрации адреса, формировании любых объемов текста, скорости отправки и получении текстовых материалов, а также стоимости услуг не может сравниться в настоящее время ни один из других существующих видов связи.

Молниеносная электронная почта сократила неповоротливый бумажный документооборот, а компактные компьютерные базы данных, магнитные носители стали успешно заменять громоздкие и пыльные бумажные архивы. Она по производительности труда, затратам ресурсов, скорости действия и цене составила серьезную конкуренцию другим видам связи.

Следует отметить, что услугами электронной почты стали широко пользоваться не только компании, учреждения, организации, но и частные лица с разными уровнями доходов.

Настоящий переворот в бизнесе совершили успешные разработки и широкое использование компьютерной графики и вместе с ней графических интерфейсов, простых, понятных и доступных для компьютерных пользователей начального уровня.

Компании перешли на стандартизированные наборы компьютерных программ для автоматизации канцелярской, бухгалтерской и др. работы. Триумфальное шествие по планете начали программные продукты Microsoft Windows.

Интернет за короткое время своего развития практически “уничтожил” географические и национальные барьеры, наиболее характерные для основных традиционных коммуникаций, не только в пределах отдельного государства, но и в масштабах всего земного шара.

Эти глобальные сети в корне изменили стратегию и тактику ведения электронного бизнеса подобно тому, как появление и развитие новых торговых

путей, видов и типов транспортных средств, телеграфа, телефона, радио, телевидения, железнодорожных, автомобильных, морских, воздушных и трубопроводных магистралей изменяли характер ведения бизнеса в историческом прошлом.

Рождением непосредственно электронной торговли следует считать осуществление первых продаж книжной товарной продукции через Интернет в 1995 г. в режиме он-лайн первым сформированным в качестве эксперимента Интернет-магазином Amazon.com (www.amazon.com), который в 2000 г. превратился уже в монстра книжного Интернет-рынка.

Третий этап совпал с началом XXI века и связан с увеличением числа пользователей из различных государств, подключенных к Интернету. В 2000 г. общее количество установленных персональных компьютеров в мире превысило 516 млн штук.

К этому периоду емкость рынка компьютерного сервиса, в который входит производство и продажа всевозможной компьютерной техники, программного обеспечения и сопровождения информационных технологий, сетевого оборудования, продуктов для Интернета, компьютерных средств связи и т.п., превысило сумму в 4 трлн долларов США.

По данным Telcordia Technologies, на 12 января 2001 года общее количество хостов в Интернете составило 100 миллионов. Анализ показывает постоянный стабильный рост их количества во всех регионах мира (Северная Америка, Европа, Азия и др.) с приблизительно одинаковой скоростью примерно 90–130 % ежегодно.[3]

С 2003 года началась постепенная стабилизация развития Интернет-компаний, что позволило выделить четвертый этап эволюции электронного бизнеса. После нескольких лет спада начинался постепенный рост инвестиционной привлекательности Интернет-компаний, прежде всего лидеров отрасли, сформировавших рыночную нишу, где они могут успешно работать и, соответственно, обеспечивать хорошую отдачу инвестиций.

С начала 2008 года отмечается рост рыночной капитализации Интернет-компаний на рынках США, Европы и Азии. Стабилизация развития Интернет-компаний является реакцией на смену приоритетов в финансово-экономических показателях, характеризующих стратегическое положение Интернет-компаний на рынках, и означает победу традиционных критериев оценки результативности бизнеса на основе доходности, ликвидности и риска над виртуальными критериями эпохи финансового бума.

Так же четвертый этап (мобильный Веб) возникает на базе смартфонов. Ключевым моментом здесь являются не столько возможности аппаратной платформы, сколько то, что это устройство практически всегда с пользователем и «знает», где он находится географически. Синергия наступает за счет постоянного выхода в Сеть с мобильной платформы, возможности определения местоположения и предложения новых коммерческих сервисов. Пользователь может получить услугу где угодно. С учетом местоположения пользователя сервис может найти и предложить ближайший источник услуги, учитывающий его предпочтения. Здесь ключевыми платформами являются iPhone и Android.

В 1998 году в России начинает работать первая система Интернет-банкинга «Интернет Сервис Банк», разработанная Автобанком. 10 апреля 1998 года на российском рынке финансовых услуг появился первый виртуальный банк – ИМТВ.

В России 12 августа 1998 г. Платежной системой «КиберПлат» (www.cyberplat.ru) (использующей технологию электронных чеков) была проведена первая операция пополнения лицевого счета абонента в биллинге оператора мобильной связи с картсчета пластиковой карты с использованием ЭЦП. В апреле 2005 г. совокупный объем платежей через систему «КиберПлат» от абонентов операторов мобильной связи, спутникового и кабельного телевидения и провайдеров Интернет-услуг составил один миллиард долларов.

20 ноября 1998 г. в российской системе взаиморасчетов на основе технологии электронных денег WebMoney (www.webmoney.ru) была осуществлена первая официальная транзакция, а 24 ноября опубликован пресс-релиз об официальном начале ее работы.

В 2013 году в России работало около 39 тысяч розничных интернет-магазинов, в которых с разной степенью регулярности совершаются заказы. Общий объем рынка интернет торговли в 2013 году составил 470 млрд рублей, рост по отношению к прошлому году составил 34%. В ближайшие годы ожидается продолжение активного роста интернет-торговли. Однако, темпы роста будут постепенно замедляться: с текущих 30-35% в год до 26-30% в год. В 2016 году оборот товарной розничной торговли в рунете превысит 1 триллион рублей.[1]

Самый высокий оборот на российском рынке в интернет магазинах показывают следующие категории товаров: 1) электроника и бытовая техника (107 млрд рублей); 2) одежда, обувь (76 млрд рублей); 3) компьютеры, ноутбуки, комплектующие (45,6 млрд рублей); 4) автозапчасти (26 млрд рублей); 5) мобильные телефоны (26 млрд рублей) [1]

Оценка изменений рынка за 2013 год показывает следующий рост оборота основных сегментов: 1) электроника и бытовая техника – рост 33%; 2) одежда, обувь – рост 34%; 3) компьютеры, ноутбуки, комплектующие – рост 23%; 4) автозапчасти – рост 43%; 5) мобильные телефоны – рост 32%.

Самые быстрорастущие сегменты: 1) товары для дома – рост 97%; 2) зоотовары – рост 95%; 3) лекарства – рост 63%; 4) оборудование – рост 55%; Подарки – рост 50% [1].

В российском сегменте интернета на данный момент присутствует порядка 100 тысяч сайтов, на которых есть раздел «Корзина» или размещён каталог продукции. Однако, работающих интернет-магазинов, в которых было более 2-х заказов в месяц, в 2013 году было 39 тысяч.

В современных условиях невозможно эффективно осуществлять коммерческую деятельность предприятия без использования современных достижений фундаментальных и прикладных наук, созданных человеческим интеллектом, коммуникаций, технологий, методов и инструментов. Особое место здесь занимают средства компьютерно-информационных технологий. Поэтому одной из главных итоговых предпосылок развития электронной

коммерции и бизнес-интернета следует считать бурное развитие компьютерно-информационных технологий.

Если изначально информационная среда Интернет функционировала как средство распространения информационных материалов, то с конца XX века она превратилась в мощную индустрию, ресурсы которой все в большей степени стали использоваться в коммерческой деятельности предприятий, одной из основных составляющих этого процесса является торговля товарной продукцией, работами и услугами.

Электронная коммерция оказывает значительное влияние на процессы производства, распространения и обмена товарами, а также на то, каким образом потребитель получает информацию о товаре и производит торговую сделку.

В России в этой области делаются только первые шаги. Это обусловлено не только относительной неразвитостью материальной базы и инфраструктуры, необходимых для распространения и применения электронных форм бизнеса, но и недостаточной разработанностью теоретических основ функционирования рынка электронной коммерции.

Литература:

[1] Воронов В.И., Лазарев В.А., Шульга А.Ю., редактор: Александрова Л.И. Электронная коммерция и экономика. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://abc.vvsu.ru/Books/m_elkom/default.asp

[2] Струнков Т. Статья "Развитие Интернета и электронной коммерции в цифрах".

[3] Рынок интернет торговли в России в 2013 году по данным сервиса для создания интернет-магазина InSales.ru [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.insales.ru/>

Виноградов Д.В. ст. преп. каф. БИиЭ

Федосеева А.И. ст. гр. БИ-112

Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

КАТЕГОРИИ ИНФОРМАЦИОННОГО БИЗНЕСА РОССИИ ПО ТИПУ ВЗАИМОДЕЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ. ПРАВОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИНФОРМАЦИОННОГО БИЗНЕСА

В данной статье были рассмотрены следующие вопросы: характеристики категорий информационного бизнеса, их основные черты, правовые проблемы информационного бизнеса.

Ключевые слова: рынок, бизнес, информационные продукты и услуги, нормы, покупатель, онлайн-взаимодействия.

Отдельным направлением предпринимательского бизнеса является информационный бизнес, который осуществляется в информационном секторе экономики. Под информационным сектором экономики понимается совокупная деятельность производителей, продавцов и покупателей различной информации. Соответственно, информационный бизнес охватывает деловые

отношения, складывающиеся в сферах производства, сбыта и приобретения информации.

Информационный бизнес выстраивается вокруг специфических объектов деловых отношений и деловой деятельности, а именно – информационных ресурсов, творческих ресурсов, информационных продуктов и информационных услуг.

В зависимости от целевой группы потребителей, различают:

- Бизнес для бизнеса (B2B);
- Бизнес для потребителя (B2C);
- Бизнес- администрация (B2G);
- Потребитель-администрация(C2G) и Правительство для бизнеса (G2B);
- Потребитель для потребителя (C2C).

B2B (сокр. от Business-to-Business, Business2Business — бизнес для бизнеса) — это обмен продуктами, услугами или информацией между предприятиями.

Данный термин изначально был придуман для охарактеризования электронных отношений между предприятиями (производитель сырья/комплектующего и производитель конечного продукта).

Рынок B2B состоит из корпоративных участников: поставщиков, покупателей и посредников. При этом покупатели используют приобретенный товар для применения в процессе производства другого продукта.

В Сектор B2B входят: системы управления закупками, системы полного цикла, электронные платежные системы, интернет-реклама, системы страхования, системы мобильной коммерции, аутсорсинг, системы управления распределением, торгово- закупочные площадки.

B2C (сокр. от Business-to-Consumer — бизнес для потребителя; иногда Business-to-Customer — бизнес для клиента) — это описание деятельности предприятий, обслуживающих конечных потребителей продукции и/или услуг.

Рынок B2C состоит из поставщиков, покупателей и посредников.

Термин B2C относится ко всем онлайн-сделкам, а также к любому бизнесу или организации, осуществляющей продажу своего продукта или услуг потребителям через Интернет для собственного пользования клиентом. Примером являются такие сервисы как Ozon.ru, Amazon.com и т.п.[3]

В сектор B2C входят: торговые ряды, электронные витрины и каталоги, электронные магазины, интернет – реклама, спонсорские программы, туристические услуги, интерактивное телевидение, электронные СМИ, интерактивное телевидение, интернет – страхование, электронные аукционы.

B2G (business-to-government, B2G) Бизнес-администрация и потребитель-администрация (consumer-to-government, C2G).

Взаимодействие бизнеса и власти (администрации) проявляется в использовании электронных средств для организации делового взаимодействия коммерческих структур с государственными организациями.

Направление потребитель-администрация наименее развито, однако со временем может развиваться для организации эффективного взаимодействия государственных структур и потребителей в социальной и налоговой сфере.

Сектор B2G включает в себя: участие в электронных торгах по закупке продукции для государственных нужд, выполнение государственных заказов, предоставление налоговой, статистической, таможенной отчетности.

В сектор C2G входят: участие в выборах, уплата налогов, сборов, штрафов, участие в опросах общественного мнения, предоставление заявок, жалоб, обращений граждан.

G2B (на англ. Government-to-Business, G2B Правительство для бизнеса) — это некоммерческие онлайн-взаимодействия между местными и центральными государственными органами самоуправления и коммерческими бизнес-секторами (но не с обычными гражданами — G2C), создаваемые с целью предоставления информации и консультации по бизнесу.[1]

G2B включает в себя: системы распределения государственных заказов, обеспечение контакта с органами государственной власти, юридические и информационно-справочные службы.

C2C Потребитель-потребитель (consumer-to-consumer, C2C). Это направление приобретает всё большую значимость.

Оно включает в себя возможность взаимодействия потребителей для обмена коммерческой информацией. Это может быть обмен опытом приобретения товара или обмен опытом взаимодействия с фирмой. Также частные лица могут покупать товар друг у друга.

По сути, этот сегмент рынка напоминает газетные рубрики объявлений. К этой же области относится и форма торговли между физическими лицами, находящая свое воплощение в Интернет-аукционах.[5]

В сектор C2C входят: доски объявлений, интернет – аукционы, системы вирусного маркетинга.

Правовые проблемы информационного бизнеса в России

Особенность информационно-правовых норм состоит в том, что они регулируют обособленные группы общественных отношений применительно к особенностям информационной сферы.

Однако в силу того, что информация представляет собой особый вид товара, многие специалисты, обсуждая проблемы регулирования производства информации, настроены пессимистически: «Стоимость ее производства невозможно полностью возместить, как и невозможно эффективно защитить право собственности на любой вид информации». [2]

Как показывает практика, правовые нормы регулирования проблем, связанных с интеллектуальной собственностью, еще недостаточно разработаны даже в развитых странах. По оценкам экспертов, в начале 90-х годов потери от «пиратства» на рынке информационных товаров и услуг только для США составляли до 17 млрд. долл. ежегодно. [4]

«Научного права» в мировой практике не существует, что вызывает проблемы, связанные с приданием товарной формы продуктам интеллектуальной деятельности. Если для материальных продуктов форма представления однозначно связана с внутренней сущностью, то сущность научного результата мало зависит от формы представления. В то же время по канонам авторского права один и тот же результат, выраженный по-разному,

может иметь самостоятельную ценность. Она представляется не содержанием, а внешней форме, что предотвращает копирование, но не препятствует заимствованию содержания.

В нашей стране существует только проект Закона “О научной интеллектуальной собственности и усилении ее охраны”. По оценкам специалистов, в этом проекте сужено толкование сущности интеллектуальной собственности.

Литература:

1. Алексунин В.А. Электронная коммерция и маркетинг в Интернете, М.: Дашков,
2. Бугорский В.Н. Сетевая Экономика. М.: Финансы и статистика, 2007г
3. Кабалинский Д. Информационные технологии // Эксперт – 2010 - № 38 – с. 184 -185.
4. Петрова Е.А. Современный информационный рынок: микроэкономический анализ закономерностей формирования и развития. - М.: Гелиос, 2009. - 121 с.
5. <http://www.financialguide.ru/>

Генералова Г.Г., доц. каф. КиГ
Владимирский государственный университет имени Александра
Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

В статье рассматриваются новые направления развития индустрии гостеприимства региона, в частности гостиничного бизнеса

Ключевые слова: туризм, индустрия гостеприимства, гостиницы

Одной из современных тенденций развития российского туризма является перенесение основной зоны туристского освоения в центральные регионы России, к которым относится и рекреационная зона Владимирской области. Чтобы туризм начал развиваться в каком-либо регионе, необходимо наличие туристических ресурсов, т.е. совокупность природных, культурно-исторических и искусственно созданных человеком объектов, пригодных для создания туристического продукта. Развитие туристической отрасли объявлено региональными властями одним из приоритетов региональной экономики. Стратегией социально-экономического развития Владимирской области до 2027 года туризм отнесён к числу приоритетных направлений экономического развития региона. Создана программа развития туризма, которая призвана сформировать конкурентоспособный туристический продукт (создать новые и усовершенствовать старые объекты экскурсионного показа, размещения, питания и сервисного обслуживания) и улучшить индустрию гостеприимства в целом.

На современном этапе экономической деятельности нашей страны уделяется особое внимание регионам. Сфера гостеприимства является одним из источников экономического развития Владимирской области. Развитие индустрии гостеприимства оказывает стимулирующее воздействие на такие секторы экономики, как транспорт, связь, торговля, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления. Это позволяет

государству решать вопросы пополнения доходной части как федерального бюджета, так и бюджетов других уровней. По представленным в специальной литературе расчетам, оборот рынка внутреннего туризма в 2009 году составил 434,1 млрд. рублей, или около 16 млрд. долларов, а к 2015 г. этот показатель должен увеличиться в 2 раза.

На сегодняшний день, очевидно, что индустрия гостеприимства на региональном уровне развивается обособленно от других экономических направлений. Однако, конкурентоспособность региональной индустрии гостеприимства тесным образом связана с инфраструктурой региона, его экономических и социальным развитием.

Индустрия гостеприимства в наши дни исключительно развита и охватывает столь различные сферы человеческой деятельности, как оздоровительный отдых, туризм, развлечения, гостиничный и ресторанный бизнес, общественное питание, экскурсионная деятельность, организация торговых ярмарок и научно-технических выставок, проведение научных конференций.

Анализируя причины банкротства некоторых крупных гостиничных предприятий России летом 2009 г., директор по маркетингу сети «Foresta Hotels» В. Шпаков высказал мнение, что в условиях кризиса на российском рынке сумеют выжить лишь те отельные бренды, которые готовы эффективно бороться за потребителя туристских услуг: умеют тесно сотрудничать с туроператорами, демонстрируют максимальную лояльность к клиентам, проводят агрессивную маркетинговую политику. Это позволяет сделать вывод, что целью антикризисного управления должно быть внедрение принципиально новых способов работы с клиентами, что позволит удержать старую клиентскую базу в условиях кризиса и преобразить гостиницу для привлечения новых клиентов.

Первое направление. На российском гостиничном рынке завершается автоматизация гостиничных предприятий. Однако пока автоматизация затронула в основном внутреннюю среду организаций, не повлияв сколько-нибудь ощутимо на отношения с клиентами. Современное компьютерное обеспечение в индустрии гостеприимства удовлетворяет целям финансового менеджмента, делопроизводства, бухучета, управления складами, кадровой работы и т.д., а для менеджеров по работе с клиентами лишь с недавних пор разрабатываются компьютерные программы, позволяющие автоматизировать процедуры, возникающие в ходе общения с клиентами.

Российский бизнес освоил главным образом электронные системы бронирования номеров, удобные как для клиентов, так и для отелей.

Второе направление на пути радикального улучшения работы с клиентами - подчинение рекламы интересам сбытовой политики. Традиционная реклама слабо связана с маркетинговой стратегией и не может быть полноценным каналом маркетинговых коммуникаций, так как представляет собой монолог фирмы о себе, утомляющий клиентуру, а подчас и раздражающий ее, но не поддерживает диалога, т.е. обратной связи в системе фирма-клиент. Диалоговая реклама способна функционировать исключительно при условии конструирования и развития в русле сбытовой политики

предприятия. Кроме того, современная реклама финансируется по остаточному принципу, рекламные кампании проводятся стихийно, после решения прочих хозяйственных вопросов, как будто привлечение нового клиента и установление с ним дружественных отношений является для предприятия второстепенным делом. В действительности продуктивная реклама должна не только и не столько поддерживать диалог в системе фирма-клиент, но и формировать имидж организации, дружественной к клиентуре, ставящей общение с клиентами на первое место по важности.

Одной из распространенных ошибок в рекламной деятельности гостиниц можно назвать некорректную рекламу. Реклама – это в первую очередь не только красивая картинка, а информативная часть. Потребителей гостиничных услуг должны привлекать не только лозунги, но и информировать о новых услугах. Специалисты в области рекламы выделяют три основных аспекта [1]:

1. Потенциальному клиенту гостиниц должно быть понятно, какая конкретно услуга ему предлагается. То есть, реклама должна быть «осязаемой».
2. Нужно показать отличие своей гостиничной услуги от услуг конкурентов.
3. Необходимо использовать не только современные методы рекламы (баннеры на Интернет-порталах, реклама в тематических журналах), но и «сарафанное радио» - устную рекламу довольных пользователей.

Если говорить о крупных гостиничных сетях, то у них схема работы следующая: разрабатываются две рекламные кампании. Первая, «местная», делает упор на конкретный отель, вторая – рекламирует гостиничную сеть на международном уровне. Относительно гостиничного бизнеса можно выделить два типа рекламы: реклама-процесс и реклама-продукт. Реклама-процесс классифицируется в зависимости от предмета рекламирования, объекта, на которые должна воздействовать реклама, формы рекламы, типа рекламы (где планируется ее размещать), задачи и эффекты рекламы. Реклама-продукт классифицируется следующим образом: предмет (объект) рекламы, тип носителя, воздействие на потребителя, степень информативности, задачи и эффект рекламы.

Не важно, планируете ли Вы заниматься рекламой самостоятельно или обратитесь рекламное агентство, необходимо определиться с «Большой пятеркой», то есть принять пять важных решений.

1. Определение цели рекламной кампании. Для того чтобы определить цель, необходимо проанализировать рынок – провести маркетинговое исследование. Маркетинговое исследование поможет определить Ваши позиции на рынке и определить стратегию. Рекламные цели кампании можно разделить на три части – информативные, убеждающие и напоминающие. Информативная реклама – отличный вариант для вывода на рынок новых услуг или при открытии новых гостиниц. Убеждающая реклама используется при повышении конкуренции. Как правило, убеждающая реклама плавно перетекает в сравнительную, но с этим нужно быть аккуратнее – прямое сравнение с конкурентами приводит к спорам. Существует даже негласное правило – крупные, известные гостиницы (торговые марки) никогда не прибегают к убеждающей рекламе. Напоминающая реклама, как уже

становится понятно исходя из названия, заставляет посетителей не забывать о товаре или услугах. Здесь отличным примером является рассылка новостей, поздравительных открыток от имени гостиницы. В некоторых гостиницах принято писать новостные статьи с упоминанием отеля, размещать их на различных интернет-ресурсах, тем самым напоминая клиентам об отеле и услугах. Специалисты в области рекламы считают, что напоминая реклама является одной из самых важных. Даже если Вы уже заполучили клиента, ему всегда необходимо напоминать о том, как он хорошо отдохнул. Если Вы планируете долгосрочные продажи, то необходимо оказывать клиентам должный уровень сервиса. Одна из самых распространенных ошибок в том, что гостиницы начинают рекламную кампанию, не обучив должным образом персонал. Если клиенты не удовлетворены сервисом Вашей гостиницы, Вы можете рассчитывать только на краткосрочную популярность. Не забывайте, что неконкурентоспособный товар является первым шагом к созданию отрицательного общественного мнения.

2. Подсчет бюджета. Роль рекламы – в увеличении спроса на товар. Обычно выбирают один из четырех методов формирования бюджета: исходя из возможностей бюджета, процент от продаж, в зависимости от затрат конкурента, в зависимости от целей рекламы. Не забывайте, что в рекламе существует такое понятие как «стадия жизненного цикла товара». То есть, если гостиница или услуга новая, она потребует гораздо большего вложения средств в рекламу.

3. Решения относительного сообщения. Вы когда-нибудь задумывались, почему у двух бизнесменов, которые вложили равное количество средств в рекламу, может получиться разный результат? По результатам исследований, специалисты сделали вывод, что творческий подход к составлению рекламного сообщения играет гораздо большую роль, чем количество вложенных средств. Хорошее рекламное сообщение способно привлечь внимание целевой аудитории.

4. Определения типа носителя. При выборе средства рекламы, необходимо в первую очередь определить целевую аудиторию, степень охвата, выбор конкретных средств, выбор времени размещения.

5. Оценка.

Подведем итоги. Реклама гостиницы является неотъемлемым атрибутом гостиничного бизнеса. Тем не менее, необходимо уделять внимание не только внешнему, но и внутреннему маркетингу. О том, что гостям необходимо предоставлять качественный сервис, можно даже не говорить, но задумайтесь – готов ли Ваш персонал оказывать услуги на должном уровне? Определив пять целей – основную цель рекламной кампании, бюджет, решение относительного сообщения, тип носителя, оценку – Вы сможете подойти к решению вопросов комплексно. Именно это позволит продвинуть Ваш продукт на рынке, даже в условиях жесткой конкуренции.

Литература:

1. Грамотная реклама для гостиничного бизнеса / <http://prohotel.ru/news-170342/0/25.11.2011> (дата обращения 03.04.2014)

ИННОВАЦИОННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПРОДАЖ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

В статье рассматриваются направления развития инструментов стимулирования продаж в розничной торговле.

Ключевые слова: инновационные инструменты, стимулирование продаж, мерчандайзинг.

Наряду с традиционными ценовыми и неценовыми методами стимулирования конечных покупателей, в большинстве современных розничных торговых предприятиях с успехом используются инструменты такого относительно нового метода стимулирования продаж как мерчандайзинг. Мерчандайзинг относится к инновационным инструментам стимулирования продаж товаров в розничных торговых предприятиях, актуальность изучения и практического использования, которого обусловлена снижением экономической эффективности применения традиционных ценовых и неценовых методов стимулирования сбыта в современных условиях высоко конкурентного потребительского рынка [1].

Мерчандайзинг объединяет в себе методы, практику и операции, используемые в целях поощрения и поддержания определённых категорий коммерческой деятельности. В широком смысле, мерчандайзинг способствует реализации продукции в розничной сфере для потребителей. Другими словами можно сказать, что мерчандайзинг, с помощью создания в магазине определённой атмосферы, стимулирует интерес и привлекает клиентов, и представляет собой маркетинговую технологию, которая действует на уровне торговых розничных предприятий, конечной целью которой является увеличение и максимизация уровня объёма продаж покупателей.

Деятельность использования операций по мерчандайзингу обусловлена развитием и ростом внемагазинных форм торговли (on-line магазины). Эти инновации стимулируют предпринимателей в розничной торговле придумывать новые методы и приёмы по завоеванию и удержанию покупателей. Мерчандайзинг является решающим шансом в убеждении покупателя о покупке того или иного товара в торговом зале или последним аргументом, мотивирующим его на решение в пользу бренда. Примерно около 60-70% покупателей принимают решение о покупке непосредственно в магазине, поэтому правильное расположение товаров и методов мерчандайзинга может содействовать увеличению торгового оборота на 30% [1].

Как наука мерчандайзинг объединяет в себе знания по социологии, психологии, торговле и рекламе, логистики, а так же по принципам композиции и дизайну.

Использование принципов мерчандайзинга необходимо отмечать при:

1. Формировании дизайна магазина и микроклимата продаж;
2. Проектировании размера торговых площадей;
3. Размещении торговых отделов в зале магазина;
4. Создании витрин и экспозиций;
5. Оформлении рекламы магазина и размещении указателей.

Целями мерчандайзинга являются:

1. Создание индивидуального имиджа и конкурентного преимущества магазина и отдельных брендов;
2. Грамотная презентация товара на рынке;
3. Привлечение новых покупателей и формирование интереса к магазину;
4. Удержание внимания покупателя к товарам;
5. Повышение стимула принять решение о покупке непосредственно в торговом помещении;
6. Увеличение времени пребывания покупателя в магазине и рост числа покупок [2].

Новые маркетинговые технологии предоставляют значительные преимущества при их использовании в современной розничной торговле. Их специфика заключается в том, что они создают для потребителей большие возможности в выборе и приобретении товара, а для производителей – перспективы получения большей прибыли с меньшими затратами. Поэтому в условиях значительной динамики роста розничных продаж и высокой конкуренции актуальным является применение инновационных технологий мерчандайзинга в информационно-коммуникационном пространстве.

В настоящее время цифровая природа информации приводит к возможности её безграничного хранения и обработки, к неограниченным возможностям её применения и управления в необходимом направлении с помощью компьютерных средств информационных технологий [3]. Это способствовало тому, что информация стала играть ключевую роль в маркетинговом процессе, а практическое использование новых информационно-коммуникационных технологий в принятии маркетинговых решений является определяющим фактором успешной деятельности компании на рынке.

Так, в развитии коммуникационных средств мерчандайзинга сегодня можно выделить ряд инновационных инструментов, основанных на новых информационных технологиях: виртуальные промоутеры, голограммы и лазерные проекции, магазинные тележки с компьютерным дисплеем, витрины и экраны в формате 3D, виртуальные полки и интерактивные дисплеи, интерактивный пол, туманный экран, технологии сенсорного и аромамаркетинга, инновационные POS-материалы и многое другое. Поэтому в настоящее время мерчандайзинг обладает значительным арсеналом высокотехнологичных средств маркетинговых коммуникаций для компаний.

Компания «ADIDAS», активно используя в качестве новых POS-материалов интерактивные дисплеи и табло, в одной из точек продаж установила виртуальную стену обуви (от англ. Virtual Footwear Wall) с сенсорным управлением. На электронном прилавке покупатель выбирает

модель обуви, задаёт нужные цветовые и размерные параметры, управляет изображением и может детально рассмотреть её [4].

Инновационной разработкой в мерчандайзинге является виртуальный промоутер, представляющий видеомодель живого промоутера, изготовленную с использованием новых технологий. Виртуальный промоутер является проекционным видеозэкраном или голограммой, в точности повторяющей контуры живого человека. Виртуальный промоутер работает на протяжении дня в торговой точке, качественно доносит для посетителей промотекст и использует 3D-графику для более наглядной демонстрации особенностей продвигаемых продуктов. На российском рынке виртуальные промоутеры являются новинкой, однако многие известные компании уже применили технологии в практике («РЖД», «Сбербанк России», «Beam Electrolux», «Shell», «Трансаэро», «Шереметьево» и «Домодедово»).

Важным инновационным направлением в мерчандайзинге является сенсорный маркетинг, и главное его направление в настоящее время аромамаркетинг, основанный на целенаправленной ароматизации воздуха с использованием различных запахов и ароматов с целью сенсорного стимулирования продаж и продвижения товара путём благоприятного влияния на обонятельные рецепторы потребителя специальными технологиями. Сегодня уже появился ряд компаний, специализирующихся на новом коммуникационном средстве мерчандайзинга (компании «L'arom», «Aroma Business Technologies», «Aroma-room»), которые предоставляют 3 основных варианта прибора ароматизации: жидкостный, гелевый и аэрозольный.

Следует отметить, что мерчандайзинг некоторых отраслей имеет свои специфические особенности и особенно требует применения различных коммуникационных новшеств. Так, алкогольные компании, в силу законодательных запретов традиционной рекламы, активно используют инновационные технологии мерчандайзинга в продвижении алкогольной продукции [2]. Для компании Bacardi был разработан специальный стенд, реагирующий на изъятие бутылки. Стенд Bacardi, размещаемый в торговых точках, был оснащён сенсорной панелью, позволяющей покупателю получить дополнительную информацию о продукции и рецептах коктейлей, в основе которых используется ром. Полки стенда Bacardi также снабжали датчиками, реагирующими на изъятие бутылок, установленное программное обеспечение позволяло фиксировать детальные данные о покупке рома, а плазменная панель, расположенная на центральной части конструкции стенда, постоянно демонстрировала рекламные видеоролики Bacardi.

Таким образом, высокотехнологичные продукты мерчандайзинга, основным преимуществом которых является интерактивность, позволяют компаниям не только увеличивать интерес к своему продукту, но и расширяют целевую аудиторию, обеспечивая лояльность к продвигаемым брендам.

Литература:

1. Алексина С.Б. Проблемы и перспективы Применения инновационных методов стимулирования продаж в розничной торговле // Инновации в торговом менеджменте.

Интернет-конференция / <http://sdo.rea.ru/cde/conference/11/viewFiles.php> (дата обращения 19.04.2014)

2. Инновационные технологии в мерчандайзинге. [Электронный ресурс]: <http://www.merchandising.ru/> (дата обращения 19.04.2014)

3. Корокошко Ю. В. Новые технологии в маркетинге // Вопросы структуризации экономики : науч. журнал. – 2012. – № 2. – С. 143–146

4. Кисельникова А. С., Корокошко Ю. В. Инновации в развитии информационных технологий и коммуникаций мерчандайзинга // Социосфера / <http://sociosphere.com/publication/conference/2013> (дата обращения 17.04.2014)

Гленкова Е., Хорькова М., ст. гр. ЭК-112
Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г. Владимир

ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА И ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ РЕГИОНОВ ПРИВОЛЖСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

В данной статье были рассчитаны инновационный потенциал и инновационная активность Приволжского федерального округа по методике Алексеева С.Г., и проведен полный анализ исследуемых показателей.

Ключевые слова: инновационный потенциал, инновационная активность.

Необходимость перехода к инновационной экономике, о которой так много говорится сегодня в России, затрагивает самый высокий государственный уровень и широко обсуждается в регионах. Главная идея реализации региональной инновационной политики – создание условий для оптимизации вклада науки и техники в экономическое развитие за счет внедрения рыночных принципов в эту сферу и ее реформирование. Инновационная экономика требует от регионов особого внимания к поиску и использованию внутренних резервов развития на основе имеющегося в регионе научного и интеллектуального потенциала, совершенствования системы управления хозяйствующими субъектами, использования высоких технологий для выпуска конкурентоспособной продукции. Для оценки уровня инновационной деятельности регионов необходим такой комплексный показатель, как инновационный потенциал. Этот параметр может помочь в выборе стратегии инновационного развития соответствующего региона, а также в выработке взвешенных управленческих решений по ее реализации.

Инновационный потенциал представляет собой один из наиболее важных объектов социального развития. Его эффективная реализация в наши дни влияет на развитие различных сфер в экономике региона. Инновационный потенциал региона – это источники, возможности, средства создания условий для оптимизации вклада науки и техники в экономическое развитие за счет внедрения рыночных принципов в эту сферу и ее реформирование.

Инновационный потенциал региона – открытая система, которая участвует в различных режимах обмена с внешней средой. Именно поэтому

широкая информатизация экономического пространства, информационная открытость требуют совершенствования теоретических и методических основ управления инновационной деятельностью регионов и отдельных хозяйствующих субъектов.

В данной работе анализировались инновационный потенциал и инновационная активность регионов Приволжского федерального округа за 2006-2012 гг. с использованием методики оценки, предложенной С.Г. Алексеевым.

Приволжский федеральный округ сегодня - это четвертая часть всего промышленного производства России, здесь располагается третья часть всех национальных инновационно-активных предприятий, которые экспортируют 41% российских технологий. Регионы Приволжского федерального округа занимают лидирующие позиции в стране по количеству изобретений и высокотехнологичных разработок. Одной из фундаментальных основ развития экономики округа является его мощный минерально-сырьевой комплекс. Приволжский федеральный округ – старейший нефтегазодобывающий регион России, 10 регионов округа располагают запасами углеводородного сырья и на протяжении более 70 лет развивают нефтедобывающую и перерабатывающую промышленность.

Приволжский федеральный округ — один из ведущих в стране по уровню индустриального развития и один из основных аграрных регионов России, производящий около 27 % сельскохозяйственной продукции.

Анализ инновационного потенциала Приволжского федерального округа строился на основе пяти показателей:

- 1) научного потенциала;
- 2) кадрового;
- 3) технического;
- 4) финансово-экономического;
- 5) информационно-коммуникационного.

В результате исследования были получены следующие результаты: наибольшее значение показателя научного потенциала имеет Нижегородская область, далее идут Республика Татарстан и Самарская область. Наименьший уровень данного коэффициента принадлежит Республике Марий Эл. Такая ситуация сохраняется на протяжении всего исследуемого периода. Лидерство Нижегородской области в данном показателе обусловлено тем, что в Нижнем Новгороде работают 20 научно-исследовательских институтов и конструкторских бюро, а также 5 академических институтов, четыре из которых объединены в Нижегородский научный центр РАН. Крупнейшим из них является Институт прикладной физики РАН. Республика Марий Эл является регионом-аутсайдером по данному показателю по причине того, что на ее территории не функционируют научно-исследовательские институты и существует мало высших учебных заведений по сравнению с другими регионами Приволжского федерального округа.

Наибольший показатель кадрового потенциала имеет Республика Татарстан, наименьший - Республика Марий Эл. Причиной этого является то,

что в республике Татарстан функционирует большое количество разнопрофильных высших учебных заведений, которые выпускают высококвалифицированные кадры. Необходимо заметить, что значение показателя кадрового потенциала ежегодно равномерно увеличивается по всем регионам, лидерство республики Татарстан и отставание республики Марий Эл сохраняется на протяжении всего исследуемого периода.

Максимальное значение технического потенциала принадлежит Республике Татарстан, минимальное - Республике Марий Эл. Татарстан — одна из самых развитых республик в составе России. Республика занимает 2-е место в России по добыче нефти. Следует отметить, что химическая промышленность и нефтехимия также являются «опорой» экономики республики. Третьей основной составляющей промышленности республики является машиностроение, крупнейшим представителем которого служит Камский автомобильный завод (КамАЗ). Коэффициент технического потенциала с каждым годом снижается по всем регионам, кроме республики Татарстан. Наиболее заметное снижение происходит у Самарской области. На протяжении всего исследуемого периода безоговорочное лидерство принадлежит республике Татарстан, а в аутсайдерах по прежнему республика Марий Эл.

Явным лидером по финансово-экономическому потенциалу является Нижегородская область, а аутсайдером является Оренбургская область. Данная ситуация сохраняется на протяжении всего исследуемого периода. Нижегородская область является одним из крупнейших промышленных центров России, ведущая роль в котором принадлежит предприятиям машиностроения, металлообработки и информационных технологий. Также область обладает выгодным территориально-географическим положением, именно поэтому там представлены филиалы крупнейших зарубежных и российских компаний (таких как: Intel, SAP, Mail.ru, филиал ОАО РЖД, Газпром трансгаз Нижний Новгород), что оказывает положительное влияние на развитие финансово-экономического положения региона. Стоит отметить, что Оренбургская область является достаточно развитым регионом России, однако на ее территории уделяется мало внимания привлечению инвестиций и инновационному развитию различных отраслей экономики, именно поэтому показатель финансово-экономического потенциала является самым низким.

В основе инновационной экономики лежит информация (ее производство, обработка, распространение), а также информационно-коммуникационные системы, пространство и возможности Интернет в осуществлении бизнеса. В современных условиях информация рассматривается в качестве производственного фактора наряду с природными ресурсами, капиталом и трудом. Что касается информационно-коммуникационного показателя, то в данном случае все регионы Приволжского федерального округа имеют приблизительно равные значения. С каждым годом значение этого показателя увеличивается по всему округу, это обусловлено тем, что широкое распространение получают средства мобильной коммуникации, развиваются интернет технологии и их все чаще внедряют в производственный процесс.

Согласно методике С.Г. Алексеева интегральный показатель инновационного потенциала региона рассчитывается по формуле (таблица 1):

$$T_{инт} = \sqrt[5]{НП * КП * ТП * ФЭП * ИКС}$$

Значения интегральных показателей инновационного потенциала регионов ПФО представлены в табл. 1.

Таблица 1

Интегральные показатели инновационного потенциала

Приволжский федеральный округ	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Республика Башкортостан	0,4813	0,5196	0,5457	0,5312	0,4884	0,5056	0,5063
Республика Марий Эл	0,1922	0,2076	0,1805	0,1696	0,1529	0,1609	0,1506
Республика Мордовия	0,2627	0,2721	0,2956	0,2953	0,2584	0,2720	0,2623
Республика Татарстан	0,6147	0,6412	0,6514	0,6734	0,6382	0,6923	0,6948
Удмуртская Республика	0,2971	0,2985	0,2928	0,2893	0,2615	0,2813	0,2617
Чувашская Республика	0,2574	0,2654	0,2978	0,2975	0,2716	0,2915	0,3013
Пермский край	0,5091	0,5390	0,5458	0,5481	0,5084	0,4999	0,5041
Кировская область	0,3150	0,3293	0,3215	0,3165	0,2740	0,2780	0,2821
Нижегородская область	0,8600	0,8473	0,8565	0,8782	0,8004	0,8096	0,8297
Оренбургская область	0,2433	0,2654	0,2747	0,2786	0,2511	0,2564	0,2554
Пензенская область	0,4031	0,4368	0,4225	0,4312	0,4183	0,4031	0,3946
Самарская область	0,6930	0,6946	0,6781	0,6956	0,6524	0,6588	0,6535
Саратовская область	0,4595	0,4699	0,5046	0,4819	0,4400	0,4580	0,4551
Ульяновская область	0,3943	0,4226	0,4463	0,4694	0,4281	0,4258	0,4215

По данным таблицы 1 можно сделать вывод о том, что Нижегородская область, Самарская область и республика Татарстан обладают самым высоким показателем инновационного потенциала. Низким уровнем инновационного потенциала обладают республики Марий Эл, Мордовия, Удмуртская и Чувашская республики, а также Оренбургская область. К числу регионов с низким инновационным потенциалом с 2010 года также присоединилась Кировская область.

Такой показатель как инновационный потенциал тесно связан с инновационной активностью. Инновационная активность региона – способность региона к практическому применению и освоению инноваций, а также к внедрению их в производственный процесс. Чем выше значение показателя инновационной активности, тем проще региону создать благоприятные условия для ускорения перехода к конкурентоспособной инновационной экономике.

Для анализа инновационной активности регионов Приволжского федерального округа были использованы следующие показатели:

1) Доля инновационных товаров (работ, услуг) в общем объеме отгруженных товаров (ИТ). Лидерами по данному показателю являются республика Мордовия и Самарская область. Резкое снижение ИТ в республике Мордовия произошло в 2008, это может быть связано с кризисной ситуацией в стране. Ситуация в Самарской области также была нестабильна. Явными

аутсайдерами по данному показателю на протяжении всего исследуемого периода являются республика Марий Эл и Оренбургская область.

2) Отношение числа созданных передовых производственных технологий к численности занятых в экономике (СПТ). Явным лидером по данному показателю является Нижегородская область на протяжении всего исследуемого периода. Наименьшим значением СПТ обладают Кировская область и республика Марий Эл с 2008 года, причем значение показателя в данных регионах максимально приближено к нулевому значению.

3) Отношение числа использованных передовых производственных технологий к численности занятых в экономике (ИПТ). Максимальное значение данного показателя имеет Нижегородская область, но необходимо заметить, что в 2012 году произошло небольшое снижение показателя у данной области при одновременном росте показателя у республики Мордовия, что позволило ей занять лидирующую позицию в 2012 году. Самым низким значением ИПТ обладает Оренбургская область на протяжении всего исследуемого периода. Стоит отметить, что с каждым годом у всех регионов Приволжского федерального округа наблюдается устойчивый рост данного показателя.

4) Отношение количества выданных патентов к численности занятых в экономике (П). Лидерские позиции по данному показателю принадлежат Ульяновской области на протяжении всего исследуемого периода кроме 2009 и 2010 годов. В этот период максимальное значение П имела Самарская область. Регион-аутсайдер по данному показателю Оренбургская область.

5) Доля организаций, осуществляющих технологические инновации в общем числе организаций (ИО). Единичное значение данного коэффициента до 2010 года имел Пермский край, в 2011 году лидерство захватила республика Татарстан, а в 2012 году Чувашская республика. Что касается аутсайдеров по данному показателю, то с 2006 по 2009 таковой являлась республика Марий Эл, в 2010 и в 2011 году – Саратовская область, а в 2012 году – Самарская и Ульяновская область.

Проанализировав показатели регионов, был рассчитан уровень инновационной активности каждого из них по следующей формуле:

$$ИА = \sqrt[5]{ИТ * СПТ * ИПТ * П * ИО}.$$

Показатели инновационной активности регионов ПФО представлены в таблице 2.

Таблица 2

Интегральные показатели инновационной активности

Приволжский федеральный округ	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Республика Башкортостан	0,14870	0,16764	0,26470	0,30403	0,31749	0,37792	0,32570
Республика Марий Эл	0,14649	0,18239	0,02653	0,03428	0,04142	0,04537	0,03090
Республика Мордовия	0,36612	0,43117	0,32274	0,46169	0,67848	0,71319	0,55677
Республика Татарстан	0,23340	0,26581	0,31899	0,41950	0,55278	0,57615	0,69347
Удмуртская Республика	0,18966	0,17911	0,19886	0,27892	0,37137	0,39737	0,47666
Чувашская Республика	0,02502	0,29775	0,36094	0,42901	0,56646	0,45156	0,57830
Пермский край	0,45772	0,38559	0,45398	0,44317	0,63051	0,54691	0,46372
Кировская область	0,11703	0,02417	0,21957	0,03002	0,03897	0,04181	0,03535
Нижегородская область	0,56968	0,45365	0,53243	0,67368	0,75161	0,83319	0,71994
Оренбургская область	0,08076	0,10109	0,15688	0,10775	0,20246	0,09398	0,12549
Пензенская область	0,21858	0,23626	0,27054	0,29109	0,32114	0,34226	0,48988

Самарская область	0,52362	0,51162	0,52134	0,55360	0,62767	0,68711	0,53804
Саратовская область	0,24858	0,27363	0,31586	0,36568	0,46187	0,33997	0,36230
Ульяновская область	0,36397	0,34995	0,28593	0,34247	0,49221	0,67576	0,53651

Крайне низкий уровень инновационной активности наблюдается в республике Марий Эл (с 2008 по 2012 год) и в Кировской области (2007 год, а также с 2009 по 2012 год). Республика Марий Эл имеет неблагоприятное транспортно-географическое положение и слабо развитую инфраструктуру. Именно поэтому Марий Эл имеет крайне низкий уровень инновационной активности. Что касается Кировской области, на ее территории небольшое количество предприятий внедряют в производственный процесс инновации.

Самым высоким уровнем инновационной активности обладает Нижегородская область (с 2009 по 2012 год), также лидирующие позиции по данному показателю занимают республика Мордовия и Самарская область (2010 и 2011 года) и республика Татарстан (в 2012 году).

Самым высоким соотношением инновационного потенциала и инновационной активности обладает Нижегородская область (ИА=0,72 и ИП=0,83) и республика Татарстан (ИА=0,69 и ИП=0,69). А самым низким значением – республика Марий Эл (ИА=0,03 и ИП=0,15) и Кировская область (ИА=0,04 и ИП=0,28).

Рассчитав среднегодовой темп роста инновационного потенциала и инновационной активности, явно прослеживается тот факт, что максимальным значением обладает Чувашская республика. Это обусловлено тем, что в Чувашии принята государственная программа "Экономическое развитие и инновационная экономика на 2012-2020 годы". В частности, в 2010 году 85% организаций использовали передовые производственные технологии. Среди используемых технологий было 14 изобретений против 7 в 2009 году (в 2008 году - 5 изобретений).

Таким образом, Приволжский федеральный округ занимает одну из лидирующих позиций в развитии инновационной деятельности в России. В округе сосредоточены треть инновационно-активных предприятий, около половины объема российского экспорта технологий, это обусловлено тем, что в округе достаточно высок уровень развития транспортной инфраструктуры.

В настоящее время в Ассоциацию инновационных регионов России входит четырнадцать регионов – участников (в том числе 6 регионов Приволжского федерального округа): республика Башкортостан, республика Мордовия, республика Татарстан, Пермский край, Самарская область, Ульяновская область.

Развитие инновационной деятельности является фундаментальным обеспечением достижения высоких показателей социального и экономического развития. Инновационная деятельность представляет собой один из наиболее важных аспектов функционирования любого региона. Необходимо учитывать, что величина инновационного потенциала является параметром, позволяющим региону оценить возможности его инновационной деятельности и определить стратегию инновационного развития.

ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ И ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО ПОЛОЖЕНИЯ РЫНКА СЫРОВ РФ

В работе охарактеризовано текущее положение рынка сыров РФ. Приведены варианты выхода из существующей ситуации, путем импортозамещения в данной товарной группе.

Ключевые слова: импортозамещение, рост конкурентоспособности российских производителей, продовольственное эмбарго.

Рынок сыров в России характеризуется устойчивыми темпами роста и является одним из самых перспективных и привлекательных на продовольственной площадке страны. Ежегодный рост показателей этого сегмента составляет порядка 10 –20%, как в ценовом, так и в количественном выражении. Следует отметить, что уровень потребления сыров средней и высокой ценовых категорий можно рассматривать как индикатор изменений в экономике, то есть чем состоятельнее становятся россияне, тем более они склонны относить сыр к категории продукта повседневного спроса. Сыр это пищевой молочный продукт, который в России не является основным или самостоятельным блюдом, а причисляется к холодным закускам, компонентам бутерброда. Интересным фактом является и то, что сыр не входит в состав практически ни одного блюда. Возможно, именно поэтому в нашей стране потребление данного продукта значительно ниже, чем в европейских странах.

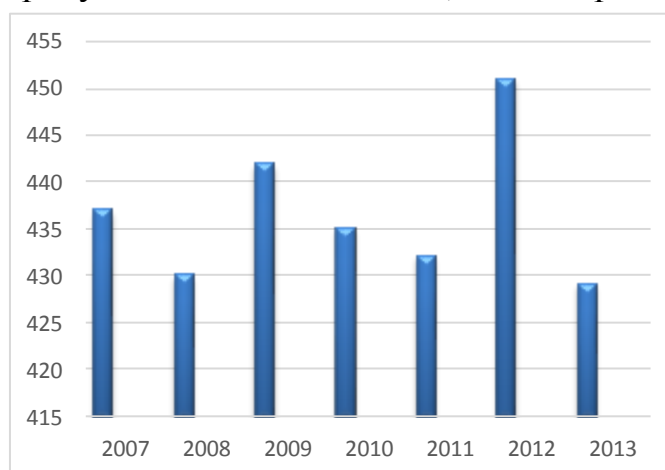


Рис.1. Динамика производства сыров в 2007-2013 гг., тыс. т.

Вместе с растущим рынком растет и собственное производство сыра. Так, в 2012 году оно показало увеличение, по итогам года составив около 4,3%. В современных торговых предприятиях представлен богатый выбор сыров, так как сыр – это уникальный продукт, ассортимент выпускаемых сыров разнообразен и насчитывает порядка 100 разновидностей. В каждой стране существуют свои традиции сыроварения. Для того чтобы ассортимент был

разнообразен и широк, торговые предприятия России осуществляют закупку импортных сортов сыра.

По данным Федеральной Таможенной службы, характеризующей стоимостные и натуральные объемы экспорта-импорта продукции, в том числе по странам-контрагентам, в 2013 году доля импортных молокопродуктов в структуре общих продаж достигала 25%, до 50% импорта приходится на сыры. Из этого следует, что почти половину от всего объема потребляемой россиянами сырной продукции составляют сыры иностранного производства, поставляемые более чем из 30 государств (Франция, Нидерланды, Италия, Испания, Греция, Норвегия, Финляндия, Литва, Польша и другие, а также страны СНГ) (рис 2).

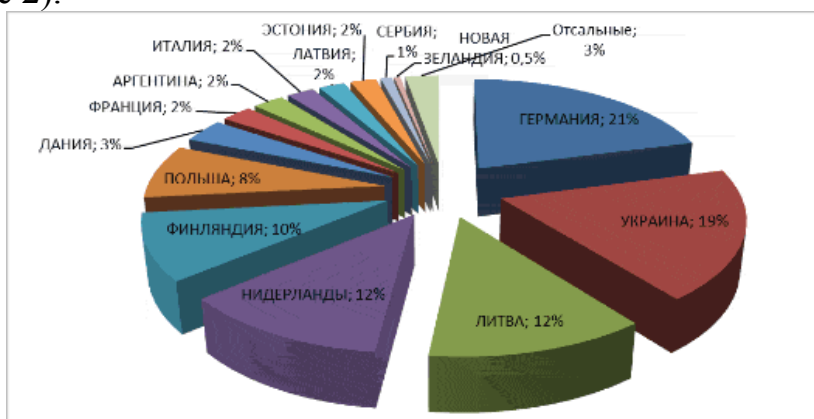


Рис.2 Крупнейшие страны-экспортеры сыра в РФ в 2012 г. (доля, %)

Динамика объемов импорта сыра как готового продукта и сырьевой продукции представлена на (рис.3)

Современное состояние рыночной конъюнктуры в значительной мере определяется сложившейся геополитической ситуацией, внешнеэкономическим давлением стран Евросоюза, Австралии, Канады, Норвегии и США и ответными мерами России. Российские производители выпускают на рынок до 350 тыс. тонн сыров в год (по результатам 2013 года), в то время как потребление составляет около 630 тыс. тонн в год, из которых около 280 тыс. тонн – импорт.

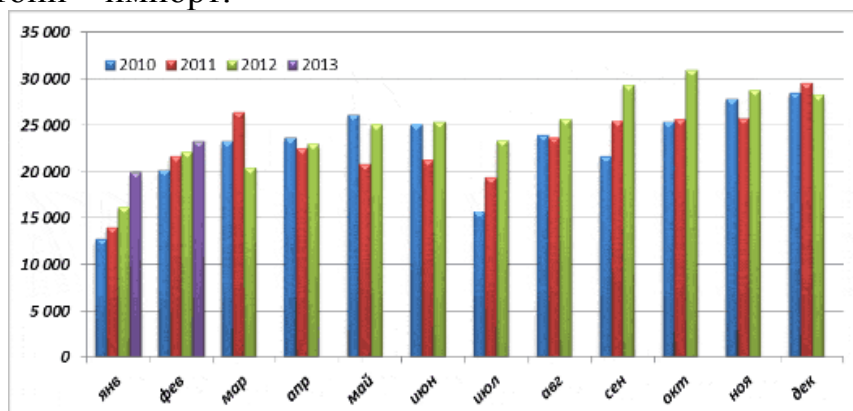


Рис.3 Динамика импортных поставок сыра в РФ в 2010-2013 гг (т)

Соответственно, доля в 190-200 тыс. тонн сыров в год (или 15,8-16,6 тыс. тонн в месяц) должна покрываться увеличенной поставкой из Белоруссии или иных стран, либо же увеличением собственного производства, т.е. актуальными становятся вопросы импортозамещения.

Импортозамещение это стратегия, направленная на защиту российского производителя, путем замещения импортируемых товаров товарами, произведенными на территории РФ. Результатом импортозамещения должен стать рост конкурентоспособности российских производителей, расширение производимого ими ассортимента продукции, стимулирование модернизации производства и др.

В ситуации с такой группой товаров, как сыры, решением может стать сотрудничество со странами импортерами, не попавшими под продовольственное эмбарго (например, Белоруссия, Китай, Южная Америка, Индия и др.). Однако в ассортименте поставляемых из этих государств сыров нет благородных пород «голубых сыров», свежих и пастообразных позиций, кроме того, производство сыров развито на достаточном уровне только в Белоруссии и странах Южной Америки, а этого не достаточно для замещения той доли импорта, от которой отказались российские потребители.

На текущий момент времени, уровень технического оснащения, механизации и автоматизации труда, обработки сырья в российской сыродельной отрасли значительно уступает европейским аналогам. Значительно отстают отечественные производители и в качестве упаковки, ассортименте продукции, технологии производства. Однако в сложившейся рыночной ситуации, ориентируясь на программы Правительства РФ по импортозамещению российские производители имеют все возможности для наращивания объемов производства и реализации при снижении уровня конкуренции и повышенной, пусть и вынужденной лояльности потребителя.

Литература:

1. Тимофеева В.А. Товароведение продовольственных товаров: Учебник для ВУЗов Издание 7-е доп. и перераб. – Ростов н/Д.: Феникс, 2007. – 288с.
2. ГОСТ Р 52686-2006 - Сыры. Общие технические условия
3. Электронный ресурс www.ikar.ru
4. Электронный ресурс www.znaytovar.ru
5. Электронный ресурс www.gks.ru

Ефимова С.А., доц. каф. Социологии, к.и.н.
Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ФОРМИРОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ БАКАЛАВРОВ ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАПРАВЛЕНИЙ ПОСРЕДСТВОМ КУРСА «ПОЛИТОЛОГИЯ»

В статье рассмотрена роль курса «Политология» в формировании профессиональных компетенций бакалавров экономических направлений.

Ключевые слова: компетентностный подход, политический анализ, ситуационный анализ.

Современный рынок труда - это рынок с жесткой конкуренцией. И тем не менее найти на нем высококвалифицированного специалиста - сложная задача для работодателя. Проблема повышения качества образования актуальна не только для России, но и для всего мирового сообщества. На ее решение на территории стран ЕС ориентирована Болонская декларация 1999 г., направленная на:

- построение европейской зоны высшего образования как ключевого направления развития мобильности граждан с возможностью трудоустройства;
- формирование и укрепление интеллектуального, культурного, социального и научно-технического потенциала Европы;
- повышение престижности в мире европейской высшей школы;
- обеспечение конкурентоспособности европейских вузов с другими системами образования в борьбе за студентов, деньги, влияние;
- достижение большей совместимости и сравнимости национальных систем высшего образования; повышение качества образования;
- повышение центральной роли университетов в развитии европейских культурных ценностей, в которой университеты рассматриваются как носители европейского сознания.

В рамках развертывания Болонского процесса в РФ был начат процесс замены традиционной (знаниевой) системы отечественного образования, ориентированной на фундаментальность и практическую направленность, на узкопрофессиональную подготовку конкурентоспособных специалистов в рамках пока двухуровневой системы бакалавриат – магистратура. Путем применения компетентностного подхода, что должно сформировать специалиста, умеющего самостоятельно добывать знания, обладающего творческим и критическим мышлением, владеющего инновационными технологиями, способного самостоятельно принимать организационно-управленческие решения, являющегося личностью со сформированной активной гражданской позицией.

Формирование базовых профессиональных компетенций у студентов экономических направлений посредством курса «Политология» базируется на общепризнанной в Западной Европе практике необходимости проведения ситуационного анализа перед принятием организационно-управленческих решений.

В последнее десятилетие наличие в штате западноевропейской компании политического аналитика, такая же норма, как наличие в российской компании бухгалтера. Справедливости ради отметим, что крупные российские бизнес-структуры в последние годы тоже включили в штатные расписания политических аналитиков. Они обеспечивают принятие управленческих решений в социально-экономической сфере. В условиях глобализации мировой экономики это позволяет правильно выявлять перспективные направления деятельности, анализировать динамику развития мировой экономики в целом, отдельных отраслей в частном, определять место конкретной бизнес-структуры, избегать неоправданных издержек и т.д. Например, если бы финские компании летом 2014 г. анализировали политическую ситуацию, то

они предпочли бы задержать запуск рубежного производственного цикла и выплатить незначительную неустойку, нежели понести колоссальные убытки и создать прецедент «путинских сыра, масла, лосося».

Экономика и политика подобны двум сторонам одной монеты. Они системно взаимосвязаны и взаимообусловлены. Успешность обучения студента практическому применению хотя бы эмпирического политического анализа должна базироваться на междисциплинарном стыке политологии, макроэкономики, региональной экономики, стратегического менеджмента, финансового права, а также социального прогнозирования и проектирования для студентов направления «Государственное и муниципальное управление».

Владение базовым уровнем знания по теории политики и государства позволяет с легкостью просчитывать движение финансовых потоков, зарубежных инвестиций, прогнозировать уровень инфляции, курс доллара, определять свободные ниши на рынках товаров и услуг, точки экономического роста и т. д. Однако, это возможно лишь при отходе от узкой специализации каждой конкретной науки, так как решение комплексных проблем требует интегрированного междисциплинарного знания. В этом наша страна отстала от США и стран Западной Европы минимум на полвека. Преодолеть это, как не парадоксально, призван узконаправленный компетентностный подход, позволяющий научить применять студента базовые знания конкретных наук к его непосредственной профессиональной сфере деятельности.

Исаева Н.В., доц.каф. БИиЭ, к.э.н.

Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г. Владимир

Козлов М.В., магистрат НОУ ВПО «СФГА» филиал в г. Владимире

ОСОБЕННОСТИ ЭКСПЕРТИЗЫ ФИНАНСОВО- ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

В статье рассматривается особенность экспертизы финансово-экономических решений. Определены правовые нормы, обуславливающие производство финансово-экономической экспертизы.

Ключевые слова: экспертиза, финансово-экономические решения, бухгалтерская отчетность

Значение какой-либо деятельности определяется ее участием в важнейших сферах общественной жизни, объемом такого участия и влиянием на ход общественных отношений, а также функциями, выполняемыми данной деятельностью и ее востребованностью.

Экспертиза, как вид деятельности, представляет собой процесс применения специальных знаний в науке, технике, искусстве, ремесле и т.д., для экспертного исследования и дачи заключения по определенным вопросам.

Для решения задач и, соответственно, достижения цели будут использованы общенаучные методы исследования, такие, как наблюдение, анализ, синтез, дедукция, индукция, аналогия, абстрагирование, описание, сравнение. При этом экономические знания не являются исключением в составе данных специальных знаний, а на современном этапе социально-экономического развития Российской Федерации приобретают особую актуальность.

Экспертиза - это перспективный и динамично развивающийся вид деятельности, имеющий неопределимое значение для всех видов судопроизводства и производств по преступлениям и правонарушениям, осуществляемый различными государственными и негосударственными учреждениями, подразделениями и лицами для общественных и личных целей.

Нормы, касающиеся экспертной деятельности, на современном этапе и при современном состоянии нормативно-правового регулирования общественных отношений, содержатся практически во всех отраслях права, что, несомненно, подтверждает потребность в развитии и активном использовании научных и практических Достижений современных умов, научных работников и экспертов различных специальностей. Кроме того, приложение содержит формы основных процессуальных и непроцессуальных документов, участвующих в документообороте, который возникает на всех стадиях экспертной деятельности и является ее неотъемлемой частью.

Финансово-экономическая экспертиза представляет собой самостоятельный класс экспертных исследований. Необходимость в её производстве часто возникает при расследовании и судебном разбирательстве дел, связанных с преступлениями в сфере экономической деятельности, а также по гражданским и арбитражным делам, когда для правильного разрешения тех или иных вопросов требуется применение специальных познаний.

Финансово-экономическая экспертиза относится к группе экономических экспертиз. Она предназначена для анализа финансовой деятельности организаций и предприятий, определения состояния, в котором находится их финансовая сфера, выявления соответствия финансовых отношений организации требованиям специальных законодательных актов. Кроме того, финансово-экономическая экспертиза также рассматривает финансовые взаимоотношения предприятия с государственным бюджетом, выполнения обязательств, включенных в подписанные договоры, контролирует операции с ценными бумагами, распределение прибылей, выплату дивидендов и так далее.

Объектом финансово-экономической экспертизы, прежде всего, является документация организации (предприятия), которая содержит сведения о ее финансовой (кредитной) деятельности, то есть документы, иллюстрирующие направления движения финансов, финансовые источники, область затрат и результаты финансовой активности. К таким документам относятся:

Договоры, заключаемые организациями и предприятиями, а также приложения к ним.

Бухгалтерская накопительная документация – ведомости, мемориальные ордера, журналы-ордера, книга регистрации хозяйственных операций, прочие

ведомости, собственно баланс организации и все приложения к таковому, в том числе отчет, содержащий данные о финансовых результатах деятельности организации и их последующем использовании.

Особенность отбора материалов, представляемых для проведения финансово-экономической экспертизы, заключается в том, что они должны содержать наиболее полные данные, комплексным и всесторонним образом характеризующие балансовые взаимосвязи движения средств по счетам. В случае, если в наличии не имеется журналов-ордеров или главной книги, для проведения исследования могут быть представлены данные, полученные из надлежащим образом подобранных и обработанных первичных бухгалтерских документов. Например, все имеющиеся платежные поручения группируются в хронологическом порядке, затем к ним прикладываются товарно-транспортные накладные, счета-фактуры и прочие документы, необходимые для отслеживания движения денежных потоков. Банковские выписки должны находиться в строгом соответствии с регистрами учета и балансовыми данными банка.

Финансово-экономическая экспертиза в процессе анализа бухгалтерских счетов может выявить факты фальсификации первичных бухгалтерских документов. Однако для получения подобной информации необходимо получить наиболее полный комплект документов, отражающий все финансовые связи исследуемого предприятия. Анализ финансовых результатов хозяйственной деятельности субъекта, подвергаемого экспертизе, рассматривает не процедуру формирования документации, а ее непосредственную финансовую сущность, которая оценивается с точки зрения категорий прибыли, рентабельности, себестоимости, структуры показателей и выявляемых в ней противоречий.

Специалисты, осуществляющие финансово-экономическую экспертизу, в ходе своей деятельности решают целый спектр диагностических задач, к которым относится:

Исследование состояния финансовой сферы организации (предприятия).
Определение платежеспособности данного юридического лица.

Установление экономической обоснованности финансовых данных организации и соответствия их реальному положению вещей. Выявление фактов искажения информации о доходах и затратах предприятия.

Анализ движения денежных потоков предприятия (организации) с целью выявления отклонений, оказывающих влияние на балансовую прибыль и показателей, с нею связанных.

Выявление уровня обеспечения организации оборотными средствами, определение причин формирования кредиторской или дебиторской задолженности.

Установление отклонений соответствия между истинной себестоимостью производимых товаров (услуг) и изменением назначаемых на них цен. Выявление фактов искажения информации при формировании отчетов о прибыли предприятия (организации).

Выявление негативных отклонений при использовании и распределении прибыли, вызвавших необоснованное увеличение объема денежных средств, отведенных под распоряжение предприятием (организацией).

Исследование финансовых обстоятельств, в которых производилось снижение закупочных цен, повышение отгрузочных цен, а также наблюдались факты превышения верхнего показателя уровня рентабельности или получения организацией-монополистом сверхприбылей.

Исследование расчетных операций по образованию денежных фондов и распределению доходов предприятия (организации). Выявление фактов негативных отклонений (переплат или недоплат) по отдельным направлениям расходов или доходным статьям.

Правовые нормы, обуславливающие производство финансово-экономической экспертизы:

Финансовая деятельность организации или предприятия, действующего на территории Российской Федерации, в обязательном порядке подчиняется положениям Налогового кодекса Российской Федерации, предусматривающего ответственность за сокрытие или занижение объема прибыли, внесенное в отчетную документацию предприятия.

Финансовая деятельность банков и кредитных организаций подчиняется Федеральному закону № 17-ФЗ в редакции от 3 февраля 1996 года, регламентирующему банковскую деятельность на территории Российской Федерации.

Литература:

1. Бернштейн Л.А. Анализ финансовой отчетности: теория, практика и интерпретация: Пер. с англ. И.И. Елесева – М.: Финансы и статистика, 2013
2. Брейли Р., Майерс С. Принципы корпоративных финансов/ Пер. с англ. Н. Барышниковой. – М.: Олимп-Бизнес, 2012
3. В.А. Быков, С.М. Бычкова, М.Л. Пятов, М.В. Семенова, Я.В. Соколов. Бухгалтерский учет для руководителя. Издание второе, переработанное и дополненное. – М.: ПБОЮЛ Гриженко Е.М., 2011
4. Дамодаран А. Инвестиционная оценка. Инструменты и техники любых активов./ Пер. с англ. – М.: Альпина, 2013
5. Друри К. Управленческий и производственный учет. Вводный курс: учеб. для студентов вузов. – М.: ЮНИТА-ДАНА, 2012.
6. Хиггинс Р. С. Финансовый анализ: инструменты для принятия бизнес-решений. – М.: Вильямс, 2013.

Исаева Н.В., доц.каф. БИиЭ, к.э.н.

Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г. Владимир

Соболева Е.Б., магистрат НОУ ВПО «СФГА» филиал в г. Владимире

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ И МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В УЧРЕЖДЕНИЯХ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ

В данной статье рассматриваются особенности управления и мотивации персонала в учреждениях социальной защиты, предлагается внедрение эффективной системы мотивации.

Ключевые слова: персонал, управление, мотивация

Предприятие – это не только техническая, организационная, информационная система, в которой действует человек, как ее важнейший элемент. Личностный потенциал человека, его деловые качества служат источниками и исходными принципами развития организации. Особенно важным это представляется для специалистов социальной сферы, так как они призваны создать такую общественную среду, в которой бы люди, попавшие в сложные жизненные ситуации, чувствовали себя защищенными [1].

В любом учреждении социальной защиты, независимо от его специализации, «главными действующим лицом» является персонал, т.е. работники, выполняющие определенные трудовые функции (обязанности). Менеджмент призван за счет выполнения управленческих функций - целеполагания, планирования, организации, координации, стимулирования и контроля - обеспечить превращение целей учреждения и его подразделений в конкретные результаты.

Анализ отечественной практики управления персоналом в учреждениях социальной защиты показал некоторые особенности в этом направлении.

Первая особенность заключается в том, что персонал учреждения специализируется на предоставлении определенного набора услуг.

Вторая особенность – в учреждениях социальной защиты большую часть персонала составляют женщины, включая первых лиц (директоров) и руководителей подразделений (по данным Росстата за 2009г. 79,9% женщин заняты в предоставлении социальных услуг и соответственно 20,1% мужчин).

Третья особенность заключается в том, что работники учреждений социальной защиты в профессиональной деятельности имеют практику с так называемой «черной информацией», исходящей от проблем их клиентов. В связи с этим в управлении персоналом существует «фасилити-функция», т.е. предоставление защитных услуг своим работникам, например, создание комнаты психологической разгрузки, или проведение тренингов, обучающих методам самозащиты и самопомощи.

Четвертая особенность – труд в учреждениях социальной защиты имел и имеет низкую материальную цену, т.е. оплату. В случае, если руководитель равнодушен к тому, какими стимулами располагают его подчиненные – такое отношение для них (женщин) будет являться одним из неформальных стимулов к работе [1].

В настоящее время отечественными специалистами созданы специальные методики и методы измерения индивидуальной, групповой (но подразделениям) и коллективной мотивации. Их использование позволяет на практике реализовывать одно из важнейших правил эффективности - если мы умеем измерять внутригрупповые процессы, то мы сможем ими эффективно управлять.

Существующий механизм материального стимулирования требует коренного улучшения. В первую очередь необходимо упорядочить перечень стимулирующих доплат и надбавок, уменьшить их перечень, оставив те из них,

которые непосредственно влияют на безопасность и качество перевозочной и ремонтной деятельности предприятий. Исключение составят доплаты и надбавки, установленные федеральным законодательством.

Факторы, по которым оцениваются заслуги работника, могут быть производственными (уровень выполнения норм, интенсивность работы, освоение новых техники и технологий, качество выполненных работ и т. п.) и личностными (инициативность, трудовая и творческая активность, умение работать в коллективе и т. п.) [3].

Требования, на которые следует ориентироваться при создании системы стимулирования:

- объективность: размер вознаграждения работника должен определяться на основе объективной оценки результатов его труда;
- предсказуемость: работник должен знать, какое вознаграждение он получит в зависимости от результатов своего труда;
- адекватность: вознаграждение должно быть адекватно трудовому вкладу каждого работника в результат деятельности всего коллектива, его опыту и уровню квалификации;
- своевременность: вознаграждение должно следовать за достижением результата как можно быстрее, если не в форме прямого вознаграждения, то хотя бы в виде учета для последующего вознаграждения;
- значимость: вознаграждение должно быть для сотрудника значимым;
- справедливость: правила определения вознаграждения должны быть понятны каждому сотруднику организации и справедливы, в том числе с его точки зрения.

Несоблюдение этих требований приводит к нестабильности в коллективе и оказывает сильный демотивирующий эффект. Работу по целенаправленному управлению мотивацией персонала следует начинать с определения того, что не устраивает в мотивации персонал. Здесь можно использовать два подхода.

1. Анкетный опрос персонала с целью выявления причин снижения удовлетворенности персонала своей работой.
2. Экспертный опрос с целью выявления важнейших демотиваторов - факторов в наибольшей степени снижающих готовность работников к работе с высокой самоотдачей в интересах компании.

Для разработки и внедрения эффективной системы мотивации, нужно реализовать три этапа: провести диагностику мотивационной среды компании, разработать сегментированную систему мотивации, в которой комплексно применять материальные и моральные средства мотивации, регулярно проводить мониторинг и коррекцию мотивационной системы [4].

Первый этап: диагностика системы стимулирующих условий. На этом этапе реализовать следующие мероприятия:

- разработать методы объективного и однозначного измерения результатов работы сотрудников;
- сделать доступной для сотрудников официальную информацию о желаемом результате (как нужно работать и какие результаты иметь);
- проводить оценку степени достижения желаемых результатов;

-обеспечить наличие общих для всех условий мотивации: обоснованную систему оценки, четкие критерии измерения результатов, простоту и понятность средств оценки результатов.

- обеспечить связь результата и вознаграждения всех работников соответственно результатам их работы, делая упор на качество, стимулирование способных и талантливых работников.

Второй этап разработки системы мотивации - это этап построения сегментированной мотивирующей системы и учет психологических особенностей работников. На втором этапе необходимо провести именно анкетирование работников с целью выделения определенных групп и разработки сегментированной системы мотивации.

Литература:

1. Герчиков, В.И. Мотивация и стимулирование труда в современных условиях / В.И. Герчиков // ЭКО. –2012. -№6. - С.103-112.

2. Герасимов, Б.Н. Менеджмент персонала./ Б.Н.Герасимов, В.Г.Чумак, Н.Г.Яковлева. -Ростов н/Д: Феникс, 2013. - 448с.

3. Голодец, О. Социальный отчет – важный инструмент укрепления репутации компании, ее позиционирования в глобальном деловом пространстве./ О. Голодец. //Человек и труд.-2013.-№6.- С.11-14.

4. Гордиенко, Ю.Ф. Управление персоналом./ Ю.Ф. Гордиенко Ростов н/Д: Феникс, 2011. - 352с.

Каменская М.С., маг.гр.УПм-113

Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ПУТИ УВЕЛИЧЕНИЯ НАЛОГООБЛАГАЕМОЙ БАЗЫ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ

Реформирование местного самоуправления вкупе с проводимой реформой бюджетного процесса в стране предопределяют высокую актуальность проблем создания прочной финансовой базы муниципалитетов, основу которой составляют местные бюджеты.

В первую очередь проблемы эти связаны с увеличением доходной части местных бюджетов преимущественно за счет налогов как необходимого условия сбалансированности бюджетов и реализации принципа самостоятельности местной бюджетной системы.

Есть в современной России такие налоги, которые физическим лицам платить не жалко, по причине незначительности сумм. Это налог на имущество и земельный налог. Изменить ситуацию государство планирует уже давно. Два имущественных налога планируется объединить, повысив при этом налоговую нагрузку на население и юридических лиц.

О необходимости введения в России единого налога на недвижимость правительство заявляло еще в 2000 году. В настоящее время налог на имущество граждан и организаций рассчитывается от среднегодовой стоимости

имущества по оценке бюро технической инвентаризации, которая существенно ниже рыночной. Налог на землю рассчитывается от кадастровой стоимости участков. Чиновники отмечали, что переход к новому налогу позволит значительно упростить систему налогообложения. Однако его введение неоднократно откладывалось из-за отсутствия единого кадастра недвижимости и методики ее массовой оценки.

На сегодняшний день Российским налоговым законодательством предусмотрено три имущественных налога. Первый – налог на имущество организаций (гл. 30 НК РФ). Плательщиками налога являются организации, имеющие на балансе движимое и недвижимое имущество, учитываемое в составе основных средств. В качестве налоговой базы выступает среднегодовая стоимость основных средств, учитываемых по остаточной стоимости. Ставки устанавливаются законами субъектов РФ, но не могут превышать максимальной ставки в 2,2%, установленной НК РФ. Получателями налога являются региональные бюджеты.

Второй действующий сегодня налог, базой для начисления которого является имущество налогоплательщика, – земельный (гл. 31 НК РФ). Его платят организации и физические лица, владельцы земельных участков. Налоговая база равна кадастровой стоимости участков, определяемой в соответствии с Земельным кодексом РФ. Ставки налога устанавливаются нормативными правовыми актами представительных органов муниципальных образований. Налог уплачивается по ставкам не выше 0,3% в отношении сельскохозяйственных земель, земель, занятых жилыми строениями, а также дачных участков. В отношении остальных земельных участков налоговая ставка не может превышать 1,5%. Налог пополняет бюджет на местном уровне.

Третий – налог на имущество физических лиц. Он установлен ст. 15 НК РФ и Законом РФ от 09.12.1991 № 2003-1 «О налогах на имущество физических лиц». Физическое лицо, имеющее в собственности жилой дом, квартиру, комнату, дачу, гараж или иное строение, помещение и сооружение, является плательщиком налога. Базой является инвентаризационная стоимость объектов. Ставки дифференцированы и устанавливаются в зависимости от суммарной инвентаризационной стоимости и типа использования объекта налогообложения. Максимальная ставка – 2%. Поступления от уплаты налога пополняют местную казну.

Идея заменить все имущественные налоги одним, заодно изменив порядок расчета и ставки для увеличения налоговой нагрузки и пополнения бюджета, витает в умах законотворцев с 2004 года. Именно тогда в Думу был внесен законопроект ФЗ № 51763-4 «О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации и некоторые другие законодательные акты Российской Федерации», призванный узаконить изменения. Обсуждение законопроекта зашло в тупик, поскольку эта инициатива разбилась о множество проблем, которые требовали немедленного решения.

Раньше имущественные налоги не были бюджетобразующими, потому что база для исчисления имела или кадастровую или инвентаризационную оценку, в десятки раз отличную от оценки рыночной.

Разветвленная система бюджетного регулирования, организуемая государством, не в полной мере обеспечивает сбалансированность местных бюджетов. Реализация же их собственных прав и обязанностей в данном вопросе непосредственно связана с возможностями наращивания собственного налогового потенциала, что и должна учитывать бюджетно-налоговая политика государства.

Муниципальные власти заинтересованы в росте налоговых поступлений в местные бюджеты за счет расширения и увеличения налогооблагаемой базы, увеличения числа лиц, занятых предпринимательской деятельностью, роста дохода граждан, проживающих на той или иной территории.

Возможность повышения доходов местных бюджетов за счет налога на имущество физических лиц в значительной степени может быть реализована при условии наиболее полного учета в целях налогообложения рыночной стоимости этого имущества. По оценкам налоговых органов, поступления отданного вида налога при выполнении указанного условия должны в среднем увеличиться в 10 раз, а если при этом и ставка налога будет установлена в размере одного процента от рыночной стоимости строений, принадлежащих физическим лицам, то доля поступлений в доход местных бюджетов от рассматриваемого налога должна возрасти до 32% общего объема их доходов.

Вместе с тем требуют существенной проработки вопросы о социальных последствиях увеличения данного налога, системе льгот и скидок по нему. Сохранение за налогом на имущество физических лиц статуса местного налога заинтересовывает муниципалитеты оперативно учитывать особенности состояния объектов недвижимости, конъюнктуру на их рынке в разрезе отдельных территорий для максимально достоверного определения размеров налогооблагаемой базы.

Таким образом, развитие имущественного обложения в России в современных условиях и с точки зрения пополнения доходов муниципальных бюджетов имеет весьма неплохие реальные перспективы.

Налог на недвижимое имущество существует приблизительно в 130 странах. В бюджетах стран его доля колеблется от 1 до 3 процентов. Но поскольку он является чисто местным, бюджетам муниципалитетов он приносит основную статью доходов. К примеру, в некоторых штатах Австралии поступления от этого налога составляют более 90 процентов местного бюджета, в США - до 75 процентов, Канаде - до 80 процентов.

Новый налог объединит два налога: налог на имущество физических лиц и земельный налог. Налоговой базой для нового налога будет являться кадастровая стоимость недвижимости, определенная на 1 января. Уплачивать данный налог будут физические лица:

– имеющие в собственности здания, строения и сооружения, жилые и нежилые помещения и объекты незавершенного строительства;

– обладающие правом собственности (правом постоянного (бессрочного) пользования или правом пожизненного наследуемого владения) на земельные участки.

Новый налог должен будет исчисляться с кадастровой стоимости объектов налогообложения, которая по своим параметрам приближена к рыночной стоимости (сейчас налог на имущество физических лиц рассчитывается с инвентаризационной стоимости объектов).

Налоговую базу в отношении жилого помещения, жилого здания (строения), расположенного на земельном участке в садоводческом, огородническом и дачном некоммерческом объединении предлагается уменьшать на величину кадастровой стоимости 20 кв. метров общей площади объекта налогообложения.

Предусматривается возможность установления дифференцированных налоговых ставок в зависимости от категорий налогоплательщиков, кадастровой стоимости и (или) вида использования объекта налогообложения.

Надо заметить также, что налог на недвижимое имущество, в частности на квартиры, теперь будет взиматься не по инвентаризационной стоимости, а по кадастровой стоимости.

Инвентаризационная стоимость БТИ рассчитывается на основе расценок строительства объекта недвижимости по существующим нормативам и коэффициентам с учетом его износа. Поэтому инвентаризационная стоимость квартиры в старом доме, но в центре города может быть копеечной, в то время как стоимость квартиры в новостройке у черта на куличиках пугает представителей "среднего класса".

Определение кадастровой стоимости объекта проводится методами массовой оценки и ближе к рыночной стоимости, поэтому более справедливо.

Вопрос, а так ли безупречны результаты этой кадастровой оценки? Как показывает опыт в части кадастровой оценки земельных участков нет. Неудовлетворенных собственников результатами оценки так много, что разработан специальный порядок досудебного оспаривания. Неадекватная кадастровая стоимость может, как указано в ст. 24.19 Закона «Об оценочной деятельности в РФ», может быть оспорена в административном порядке заинтересованным лицом в том случае, если при оценке использовались недостоверные сведения или если у него имеется результат оценки рыночной стоимости недвижимости. Кадастровая стоимость может быть оспорена лишь в течение шести месяцев с даты внесения результатов в государственной кадастр недвижимости. Иными словами, в худшем случае пространство для внесудебной дискуссии вокруг кадастровой стоимости недвижимости открывается на полгода один раз в пять лет.

Изменения в порядке налогообложения приведут к реальному, но справедливому увеличению налога. Сейчас оспариванием результатов кадастровой оценки занимаются в основном крупные землевладельцы и застройщики, однако в ближайшее время к ним могут примкнуть и ТСЖ, садовые общества и частные лица.

Таблица 1

Доходная часть бюджета по налогам на недвижимость

	средняя ставка, %	доходы бюджета в 2012 г.
Налог на имущество физических лиц	0,8	9 433,00
Земельный налог	0,7	121 880,00

Таблица 2

Прогноз доходной части бюджета при введении налога на недвижимость

налоговая база увеличится в	средняя ставка		2014 г.
по кадастровой оценке увеличится в 3,5 раза	61352694	0,6	368116,2
по рыночной стоимости увеличится в 10 раз	175293410		0,5

Прогноз пополнения доходной части может быть за счет реформирования имущественных налогов.

Думается, что перспективы у налога на недвижимость хороши не для всех участников бюджетных отношений. Государство сможет пополнить бюджет, и это положительная сторона нового налога. Для плательщиков же налога его размер может стать непомерно большим. Либо за всех заплатит средний класс, для которого эти траты будут «налогом на роскошь» в завуалированной форме. К чему это приведет, покажет жизнь.

Климова Е. А., ст. преп. каф.БУФиС

Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ОСОБЕННОСТИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

В статье рассмотрено инновационное развитие предприятий сферы туризма и гостеприимства, определена роль и значение государства, а также определены факторы и особенности инновационного развития предприятий туризма и гостеприимства.

Ключевые слова: сфера туризма и гостеприимства, фактор, инновации, инновационное развитие сферы туризма и гостеприимства.

Основной мировой тенденцией формирования современного общества второй половины XX–начала XXI вв. является переход от сырьевой и индустриальной экономики к сервисной, предопределяющей характер взаимодействия потребителя и поставщика услуг, выражающийся в более полном удовлетворении личных (специфических) запросов и потребностей клиентов.

В связи с этим, в современной научной и публицистической литературе все чаще встречается термин «индустрия», тогда как его определение вызывает

определенные трудности и основывается на чисто интуитивном восприятии и синтезе отдельных составляющих слов: «индустрия» в переводе с латинского (industria) — деятельность, английского (industry) — промышленность; «гостеприимство» — нечто, связанное с дружелюбным приемом, хорошим обслуживанием.[1]

В настоящее время сфера туризма и гостеприимства интенсивно развивается: доходы от туризма составляют более 10% мирового валового дохода, а число туристских поездок в мире в среднем возрастает на 5 -6% ежегодно. Существующие прогнозные оценки Всемирной туристской организации (ВТО) говорят о том, что сфера туризма и занятость в ней будут продолжать расти и к 2020 г. годовой доход от экономической деятельности в сфере туризма и гостеприимства составит примерно 2 трлн. долларов, означающий появление около 65 млн. новых рабочих мест в течение 10 ближайших лет. До недавнего времени на долю России приходилось менее 1,5% мирового туристского потока, но по прогнозам доля России к 2020 г. в выездном туризме составит около 2%, а во въездном - около 3%.

В связи с этим, работники предприятий сферы туризма и гостеприимства должны иметь высокую степень готовности к реализации проектов туристской индустрии, разработке туристского продукта на основе современных технологий, к применению инновационных технологий туристской деятельности. Туристская деятельность, согласно Федеральному закону от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» — туроператорская и турагентская деятельность, а также иная деятельность по организации путешествий.[2]

Требования к компетенциям специалистов туристской отрасли особенно актуализируются в свете реализации мероприятий Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 гг.)». Федеральная целевая программа содержит сложные и масштабные задачи, выполнение которых приведет в ближайшие годы к весьма существенным изменениям как в структуре туристской отрасли, так и в её географии и повлекут за собой новые требования и приоритеты к персоналу предприятий туристской индустрии. Таким образом, по мере формирования новой структуры туризма кадры становятся ключевой позицией, от которой зависит успех всех сегодняшних больших начинаний, в т.ч. и инновации.[2]

Инновационная политика государства направлена на создание благоприятных условий развития предприятий сферы туризма и гостеприимства и всемерное удовлетворение туристских потребностей населения, создание новых конкурентоспособных продуктов и услуг, внедрение современных технологий управления. Причем развитие инноваций необходимо как на уровне государства, так и на уровне самих туристских организаций. Именно инновационный рост ведет к созданию и реализации новых или усовершенствованных продуктов и услуг, оздоровлению не только предприятия туристской индустрии, но и отрасли, а также смежных отраслей.[3]

Ориентация предприятий сферы туризма и гостеприимства преимущественно на инновационный путь развития определяет решающую

роль факторов финансового и человеческого капитала в процессе развития отрасли, усиливает социальную ответственность государства и бизнеса за устойчивое и эффективное развитие предприятий сферы туризма и гостеприимства

Специфика гостиничного хозяйства определяется тем, что гостиница является предприятием, оказывающим услуги, а также тем, что услуги, оказываемые предприятиями гостиничной сферы, идентичны.

Предприятия сферы туризма и гостеприимства развиваются под воздействием ряда факторов, которые можно разделить на две группы – внешние и внутренние и имеют свои особенности. Внешние определяются воздействием компонентов окружающей действительности, не связанных с функционированием предприятий сферы туризма и гостеприимства. Внутренние факторы непосредственно связаны с особенностями организации и функционирования предприятий сферы туризма и гостеприимства.

Выделим лишь основополагающие, на наш взгляд, факторы:[3]

Политико-правовые факторы. Если государство заинтересовано в развитии туристской отрасли, это выражается в общей концепции приоритетного развития сферы туризма и гостеприимства, принятии законодательных и нормативных актов, стимулирующих и регулирующих развитие туризма и гостиничного хозяйства, а также в финансово - экономических мерах по поддержанию и развитию инфраструктуры размещения, строительству гостиниц и развитию индустрии гостеприимства.

Фактор безопасности путешествий. По мере развития туризма вопросы безопасности занимают все большее место. Для туристов развитых стран стало нормой ожидать от правительства стран, заинтересованных в приеме гостей, осуществления надлежащих мер по обеспечению безопасности жизни и здоровья туристов в местах отдыха, средствах размещения и на транспорте.

Экономико-финансовые факторы. На предприятия сферы туризма и гостеприимства оказывают влияние как макроэкономические, так и микроэкономические факторы. Макроэкономическая нестабильность, рост безработицы и инфляции значительно беспокоят общество, и это часто приводит к тому, что население предпочитает воздерживаться от туристских поездок. Уровень цен на туристские услуги рассматривается как один из важных факторов, определяющих выбор места отдыха. В вопросах финансового регулирования для туризма наибольшее значение имеют валютный курс, простота и доступность валютного обмена.

Культурные факторы. Культурная среда – один из тех ресурсов, который приводит к генерированию массовых туристских потоков. Туристы посещают определенные места, имеющие мировую культурную ценность. В связи с этим предприятия размещения часто делают ставку на организацию экскурсионных и анимационно - досуговых программ, ориентированных на соприкосновение туристов с культурным наследием дестинации.

Социально-демографические факторы оказывают большое влияние на развитие предприятий сферы туризма и гостеприимства. В результате роста

населения Земли увеличивается туристский потенциал мира, в сферу туризма и гостиничную деятельность втягиваются новые трудовые ресурсы.

Инфраструктурно-коммуникационный фактор. Важное значение для предприятий сферы туризма и гостеприимства имеет состояние инфраструктуры транспорта, размещения и питания. Для развития международного туризма первостепенное значение имеет сложившаяся в туристской дестинации система предприятий размещения и питания. У туристов и постояльцев отелей не должно возникать коммуникационных барьеров при налаживании контактов с персоналом отелей и получении необходимой для них информации.

Технологические факторы. Достижения научно - технического прогресса широко используются на предприятиях сферы туризма и гостеприимства, и в частности в таких областях, как транспортные перевозки, системы дистрибуции и потребительская информация. Развитие телекоммуникационных технологий привело к созданию компьютеризованных систем бронирования, которые позволяют бронировать места в средствах размещения в режиме он - лайн. Глобальные системы дистрибуции предоставляют легкий доступ миллионам пользователей: теперь потребитель сам может составить себе турпакет, провести необходимое бронирование и отправиться в путешествие по разработанному им самим маршруту.

Большое влияние на рост туризма и расширение его социальной базы оказывают материально - технические факторы. Особое своеобразное место в туристской деятельности занимает индустрия размещения и питания. Уровень гостиничного и ресторанного сервиса играет немаловажную роль в обслуживании иностранных туристов.

Помимо внешних факторов, определяющих развитие международного туризма, необходимо выделить и конкретизировать достаточно большую группу внутриотраслевых факторов, к которым относятся: совершенствование гостиничного продукта; развитие сферы гостиничных услуг; создание гостиничных цепей и ассоциаций; развитие систем дистрибуции; фактор трудовых ресурсов; маркетинговые факторы.

Совершенствование гостиничного продукта. Качество гостиничного продукта во многом зависит от состояния окружающей среды и инфраструктуры, в этом отношении велика роль туристских организаций: региональных туристских администраций, правительственных структур, профессиональных ассоциаций, которые могут объединить усилия для создания атмосферы гостеприимства, привлечь необходимые инвестиции.

Литература

1. Фандий К. В. Проблемы управления персоналом в гостиничном бизнесе // Российское предпринимательство. - 2014. - №16(262). - с.139-144.
2. ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 гг.)» [Электр. ресурс].// Федеральное агенство по туризму (Офиц. сайт) URL: <http://www.russiatourism.ru/content/2/section/28/> (дата обращения 09.12.2014).
3. Маклашина Л.Р. Факторы, влияющие на развитие инновационной деятельности индустрии туризма// Креативная экономика. - 2012. - №5(65). - С.116-120.

Корецкая Л.К., проф. каф. Экономика и финансы, д.э.н.
Беспалова Е.И., магистрант
Владимирский филиал Финуниверситета, г. Владимир

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: СТРАХОВЫЕ ВЗНОСЫ И ИХ ИЗМЕНЕНИЕ

В статье рассматриваются вопросы, касающиеся состояния и развития малого бизнеса на территории города Владимира. Доказывается, что одним из сдерживающих факторов негативно влияющим на возможности малого предпринимательства является высокое бремя страховых взносов. Обосновано, что увеличение суммы страховых взносов приводит к замедлению развития малого бизнеса, недостатку налоговых доходов и другим, не менее значимым проблемам в экономике региона.

Ключевые слова: страховые взносы, малый бизнес, региональная экономика.

По состоянию на 01.04.2014 на территории города Владимира осуществляют финансово-хозяйственную деятельность 20,6 тыс. субъектов малого и среднего предпринимательства, из них 8,5 тыс. малых, средних и микро предприятий и 12,1 тыс. индивидуальных предпринимателей. Число индивидуальных предпринимателей сохранилось на уровне 2013 года.

Общая численность занятых в малом и среднем предпринимательстве по оценке составила 74,9 тыс. человек, включая работников малых и средних предприятий, индивидуальных предпринимателей и лиц, работающих у них, что составляет 41,6% от общего числа занятых в экономике города. Снижение данного показателя на 9,2% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года связано с сокращением среднесписочной численности работников малых предприятий и числа индивидуальных предпринимателей.

Отраслевое распределение по видам экономической деятельности свидетельствует о преимущественном интересе малого бизнеса к сфере торговли, общественного питания и бытового обслуживания населения и составляет 45,71%. Далее удельный вес числа организаций распределился следующим образом: строительство — 15,15%, обрабатывающие производства - 11,79%, операции с недвижимым имуществом — 7,38%, транспорт и связь — 5,9%, прочие — 14,07%.

Оборот розничной, оптовой торговли и общественного питания малых предприятий за период январь-март 2014 года вырос на 25,6% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и составил по оценке 9,86 млрд. руб. Основную часть оборота формируют торгующие организации и индивидуальные предприниматели, осуществляющие деятельность в стационарной торговой сети, доля которых составляет 50,6% в общем обороте.

Объём выполненных работ и услуг субъектами малого предпринимательства в сфере управления недвижимым имуществом за отчётный период составил 234,9 млн. руб., что 3,6% меньше по сравнению с

аналогичным периодом прошлого года. Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата в активно развивающихся малых предприятиях данной отрасли составила 22,1 тыс. руб.

За январь-март 2014 года субъектами малого предпринимательства отгружено товаров собственного производства, выполнено работ и услуг вида деятельности «обрабатывающие производства» по оценке на сумму 2,82 млрд. руб., что составляет 100,0% к аналогичному периоду прошлого года. Доля малого бизнеса в общем объёме произведенных товаров, работ и услуг данного вида деятельности составила 14,5%. Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников в стабильно развивающихся производственных предприятиях составила по оценке 22,0 тыс. руб.

Доходы бюджета от деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства, включая поступления от единого налога на вмененный доход, налога на доходы физических лиц, приобретённых патентов по определённым видам предпринимательской деятельности, доходы от продажи и сдачи в аренду муниципального имущества составили 149,0 млн. руб. или 18,95% собственных доходов бюджета города, что на 3,5% больше, чем в аналогичном периоде прошлого года. На повышение данного показателя повлияло увеличение доходов от реализации и сдачи в аренду муниципального имущества субъектам малого и среднего предпринимательства.

В рамках реализации мероприятий муниципальной Программы содействия развитию малого и среднего предпринимательства за отчётный период т.г. финансовую поддержку получили 5 субъектам малого и среднего предпринимательства на общую сумму 83,89 тыс. руб., в т.ч.:

- осуществлено возмещение затрат 4 субъектам предпринимательства за обучение собственников или работников организаций на общую сумму 51,79 тыс. руб.;

- 1 субъекту производственной сферы компенсирована часть затрат за участие в выездной выставке на сумму 32,1 тыс. руб.

Проведён конкурсный отбор среди субъектов малого и среднего предпринимательства на предоставление грантов начинающим предпринимателям на создание собственного бизнеса, возмещение части затрат по договорам лизинга и за оборудование. На участие в конкурсе было подано 32 заявки.

В рамках оказания имущественной поддержки:

- передано в аренду 224 объекта муниципальной недвижимости, включённых в состав муниципальной казны и закреплённых на праве оперативного управления за муниципальными казёнными учреждениями, общей площадью 29,81 тыс. кв. м;

- реализован в собственность 1 объект муниципальной недвижимости с рассрочкой до 3-х лет.;

- при расчёте арендной платы за нежилые помещения, используемые под социально-значимые виды деятельности по бытовому обслуживанию населения, в 19 договорах аренды с субъектами малого предпринимательства был применён коэффициент муниципальной опеки.

В рамках оказания информационной поддержки организовано проведение 2-х обучающих семинаров для субъектов предпринимательства по вопросам трудового законодательства, лицензирования деятельности по монтажу, техническому обслуживанию и ремонту средств обеспечения пожарной безопасности зданий и сооружений, на которых приняло участие 77 человек.

Продолжена работа муниципального Центра поддержки предпринимательства, которым за отчетный период оказано субъектам малого предпринимательства 452 услуги консультационного и информационного характера. [1]

Изменение страховых взносов для ИП в 2014 году по сравнению с 2013 годом

Начало 2013 года принесло не совсем благоприятный подарок для индивидуальных предпринимателей. Как известно, сумма страховых взносов увеличилась ровно в два раза. Из-за этого нововведения, в 2013 году более 600 000 индивидуальных предпринимателей решили закрыть свою деятельность. Если брать в расчет, что ранее каждый предприниматель должен был заплатить в государственную казну примерно 35 000 рублей, общие потери госбюджета достаточно велики. Уже сейчас заметно, что увеличение суммы страховых взносов привело к замедлению развития российского малого бизнеса, недостатку налоговых доходов и другим, не менее значимым проблемам в экономике.

Чиновники не могли не заметить данной тенденции, соответственно, в грядущем году все без исключения ожидают новых, более мудрых законопроектов, которые смогут ликвидировать массовое закрытие ИП. Властью неоднократно подчеркивалось, что центральной задачей новых законопроектов является уменьшение страховых взносов для ИП с малыми доходами, но, одновременно с этим, доходная база ПФР не должна быть ограничена.

Чтобы решить, казалось бы, не решаемую задачу, президент Российской Федерации 23 июля 2013 года подписал закон № 237-ФЗ о дифференцированных страховых взносах. По мнению чиновников, с помощью данного закона российские ИП смогут более комфортно осуществлять свою деятельность. Но нужно подчеркнуть, что действие закона вступит в силу только с 1 января 2014 года. Кроме того, новые поправки касаются далеко не всех индивидуальных предпринимателей.

Расчет страховых взносов для ИП в 2014 году

Согласно нововведению, расчет страховых взносов для ИП будет производиться по неизменным формулам

1) $1\text{МРОТ} \times 12 \times (26\% + 5,1\%)$, где 26% и 5,1% являются тарифами страховых взносов в ПФР и ФОМС.

Данная формула касается тех ИП, годовой доход которых не превышает 300 000 рублей. Учитывая, что в будущем году МРОТ составит 5554 рублей, итоговая сумма страхового взноса составит 20727,53 рублей.

2) $1\text{МРОТ} \times 12 \times (26\% + 5,1\%) + (\text{сумма доходов} - 1\text{МРОТ} \times 12 \times (26\% + 5,1\%)) \times 1\%$.

Данная формула касается ИП, чей годовой доход превышает 300 000 рублей.

Необходимо отметить, что законом установлен лимит, выше которого взносы не могут уплачиваться. Он определен на основании 8 МРОТ. Таким образом, в 2014 году предельный размер взносов достигнет 142026,89 рублей.

Из этих формул можно сделать логический вывод, что для ИП с большими доходами новый закон является невыгодным.

Доходы и разные режимы налогообложения в 2014 году

Большинство предпринимателей уже сейчас интересуется вопросом, что будет считаться доходом при изменениях в объектах налогообложения?

Из предварительных нововведений известно, что если ИП осуществляет деятельность на общей системе, то доходами будут считаться все поступления, которые учитываются при начислении НДФЛ.

Если же предприниматель выбрал упрощенную систему налогообложения, то в этом случае засчитываются все доходы в рамках «упрощенки». При этом не важно, используется ли предприниматель метод «доходы», или метод «доходы, уменьшенные на расходы».

Если ИП организовано на патентной системе налогообложения, его доход рассчитывается по утверждению регионального уровня.

А для тех предпринимателей, которые используют режим ЕНВД, доход будет рассчитываться по формуле, которая еще не утверждена. Возможно, она будет выглядеть следующим образом – «базовый доход» × К1 × К2 × «сумма физ. показателей», где К1 и К2 являются корректирующимися коэффициентами.

В том случае, когда для деятельности ИП используются различные режимы налогообложения, общую сумму взносов необходимо будет рассчитывать путем сложения доходов по каждому показателю.

Изменения в сроках уплаты страховых взносов для ИП в 2014 году

Согласно новому законодательству, фиксированный размер страховых взносов (20727,53 руб.) индивидуальный предприниматель должен будет заплатить до 31-го декабря. В случае превышения доходов ИП суммы в 300 000 рублей, взнос в бюджет в размере 1% от разницы общих доходов, необходимо будет внести до 1-го апреля следующего года.

Уменьшение размера страхового взноса

Согласно новому закону, у предпринимателей появится возможность уменьшить налог на сумму размера страховых взносов. Но уже сейчас следует обратить внимание, что новая привилегия станет доступна только тем ИП, которые используют режим налогообложения ЕНВД и УСН.

При этом условия остались неизменными – при использовании ЕНВД, предприниматели без работников имеют право уменьшить налог на полную сумму взноса, а ИП с работниками смогут уменьшить налог не более чем на 50% за взносы, внесенные за работников. Если же используется УСН, в предпринимательстве без работников можно будет уменьшить налог на полную сумму взносов, а в ИП с работниками уменьшение составит только 50%.

Как и прежде, уменьшение налога можно производить только на те взносы, которые были оплачены в том же периоде, в котором рассчитывается налог.

Несмотря на то, что нововведения еще не вступили в силу, уже заметно, что они могут быть выгодны только ИП с малыми доходами, в то время как для предпринимателей со значительными доходами условия содержания ИП только ужесточились. [2]

Литература:

1. Состояние малого и среднего бизнеса за I квартал 2014 года. -[Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.vladimir-city.ru/upload/static>
2. Изменение страховых взносов для ИП в 2014 году. -[Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://bs-life.ru/finansy/banky/strahovie-vznosy-ip2014.html>

Корецкая Л.К., проф. каф. Экономика и финансы
Владимирского филиала Финуниверситета, д.э.н.,
Губернаторов А.М., доц.каф. БИиЭ, к.э.н.
Владимирский государственный университет имени Александра
Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ОСОБЕННОСТИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ОТРАСЛЕВОГО КОМПЛЕКСА: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

В статье выявляются и обосновываются особенности инновационного развития одной из базовых отраслей Владимирской области - стекольной отрасли.

Ключевые слова: стратегия, стратегическое управление, инновационное развитие, стекольная отрасль.

Стекольная промышленность – одна из приоритетных, динамично развивающихся и прибыльных отраслей народного хозяйства Владимирской области. На территории области действуют более 20 стекольных предприятия, выпускающих широкий ассортимент продукции: стеклотару, стекловолокно, кварцевое стекло, сортовую посуду из хрусталя и цветного стекла, оптическое стекло, строительное стекло, листовое стекло, медицинская стеклянная тара, сувенирно-художественные изделия и многое другое.

Наиболее востребовано стеклотарное производство, которое составляет 60% объёма (по весу) среди основных видов изделий стекольной промышленности. Владимирская область дает 40 % всех мощностей Центрального региона, выпускающего около 30 % бутылок России. Вместе с тем отечественная стекольная продукция имеет низкую конкурентоспособность на мировом рынке. Только 30 % применяемых в отрасли технологических схем соответствуют современному мировому уровню, а 28 % являются устаревшими и не имеют резервов для модернизации. Серьезной проблемой является увеличение негативного воздействия производства на окружающую среду. По этому параметру отечественная стекольная промышленность в 2 раза превышает показатели ведущих зарубежных стекольных компаний.

Структура основных видов производств стекольной промышленности региона приведена на рис. 1.

Зарубежная консалтинговая компания European Information Technology Observatory разделяет отрасль на следующие сегменты: телекоммуникационные услуги, ИТ-услуги, компьютерное оборудование, программное обеспечение, сетевое оборудование и оборудование для передачи данных, коммуникационное оборудование для клиента, офисное оборудование.

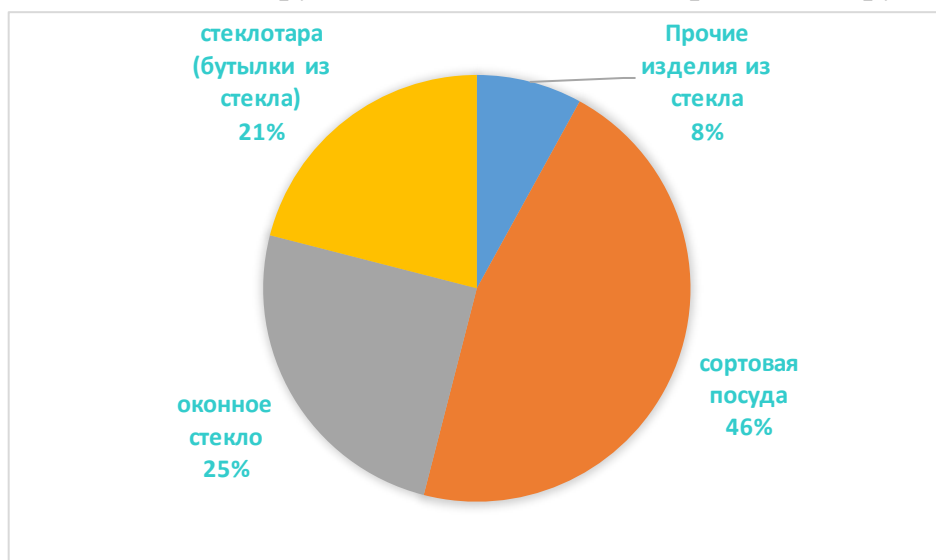


Рис. 1. Структура производства стекольной промышленности Владимирской области

Особенностью стекольной отрасли Владимирской области является и то обстоятельство, что ее структуру определяют не холдинговые компании, а малый и средний стекольный бизнес, доля в общем объеме валового регионального продукта (ВРП) региона, которых составляет более половины всего объема отрасли (таблица 1).

Расширение сети среднего малого предпринимательства благодаря своей мобильности и способности реализовывать инновационные идеи, позволит улучшить ассортимент стекольной продукции, декорированный материал, а также улучшить их качество и внешний вид (упаковку).

Таблица 1

Типология стекольных организаций Владимирской области

Типы организаций	Перечень организаций	Характеристика и особенности
1. Организации-«одиночки»	«СТЭС-Владимир» ООО «Пересвет» ЗАО «Свет» ООО «Хрустальное небо» ООО «Хрустальный мир» ЗАО «Стеклозавод «Октябрь»	1. Принадлежат одному или нескольким собственникам. 2. Несколько потребителей продукции. 3. Финансовое положение – различное. 4. Предприятий-«одиночек» мало. 5. Интеграция – производственно-сбытовая
2. Организации входящие холдинговые структуры	ООО «Опытный стекольный завод» ОАО ОСЗ "Эвис" «ОСВ Стекловолокно» ООО "РАСКО" ООО "РУСДЖАМ"	1. Предприятия входят в крупные холдинговые компании. 2. Весьма высокий уровень внутрихолдинговой интеграции. 3. Интеграция, как правило, горизонтального типа. 4. Крупные предприятия этого вида часто являются монополистами в отдельных видах производства. 5. Небольшие предприятия обслуживают потребности

		крупных компаний или конечных потребителей
3. Малые предприятия и организации кустарного типа	123 малых производства, выпускающих продукции на 1,1 млрд руб.	1. Незначительный удельный вес в стекольном производстве. 2. Обслуживают потребности крупного бизнеса
4. Организации, занимающиеся обработкой стеклоизделий	ООО «ГЗДСИ «ДЕКОСТЕК» ИП «Сучилин» ИП «Сачков»	1. Обслуживают потребности крупного и среднего бизнеса 2. Преимущественно занимаются декорированием, обработкой гладья и последующей упаковкой

Кроме того, особенностью стекольной промышленности Владимирских компаний являются высокие капитало-, материало-, энергоёмкость производств. Дело в том, что производство стекла – один из наиболее энергоёмких технологических процессов, реализованных в промышленности. Энергия, необходимая для стекловарения, обычно составляет более 75% общего энергопотребления производства тарной продукции из стекла (рис. 2).



Рис. 2. Примерная структура энергопотребления на стеклотарном предприятии [1]

Истоки развития стекольной промышленности во Владимирском регионе восходят к середине XVIII века, когда на месте современного города Гусь-Хрустального была построена фабрика по изготовлению изделий из хрусталя.

Причиной, исторически обусловившей развитие стеклоделия на территории Владимирской области, явился запрет на строительство производств, использующих лес в качестве печного топлива, в радиусе 200 верст от Москвы.

Первые стекольные заводы были примитивны. Даровой человеческий труд не стимулировал развитие технологии – большая часть операций проводилась с использованием ручного труда. К концу XIX века основные объемы производства приходились на сортовую посуду и бутылные емкости.

Решение задач развития стекольной промышленности, а также обеспечение высокого качества продукции и доведение его до уровня мировых стандартов возможно в современных условиях путем подготовки новых и

повышения квалификации действующих технических кадров и снижения себестоимости продукции [2].

Современное интенсивное производство предъявляет четкие требования к определению оптимальных условий ведения технологических процессов и к поддержанию их стабильности.

Стекольная промышленность РФ стоит на пороге новых технологических решений, которые коренным образом способны изменить существующее производство, значительно повысив его эффективность.

В наиболее масштабном (как во Владимирском регионе, так по РФ в целом) сегменте стекольной отрасли главенствующие позиции имеют три ключевых игрока: два холдинга (РАСКО и ОАО «Стеклохолдинг»), а также крупнейший в регионе завод Русджем-Гороховец.

В целом с 2004 по 2013 гг. наблюдается снижение не только темпов развития стекольного производства (табл. 2), но и конкурентоспособности всех стекольных компаний отрасли.

Таблица 2

Динамика индекса стекольного производства во Владимирской области за 2004-2013 гг (в % к предыдущему году)

Показатели	Годы									
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Индекс промышленного производства (в % к предыдущему году)	127,6	117,4	110,4	108,4	99,7	85,2	108,6	100,5	97,6	85,2

Произошедшие за последние годы изменения, в основе которых наметилось переориентирование страны на потребление продукции иностранного производства, с одной стороны, и резкое падение покупательной способности населения с другой, привели к спаду производства на всех предприятиях и остановке некоторых из них. Это не могло не отразиться на динамике основных показателей промышленности области в целом и стекольной отрасли, в частности (рис. 3).

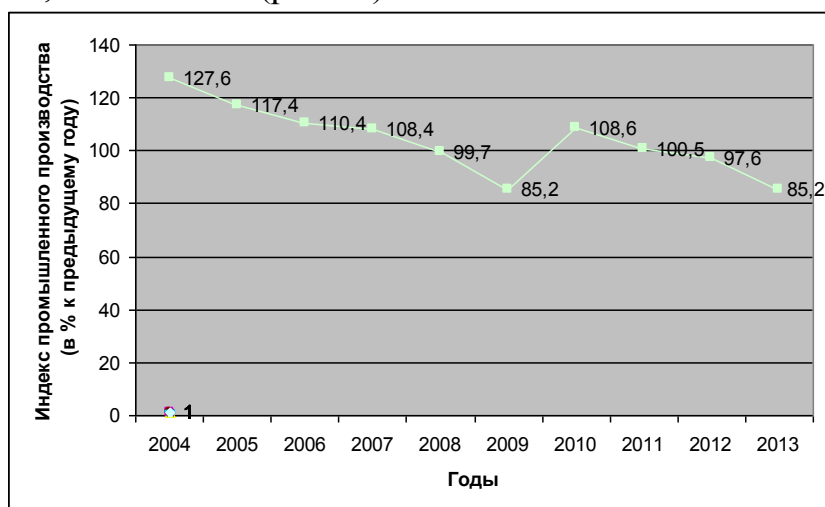


Рис. 3. Динамика промышленного производства в стекольной промышленности Владимирской области по отношению к предыдущему году

Доля инновационно активных предприятий в общем числе крупных и средних организаций стекольной отрасли Владимирской области составляет менее 10% (2,9% – в 2011 году, 6,5% – в 2012 году). Удельный вес отгруженной инновационной продукции в общем объеме отгруженной продукции – менее 1% (0,3% – в 2011 году, 0,01% – в 2012 году), а доля затрат на технологические инновации в общем объеме отгруженной продукции – менее 1% (0% – в 2011 году и 0,2% – в 2012 году).

Одной из организаций, осуществляющей технологические инновации и во многом определяющей инновационный потенциал стекольной отрасли Владимирской области является компания «СТЭС-Владимир», выпускающая запатентованный высококачественный теплоизоляционный материал — пеностекло марки «Неопорм». По словам генерального директора предприятия Михаила Дудко потребности рынка в данном инновационном материале оцениваются в 2–3,5 миллиона кубометров в год только на специальные нужды — оборудование для нефтяников, газовиков, энергетиков и ЖКХ. Свои потребности в продукте подтвердили головные компании «Лукойла», «Газпрома», «Роснефти» и «Росатома», а объем потенциальных заказов оценивается в 600 тысяч кубов, что в 6 раз выше проектной мощности первой заводской линии, рассчитанной на 110 тыс. куб.м/год готовой продукции. В производстве используется вторсырье — то есть стеклобой различных видов, который в перспективе можно заменить на обычный песок. Заводская линия начинается с сортировки и помывки битого стекла. Все оборудование завода — импортное.

«Фишка» пеностекла в том, что в его составе полностью отсутствуют органические добавки. Вспененное специальным образом стекло непроницаемо, безопасно с пожарной и экологической точки зрения, формостабильно и имеет запас прочности на 100 лет службы, что подтверждено испытаниями в ведущих НИИ.

В серьезных конкурентах у владимирских производителей «стеклянных кирпичей» числятся лишь немцы. Белорусы производят аналогичную продукцию явно более низкого качества. Но гендиректор завода демонстрирует отличие своего материала даже от ценного и дорогого немецкого аналога.

Главной характеристикой нового материала для отечественного рынка является его энергоэффективность. По оценкам специалистов, здания, построенные из такого материала (он может быть основным стройматериалом в малоэтажном строительстве и наполнителем в высотном) — в 25–30 раз эффективнее сохраняют тепло, а расход энергии, к примеру, в жилых помещениях сокращается с 730 кВт/ч до 25–30 кВт/ч на квадратный метр в год [3].

В целом, анализ современного состояния стекольной промышленности Владимирской области показал, что в настоящее время отрасль использует не все имеющиеся возможности для ее эффективного функционирования и инновационного развития.

Литература

1. Справочник по наилучшим доступным техническим методам использования энергоресурсов в стекольной промышленности: производство сортового и тарного стекла, – М.: Эколайн, 2005. – 128 с.
2. Панкова Н.А., Михайленко Н.Ю. Теория и практика промышленного стекловарения, Учебное пособие / РХТУ им. Д.И.Менделеева. М., 2000.-102 с.
3. Новые инновационные предприятия во Владимирской области [электронный ресурс]. – Режим доступа. –<http://www.sdelanounas.ru/blogs/30028/>

Корецкая Л.К., проф. каф. Экономика и финансы, д.э.н.,
Курбатова О.Р., магистрант,
Владимирский филиал Финуниверситета, г.Владимир

ФОРМАТ ОТЧЕТНОСТИ О ДВИЖЕНИИ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ: МЕЖДУНАРОДНАЯ И РОССИЙСКАЯ ПРАКТИКА

Представленная статья посвящена вопросам формирования отчета о движении денежных средств организации. Рассмотрены теоретические и методические аспекты формирования отчета о движении денежных средств в российской и международной практике.

Ключевые слова: бухгалтерская (финансовая) отчетность, отчет о движении денежных средств, денежный поток, методы формирования отчета о движении денежных средств.

В международной отчетности составление отчета о движении денежных средств регламентируется МСФО (IAS) 7 «Отчет о движении денежных средств», в российской практике - ПБУ 23/2011 «Отчет о движении денежных средств».

В соответствии с МСФО 7 «Отчет о движении денежных средств» в отчете о движении денежных средств отражаются изменения не только в наличных денежных средствах, но и в денежных эквивалентах. К денежным эквивалентам относятся краткосрочные и высоколиквидные инвестиции, свободно обратимые в заранее известную сумму денежных средств с незначительным риском колебаний стоимости. Инвестиции, признаваемые эквивалентами денежных средств, держат на балансе не столько для получения инвестиционного дохода либо контроля над деятельностью объекта инвестиций, сколько для обеспечения исполнения краткосрочных обязательств. Это своего рода прием управления денежными средствами. К эквивалентам денежных средств относятся инвестиции с кратким сроком обращения, как правило, не превышающим трех месяцев до даты погашения. При более длительных сроках обращения соответствующие инвестиции обычно не отвечают требованию незначительности риска колебаний стоимости.

В российской практике понятия денежных эквивалентов до принятия ПБУ 23/2011 не существовало. В правилах составления отчета о движении денежных средств говорилось о денежных средствах, учитываемых в кассе организации, на расчетных, валютных и специальных счетах. Краткосрочные депозиты в банках включались в состав краткосрочных финансовых вложений.

Отсутствовало требование о раскрытии ограничений на использование отраженных в отчетности денежных средств, а также состава денежных средств. Поэтому многие организации использовали определение, данное в МСФО (IAS) 7.

В настоящее время определение денежных эквивалентов, приведенное в ПБУ 23/2011, полностью соответствует МСФО (IAS) 7.

Эквивалентами денежных средств считается все то, что может быть легко превращено в денежные средства, однако само понятие «легко» очень трудно определить. Так, эквивалентами денежных средств принято считать легкорезализуемые ценные бумаги. Но даже высоколиквидные ценные бумаги, которые постоянно находятся в биржевом обороте, не так быстро можно продать и «превратить» в денежные средства, этот процесс может занять от одного дня до нескольких недель. Если ситуация с платежеспособностью у организации критическая, то сложности с трансформацией легкорезализуемых активов в денежные средства, могут ускорить банкротство. То же можно сказать о драгоценных металлах, камнях и тому подобных активах. Кроме того, даже если сроки реализации драгметаллов и камней будут приемлемыми, необходимо иметь в виду, что этот рынок также подвержен существенным колебаниям цен и в момент продажи металла ситуация с ценами может сложиться неблагоприятно, то есть продажа будет осуществлена с убытком. При очень неблагоприятной ситуации стоимостной оценки металла может «не хватить» для покрытия долгов. В условиях современной России в качестве реального эквивалента денежных средств можно признать, пожалуй, только депозитный сертификат банка. Поскольку внешний пользователь не имеет доступа к информации о том, какие именно активы могут быть признаны денежными эквивалентами, то лучше ограничиться рассмотрением только денежных средств как самого бесспорного варианта [1].

В соответствии с пунктом 7 ПБУ 23/2011 денежные потоки в отчете о движении денежных средств, как и до принятия стандарта, представляются в разрезе текущей, инвестиционной и финансовой деятельности. При этом определения видов деятельности стали более детальными и приближены к МСФО (IAS) 7.

Например, в соответствии с МСФО 7 финансовая деятельность – это деятельность, которая приводит к изменению в размере и составе собственного капитала и заемных средств компании, а инвестиционная деятельность – приобретение и продажа долгосрочных активов и других инвестиций, не относящихся к денежным эквивалентам. Согласно российскому стандарту речь идет о денежных потоках организации от текущих, инвестиционных и финансовых операций. Так, денежные потоки организации от операций, связанных с приобретением, созданием или выбытием внеоборотных активов организации, классифицируются как денежные потоки от инвестиционных операций. А денежные потоки организации от операций, связанных с привлечением организацией финансирования на долговой или долеговой основе, приводящих к изменению величины и структуры капитала и заемных средств

организации, классифицируются как денежные потоки от финансовых операций.

Существуют значительные расхождения в методах подготовки информации. МСФО предусматривают - прямой и косвенный методы. Правила составления данного отчета прямым и косвенным методом, как это предусмотрено в МСФО (IAS) 7, в ПБУ 23/2011 не упомянуты.

Косвенный метод более распространен в мировой практике как метод составления отчета о движении денежных средств. Он включает в себя элементы анализа, так как базируется на сопоставлении изменений различных статей бухгалтерского баланса за отчетный период, характеризующих имущественное и финансовое положение организации, а также включает анализ движения основных средств, их амортизацию и другие показатели, которые невозможно получить исключительно из данных бухгалтерского баланса. В результате применения косвенного метода финансовый результат (чистая прибыль) организации за период преобразуется в разность между величинами денежных средств, находящихся в распоряжении организации по состоянию на начало и конец отчетного периода. Необходимо отметить, что при подготовке консолидированной отчетности прямой метод является малоприменимым, так как требует больших затрат на получение необходимой информации по каждому из консолидируемых предприятий.

Многие современные предприятия, составляющие отчетность по МСФО, испытывают сложности при составлении отчета о движении денежных средств. Эти сложности связаны с различием в правилах подготовки отчета по российским и международным стандартам и достаточно общим характером международных стандартов, предоставляющим предприятиям относительную свободу в степени раскрытия информации и выбора методов и учетных процедур.

Отчет о движении денежных средств по текущей деятельности может быть составлен с использованием прямого или косвенного метода. В части инвестиционной и финансовой деятельности допускается использование только прямого метода составления отчета. Прямой метод более информативен с точки зрения интерпретации данного отчета и его использования для анализа финансового состояния предприятия. Но такой метод является достаточно трудоемким, поэтому использование его наиболее эффективно в условиях автоматизации составления финансовой отчетности.

Косвенный метод составления отчета о движении денежных средств часто используется при составлении консолидированной отчетности, и такой формат представления отчета часто требуется при размещении публичной отчетности на бирже. Однако такой метод является менее наглядным и на его основе трудно раскрыть какую-либо цифру отчета до проводок по движению денежных средств.

Многие предприятия составляют сразу два отчета о движении денежных средств: один – прямым методом, другой – косвенным. В этом случае один отчет используется для проверки цифр другого. Таким образом, итоговые статьи движения денежных средств в них идентичны. Такой подход позволяет обеспечить

менеджмент предприятия и пользователей отчетности всей необходимой информацией для принятия решений, но требует больших трудозатрат.

Каким бы методом не составлялся отчет о движении денежных средств за период, он показывает источники денежных средств, полученных предприятием, и направления их использования. Данный отчет является очень полезным для финансового анализа деятельности предприятия, поскольку на его основе можно определить:

- способность предприятия получать денежные средства от основных операций;
- эффект от управленческих финансовых решений;
- платежеспособность предприятия и сальдо денежного потока по периодам;
- влияние учетной политики предприятия на качество доходов;
- обоснованность применения допущения о непрерывности деятельности предприятия;
- способность предприятия финансировать рост за счет внутренних источников.

Форма отчета о движении денежных средств по МСФО является произвольной в отличие от российских стандартов, где разработан рекомендуемый шаблон с указанием строк и инструкцией по их заполнению. В частности Положениями приказа Минфина России от 2 июля 2010 г. № 66н «О формах бухгалтерской отчетности организаций» альтернативы этим бланкам не предусмотрено. В соответствии с данным документом формы бухгалтерской отчетности не рекомендованные, а обязательные.

В МСФО 7 «Отчет о движении денежных средств» приведены лишь общие принципы, на основе которых должен формироваться данный отчет. Поэтому его форму, структуру статей, раскрываемых в нем, а также инструкцию по его заполнению разрабатывают сами предприятия с учетом их специфики, однако такая инструкция не должна противоречить общим принципам составления данного отчета, описанным в стандарте.

Структуру статей, раскрываемых в отчете о движении денежных средств по МСФО предприятие выбирает самостоятельно, исходя из существенности денежных потоков, раскрывая отдельными строками наиболее существенные статьи. МСФО 7 «Отчет о движении денежных средств» определяет четкий список лишь некоторых статей, которые обязательно следует раскрывать в отчете и определяет правила их раскрытия.

К таким статьям относятся:

- раздельное отражение полученных и выплаченных процентов;
- выделение отдельной строкой денежных потоков по налогу на прибыль;
- выделение отдельной строкой денежных средств с ограничениями к использованию (арестованных, заложенных и других);
- денежные потоки, связанные с продажей и приобретением дочерних предприятий.

Статьи притока денежных средств показываются отдельно от статей оттока денежных средств по каждому виду деятельности (операционная, инвестиционная, финансовая). Исключения составляют статьи, которые

характеризуются высокой оборачиваемостью, большими суммами и короткими сроками погашения. Примером таких статей могут быть краткосрочные инвестиции, если они осуществляются в спекулятивных целях на короткий срок. Тогда в отчете о движении денежных средств показывается только изменение краткосрочных инвестиций – то есть поступление денежных средств, связанное с продажей финансовых вложений предприятия, и расход денежных средств, связанный с осуществлением финансовых вложений.

Таким образом, в отношении отчета о движении денежных средств различия между российскими и международными стандартами финансовой отчетности устранены не полностью.

Литература

1. А.М. Петров, Е.В. Басалаева, Л.А. Мельникова Учет и анализ: Учебник. – М.: КУРС; ИНФРА-М, 2013. – 512 с

Корнилова О.А., доц. каф. БИЭ, к.э.н.
Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г. Владимир

ИННОВАЦИИ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ

В статье представлены современные тенденции инновационной деятельности банков, показаны особенности и задачи российских банков в области развития инновационных технологий.

Ключевые слова:

-
, синтеллектуальный краудсорсинг

Переход на инновационный путь развития предполагает значительные изменения во всех сферах социально-экономической системы. Не является исключением и банковская сфера.

В отношении понятия «банковская инновация» у экономистов нет единства взглядов, в силу разнообразия инноваций выделяются даже группы инновационных процессов в банковской сфере [1].

По нашему мнению, банковские инновации — это внедренные в банковскую деятельность новые технологии, направленные на оптимизацию управления имеющимися ресурсами и удовлетворяющие современные потребности клиентов. К ним можно отнести: новые банковские продукты, самостоятельно разработанные банком и не имевшие ранее аналогов на рынке; уже имеющиеся на одном из рынков банковские продукты, но выведенные на другой (за рубежом не считается банковской инновацией продукт или услуга, которые являются новыми только для данного банка, но уже используются в других банках страны); новые для России зарубежные банковские продукты.

Появление банковских инноваций определяется многими факторами: интернационализацией, которая проявляется в глобализации, конвергенции финансовых учреждений и финансовых услуг; появлением новых конкурентов

(не банков), быстрым развитием новых информационных технологий, на основе которых растет виртуальная банковская и финансовая деятельность.

Во многих странах сформировалась или формируется дистанционная модель банковского обслуживания – онлайн-банкинг. Особенностью последних лет является создание особой модели интернет-банкинга: виртуальных банков. Это банки, не имеющие филиальной сети и работающие с клиентами исключительно через Интернет.

Одной из последних инноваций можно назвать интерактивное брокерское обслуживание. Теперь клиенты отдельных банков могут покупать акции компаний и ценные бумаги доверительных фондов по чеку или через сберегательный счет.

Информационные технологии порождают новые методы и приемы управления. Принципиально новым подходом для решения сложных задач, в том числе в банковском деле, является краудсорсинг - передача определённых производственных функций неопределённому кругу лиц на основании публичной оферты, не подразумевающей заключение трудового договора [2]. Краудсорсинг, согласно словарю Merriam-Webster, это практика получения необходимых услуг, идей или контента путем просьб о содействии, обращенных к большим группам людей, особенно - к онлайн-сообществу в отличие от обычных сотрудников или поставщиков [3].

Если в аутсорсинге работа отсылается за пределы компетенции компании профессиональным исполнителям за определенные деньги, в краудсорсинге всю необходимую работу делают неоплачиваемые или малооплачиваемые профессионалы-любители, которые тратят свое свободное время решение проблем или даже проведение исследований и разработок [4]. В результате организации получили возможность использовать таланты "толпы" в своих целях, привлекая миллионы людей к работе над разнообразными задачами. Подобную идею используют зарубежные банки, Например, австралийский Commonwealth банк к 100-летию юбилею запустил онлайн портал "Idea Bank", где клиенты могли высказать свои предложения по созданию новых продуктов и услуг[5].

Для совершенствования краудсорсинга в последнее время используется технология синтеллектуального краудсорсинга, созданная российской компанией Witology. Она нацелена на поиск лучших идей с использованием системы рейтингов участников, определенных методик, которые позволяют идеям видоизменяться. Синтеллектуальный краудсорсинг избавляет проекты от пустых идей.

В банковской деятельности продолжают эксперименты с банкоматами. Испанский банк BBVA начал устанавливать банкоматы, выполненные в футуристическом стиле Apple и оснащенные сенсорным экраном, которые сильно отличаются от обычных [6].

Все больше внимания уделяется использованию мобильных телефонов и приложениям для них. Речь идет о применении персональных чипов в мобильных телефонах, а также наручных часах, одежде или любом другом

предмете. Фактически, чип будет являться персональным идентификатором, который имеет доступ к банковскому счету [6].

Российские банки-лидеры стараются не отставать от зарубежных коллег. К своему 170-летию Сбербанк реализовал масштабный краудсорсинговый проект «Сбербанк-21», самые интересные идеи которого легли в основу двух направлений: «Сбербанк-21-Будущее» и «Россия-21-Прогресс» [7].

В целом широкомасштабную инновационную деятельность в стране ведут крупнейшие банки страны, мелкие кредитные организации ограничиваются точечными нововведениями.

Для успешного участия в конкурентной борьбе, на наш взгляд, банкам нужно решать следующие задачи: активно заниматься электронным маркетингом для определения специфических потребностей российских потребителей банковских интернет-услуг; быстрее реагировать на вызовы внешней среды; внедрять виртуальные банковские и финансовые технологии, инновации в области управления.

Подводя общий итог, следует отметить, что пока отечественные банки могут использовать в своей деятельности адаптивные и функциональные инновации. Однако разработка российскими банками собственных инноваций все больше становится жизненной необходимостью.

Литература:

1. Инновационный менеджмент / Под ред. С.Д. Ильенковой. – М.: Юнити, 1999. – С. 52.
2. Краудсорсинг Электронный ресурс Режим доступа <http://www.ru.wikipedia.org/wiki/>
3. Краудсорсинг Электронный ресурс Режим доступа <http://www.wiki.witology.com/index.php/>
4. Электронный ресурс Режим доступа <http://www.pedsovet.org/Форумы/topic8065.html>
5. Электронный ресурс Режим доступа <http://www.benchmark.bmcsales.kz/community4/>
6. Электронный ресурс Режим доступа <http://www.banki.ru/blog/yantipov/1923.php>
7. Электронный ресурс Режим доступа <http://futurebanking.ru/?p=645>

Краснова М.В., доц. каф. КиГ

Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ФОРМИРОВАНИЕ ПРОЦЕССА ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ ВО ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ

В исследовании рассмотрены процессы импортозамещения в России и во Владимирской области, в том числе в ретроспективе. Рассмотрены варианты развития предприятий-импортозаместителей во Владимирском регионе.

Ключевые слова: политика импортозамещения, управление, конкурентоспособность региона.

В российской экономике на данный момент сформировалась угрожающая зависимость от импорта. Политическая ситуация сложившаяся после введения

странами Евросоюза ряда ограничительных санкций направленных на стагнацию функционирования целых секторов отечественной промышленности и критическое снижение цены на нефть катализировала Российское Правительство на реорганизацию экономической модели развития страны, стремление максимизировать применение импортозамещающих товаров и технологий. Рассматриваемая тема важна также и потому, что в последнее время в России отмечается снижение экономического роста, на фоне падения внутреннего покупательского спроса. Наступательное внедрение системы импортозамещения, на текущий период, становится одним из стратегических направлений государственной политики.

Импортозамещение, представляет собой тип экономической стратегии и промышленной политики государства, направленный на защиту внутреннего производителя путем замещения ввозимых промышленных товаров товарами национального производства. По прогнозам экспертов, активизация процессов импортозамещения способна обеспечить 10-15% промышленного роста в России.

Политика импортозамещения основывается на создании благоприятной среды для роста национальной промышленности. Устойчивое экономическое развитие государства возможно лишь в случае существенного увеличения уровня промышленного самообеспечения, увеличения объемов выпуска продукции внутри страны.

Стратегия импортозамещения опирается на развитие всего производства, повышение качества производимого товара, технологий применяемых на предприятиях, развитие инноваций. И это особенно актуально для страны, уровень производственных отраслей которой отстает от уровня государств, с которыми она взаимодействует.

Для защиты внутреннего рынка государством используются меры таможенного регулирования, антидемпинговые меры, изменения в законодательстве для поддержки частного высокотехнологичного бизнеса, создание внутреннего первоначального спроса за счет механизма госзакупок, субсидии на техническое оснащение и НИОКР, антидемпинговые и компенсационные меры, стандартизация и многое другое.

Начало процесса импортозамещения в России началось в 1998 году. В связи с финансовым кризисом и девальвацией рубля 1998 года важнейшим фактором экономического роста стало снижение импорта. После десятилетнего цикла проведения реформ большинство отечественных товаропроизводителей стали способны реагировать на сигналы рынка, а также расширять и модернизировать производство. Окончание кризиса 1998 года способствовало повышению спроса на товары отечественных производителей. Также значительное влияние на снижение объемов импорта оказала рублевая девальвация. Так объем импорта к 1999 году сократился на 30 % относительно до кризисного периода. Благодаря проводимой экономической политике импортозамещения экономический рост составил порядка 13 % ВВП с 1997 по 1999 года. К концу 2009 года было принято решение о снижении импортозамещения.

Проблема импортозамещения нашла отражение в ряде положений, содержащихся в 7 указах Президента РФ и около 200 федеральных законов, которые регулируют вопросы национальной безопасности. Они призваны обеспечить начальный спрос и поддержать отечественных производителей в период выхода на конкурентоспособные объемы производства.

В частности, Федеральный закон от 5 апреля 2013 г. N 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» разрешает устанавливать запреты и ограничения на закупку импортной продукции, а также преференции для отечественных производителей. С 1 января 2014 года вступило в силу постановление правительства от 24 декабря 2013 г. N 1224 «Об установлении запрета и ограничений на допуск товаров, происходящих из иностранных государств, работ (услуг), выполняемых (оказываемых) иностранными лицами, для целей осуществления закупок товаров, работ (услуг) для нужд обороны страны и безопасности государства».

В октябре 2014 г. был разработан и утвержден планы содействия импортозамещению в промышленности и сельском хозяйстве на 2014–2015 годы, направленный на стимулирование роста производства отечественных товаров народного потребления; на рост занятости населения, и как следствие снижению безработицы и повышению уровня жизни; повышение уровня научно-технического прогресса и как следствие уровня образования; укрепление экономической и продовольственной безопасности страны; рост спроса на товары внутреннего производства, что в свою очередь стимулирует развитие экономики страны, расширение производственных мощностей. Принята подпрограмма в рамках Государственной программы развития промышленности и ее конкурентоспособности – «Индустриальные парки». В ней заложен конкретный механизм выдачи субсидий на инфраструктуру при создании индустриального парка в том или ином субъекте РФ.

Используя сложившуюся ситуацию на региональном уровне нужно определить приоритетные отрасли, которые могут простимулировать динамику роста в конкретных сегментах рынка, и обозначить потенциальные объемы импортозамещения. Поэтому сегодня во Владимирской области предпринимаются усилия по стимулированию реализации инвестиционных проектов и созданию за счет этого новых точек роста региона.

Проблеме замены импортных товаров отечественной продукцией во Владимирской области сейчас уделяется повышенное внимание. К активизации этого процесса привлекаются представители основных областных предприятий «ВЭМЗ», «Электроприбор», ВПО «Точмаш», «КЭМЗ», «Муромский радиозавод», «Литмаш-М», НПО «Магнетон» и КБ «Арматура». Эти заводы заняты в отраслях высокоточной механики, электроники, металлургии и т. д.

Определенные подвижки уже есть, в области активно формируются производственные кластеры с целью увеличения количества рабочих мест в регионе и создания конкурентоспособной отечественной продукции, способной заменить дорогостоящие зарубежные аналоги. В приоритете не только

строительство новых заводов и предприятий, но и наращивание производственных мощностей уже существующих.

В 2011г. в пос. Вольгинский Петушинского района начал работу научно-исследовательский биотехнологический центр мирового уровня МБЦ «Генериум» и ЗАО «Генериум» – инновационное производство генно-инженерных препаратов полного цикла, соответствующее стандартам качества GMP.

В настоящее время предприятие в режиме полного цикла выпускает восемь лекарственных средств и субстанций на основе рекомбинантных белков. Более 200 научных сотрудников МБЦ «Генериум» в настоящее время разрабатывают и проводят доклинические исследования около 40 генно-инженерных лекарственных средств, предназначенные для применения в онкологии, гематологии, лечения аутоиммунных, нейродегенеративных и инфекционных заболеваний.

На территории МБЦ «Генериум» 30 сентября 2014г. открыт цех по производству фармсубстанции для лечения онкологических заболеваний и ревматоидного артрита – «Деплера» (аналог импортного лекарства «Мабтера») и «Апогин» (инновационная молекула). После завершения клинических исследований также начнется выпуск вещества для лечения острого инфаркта миокарда и инсульта – «Ревелиза». Стоимость этого препарата будет в 2 раза меньше немецкого аналога.

В ЗАО «Генериум» планирует наладить процесс импортозамещения дорогостоящих иностранных препаратов отечественными и создать на базе существующих предприятий медицинский кластер.

3 сентября 2013г. во Владимире состоялся пуск завода проектной компании РОСНАНО «РМ Нанотех» — самого крупного в Европе производства мембранного полотна и фильтрующих модулей на его основе.

«РМ Нанотех» стала первым и на данный момент единственным производителем систем для ультра- и нанофильтрации, а также обратного осмоса в России и седьмым подобным предприятием в мире. Общий бюджет проекта составляет более 2,2 млрд. рублей, включая софинансирование РОСНАНО в размере 1,7 млрд. рублей. Предприятие включено в перечень приоритетных инвестиционных проектов Центрального федерального округа. На предприятии работает около 150 человек.

Потребителями продукции нового завода станут инжиниринговые компании, производящие системы водоочистки для конечных потребителей, а также предприятия химической, фармацевтической и пищевой промышленности, многие из которых уже выразили свою заинтересованность в наличии крупного отечественного поставщика.

26 сентября 2014г. новый производственно-механический комплекс открыт на предприятии «Гусар» во Владимирской области

Цех завода «Гусар» в г. Гусь-Хрустальный будет выпускать крупногабаритную трубопроводную арматуру большого диаметра для нефтегазовой промышленности. Новые производственные мощности Гусевского арматурного завода позволят увеличить объем выпускаемой продукции более чем на 30%. Полностью на свою проектную мощность завод выйдет к концу 2015 года.

Продукция завода успешно эксплуатируется на трубопроводах, предназначенных для транспортировки нефти, нефтепродуктов, природного газа, агрессивных сред, воды и водяного пара. Клиентами завода на сегодня являются крупнейшие компании нефтегазового комплекса и химической промышленности РФ.

4 октября 2014г. во Владимирской области состоялось открытие сразу трех предприятий. Самым крупным из открытых предприятий стало ООО «Дёке Хоум Системс» в селе Фёдоровское Киржачского районе. Производство способно вырабатывать до 20 млн м мягкой черепицы в год. продукция «Дёке Хоум Системс» способна заменить более дорогостоящие аналоги, которые ввозятся во Владимирскую область. Планируется, что число работников предприятия к 2016 году составит 250 человек.

Также в г. Киржач открыт филиал Ижевского Завода Тепловой Техники. Ижевский завод тепловой техники является ведущим предприятием в отрасли, он обладает полным циклом по изготовлению конвекторов, тепловентиляторов, электрических и газовых обогревателей. Здесь будут производить до 500 тысяч тепловентиляторов, газовых и инфракрасных обогревателей. К 2016 году планируется создать 227 рабочих мест. К 2016 году эту цифру планируют увеличить до 900 тысяч единиц техники.

Благоприятный инвестиционный климат, удобная логистика привлекли во Владимирскую область торгово-производственный холдинг «РусКлимат», который открыл новое предприятие на производственных площадях закрытого ранее собственником предприятия «Автосвет» в г. Киржач. Торгово-производственный холдинг «РусКлимат» является инициатором и создателем первого в России промышленного кластера инженерных, климатических систем и электроники. Ориентированное на максимальное импортозамещение тепловой техники и использование в производстве отечественных материалов. До 2018 года на базе действующих предприятий будет произведено 30 млн единиц техники на 10 млрд рублей.

Благоприятной (налоговыми льготами, предоставляемыми регионом, и близостью к основным торговым центрам — Москве и Санкт-Петербургу) для производства и бизнеса Владимирскую область также посчитала турецкая компания ЕАЕ Elektrik, занимающаяся производством электрокабелей, энергосберегающих светодиодных и люминесцентных светильников. Турецкие партнеры открыли завод в Александровском районе области на территории индустриального парка.

В настоящее время создано 50 рабочих мест. После запуска первой очереди объём производства кабеленесущих и шинопроводных систем составляет 20 тыс. тонн готовой продукции в месяц, светильников — 100 тыс штук готовых изделий в год.

Повышение конкурентоспособности продукции производимой во Владимирской области посредством стимулирования технологической модернизации производства, повышения его эффективности за счет внедрения прогрессивных разработок и освоения новых конкурентоспособных видов продукции с относительно высокой добавленной стоимостью реальный шанс

справиться со стагнацией промышленности в регионе. Одной из возможных перспектив для товаров, создаваемых на импортозамещающих производствах региона, их ориентация не только на внутренний рынок страны, но и на внешний, поскольку это повысит их уровень конкурентоспособности. За счет увеличения эффективности производства и создания полного цикла базовых технологий в регионе возможно возникновения производства ориентированного на экспорт.

Стимулирование процесса импортозамещения возможно при инвестиционной поддержке сферы среднего и малого предпринимательства Владимирской области, как наиболее чувствительной к изменениям, происходящим в области и максимально знающей региональную специфику. Участие региона направленное на активизацию внедрения прогрессивных разработок в производство осуществляться посредством предоставления свободных производственных мощностей, дифференциации налогообложения (отсрочка, снижение НДС, сокращение налога на прибыль, бесплатную аренду земли и зданий) со стороны субъекта.

Литература:

1. Федеральная служба государственной статистики по Владимирской области. - [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://vladimirstat.gks.ru> (дата обращения: 26.11.2014).
2. <http://knoema.ru/atlas/Regions-profiles>

Левизов А.С., доц. каф. ЭУИИ, к.э.н.

Лапшов С.Ю., ст. гр. ЗЭУС-108

Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ОТРАСЛЕВЫЕ ПРИОРИТЕТЫ ИНВЕСТИЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ

В статье рассматриваются приоритетные направления инвестирования в экономику региона в отраслевом преломлении. Приводятся примеры актуальных инвестиционных проектов в сфере химической промышленности, машиностроения, переработки полезных ископаемых, сельского хозяйства.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционный проект, промышленность Владимирской области.

Всесторонняя модернизация российской экономики на основе преимущественно инновационного развития объективно требует наличия адекватного инвестиционного климата, повышения мотивации и заинтересованности потенциальных инвесторов (как внутренних, так и внешних) в развитии территорий, в создании условий для привлечения инвестиций, прежде всего, в производственную сферу. В соответствии с ключевыми направлениями социально-экономического развития Владимирской области можно выделить следующие отраслевые приоритеты в развитии региона.

Во-первых, это инновационное обновление традиционных отраслей экономики с целью расширения конкурентных позиций области на основе перехода к глубокой переработке сырья и созданию продуктов с высокой добавленной стоимостью. В машиностроении это проявится в создании современных наукоемких производств, основанных на «экономике знаний», развитии станкостроения, нацеленного на создание высокоточного оборудования, расширении спектра продукции для инфраструктурных отраслей. В строительной индустрии - в обеспечении производства современных качественных и экологически чистых материалов для нужд жилищного и промышленного строительства. Для химической промышленности актуальным является развитие производства полиэфирных волокон и производства промышленного текстиля, импортируемого для автомобильной промышленности и стройиндустрии.

Во-вторых, необходимо формирование «новой экономики», характеризующейся высоким удельным весом нематериальных активов и значительной долей интеллектуального труда в таких отраслях, как информационные технологии, биотехнологии, органическая химия, двигателестроение, лазерные технологии, наноиндустрии, выращивание кристаллов, новые источники энергии.

В-третьих, приоритетным также является развитие инфраструктурного комплекса, предусматривающего реализацию инфраструктурных проектов в области транспорта и логистики, а также проектов по сокращению энергодефицита и ограничений по газоснабжению.

Ключевым вектором развития химической промышленности Владимирской области является освоение выпуска полиэфирного волокна и производства крупногабаритных полимерных изделий, в том числе на базе местного и привозного сырья и полуфабрикатов. «Точкой роста» здесь является проект ЗАО «РМ Нанотех» по созданию производства наноструктурированных мембран и разделительных модулей для очистки воды. Проект включен в Перечень приоритетных инвестиционных проектов в Центральном федеральном округе, утвержденный Председателем Правительства РФ. Проект реализован с участием РОСНАНО. Продукцией проекта являются полимерные мембраны в виде полотна и рулонные фильтрующие элементы на их основе. Производимые элементы отличаются селективностью и производительностью на уровне лучших зарубежных аналогов, а по ряду показателей превосходят их. Основные секторы применения мембранных технологий: очистка питьевой воды, опреснение солоноватых и морских вод, водоподготовка в энергетике и электронике, регенерация компонентов из сточных вод различных производств с созданием замкнутых циклов водооборота, переработка продуктов питания и напитков, использование в биотехнологии и медицине, биосенсоры и биореакторы. «РМ Нанотех» на данный момент является крупнейшим заводом в Европе по производству мембранного полотна. С выходом на проектную мощность потребность отечественного рынка в данной продукции будет удовлетворена практически наполовину.

Еще одним направлением развития является реализация стратегии направленной на обеспечение технологической независимости

машиностроения Владимирской области и импортозамещения. Перспективы станкостроительной отрасли региона связаны с необходимостью организации серийного производства многоцелевых станков для машиностроения и ВПК, мобильных станков для малого и среднего бизнеса, робототехники. Ключевым направлением инвестиционной стратегии в машиностроении является расширение спектра продукции для инфраструктурных отраслей (железнодорожного и транспортного машиностроения, оборудования для нефтегазовой отрасли); организация производства автобусов и спецтехники, в том числе на газомоторном топливе, крупногабаритной бытовой техники.

В настоящее время реализуется проект ЗАО «Новые технологии и оборудование» по организации производства по выпуску продукции общего машиностроения в Муроме. Проект осуществляется на бывших мощностях ОАО «Муроммашзавод». Заказано и установлено 60 единиц оборудования. Осуществляется подбор персонала. Проводятся пуско-наладочные работы. Осуществляются процедуры на получение разрешения использования природного газа, аттестация рабочих мест. Введен в эксплуатацию сборочно-сварочный цех изготовления корпусных металлоизделий.

В Коврове реализуется проект ОАО «Ковровский электромеханический завод» по организации производства высокоточных станков по лицензии японской фирмы TAKISAWA. Под реализацию проекта из 145 тыс. м² производственных площадей под станкостроительное производство был выделен и полностью реконструирован корпус площадью 3 тыс. м². ОАО «КЭМЗ» проведены переговоры и достигнуто соглашение с компанией TAKISAWA об организации сборочного производства. Планируемые к производству станки японской компании TAKISAWA – это высокопроизводительные токарно-фрезерные станки нового поколения модели 4000. К ноу-хау можно отнести возможность силового фрезерования на токарном станке. Это оборудование пятого поколения – результат последних разработок японской компании.

Следует также отметить проект ООО «Гусар» по модернизации производственно-механического комплекса (построен и введен в эксплуатацию новый промышленный комплекс). Предприятие специализируется на выпуске трубопроводной арматуры, используемой в добыче, переработке и транспортировке нефти и газа, атомной энергетике и в других стратегических отраслях России. Для более полного удовлетворения потребности в изделиях предприятием было принято решение о расширении производства, а именно строительстве механического комплекса, с общим объемом инвестиций более 1 млрд. рублей. В ноябре 2013 года комплекс введен в эксплуатацию, создано дополнительно 150 рабочих мест.

Развитие должно коснуться и такой важной отрасли, как фармацевтическая. Здесь проектом-драйвером выступает проект ЗАО «Генериум» по созданию научного биотехнологического центра и современного производства по выпуску импортозамещающих генноинженерных препаратов с полным технологическим циклом от культивирования продуцентов до готовой лекарственной формы. Проект должен быть реализован с целью обеспечения системы здравоохранения России современными импортозамещающими и оригинальными генно-инженерными

лекарственными препаратами для диагностики и лечения тяжелых и социально значимых заболеваний. В рамках проекта необходимо создать единый комплекс, включающий в себя: научно-исследовательский центр, современное биотехнологическое производственное предприятие генно-инженерных препаратов с полным технологическим циклом: от культивирования продуцентов до готовой лекарственной формы, социальную инфраструктуру. Общий объем инвестиций составил около 5 млрд. руб. Производство и научно-исследовательский центр будут оснащены современным зарубежным и отечественным оборудованием. В настоящее время «Генериум» выпускает 6 наименований лекарственных средств, которые входят в перечень жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов и применяются в России и ряде зарубежных стран. На стадии разработки находятся более 20 инновационных препаратов, включая клеточные продукты. Годовой объем отгрузки продукции – около 3 млрд. руб. Рост объемов продаж, а также планируемые экспортные поставки продукции предполагают дальнейшее развитие комплекса «Генериум». Сформирован инвестиционный проект, направленный на расширение лабораторных и производственных мощностей. До 2018 года планируется разработка и вывод на российский и мировой рынок 5-7 продуктов с совокупным объемом продаж 10-15 млрд. руб. в год.

Необходимо продолжать добычу и комплексное использование полезных ископаемых. В ООО «Добрятинский комбинат минерального порошка» запущено производство минерального порошка из известняка на базе Добрятинского месторождения известняков мощностью 250 тыс. тонн в год. Сырьем является известняковый камень фракции 20-80 мм производства ЗАО «ДКУ». Его применение позволяет серьезно экономить на энергозатратах при производстве стекла. Строительство второй линии по производству минерального порошка из доломита мощностью 250 тыс. тонн/год планируется завершить в 2014 году. Объем инвестиций составит ориентировочно 250 млн. руб. Основным потребителем продукции будут стекольные заводы, химические предприятия и промышленность строительных материалов.

Еще один проект, который заслуживает особого внимания – это строительство фабрики по обогащению кварцевых песков на базе современных технологий в Гусь-Хрустальном районе ООО «Великодворский перерабатывающий комбинат» на базе Великодворского месторождения формовочных песков участок «Сельское поле-1».

Перспективным является также проект комплексного освоения Костенецкого месторождения известняков в Селивановском районе, который включает в себя не только добычу карбонатных пород ООО «Костенецкий карьер», но и производство минерального порошка мощностью 18 тыс. т/год.

Комплексное освоение месторождения песчано-гравийных материалов в Александровском районе «Копылиха-1» позволило осуществить ООО «Агат» ввод в эксплуатацию карьера и полумобильного дробильно-сортировочного завода по производству песка и гравийного щебня мощностью не менее 300 тыс. т/год, а также полумобильного бетоносмесительного комплекса мощностью не менее 100 м³/час для производства товарных растворов и бетонов.

Другими актуальными проектами в области полезных ископаемых являются организация производства биотоплива (торфяные гранулы и брикеты) на базе ЗАО «Энбима-Групп»; производства органико-минеральных удобрений на основе торфа ЗАО «МНПП «ФАРТ» на базе Славцевско-Островского месторождения в Собинском районе.

В структуре валового регионального продукта области значительную долю в обрабатывающем секторе занимает пищевая промышленность. «Точками роста» в этом сегменте будут проекты по расширению и модернизации крупнейших предприятий формирующегося кластера пищевой промышленности региона:

- увеличение производства кондитерских изделий за счет полного освоения установленных мощностей в ЗАО «Ферерро Руссия», ООО «Мон'делис Русь» (Собинская фабрика), а также ввода новых производственных мощностей в ЗАО «Бриджтаун Фудс»;

- увеличение производства кулинарной продукции ТМ «Магги» в филиале ООО «Нестле Россия» в Вязниковском районе;

- увеличение производства пива в ООО «Суздальская пивоваренная компания» и филиале ООО «Рудо-Аква» «Лакинский пивзавод» за счет освоения новых установленных мощностей;

- рост выпуска цельномолочной продукции в филиале ЗАО ХК «Ополье» «Юрьев-Польский молочный комбинат» после проведения реконструкции.

В сельском хозяйстве особое развитие должно получить производство продукции, ориентированной на перерабатывающую промышленность, связанную с химической отраслью. Сюда относится выпуск модифицированного крахмала (в России не производится), лизин-сульфатов (амино-кислот, используемых в животноводстве, птицеводстве и рыбоводстве), производство витаминов, органических стимуляторов роста.

В заключение отметим, что во Владимирской области начата реализация государственной программы Владимирской области «Привлечение инвестиций на территорию Владимирской области на 2014-2018 годы». Целями инвестиционной стратегии региона являются создание благоприятного инвестиционного климата, повышение инвестиционной привлекательности, обеспечение инвестиционной активности субъектов экономики для ускорения темпов социально-экономического развития.

Максименко И.В., Моисеев И.В., ст. гр. ЭУС-210, ЭУС-110
Владимирский государственный университет имени Александра
Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ УРОВНЯ ИННОВАЦИОННОГО И ИНВЕСТИЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ РОССИИ

В статье приведен обзор существующих методик оценки инновационного и инвестиционного развития регионов

Ключевые слова: инвестиционный потенциал, инновационный потенциал, методика.

Развитие инвестиционной и инновационной деятельности является фундаментальным обеспечением достижения высоких показателей социального развития и преодоления последствий кризиса. Для получения объективного представления об особенностях современной пространственной дифференциации инвестиционных процессов в России, для выявления причин, ее обуславливающих, а также для определения состава возможных управляющих параметров и обоснования механизмов государственного воздействия на инвестиционные процессы с учетом специфики различных регионов должна использоваться такая методология, которая будет удовлетворять ряду требований. Поэтому мы взяли несколько методик для определения инновационного и инвестиционного потенциала регионов:

1. Методика рейтингового агентства «Эксперт РА» - сущность методики заключается в использовании двух составляющих инвестиционной привлекательности регионов: инвестиционного потенциала и инвестиционного риска.

Преимуществом методики является его реализация на практике, недостатками — трудоемкость и дороговизна; отсутствие объективного критерия достоверности; отсутствие взаимосвязи между составляющими инвестиционной привлекательности и результатом ее реализации; непрозрачность сведения составляющих в интегральный показатель.

2. Методика Министерства экономического развития России и ассоциации инновационных регионов России, позволяющая измерить наличие в регионе человеческого капитала для создания инноваций; финансовые и производственные возможности для расширения выпуска инновационной продукции в регионе; нацеленность региональных властей на модернизацию экономики региона. Недостатком является: низкая достоверность первичных статистических данных по инновациям и их высокая манипулируемость представителями региональной власти

3. Методика определения уровня инвестиционной привлекательности региона с использованием аппарата нечетких множеств, оценка инвестиционной привлекательности региона на основе трех составляющих: на показателях платежеспособности областного бюджета; на определении уровня инвестиционного потенциала региона; на определении уровня регионального инвестиционного риска.

4. Метод расчёта коэффициентов локализации - для определения потенциала кластеризации территории использован метод расчета коэффициентов локализации. Предлагаемая методика имеет ряд особенностей: для расчета коэффициентов локализации использовались данные Росстата или производные от них; методика не предусматривает применения весовых коэффициентов значимости, что позволяет устранить субъективность полученного результата; данный подход позволяет выявить конкретные виды деятельности, на которых специализируется регион; методика позволяет проследить динамику социально-экономических, инновационных и иных региональных процессов на основе определенного набора критериев, которыми можно расширить интегральный показатель потенциала кластеризации региона.

5. Модифицированный факторный подход – особенность заключается в оценке групп индикаторов, сгруппированных по нескольким группам, позволяющим оценить ключевые сферы, а также развитие в целом.

В целом можно отметить, что данном этапе развития, особое внимание уделяется повышению инновационной активности регионов, что, в свою очередь, невозможно без соответствующего инвестиционного обеспечения. Однако отсутствует единые методики, закрепленные в нормативно-правовых актах, которые бы позволили комплексно оценить инновационно-инвестиционное развитие региона, поэтому данный вопрос нуждается в дальнейшей разработке.

Литература:

1. Бузова И. А., Маховикова Г. А., Терехова В. В. Коммерческая оценка инвестиций/ под ред. Есилова В. — СПб.: Питер, 2004. — 432 с.
2. Вахрин П. И., Нешитой А. С. Инвестиции: Учебник. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2005. — 380 с.
3. Звягинцева О.С. Оценка инвестиционного риска региона // Экономист. 2010. №9.
4. Марголин А.М. Методы государственного регулирования процесса преодоления инвестиционного кризиса в реальном секторе. - М.: Дело, 1998.
5. Панкратов Е.П. Экономическая оценка инвестиций // Финансы. 2008. №3.
6. Русавская А. В. Инвестиции и инвестиционный потенциал региона. Управление экономическими системами: Электронный научный журнал. 28.01.12.: [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://uecs.ru/uecs-37-372012/item/988-2012-01-28-05-36-33>.
7. Сошников И.В. Классификация инвестиций и формирование инвестиционного рынка в регионах России. Региональная экономика: теория и практика. 2007. №3.
8. Федеральный закон "Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений" (с изменениями на 12 декабря 2011 года), N 39-ФЗ, глава III, ст.11. Консультант-плюс.
9. Фетисов Г.Г. Методы оценки инвестиционного климата регионов России и пути его улучшения. Центр дистанционного образования «Элитариум».: Санкт – Петербург 2012: [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://www.elitarium.ru/2011/05/30/ocenka_investicionnogo_klimata.html.

Маркова И.С., аспирант каф. ЭУИИ
Владимирский государственный университет имени Александра
Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ОБРАЗОВАНИЕ КАК НАИБОЛЕЕ ВАЖНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

В статье рассматривается один из наиболее важных компонентов развития человеческого капитала, такой как образование. Оценивается уровень образованности населения Российской Федерации и Федеральных Округов, сферы занятости населения России, а также приводится рейтинг стран по индексу уровня образования и проценту населения с высшим образованием. Развитие образования является достаточно актуальным вопросом в настоящее время, так как влияет на формирование человеческого

капитала в стране, который определяет уровень и состояние развития современной экономики.

Ключевые слова: человеческий капитал, уровень образования, индекс уровня образования, инвестиции в образование.

Понятие «человеческий капитал» было введено в экономическую теорию для объяснения того, каким образом образование и опыт влияют на оплату труда и почему люди стремятся повышать уровень образованности. Под человеческим капиталом принято понимать меру воплощённой в человеке способности приносить доход. Человеческий капитал включает врождённые способности и талант, а также образование и приобретённую квалификацию.

В настоящее время человеческий капитал является одним из основных факторов социально-экономического развития государств и их регионов. Однако в нашей стране его влияние ещё недостаточно учитывается при выработке управленческих решений в различных сферах экономической деятельности. Причины этого кроются в недостаточной разработанности методов и несовершенстве практики оценки стоимости человеческих ресурсов, затрат на их создание и воспроизводство, а также тарифов за использование.

В настоящее время разные страны решают проблему преумножения и оптимального использования человеческих ресурсов в процессе управления экономикой при помощи мер административно-правового, нормативного и экономического регулирования.

Человеческий капитал есть сформированный в результате инвестиций и накопленный человеком определенный запас здоровья, навыков, способностей, мотиваций, которые целесообразно используются в той или иной сфере общественного воспроизводства, содействуют росту производительности труда и производства и, тем самым, влияют на рост доходов (зарботков) данного человека.

Большое значение имеет деление человеческого капитала на следующие виды:

1. *общий* (перемещаемый) - человеческий капитал, который может быть использован практически в любой специальности и на любом рабочем месте. Он является результатом общей профессиональной подготовки (например, умение работать на компьютере);

2. *специальный* (неперемещаемый) - человеческий капитал, который может быть использован лишь в ограниченном пространстве. Он создается в результате специальной подготовки для реализации преимущественно на конкретном предприятии или на данном рабочем месте.

3. Человеческий *интеллектуальный* капитал – капитал, воплощенный в людях в форме их образования, квалификации, профессиональных знаний, опыта. [1]

Виды «человеческого капитала» экономисты классифицируют по видам затрат, инвестиций в «человеческий капитал». Вследствие этого можно

выделить следующие составляющие человеческого капитала, а именно: капитал образования, капитал здоровья и капитал культуры.

Таким образом, формула человеческого капитала принимает следующий вид:

$$ЧК=Кз+Кк+Ко, (1)$$

где Ко – капитал образования; Кз – капитал здоровья; Кк – капитал культуры.

При рассмотрении человеческого капитала можно выделить один из наиболее важных источников экономического роста, которым является образование. В таблице 1 представлено, сколько в среднем приходится человек с определенным уровнем образования на 1000 жителей, как в целом по Российской Федерации, так и по отдельным Федеральным Округам. [3]

Таблица 1

Образование населения Российской Федерации в среднем на 1000 жителей, чел.

Регион	На 1000 человек населения в возрасте 15 лет и более								
	имеют образование								без образования
	профессиональное					общее			
	послеузовское	высшее	неполное высшее	среднее	начальное	среднее (полное)	основное	начальное	
Российская Федерация	6	228	46	312	56	182	110	54	
Центральный ФО	7	282	52	312	46	162	89	46	4
Относительно РФ	116,66	123,68	113,04	100,00	82,143	89,011	80,909	85,185	66,667
Северо-Западный ФО	5	254	49	341	56	154	95	42	4
Относительно РФ	83,333	111,40	106,52	109,29	100,00	84,615	86,364	77,778	66,667
Южный ФО	6	208	41	306	54	201	119	59	6
Относительно РФ	100,00	91,228	89,130	98,077	96,429	110,44	108,18	109,25	100,00
Северо-Кавказский ФО	7	193	52	233	42	265	133	61	14
Относительно РФ	116,66	84,649	113,04	74,679	75,000	145,60	120,90	112,96	233,33
Приволжский ФО	5	199	41	315	68	188	116	62	6
Относительно РФ	83,333	87,281	89,130	100,96	121,42	103,29	105,45	114,81	100,00
Сибирский ФО	6	197	42	314	57	185	129	62	8
Относительно РФ	100,00	86,404	91,304	100,64	101,78	101,64	117,27	114,81	133,33
Дальневосточный ФО	6	215	44	327	55	185	121	42	5
Относительно РФ	100,00	94,298	95,652	104,80	98,214	101,64	110,00	77,778	83,333

Таким образом, по данным таблицы видно, что в среднем по России преобладают люди со средним профессиональным образованием (312 человек на 1000 жителей, или 31%). С высшим образованием (228 человек на 1000 жителей) составляют 23%, а жители без образования вообще – 1%. Стоит также отметить, что данные показатели по Центральному и Северо-Западному Федеральным округам несколько превышают средние значения по России в целом, в том числе по уровню высшего профессионального образования на 23,7% и 11,4% соответственно.

Отделение Научно-Исследовательских Работ Современной Гуманитарной Академии провело исследование, целью которого являлось доказательство того, что в России высшее образование оказывает прямое воздействие на повышение экономической и общественной эффективности. В данном исследовании принимали участие 400 человек, из которых 200 – люди с высшим образованием и 200 – без высшего образования с возрастным интервалом от 20 до 50 лет. Респондентам задавали вопрос: «В какой отрасли экономики Вы работаете?». Результаты опроса приведены в таблице 2.

Таблица 2

Распределение респондентов с высшим и без высшего образования по профессиональным сферам, %

Отрасли экономики	С высшим образованием, (%)	Без высшего образования, (%)
промышленность	6,9	18
строительство	4,5	5
транспорт	4,9	7
связь	3,7	1
оптовая и розничная торговля	6,9	24
образование	12,7	10
здравоохранение	5	8
жилищно-коммунальное хозяйство, бытовое обслуживание	4,9	12
финансы, кредит, страхование	9,5	4
федеральные и местные органы управления	10,8	3
армия, органы внутренних дел (включая милицию)	21,7	1
общественные организации (партии, профсоюзы, фонды и т.д.)	7,0	-
другое	1,5	7

Таким образом, по данным таблицы можно сделать вывод, что наиболее высокий процент специалистов без ВО работают в оптовой и розничной торговле (24%), промышленности (18%), жилищно-коммунальном хозяйстве (12%), т.е. большинство сфер их деятельности требует специальных умений. В то время как лица с высшим образованием чаще задействованы в сферах, требующих более широких компетенций: в органах внутренних дел, армии, органах безопасности (21,7%), в федеральных и местных органах самоуправления (10,8%), сфере образования (12,7%). Высшее образование вносит весомый вклад в индивидуальный экономический рост личности, связанный, прежде всего, с улучшением качества труда работников с высоким образовательно-квалификационным уровнем. Таким образом, в наиболее

высокотехнологичных, престижных и высокооплачиваемых профессиональных сферах предпочтение будет отдаваться выпускникам вузов.

Как известно, человеческий капитал со временем подвержен износу. Например, знания могут устареть, здоровье ослабеть, а способности деградировать. В таком случае необходимо воспроизводство человеческого капитала. Требуются расходы на повышение квалификации или переквалификации работника при изменении техники и содержания труда на рабочем месте, необходимы инвестиции в информационное обеспечение работника. На рисунке 1 представлена основная структура инвестиций в человеческий капитал.



Рисунок 1 – Инвестиции в человеческий капитал

Финансирование науки, прикладных исследований и разработок относится к инвестициям в национальный человеческий капитал. Индивид осваивает часть научных знаний через обучение и повышение квалификации. Поэтому инвестициями в человеческий капитал следует считать расходы на приобретение научной литературы, доступ к базам научных данных, конвертацию научных результатов в интеллектуальный капитал человека.

В настоящее время, существует такой показатель, как индекс уровня образования в странах мира. **Индекс уровня образования в странах мира (Education Index)** — это комбинированный показатель Программы развития Организации Объединенных Наций (ПРООН). Один из ключевых показателей социального развития. Используется для расчета Индекса развития человеческого потенциала в рамках специальной серии докладов ООН о развитии человека.

Индекс измеряет достижения страны с точки зрения достигнутого уровня образования ее населения по двум основным показателям:

1. Индекс грамотности взрослого населения (2/3 веса).
2. Индекс совокупной доли учащихся, получающих начальное, среднее и высшее образования (1/3 веса).

Эти два измерения уровня образования сводятся в итоговом Индексе, который стандартизируется в виде числовых значений от 0 (минимальное) до 1 (максимальное). Принято считать, что развитые страны должны обладать минимальным показателем 0,8, хотя в подавляющем большинстве они имеют показатель 0,9 или выше. При определении места в мировом рейтинге все страны ранжируются на основе Индекса уровня образования, и первое место в

рейтинге соответствует наивысшему значению этого показателя, а последнее — низшему.

Данный показатель, хотя и является достаточно универсальным, обладает рядом ограничений. В частности, он не отражает качества самого образования. Также он не показывает в полной мере разницу в доступности образования в силу различий в возрастных требованиях и в длительности обучения. Такие показатели, как средняя длительность обучения или ожидаемая продолжительность обучения, были бы более репрезентативными, однако соответствующие данные отсутствуют для большинства стран. Кроме того, показатель не учитывает студентов, обучающихся за рубежом, что может исказить данные по некоторым малым странам. Рейтинг стран по индексу уровня образования представлен в таблице 3. [4]

Таблица 3

Рейтинговая таблица: индекс уровня образования стран мира

Место	Страна	Индекс
1.	Новая Зеландия	1.00
2.	Норвегия	0.99
3.	Австралия	0.98
4.	Ирландия	0.96
5.	Соединенные Штаты Америки	0.94
6.	Южная Корея	0.93
7.	Словения	0.93
8.	Нидерланды	0.93
9.	Германия	0.93
10.	Канада	0.93
11.	Россия	0.78

Таким образом, Россия в данном рейтинге занимает 49 место с Индексом уровня образования 0,78, что на 22% ниже Новой Зеландии. В рейтинге же по проценту населения с высшим образованием, Россия занимает первое место. Данные представлены в таблице 4 [2].

Таблица 4

Рейтинг стран по проценту населения с высшим образованием

Место	Страна	Процент населения с высшим образованием	Расходы на образование как процент от ВВП
1	Россия	53,5	4,9
2	Канада	51,3	6,6
3	Япония	46,4	5,1
4	Израиль	46,4	7,5
5	США	42,5	7,3
6	Корея	40,4	7,6
7	Великобритания	39,4	6,5
8	Новая Зеландия	39,3	7,3
9	Финляндия	39,3	6,5
10	Австралия	38,3	6,1

Как правило наиболее образованное население в странах, где расходы на всех уровнях системы образования одни из самых высоких.

Россия и Япония являются исключением из этого тренда. Годовой расход на образование одного студента в России составил всего 4,9% ВВП или чуть более 5000 долларов. Обе цифры одни из самых низких среди стран, рассмотренных в отчете Организации экономического сотрудничества и

развития. В Соединенных Штатах расходы на одного ученика были более чем в три раза больше.

В большинстве стран с высоким уровнем высшего образования, частные расходы занимали гораздо большую долю от общего объема расходов. Из 10 стран с самым высоким уровнем образования у девяти были очень высокие общие расходы на образование, которые покрывались из частных источников.

Многие из наиболее образованных стран, как правило, имеют более высокий уровень передовых навыков. Япония, Канада и Финляндия - страны с высокообразованным населением - были одними из самых передовых стран по результатам экзаменов по грамотности и математике. США является заметным исключением из этого правила.

Таким образом, образование является одной из наиболее важных составляющих понятия человеческий капитал. На протяжении всей своей жизни человек должен совершенствоваться, приобретать актуальные и необходимые знания и навыки, необходимые ему для освоения определенной профессии, что позволит ему более продуктивно осуществлять свою деятельность, а это в свою очередь отразится на экономике региона и страны в целом.

Литература:

1. Доничев О.А., Бескровных А.С., Маркова И.С. Человеческий капитал как фактор развития инновационного экономического пространства регионов. Вестник университета №6/2014. С.27-33. ISSN 1816-4277
2. Перша рейтинговая система. Страны с наиболее образованным населением 2013. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rate1.com.ua/obshchestvo/obrazovanie/2768/> (дата обращения 25 ноября 2014)
3. Российский статистический ежегодник. 2013: стат. сб. - М., 2013. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1135087342078 (дата обращения 25 ноября 2014)
4. Центр Гуманитарных технологий. Рейтинг стран мира по уровню образования. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/ratings/education-index/education-index-info> (дата обращения 25 ноября 2014)

Марченко Е.М., проф. каф. ЭУИИ, к.э.н.
Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ФУНКЦИОНАЛЬНО-СТОИМОСТНОЙ АНАЛИЗ КАК ИНСТРУМЕНТ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ

В статье рассмотрено применение функционально-стоимостного анализа к совершенствованию оргструктуры предприятия.

Ключевые слова: функционально-стоимостной анализ, организационная структура предприятия.

В условиях кризиса особое значение в организации придается режиму экономии. Как правило, организационная структура предприятия анализируется с

целью выявления лишних звеньев как резервов снижения постоянных расходов. Решение данной проблемы может быть более эффективным, если применить метод функционально-стоимостного анализа, который активно применялся в 80-90х годах в машиностроении, и сейчас снова становится востребованным. Основным объектом анализа являются технические системы, но данный метод может использоваться и для совершенствования организационных структур.

Особенность его состоит в том, что он не анализирует существующую организационную структуру, а связан с анализом функций, выполняемых на предприятии в соответствии с его стратегическими и тактическими целями.

На основе результатов анализа руководство предприятия может выделить лишние, дублирующие функции, убрать ненужные или заменить их на более эффективные. Такая корректировка функций может не только сократить затраты, но и в корне изменить организационную структуру управления предприятием, не меняя конечного результата управления.

Другим положительным результатом ФСА-анализа является возможность компьютеризации бизнес-процессов, что повышает эффективность управления.

В основе функционально-стоимостного анализа лежат принципы системного подхода, функционального подхода, соответствия значимости функций качеству исполнения и затратам на их осуществление, принцип коллективного творчества.

Это означает, что предприятие рассматривается как единая система взаимосвязанных элементов внутри и управление предприятием является частью системы управления более высокого порядка.

Исследуемое предприятие рассматривается как комплекс выполняемых функций, и аналитика интересуют оптимальные способы их реализации независимо от существующей оргструктуры. При этом обязательно сопоставляются значимость функций с качеством и затратами реализации.

Принцип коллективного творчества реализуется в том, что для оценки качества реализации и значимости функций привлекаются управленцы разного уровня и профиля.

ФСА-анализ предполагает прохождение 7 этапов подготовительного, информационного, аналитического, творческого, исследовательского, рекомендательного, внедрение.

На подготовительном этапе ФСА проводится комплексная обследование состояния производства и управления, выбор объекта анализа, определяются конкретные задачи проведения ФСА, составляется рабочий план и приказ руководителя предприятия о проведении ФСА.

На информационном этапе ФСА осуществляется сбор, систематизация изучения данных, характеризующих систему управления или отдельные ее подсистемы, на основе плановой и отчетной документации, нормативов, инструкций и стандартов.

Аналитический этап включает формулировку функций и выделение главной, основных и вспомогательных функций. На этом этапе анализируется соотношение функций по значимости, качеству и затратам. Выявляются лишние функции. Заканчивается этап формулировкой задачи по поиску путей совершенствования

системы управления. Перечисленные три этапа осуществляются на предпроектной стадии.

На стадии проектирования осуществляются творческий исследовательский и рекомендательный этапы. На творческом этапе квалифицированными специалистами с помощью метода творческих совещаний или других методов активизации творческого мышления выдвигаются варианты выполнения функций управления, выбираются из них наиболее целесообразные. Для выбора можно использовать морфологическую таблицу, в которой против каждой функции пишутся все возможные варианты ее реализации.

В ходе исследовательского этапа детально разрабатывается и обосновывается проект совершенствования управления организацией или структурным подразделением или аппарата управления.

Рассмотрение и утверждение рабочего проекта и порядка его внедрения на научно-техническом совете предприятия входят в рекомендательный этап. Этим этапом завершается проектная стадия.

Последний этап внедрение соответствует стадии реализации проекта.

На результаты ФСА-анализа хорошо ложится метод SADT, позволяющий расписывать по функциям информационные потоки и подготавливающий организацию к управлению на основе ИТ-управления.

Рассмотренный метод является составной частью реинжинирингового процесса, который, по оценкам специалистов, в разы повышает производительность труда и снижает затраты. Метод ФСА лежит в основе ABC-метода, в рамках которого прямые и косвенные затраты распределяются по функциям. Благодаря данному методу экономисты, конструкторы и технологи имеют эффективный инструмент по повышению качества и снижению издержек производства и управления.

Литература.

1. Основные положения методики проведения функционально-стоимостного анализа: Методические рекомендации. — М.: Информ— ФСА, 1991. —40 с.
2. Учет, анализ и аудит. Научный специализированный журнал. Вып. 1. Стратегический экономический анализ и его информационное обеспечение. Функционально-стоимостной анализ. 2010. – 240 с.
ISBN 987-5-7218-1199-9
3. Зборовская О.М., Галан Е.Е. Функционально-стоимостной анализ трудового потенциала предприятия // Проблемы экономики. 2014. №1. С.15-21.

Окунева Е.В., Шалова В.А., ст. гр. ЭК-112

Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

АНАЛИЗ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА РФ

В данной статье приведен анализ инновационного развития регионов Дальневосточного Федерального округа. Это связано с тем, что в последнее время правительство Российской Федерации уделяет повышенное внимание

развитию Дальневосточного федерального округа. Данный регион является уникальным, с одной стороны он обладает богатыми природными ресурсами, с другой стороны — значительно удален от центра страны, в связи с этим особый интерес вызывает состояние его инновационной деятельности и активности.

Ключевые слова: инновационный потенциал, инновационная активность.

На сегодняшний день во всем мире вопросы инновационного развития относятся к ведущим направлениям современной экономической науки. В инновационную сферу вкладываются огромные денежные средства, вовлекаются значительные людские ресурсы. Поэтому центральной проблемой экономического роста и обеспечения достойного места национальной экономики Российской Федерации в мировом экономическом сообществе является проблема оценки инновационной деятельности.

В утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 декабря 2009 г. стратегии социально-экономического развития Дальнего Востока и Байкальского региона на период до 2025 года, определены основные направления развития перспективной экономической специализации субъектов региона. В их составе развитие природно-ресурсного, индустриального, кадрового и научного потенциала в рамках федеральных отраслевых стратегий развития, стратегий социально-экономического развития субъектов и муниципальных образований, а также стратегических программ крупных компаний, в том числе и за счет стимулирования инновационной деятельности.

В связи с этим проведем анализ состояния инновационного развития регионов, входящих в состав Дальневосточного федерального округа. Расчет произведем по методике оценки инновационного потенциала и инновационной активности регионов, предложенной С.Г. Алексеевым.

Согласно вышеуказанной методике инновационный потенциал регионов оценивается с помощью следующих показателей: научного, кадрового, финансово-экономического, технического потенциалов и информационно-коммуникационной составляющей.

Итак, по результатам расчетов можно сделать вывод, что в Дальневосточном федеральном округе наблюдается рост научного потенциала с 2006 г. по 2012 г. практически во всех областях. Значительный скачок научного потенциала произошел в период с 2006 по 2007 год во всех областях данного региона, далее динамика показателя научного потенциала практически не изменяется за исключением Еврейской автономной области. Это связано с тем, что доля численности персонала занятого исследованиями и разработками увеличилась в 2011-2012 гг. почти 8 раз, приток инвестиций на развитие инновационной активности способствовал этому. Самый высокий научный потенциал наблюдается в Приморском крае, это объясняется тем, что это самый густонаселенный район Дальневосточного округа, там расположено наибольшее число научных центров, школ, университетов, выполняющих исследования и разработки.

Изменения кадрового потенциала связаны в первую очередь с демографическими показателями, которые в свою очередь зависят от

экономического, социального, политического уровня развития данного округа. Наибольшее значение кадрового потенциала приходится на Хабаровский край на протяжении всего исследуемого периода. Положительные тенденции в развитии экономики Хабаровского края в последние годы привели к созданию новых рабочих мест, увеличению занятости населения, снижению безработицы. В Хабаровском крае принят ряд нормативных правовых актов, способствующих трудоустройству молодых специалистов. Самое низкое значение кадрового потенциала принадлежит Чукотскому автономному округу. Количество ВУЗов в данном регионе всего лишь 3, поэтому учитывая суровый климат, наблюдается утечка кадров в соседние области.

В период с 2006 по 2007 год Еврейская автономная область занимает высшую позицию по такому показателю как технический потенциал. С 2007 по 2011 гг. – Сахалинская область, в оставшийся период лидирует Приморский край. Огромный скачок приходится на 2009 год в Еврейской автономной области, за несколько лет, данная область по техническому потенциалу из лидера, моментально превратилась в аутсайдера, это связано с тем, что в 2009 году, обновление основных фондов не произошло.

В период с 2006 года по 2012 год в ДФО наблюдается неравномерный рост информационно-коммуникационной составляющей, а в некоторых регионах даже спад. Магаданская область опять занимает лидирующую позицию в период с 2007 по 2012 гг. Практически во всех областях приходится спад данного показателя на последние 2 года, за исключением Магаданской области и Приморского края, в остальных регионах затраты на ИКТ уменьшились.

Интегральный показатель инновационного потенциала региона согласно методике С.Г. Алексеева рассчитывается по формуле:

$$T_{инп} = \sqrt[5]{НП * КП * ТП * ФЭП * ИКС}$$

Динамика интегрального показателя инновационного потенциала регионов ДФО представлена в табл. 1.

Таблица 1

Интегральные показатели инновационного потенциала регионов

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Республика Саха (Якутия)	0,4416594 44	0,6781723 84	0,6225493 65	0,6129035 51	0,5967782 78	0,616449 222	0,658771 98
Камчатский край	0,6529378 25	0,7269378 46	0,6409841 12	0,6300197	0,6605124 39	0,668767 821	0,636933 171
Приморский край	0,4464635 59	0,7197883 53	0,6711017 73	0,7243159 78	0,7459698 57	0,808513 12	0,802837 423
Хабаровский край	0,3529040 19	0,6044475 59	0,5670958 01	0,5464096 79	0,5751461 44	0,608101 53	0,612418 216
Амурская область	0,3190595 52	0,4866141 24	0,4483416 53	0,4414789	0,4722111 6	0,482604 761	0,501449 143
Магаданская область	0,5320040 6	0,7593397 94	0,7206606 75	0,6913282 87	0,7230177 31	0,654277 701	0,735008 13
Сахалинская область	0,4265392 48	0,4944805 78	0,5324828 7	0,5121667 14	0,4868550 41	0,446349 484	0,402962 676
Еврейская автономная область	0,2996959 57	0,4008325 32	0,3883399 28	0,1215073 09	0,4229260 69	0,548420 583	0,597160 985
Чукотский автономный округ	0,0059075 4693	0,0230482 2334	0,0186449 9695	0,0222295 9819	0,0161792 4361	0,187771 529	0,199283 524

Анализируя таблицу 1, приходим к выводу, что на протяжении всего исследуемого периода Камчатский край является регионом с высоким уровнем инновационного потенциала. В 2011 и 2012 количество таких регионов возросло и к ним можно отнести такие регионы как Камчатский край, Хабаровский край, Республика Саха, Приморский край и Магаданская область.

Самый низкий показатель инновационного потенциала приходится на Чукотскую область в период с 2006 по 2010 года. Последние 2 года данную область можно отнести к низкому инновационному потенциалу.

Оценку инновационного потенциала целесообразно производить совместно с оценкой инновационной активности регионов. Под инновационной активностью региона понимается целенаправленная деятельность субъектов предпринимательской деятельности региона относительно конструирования, создания, освоения и производства качественно новых видов техники, предметов труда, объектов интеллектуальной собственности (патентов, лицензий), технологий, а также внедрение более совершенных форм организации труда и управления производством.

Анализ инновационной активности региона базируется на оценке комплекса удельных и интегральных показателей, отражающих эффективность инновационной деятельности, как с точки зрения процесса, так и с точки зрения результата.

Проанализируем показатели инновационной активности региона.

По большинству показателей инновационного развития округ отстает как от других федеральных округов, так и от среднероссийских показателей.

По результатам расчетов можно сделать вывод, что в Дальневосточном федеральном округе с 2007 по 2010 год наблюдается рост доли инновационных товаров, работ и услуг в общем объеме отгруженных товаров, работ и услуг по всем областям. Высокими темпами рос объем инновационных товаров, работ и услуг в Магаданской области (в 21 раз), Амурской области (более чем в 19 раз), Приморском крае (почти в 14 раз) и Республике Саха (Якутия) (почти в 13 раз).

Такой показатель, как число созданных передовых технологий по отношению к численности занятых в экономике, снизился по всем субъектам Дальневосточного федерального округа в 2008-2010гг. в связи с экономическим кризисом. Лидером среди субъектов Дальневосточного федерального округа по затратам на технологические инновации является Магаданская область, где на технологические инновации тратится 15,6 млрд. руб., т.е. более половины из общей суммы (24,2 млрд. руб.) по ДФО; второе место по этому виду затрат занимает Хабаровский край (3,8 млрд. руб.); третье место – Приморский край – по 1,3 млрд. руб.; в Чукотском АО и Еврейской автономной области самые мизерные затраты на технологические инновации. В таких субъектах, как Республика Саха (Якутия), Камчатский край и Сахалинская область данный показатель упал до критического минимума. Следует отметить значительный скачок Сахалинской области. Причина - это сокращавшиеся по Сахалинской области в период с 2007 (завершение исследовательских проектов на шельфовых проектах «Сахалин-1», «Сахалин-2») по 2010 год объемы затрат на научные исследования и разработки. За весь исследуемый период наблюдается

рост данного показателя в Магаданской области. Наибольшая доля затрат на технологические инновации (57 %) связана с производственным проектированием, дизайном, исследованиями и разработкой новых производственных процессов. В то же время на приобретение новых технологий и программных средств, определяющих перспективы технологического развития (включая патентные и беспатентные лицензии), приходится 2 % затрат на инновации.

Исследуя число использованных производственных технологий по отношению к численности занятых в экономике, можно заметить нестабильность данного показателя по субъектам Дальневосточного федерального округа. Рост данного показателя наблюдается в период с 2010 года по всем субъектам региона. В этот период, во-первых, передовые производственные технологии стали использоваться во всех субъектах за исключением Чукотского автономного округа, в котором их по-прежнему нет; во-вторых, они появились в Амурской области и Камчатском крае; в-третьих, в остальных субъектах их число существенно возросло: от 30 раз в Сахалинской области до 4 раз в Республике Саха (Якутия). Лидерами по числу используемых передовых производственных технологий остаются по-прежнему Магаданская область и Хабаровский край. Например, в 2007 г. в Магаданской области инновации внедряли всего лишь 32 организации, в 2011 г. ими занимались уже 38 предприятий из 99 обследованных.

Исследуя показатель количества выданных патентов и свидетельств по отношению к численности занятых в экономике, можно заметить, что основное количество выданных патентов, в том числе выданных патентов на полезные модели, приходится на Приморский и Хабаровский края - в целом этим двум субъектам в 2010 г. было выдано 40% всех патентов, в том числе 85% патентов на полезные модели. 30% всех патентов было выдано в Амурской области и Республике Саха (Якутия). Регионом-аутсайдером по данному показателю является Чукотский автономный округ; за исследуемый период ни одного выданного патента. По количеству патентных заявок ДФО также уступает всем федеральным округам, его доля в общем количестве выданных патентных заявок в России составляет около 2%.

В период с 2008 года по 2010 год в ДФО наблюдается спад доли организаций, осуществляющих технологические инновации в общем числе организаций – это связано с всемирным экономическим кризисом. В период с 2010 года – рост данного показателя по всем субъектам ДФО. Это свидетельствует о влиянии научно-технического и образовательного потенциала на формирование новой (инновационной) экономики региона. Следует отметить положительный скачок данного показателя Чукотского автономного округа; с 2008 года доля организаций, осуществляющих технологические инновации, увеличивается. Причина – строительство нефтеперерабатывающего комплекса, развитие Чаун-Билибинской промышленной зоны.

Ежегодные уровни инновационной активности регионов рассчитаем через интегральный показатель по следующей формуле:

$$ИА = \sqrt[5]{ИТ * СПТ * ИПТ * П * ИО}$$

Таблица 2

Интегральные показатели инновационной активности регионов

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Республика Саха (Якутия)	0,0103033 9	0,2297035 78	0,2504195 7	0,0106068 12	0,0067513 86	0,0956414 99	0,1060715 5
Камчатский край	0,0004291 31	0,0117858 27	0,0073514 1	0,0003792 01	0,0045363 05	0,1044737 97	0,1062376 38
Приморский край	0,0111796 92	0,0099036 16	0,0097476 16	0,5611831 73	0,2841022 34	0,1897263 01	0,2040115 16
Хабаровский край	0,6944313	0,5330979 36	0,4657658 46	0,5154787 02	0,2949180 07	0,2173430 98	0,1979328 41
Амурская область	0,2662897 47	0,0128476 62	0,0085122 78	0,0108983 06	0,0071914 37	0,0061628 5	0,0055952 32
Магаданская область	0,0111161 17	0,3188015 79	0,5877586 75	0,5738664 12	0,6684873 24	0,4405596 23	0,5096036 04
Сахалинская область	0,1117902 54	0,1458252 05	0,0723901 23	0,0045339 68	0,0002258 15	0,2508879 43	0,2053968 29
Еврейская автономная область	0,0091144 25	0,0107604 25	0,0069557 56	0,0139016 42	0,0045775 79	7,41045E- 06	0,0001842 01
Чукотский автономный округ	5,69429E- 07	4,8893E- 07	2,96055E- 07	1,54251E- 05	7,47389E- 06	2,13451E- 07	5,63414E- 06

Анализируя таблицу 2, можно сделать вывод, что в рейтинг регионов с высоким уровнем инновационной активности вошли Хабаровский край в 2006 году и Магаданская область в 2010 году. Магаданская область возглавила рейтинг инновационной активности регионов, который составлен Центром исследований региональной экономики (ЦИРЭ). К примеру, в 2012 г. в Магаданской области в денежном выражении объем инновационных товаров, работ и услуг составил около 2,5 млрд руб. Уровень инновационной активности в Магаданской области в 2010г. составил 34%. Большая часть малых инновационных предприятий приходилась на сферу связи (19,1%) и обрабатывающие производства (9,1%). В прошлом году в регионе были созданы шесть передовых технологий, три из которых не имеют аналогов в мире. По использованию инноваций лидерами являются организации, которые внедряют сотовую связь III поколения, используют передачу данных по цифровым каналам связи, включая спутниковые системы связи. Внедряются инновации и в других отраслях региональной экономики.

В группу со средним уровнем инновационной активности вошли следующие субъекты ДФО: Хабаровский край и Магаданская область (2007-2009, 2011-2012), Приморский край (2009). Самыми слабыми регионами по показателям инновационной активности являются: Якутия, Камчатский край, Амурская область, Чукотский АО, Еврейский АО, Сахалинская область. Но наблюдается и положительная динамика: в 2007-2008 гг. Республика Саха (Якутия) переместилась в группу с низким уровнем инновационной активности.

При соотнесении уровней инновационного потенциала и инновационной активности были получены следующие результаты. Самыми максимальными показателями обладает Магаданская область. Инновационная активность Магаданской области набирает обороты и имеет большой потенциал для развития и совершенствования. Основу инновационного потенциала составляет

богатый природно-ресурсный потенциал Северо-Восточного региона, а также природный потенциал – золото, морепродукты, серебро, уголь.

К регионам имеющие средние показатели инновационной деятельности можно отнести: Приморский и Хабаровский край, а так же Сахалинскую область. Регионом – аутсайдером является Чукотский автономный округ. Экономика Чукотки развивается в условиях воздействия неблагоприятных факторов: климатических и географических, не смотря на то, что данный регион располагает собственной ресурсной базой, мощными источниками энергии, инвестиционная привлекательность округа самая низкая по сравнению с другими субъектами.

Таким образом, инновационная деятельность в регионах Дальневосточного федерального округа развивается, однако есть свои слабые и сильные регионы.

Паньшин И.В., начальник УНИД, к.э.н.
Добронравова А.М., мл. научный сотрудник кафедры КиГ
Владимирский государственный университет имени Александра
Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ИССЛЕДОВАНИЕ И КЛАССИФИКАЦИЯ РЕСУРСОВ МОДЕРНИЗАЦИИ РЕГИОНА³⁹

В исследовании определены, классифицированы ресурсы процесса модернизации социально-экономической системы региона. Раскрыта сущность и специфика выделенных категорий.

Ключевые слова: модернизационные ресурсы, управления, ресурсы региона.

Несмотря на то, что проблематика модернизации российских регионов уже много лет является популярной, ресурсный ее аспект мало разработан. В научной литературе на сегодняшний момент нет однозначного толкования понятия «ресурсы модернизации».

Под ресурсами модернизации социально-экономической системы региона будем понимать совокупность материальных, интеллектуальных, информационных, природных и финансовых средств и возможностей, сформированных в регионе в результате собственного накопления, привлечения и заимствования, которые могут быть использованы в целях осуществления последовательного перехода социально-экономической системы региона к новому инновационному сценарию развития, обеспечивающему устойчивое развитие региональной социально-экономической системы.

Предлагаемое нами определение, в отличие от ранее сформулированных, содержит более широкий круг ресурсов, которые позволили бы в процессе

³⁹ Публикация подготовлена в рамках поддержанного РГНФ научного проекта №13-12-33004.

модернизации ликвидировать недостатки в создаваемой инновационной системе, состыковать и привести в рабочее состояние ее процессы, получить необходимую отдачу. Также в приведенном авторском определении ресурсов модернизации осуществлена привязка к необходимости устойчивого развития региона, что, по сути, не позволяет расточительно распоряжаться даже имеющимися экономическими ресурсами.

В изучении модернизации социально-экономической системы регионов важное значение имеет классификация видов ресурсов модернизации.

Заслуживает внимания классификация видов ресурсов модернизации Е.Б.Лисиной [2, с.73-74], которая считает, что в модернизационный процесс нужно включить такие блоки ресурсов, которые позволили бы закрыть «черные дыры» в создаваемой инновационной системе, получить требуемую необходимую отдачу. С точки зрения автора, можно выделить следующие блоки ресурсов: нормативно-правовой, программно-целевой, организационно-управленческий, мотивационный, инфраструктурный, информационный, финансово-экономический, кадровый ресурсы и ресурс интеллектуального продукта.

По мнению А.И.Татаркина [4, с. 32-33], потребности устойчивого, социального развития российского общества требуют оперативного вовлечения в хозяйственный оборот всех ресурсов – минерально-сырьевых, человеческих и интеллектуальных. Данный автор считает, что из вышеперечисленных ресурсов наибольший интерес представляет интеллектуальный ресурс, так как он является наименее исследованной и ограниченно используемой в российской практике возможностью улучшения социально-экономического состояния.

Проанализировав результаты исследований содержания ресурсов модернизации вышеперечисленных авторов, можно сделать вывод, что большинство авторов учитывают не все ресурсы в комплексе, а уделяют особое внимание какому-то отдельному ресурсу, не рассматривая их как совокупную ресурсную базу модернизации.

Часто за основу классификации модернизационных ресурсов принимают классификацию экономических благ [3], выделяя при этом долговременные ресурсы (обладающие способностью возобновляться), недолговременные (полностью потребляемые), взаимозаменяемые (альтернативные), взаимодополняющие (комплементарные), настоящие (находящиеся в непосредственном распоряжении экономического субъекта), будущие (потенциальные), прямые (непосредственно удовлетворяющие некоторую потребность), косвенные или производительные (удовлетворяющие какую-либо потребность как средство).

Учитывая возрастание сложности социально-экономической системы авторы А.А. Кисуркин, Т.Н. Плотникова, Т.Г. Краснова предложили следующую классификацию экономических ресурсов:

- изменяющиеся, ресурсы, находящиеся в постоянном движении;
- развивающиеся, процессы взаимосвязей ресурсов способствуют переходу количественных изменений (роста) в качественные преобразования (непосредственное развитие);

– адаптивные, сохраняющие свои свойства при условии оптимального состояния с возможным изменением среды в соответствии с внешними и внутренними условиями функционирования региональных систем;

– самоорганизующиеся, сохраняющие свою устойчивость (равновесие) в социально-экономических процессах. [1, с.151-153]

Учитывая то, что на данный момент исследования классификационных признаков ресурсов модернизации малочисленны, мы предлагаем свой вариант классификации ресурсов процесса модернизации региона. (рис. 1)

Рассмотрим более подробно содержание видов ресурсов процесса модернизации социально-экономической системы региона в соответствии с некоторыми приведенными нами классификационными признаками.

Степень вовлеченности ресурсов региона в модернизационный процесс показывает осуществление структурных сдвигов в формировании инновационной социально-экономической системы региона за счет участия в этом процессе тех или иных ресурсов.

Классификация видов ресурсов процесса модернизации по видам базовых экономических ресурсов региона, вовлекаемых в процесс модернизации наиболее актуальна в современной науке, поскольку в различных вариантах она принята во многих странах и в большинстве социально-экономических наук.

Трудовые ресурсы – это часть населения региона, которые по качеству и уровню подготовки, практическому опыту, необходимы для осуществления функционирования процесса модернизации социально-экономической системы региона.

Природно-сырьевые ресурсы – это ресурсы, эффективное использование которых обеспечивает энергосбережение и энергоэффективность регионов, достижение которых, в свою очередь, невозможно без модернизации минерально-сырьевого комплекса на инновационной основе.

Инвестиционные ресурсы представляют собой часть совокупных финансовых ресурсов региона, направляемых им для осуществления процесса модернизации социально-экономической системы в объекты инновационной деятельности.

Информационные ресурсы являются стратегическим ресурсом, аналогичным по важности запасам энергии, ископаемых, сырья и прочим источникам. Информационные ресурсы процесса модернизации являются исходной базой для создания инновационных товаров и услуг, они должны отражать стремительно нарастающие информационные возможности, которые слабо взаимосвязаны между собой, а также с другими ресурсами.

Предпринимательские ресурсы характеризуют способность владельцев (управляющих) хозяйствующих субъектов к эффективной организации взаимодействия остальных экономических ресурсов для осуществления модернизационных изменений. Внедряя в производственную деятельность новые изобретения, идеи, организационные мероприятия, предприниматель активизирует тем самым модернизационный процесс.

Инфраструктурные ресурсы модернизации создают условия и обеспечивают протекание всех хозяйственных процессов региона, формируют

инвестиционный климат и обеспечивают региональные конкурентные преимущества. Инфраструктурные ресурсы лежат в основе инновационных преобразований, они снижают нагрузку на окружающую среду и во многом определяют эффективность процесса модернизации.

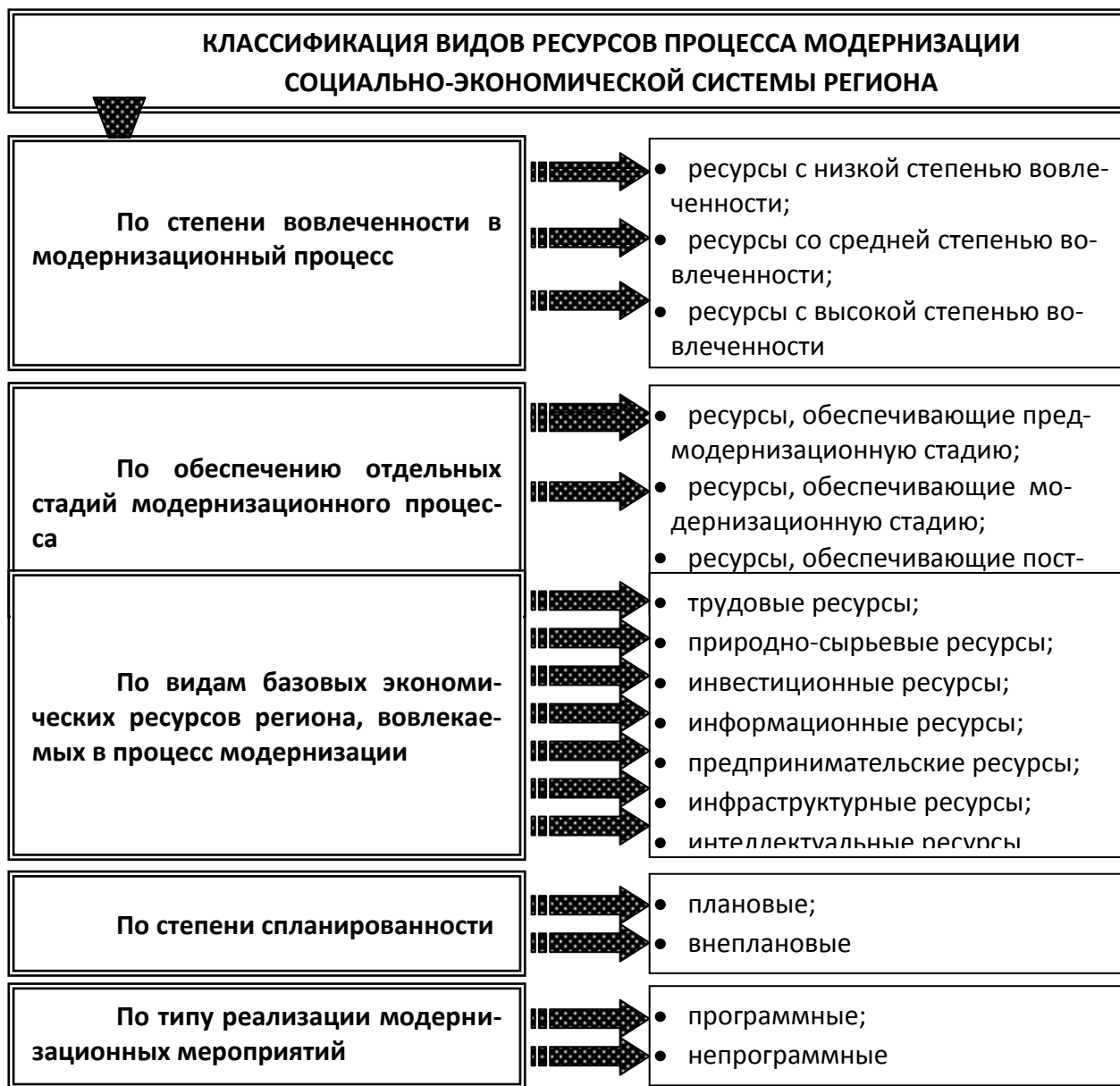


Рис. 1. Классификация видов ресурсов процесса модернизации социально-экономической системы региона

Интеллектуальные ресурсы представляют собой совокупность научных разработок, идей, технологий, воплощенных в товарах и услугах и являющихся результатом тесного сотрудничества бизнеса с научными учреждениями в интересах повышения наукоемкости производства и активизации процесса модернизации.

Классификации видов ресурсов процесса модернизации по степени спланированности представлена с позиции ситуативности их использования в процессе модернизации региона.

Классификация видов ресурсов процесса модернизации социально-экономической системы региона по типу реализации модернизационных

мероприятий представлена следующими группами: программные ресурсы и непрограммные ресурсы.

Программные ресурсы представляют собой совокупность увязанных по срокам осуществления и исполнителям ресурсов, используемых в рамках целевых государственных программ для обеспечения эффективного решения целевых задач модернизации социально-экономической системы региона и требующих государственной поддержки. Непрограммные ресурсы – это ресурсы, используемые в процессе модернизации социально-экономической системы региона вне целевых государственных программ.

Модернизация российской экономики в значительной мере определяется ресурсными условиями хозяйствования входящих в ее состав региональных социально-экономических систем. Дифференциация регионов по социально-экономическому развитию их систем в первую очередь связана с неоднородностью региональных ресурсов, что создает определенные трудности на пути осуществления процесса социально-экономической модернизации не только отдельных регионов, но и страны в целом. Эта проблема может быть разрешена только при эффективном использовании региональных ресурсов.

Литература:

1. Кисуркин, А.А. Экономические ресурсы как факторы влияния на социально-экономическое развитие региона /А.А. Кисуркин // Вестник Сибирского государственного университета имени М. Ф. Решетнева. – 2010. – №2. – С. 151-155.
2. Лисина, Е.Б. Ресурсы управления модернизацией российской экономики на основе инноваций / Е.Б. Лисина // Инновации. – 2010. – №9 (143). – С.73-75.
3. Симагин, Ю.А. Территориальная организация населения и хозяйства / Ю.А. Симагин // – М.: Кнорус, 2007. – 189 с.
4. Татаркин, А.И. Интеллектуальный ресурс общества: сущность, классификация и роль в социально-экономическом развитии / А.И. Татаркин // Бизнес, менеджмент и право. – 2010. – №2 (22). – С. 32-40.

Рассадин Б.И., доц. каф. БУФиС, к.э.н.

Александров П.А., аспирант

Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ И СТРУКТУРНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ КОММЕРЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В РОССИИ

Рассмотрение демографии и структуры коммерческих предприятий в России позволяет выявлять важные проблемы развития этих субъектов экономики.

Ключевые слова: коммерческие предприятия, создание и ликвидация предприятий.

Показатели демографии коммерческих предприятий являются важным элементом определения прироста, устойчивости и стабильности

предпринимательства. Демография предприятий включает в себя сведения о создании, ликвидации, реорганизации (слияние, присоединение, разделение, выделение, преобразование) предприятий, о приостановлении хозяйственной деятельности без официального закрытия и другие.

В демографических показателях используются коэффициенты рождаемости и официальной ликвидации организаций, как отношение количества зарегистрированных или ликвидированных организаций к общему количеству организаций, рассчитанное на 1000 организаций. Динамика изменения этих показателей [1] представлена в таблице 1.

Таблица 1

Коэффициенты рождаемости и официальной ликвидации организаций на 1000 организаций в РФ в 2010 – 2013 гг.

Показатели	2010	2011	2012	2013
Коэффициент рождаемости	93,6	94,7	95,8	94,4
Коэффициент официальной ликвидации	46,3	81,3	89,0	87,3

В 2010 – 2013 гг. в целом по Российской Федерации коэффициент рождаемости организаций изменялся незначительно с 93,6 до 94,4 организаций, а вот коэффициент ликвидации вырос почти в 2 раза, с 46,3 до 87,3. Разница между коэффициентами рождаемости и официальной ликвидации называется коэффициентом прироста организаций, который сократился за период 2010 - 2013 гг. с 47,3 до 7,1 организаций, что свидетельствует о тенденции значительного сокращения прироста организаций в России.

Увеличение коэффициента рождаемости на 0,9%, а коэффициента ликвидации почти в 2 раза и уменьшение прироста организаций в 6,6 раза - это показатели возрастающей неустойчивости и нестабильности юридических лиц.

Коэффициенты рождаемости и ликвидации юридических лиц рассчитываются на основании данных Единого государственного реестра юридических лиц (ЕГРЮЛ), ведение которого осуществляет Федеральная налоговая служба России. В данном реестре содержится информация по количеству созданных и ликвидированных юридических лиц, в том числе коммерческих организаций. Так, согласно данным ЕГРЮЛ, в 2012 году было ликвидировано на 111,1 тыс. коммерческих организаций больше, чем создано, а в 2013 году наоборот было создано на 79,9 тыс. организаций больше, чем ликвидировано [2]. Противоположные показатели по росту свидетельствуют об отсутствии стабильного развития коммерческих организаций в РФ, что и подтверждают данные таблицы 2.

Таблица 2

Количество созданных и ликвидированных коммерческих организаций в 2012 – 2013 гг. в РФ.

Показатели	2012 г.		2013 г.	
	создано	ликвидировано	создано	ликвидировано
Коммерческие организации – всего	404760	515860	500875	420986
в том числе: общества с ограниченной ответственностью	398098	404366	425190	328956
акционерные общества	5010	25894	9833	19691
производственные кооперативы	414	4358	2428	6158
унитарные предприятия	384	1585	1400	2906
прочие коммерческие организации	912	79469	51606	42591

Наиболее предпочтительной формой юридического оформления коммерческой деятельности среди предпринимателей является общество с ограниченной ответственностью (ООО). Так, в 2012 году было зарегистрировано 398,1 тыс. ООО, что составляет 98,3% от общего числа всех созданных коммерческих организаций. Но при этом и количество ликвидированных ООО составило основную часть всех организационно правовых форм - 78,4%. Аналогичная картина наблюдалась и в 2013 г. - соотношение созданных и ликвидированных ООО составило соответственно 84,9 и 78,1%.

Доля ООО в общем количестве коммерческих предприятий оставалась преобладающей в связи с резким сокращением количества других субъектов предпринимательской деятельности. В 2012 году было ликвидировано акционерных обществ в 5 раз больше, чем создано, производственных кооперативов в 10,5 раз, прочих коммерческих организаций в 87 раз. Это связано с тем, что у акционерных обществ, производственных кооперативов более высокая ответственность и более сложная организационная структура, чем в ООО.

Основание ликвидации является важным элементом анализа демографии предприятий. Так, в 2013 году 335,3 тыс. коммерческих организаций, что составляет 80% от общего количества организаций прекративших свою деятельность, были ликвидированы в связи с исключением юридического лица из ЕГРЮЛ по решению налоговых органов [2], данные по иным основаниям прекращения деятельности коммерческих организаций приведены в таблице 3.

Таблица 3

Количество коммерческих организаций по субъектам, прекративших деятельность в 2013 году в целом по РФ.

Показатели	Всего	в том числе				
		в результате реорганизации	в связи с ликвидацией	из них	в связи с исключением юридического лица по решению регистрирующего органа из ЕГРЮЛ	по иным основаниям
				в порядке банкротства		
коммерческие организации Всего:	420986	37 085	47 206	9 624	335 342	1 353
ООО	328 956	31 711	39 508	6 492	257 736	1
акционерные общества	19 691	2 308	2 874	1 128	14 509	0
производственные кооперативы	6 158	118	856	279	3 862	1 322
прочие коммерческие организации	42 951	69	66	22	42 788	28

Если, юридическое лицо в течение последних двенадцати месяцев не представляло документы отчетности и не осуществляло операций хотя бы по одному банковскому счету оно признается фактически прекратившим свою деятельность и может быть исключено из ЕГРЮЛ [3]. По сути дела, это «брошенные» организации с предварительным переоформлением прав

собственности на собственников, которых невозможно найти налоговым органам. Период жизнедеятельности таких организаций, как правило, не более 2 –х лет, пока действуют «налоговые каникулы» или же изначально такие организации создаются для проведения одной или нескольких операций, так называемые «фирмы - однодневки» с последующим уклонением от уплаты налогов.

Прекращение деятельности предприятия по решению налоговой инспекции является самым предпочтительным среди предпринимателей, так как исключает длительную процедуру ликвидации и риск негативных последствий проверки налоговой инспекции деятельности предприятия. А такой риск существует. Так, в 2013 году по результатам налоговых проверок с предпринимателей было дополнительно взыскано 171,8 млрд. рублей, что на 18,7% больше, чем в 2012 году [4].

Индивидуальные предприниматели (ИП) имеют более простой, чем в организациях порядок создания и ликвидации, для начала трудовой деятельности им не требуется значительных материальных затрат, а также они несут личную ответственность, в том числе и своим личным имуществом перед кредиторами. Эти отличия от других коммерческих субъектов несомненно влияют на показатели регистрации и ликвидации ИП.

В 2013 году вновь созданных ИП было зарегистрировано на 85 тыс. или на 16% меньше, чем в предыдущем году, а общее количество фактически действующих ИП сократилось на 4%. Важным фактором в этом году, повлиявшим на показатели ИП в России явилось двух-кратное увеличение обязательных отчислений для ИП - до 35665 рублей [5]. Обратив внимание на эти негативные данные в развитии ИП, Правительство РФ снизило фиксированный платеж в ПФР до 17 328,48 руб. Если же доход превысит 300 тыс. руб., то помимо 17 328,48 руб. ИП надо дополнительно перечислить платеж в размере 1 процента от дохода сверх лимита [6].

В 2013 году было ликвидировано 932,8 тыс. ИП, что на 482,6 тысячи больше, чем зарегистрировалось. Однако, из них фактически действующих ИП сократилось на 103,3 тыс. [7], а 379,3 тыс. ИП ликвидировали свою деятельность, уже ранее приостановленную. В 2013 году 914,6 тыс. ИП, или 98% от общего количества ликвидированных прекратили деятельность в связи с собственным решением. Такая законопослушность есть результат простой и быстрой процедуры ликвидации ИП, а также личной ответственности ИП за несоблюдение требований законодательства.

Динамика создания и ликвидации ИП [7] представлена в таблице 4.

Таблица 4

Количество созданных и ликвидированных индивидуальных предпринимателей в 2012 – 2013 годах в РФ.

Показатели	2012 г.	2013 г.
фактически действующие ИП всего в тыс.	2602,3	2499,0
создано ИП в тыс.	535,2	450,2
ликвидировано ИП в тыс.	568,3	932,8
Коэффициент рождаемости	206,0	180,2
Коэффициент официальной ликвидации	218,0	373,2

Коэффициенты рождаемости и официальной ликвидации ИП почти в 2 раза превышают аналогичные показатели коммерческих предприятий, что

свидетельствует о более лабильной и неустойчивой составляющей в деятельности ИП.

Индивидуальные предприниматели, как правило, обладают незначительными финансовыми и материальными ресурсами и поэтому наиболее чувствительны к повышению налогов или обязательных платежей. Дифференцированный подход в уплате обязательных отчислений несомненно должен положительно повлиять на динамику развития индивидуальных предпринимателей в нашей стране.

Рассмотрение динамики развития коммерческих предприятий за 2012 – 2013 гг. выявило тенденции сокращения прироста коммерческих организаций. Общества с ограниченной ответственностью становятся преобладающей формой ведения предпринимательской деятельности в связи с простой организационной формой юридического лица. Количество предприятий иных организационно-правовых форм: акционерных обществ, производственных кооперативов и других коммерческих организаций резко сокращаются.

Самым распространенным способом прекращения деятельности среди коммерческих предприятий является ликвидация по решению регистрирующего органа, что позволяет избежать налоговой проверки и возможных дополнительных налоговых выплат.

Упрощение процедуры ликвидации, а также усиление личной ответственности предпринимателей, по аналогии с ИП, позволят вернуть эту часть субъектов экономики в правовое поле.

Осуществление данных мероприятий несомненно приведет к равным условиям в конкурентной борьбе среди субъектов малого и среднего предпринимательства, а также к повышению налоговых сборов.

Литература:

1. Демография организаций. gks.ru. Официальная статистика \ Предпринимательство \ Институциональные преобразования в экономике \ Дата обращения 31.10.2014 г.
2. Сведения о работе по государственной регистрации юридических лиц. palog.ru. Главная страница \ Иные функции ФНС России \ Статистика и аналитика \ Дата обращения 31.10.2014 г.
3. Федеральный закон от 08.08.2001 г. № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей».
4. Доклад о результатах и основных направлениях деятельности на 2014-2017 годы. palog.ru. Главная страница \ Иные функции ФНС России \ Статистика и аналитика \ Эффективность работы ФНС России \ Дата обращения 31.10.2014 г.
5. Федеральный закон от 3 декабря 2012 г. № 243-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам обязательного пенсионного страхования».
6. Федеральный закон от 23.07.2013 г. № 237-ФЗ «О внесении изменений в статью 22 Федерального закона «Об обязательном пенсионном страховании в Российской Федерации» и статьи 14 и 16 Федерального закона «О страховых взносах в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования».
7. Сведения о работе по государственной регистрации индивидуальных предпринимателей. palog.ru. Главная страница \ Иные функции ФНС России \ Статистика и аналитика \ Дата обращения 31.10.2014 г.

Рассадин Б.И., доц. каф. БУФиС, к.э.н.
Александров П.А., аспирант
Владимирский государственный университет имени Александра
Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ СУБСИДИЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА ВЛАДИМИРСКОМ РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

Малый бизнес играет важную роль в современной рыночной экономике и поэтому государство оказывает ему поддержку в виде выделения субсидий, предоставления поручительств и выдачи займов.

Ключевые слова: среднее и малое предпринимательство, государственная поддержка, субсидии, лизинг.

В нашей стране разработана Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года, которая предполагает осуществление мер институционального характера для содействия развитию малого и среднего предпринимательства. Они включают такие направления как развитие инфраструктуры поддержки новых предприятий в рамках бизнес-инкубаторов, упрощение для малых предприятий доступа к покупке и аренде недвижимости, расширение системы микрокредитования, сокращение количества контрольных и надзорных мероприятий, проводимых в отношении малого бизнеса [1].

Федеральные и региональные органы власти, понимая большие возможности малого и среднего предпринимательства в росте внутреннего валового продукта (ВВП), оказывают ему разнообразную поддержку, которая включает в себя: финансовую, имущественную, информационную, консультационную, поддержку в области подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров. За последние 3 года Правительство РФ предоставило субсидии из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на государственную поддержку среднего и малого предпринимательства на сумму 55,16 млрд. рублей. Объемы субсидий с 2012 по 2014 гг. представлены в таблице 1.

Таблица 1

Субсидии, предоставляемые из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства.

Показатели	Субсидии, предоставляемые из федерального бюджета на поддержку малого и среднего предпринимательства по РФ		
	2012	2013	2014
Годы			
Объемы субсидий млн. руб.	19000 ⁴⁰	18025 ⁴¹	18135 ⁴²

Министерство экономического развития Российской Федерации осуществляет

⁴⁰ government.ru. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 2 августа 2012 г. № 1410-р г. Москва. Дата обращения 16.10.2014 г.

⁴¹ government.ru. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 12 марта 2013 г. № 328-р Москва. Дата обращения 16.10.2014 г.

⁴² government.ru. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 31 марта 2014 года № 476-р. Москва. Дата обращения 16.10.2014 г.

конкурсный отбор с целью предоставления субсидий бюджетам субъектов Российской Федерации. Критериями конкурсного отбора субъектов Российской Федерации, бюджетам которых предоставляются субсидии, являются [2]:

а) размер средств бюджета субъекта Российской Федерации, направляемых на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства;

б) прирост численности субъектов малого и среднего предпринимательства на территории субъекта Российской Федерации и работников, занятых в этой сфере.

На финансирование мероприятий Программы поддержки малого и среднего предпринимательства из федерального бюджета во Владимирскую область в 2013 году было выделено 197,6 млн. руб. и дополнительно из регионального бюджета 49,4 млн. руб. Объемы софинансирования данной программы во Владимирской области за 2011 – 2013 годы [3] сокращаются, что видно из показателей таблицы 2. Так за период с 2011 по 2013 гг. общий объем субсидий на поддержку малого и среднего предпринимательства во Владимирской области сократился почти в 1,7 раза. При этом объем субсидий по РФ в целом сократился только на 5%. При сокращении объемов субсидирования во Владимирской области в 2013 г. по сравнению с 2012 г. более чем на 35% соответственно количество малых (без микро) предприятий снизилось на 13%.

Таблица 2

Субсидии, предоставляемые из федерального и регионального бюджетов на поддержку малого и среднего предпринимательства во Владимирской области в 2011 – 2013 гг.

Показатели	Субсидии, предоставляемые из федерального и регионального бюджетов на поддержку малого и среднего предпринимательства во Владимирской области		
	2011	2012	2013
Объемы субсидий из федерального бюджета млн. руб.	278,4	304,7	197,6
Объемы субсидий из регионального бюджета млн. руб.	144,9	76,5	49,4
Общие объемы субсидий млн. руб.	423,3	381,2	247,0

Тенденции развития малых предприятий по РФ и Владимирской области [4] за последние годы представлены в таблице 3.

Таблица 3

Количество малых (без микро) предприятий во Владимирской области и по РФ в целом за 2010 – 2013 гг.

Показатели	Малые предприятия (без микро)			
	2010	2011	2012	2013 ⁴³
По РФ	229083	242677	243065	234537
По Владимирской области	2752	3066	3300	2880

Государственная поддержка для субъектов малого и среднего предпринимательства во Владимирской области проводилась по мероприятиям [3]:

1. Субсидирование по договорам лизинга субъектов предпринимательства, направленным на модернизацию технологических процессов и пополнение основных фондов – 76,36 млн. руб., профинансировано 113 проектов, что составляет 3,6% от общего количества средних и мелких (без микро) предприятий. Средняя сумма финансирования 1 проекта составила 676

⁴³ Институциональные преобразования в экономике. gks.ru. Официальная статистика \ Предпринимательство. Дата обращения 12.10.2014 г.

тыс. рублей. Для участия в конкурсе принимались заявки от юридических лиц и индивидуальных предпринимателей со среднесписочной численностью работающих 30 и более человек. Микропредприятия и основная часть индивидуальных предпринимателей не имели возможности участвовать в распределении этих субсидий, что ограничивает возможности основных участников малого предпринимательства и снижает конкуренцию среди участников Программы поддержки.

2. Гранты на создание инновационной компании – 5,0 млн. руб., профинансировано 10 проектов. Средняя сумма финансирования 1 гранта составила 500 тыс. рублей. В связи с отсутствием достаточного количества проектов субъектов малого и среднего предпринимательства, отвечающих требованиям, предъявляемым к инновационным компаниям 500,0 тыс. руб., остались неосвоенными.

3. На субсидирование части затрат субъектов предпринимательства, связанных с приобретением оборудования в целях создания и (или) развития, и (или) модернизации производства товаров (работ, услуг) было выделено 106,36 млн. руб., а профинансировано 59 проектов. Средняя сумма субсидий составила 1,8 млн. рублей.

4. Поддержка начинающих субъектов малого и среднего предпринимательства - гранты начинающим субъектам малого и среднего предпринимательства, в том числе инновационной сферы – 19,88 млн. руб., профинансировано 16 муниципальных образований. По сравнению с 2012 годом субсидирование сократилось на 24 %, что вызвано, вероятно, общим снижением финансирования. Принимая во внимание важное значение инновационной сферы, необходимо выделять субъекты малого бизнеса, ориентированные на инновации в отдельный вид поддержки.

5. Субсидия на увеличение гарантийного фонда из федерального и областного бюджета составила 35,0 млн. рублей. С целью повышения доступности кредитно-финансовых ресурсов Фондом содействия развитию малого и среднего предпринимательства во Владимирской области в 2013 году предоставлено 42 поручительства на сумму 337,5 млн. руб., выдан 161 заем в объеме 150,57 млн. руб. Займы, предоставленные за счет субсидий, выдавались на срок не более 12 месяцев [6], что являлось неудобным фактором для предпринимателей, создающим трудности при возврате займа.

Также субсидии расходовались: на создание бизнес-инкубаторов – 36,886 млн. руб., на развитие процессов бизнес-инкубирования – подготовку управляющих менеджеров для бизнес-инкубаторов – 2,25 млн. руб., популяризацию предпринимательской деятельности – 0,277 млн. руб. Сумма неосвоенных средств составила 3,177 млн. руб., из них 1,723 млн. руб. по мероприятию «Популяризация предпринимательской деятельности» в связи с отсутствием Уполномоченного по защите прав предпринимателей.

Из-за сокращения субсидий из регионального бюджета более чем на 35% в 2013 году федеральные субсидии также снизились, согласно правилам конкурсного отбора. В целом поддержка малого и среднего предпринимательства во Владимирской области сократилась на 176,3 млн. руб.

по сравнению с 2011 годом.

Создание инновационных продуктов и поощрение инновационных компаний является одним из приоритетных направлений в деятельности нашего государства, однако при распределении субсидий средняя стоимость проекта в этом направлении в 3,6 раза меньше (500 тыс. руб.), чем в субсидировании затрат на приобретение оборудования (1,8 млн. руб.). Ограничение доступа в участия на получение государственной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства по некоторым мероприятиям, отсутствие сотрудников администрации, отвечающих за популяризацию предпринимательства и использованию средств, выделенных на эти цели, явились основными факторами некачественного освоения выделенных субсидий. Это нашло отражение в том, что за 2013 год сокращение субъектов малого и среднего предпринимательства во Владимирской области превысило средние показатели по стране. Несмотря на то, что общий объем субсидий составил 247 млн. рублей, такая поддержка не смогла существенно повлиять на общие тенденции развития среднего и малого предпринимательства в нашем регионе.

Литература:

1. Распоряжение Правительства РФ от 17 ноября 2008 г. № 1662-р «О Концепции долгосрочного социально-экономического развития РФ на период до 2020 года».
2. Постановление Правительства Российской Федерации от 27.02.2009 г. № 178. «О распределении и предоставлении субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства, включая крестьянские (фермерские) хозяйства».
3. Отчет о выполнении целевых показателей результативности бюджетных расходов, установленных в Докладах о результатах и основных направлениях деятельности департамента развития предпринимательства, торговли и сферы услуг администрации Владимирской области в 2013 году. dprt.avо.ru. Аналитические и информационные материалы. Дата обращения 17.10.2014 г.
4. Малое и среднее предпринимательство в России, 2013г. Приложение к сборнику (информация в разрезе субъектов Российской Федерации) gks.ru. Официальная статистика \ Публикации \ Каталог публикаций. Дата обращения 12.10.2014 г.
5. Федеральный закон от 23 августа 1996 г. № 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике».
6. Правила предоставления займов субъектам малого и среднего предпринимательства. \ Фонд содействия развитию МСП \ Займы субъектам МСП \ dprt.avо.ru. Дата обращения 6.11.2014 г.

Савельева О.Е., доц. каф.ТДиГП

Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

СПЕЦИФИКА ИНСТИТУТА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО РИСКА: ИСТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Понятие риска используется в целом ряде наук. В юридической литературе категория риска вызывает живой интерес, что предопределяет неоднократные попытки сформулировать данное понятие.

Ключевые слова: право, предпринимательская деятельность, предпринимательские риски.

В отечественной, экономической науке по существу отсутствуют общепризнанные теоретические положения о предпринимательском риске, фактически не разработаны методы оценки риска применительно к тем или иным производственным ситуациям и видам предпринимательской деятельности, отсутствуют рекомендации о путях и способах уменьшения и предотвращения риска. Хотя следует отметить, что в последние годы появились научные работы, в которых при рассмотрении вопросов планирования, экономической деятельности коммерческих организаций, соотношения спроса и предложения затрагиваются вопросы риска, такие, как: "Риски в современном бизнесе" (коллектив авторов); монография Райзберга Б.Г. "Азбука предпринимательства"; монография Первозванского А.А. и Первозванской Т.Н. "Финансовый рынок: расчет и риск" и др.

Определенный интерес представляет сравнительное рассмотрение классической и неоклассической теории предпринимательского риска и их экономического приложения. При исследовании предпринимательской прибыли такие представители классической теории, так Дж. Милль, И.У. Сениор различали в структуре предпринимательского дохода процент (как долю на вложенный капитал), заработную плату предпринимателя и плату за риск (как возмещение возможного риска, связанного с предпринимательской деятельностью).

В классической теории предпринимательского риска последний отождествляется с математическим ожиданием потерь, которые могут произойти в результате выбранного решения. Риск здесь не что иное, как ущерб, который наносится осуществлением данного решения.

Такое одностороннее толкование сущности риска вызвало резкое возражение у части зарубежных экономистов, что повлекло за собой выработку иного понимания содержания предпринимательского риска.

В 30-е годы нашего столетия экономисты А. Маршалл и А. Пигу разработали основы неоклассической теории предпринимательского риска. Основы этой теории состоят в следующем: предприниматель, работающий в условиях неопределенности и прибыль которого есть случайная переменная, при заключении сделки руководствуется двумя критериями:

- размерами ожидаемой прибыли;
- величиной ее возможных колебаний.

Поведение предпринимателя, согласно неоклассической теории риска, обусловлено концепцией предельной полезности. Это означает, что при наличии двух вариантов, например, капитальных вложений, дающих одинаковую ожидаемую прибыль, предприниматель выбирает вариант, в котором колебания ожидаемой прибыли меньше. Если принимается небольшое число решений одного типа, то нельзя рассчитывать, что отклонения от ожидаемой, прибыли взаимно уравниваются, так как в этом случае закон больших чисел не действует. Именно поэтому предприниматель, принимая решение,

должен учитывать колебания прибыли и выбирать вариант решения, который дает тот же результат, но характеризуется меньшими колебаниями.

Согласно неоклассической теории, для предпринимателя верная прибыль того же ожидаемого размера, но связанная с возможными колебаниями менее интересна.

Дальнейшее развитие неоклассической теории риска продолжили в своих работах венгерские экономисты Т. Бачкаи, Д. Мессен и др. Сущность риска они видят в возможности отклонения от цели, ради достижения которой принималось решение.

Анализ многочисленных определений риска позволяет выявить основные моменты, которые являются характерными для рискованной ситуации, такие, как:

случайный характер события, который определяет, какой из возможных исходов реализуется на практике;

наличие альтернативных решений;

известны или можно определить вероятности исходов и ожидаемые результаты;

вероятность возникновения убытков;

вероятность получения дополнительной прибыли.

Категорию "риск" можно определить как опасность потенциально возможной, вероятной потери ресурсов или недополучения доходов по сравнению с вариантом, который рассчитан на рациональное использование ресурсов в данном виде предпринимательской деятельности. Другими словами, риск — это угроза того, что предприниматель понесет потери в виде дополнительных расходов или получит доходы ниже тех, на которые он рассчитывал.

Хотя последствия риска чаще всего проявляются в виде финансовых потерь или невозможности получения ожидаемой прибыли, однако риск — это не только нежелательные результаты принятых решений. При определенных вариантах предпринимательских проектов существует не только опасность не достичь намеченного результата, но и вероятность превысить ожидаемую прибыль. В этом и заключается предпринимательский риск, который характеризуется сочетанием возможности достижения как нежелательных, так и особо благоприятных отклонений от запланированных результатов.

Под предпринимательским понимается риск, возникающий при любых видах предпринимательской деятельности, связанных с производством продукции, товаров и услуг, их реализацией; товарно-денежными и финансовыми операциями; коммерцией, а также осуществлением научно-технических проектов.

Литература:

1. Брагинский М.И., Витрянский В.В. Договорное право. Кн. первая // КонсультантПлюс: ВерсияПроф.

2. Кораблев О.Г. Риск в предпринимательской деятельности. Автореф. дис. ... к.ю.н. - М., 2010.

3. Копылов В.А. Риск в предпринимательской деятельности. Автореф. дис.... канд. юрид. наук. - Волгоград, 2003. - С.8.

4. Крючков Р.А. Принятие риска: стратегии правового управления // *Налоги*. 2010. N 48. С. 25 - 28.
5. Мартиросян А.Г. К вопросу о риске в гражданском праве Российской Федерации // *Современное право*. 2009. N 9. С. 60 – 64

Тесленко И.Б., проф., зав. каф. БИиЭ, д.э.н.
Губернаторов А.М. доц. каф БИиЭ, к.э.н.
Владимирский государственный университет имени Александра
Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ МЕЖСЕКТОРНОГО ПАРТНЕРСТВА В СТРАХОВАНИИ

Рассмотрены вопросы взаимовыгодного межсекторного партнерства в становлении института страхования в России. Представлены новые механизмы и инструменты партнерства, способствующие ускорению развития страхового бизнеса.

Ключевые слова: партнерство, инновационные идеи, страхование, рынок страхования, страховые риски.

Проблемы развития страхования и страхового рынка все больше занимают внимание ученых и специалистов в связи с нарастающими природными рисками в мире и национальных хозяйствах.

По оценкам Всемирной метеорологической организации, Международного банка реконструкции и развития, других международных организаций, в мире сформировалась устойчивая тенденция роста материальных потерь и уязвимости общества из-за усиливающегося воздействия опасных природных явлений. Рост последних в России в начале 2000-х ежегодно в среднем составлял 6% [12]. Так в 2012 году сильнейшие ливни привели к самому разрушительному наводнению за всю историю Краснодарского края. Пострадали 10 населенных пунктов, 29 тысяч человек полностью утратили имущество. Были подтоплены 7,2 тысяч жилых домов, из них полностью разрушены свыше 1,65 тысяч домовладений. Общий ущерб от стихии составил приблизительно 20 млрд. рублей [8]. И это только один пример.

Наводнения, засухи, лесные пожары наносят большой ущерб и пострадавшим регионам, и федеральному бюджету, которому приходится идти на внеплановые расходы – в среднем по 50-60 миллиардов рублей [6].

Учитывая тенденцию учащения случаев стихийных бедствий, государство вынуждено создавать резервные фонды, где государственные гарантии каждый раз определяются индивидуально. Например, резервный фонд правительства РФ по предупреждению и ликвидации чрезвычайных ситуаций (ЧС) и последствий стихийных бедствий на 2011 год составил 8 млрд. рублей. Практически все эти средства ушли на выплаты компенсаций физическим и юридическим лицам, в том числе 4,8 млрд. рублей – на жилищные сертификаты тем, кто лишился в результате ЧС и терактов своего жилья. Из резервного

фонда средства были направлены на выплату единовременной материальной помощи, на покупку нового жилья, единовременных пособий в связи со смертью членов семьи (в 2011 году 122 человека погибли в результате крушения теплохода «Булгария» и двое – в результате смерча в Благовещенске Амурской области), на восстановление жилых домов, школ, детских садов, поликлиник, объектов сельского хозяйства и административных зданий.

Больше всего (60,1%) средств из резервного фонда было потрачено на погашение государственных жилищных сертификатов для тех, кто лишился жилья в результате стихийного бедствия. Вторая по величине статья расходов при ЧС – это оказание помощи пострадавшим гражданам, на что было потрачено 19,5% от объема резервного фонда. На проведение аварийно-спасательных работ было израсходовано только 5,4% средств, на аварийно-восстановительные работы на объектах жизнеобеспечения – 10,5%, на оказание гуманитарной помощи иностранным государствам – 4,5%.

Напрашивается вывод, что обязательное страхование жилья в районах с высоким риском того или иного стихийного бедствия могло бы серьезно сэкономить бюджетные средства.

Обязательное страхование имущества от стихийных бедствий встречается в трех странах - Исландии, Румынии и Турции, так как они подвержены высоким рискам природных катастроф, против которых практически невозможно защититься с помощью превентивных мероприятий [4].

В России охват населения услугами по страхованию жилья незначительный. Только в Москве в квитанциях об оплате коммунальных услуг можно в графе «Страхование» поставить галочку и ежемесячно оплачивать страховые взносы. Эти выплаты не значительны, так как определяются исходя из нормативно утвержденной стоимости одного квадратного метра жилья, что намного ниже рыночной стоимости, однако г. Москва берет на себя обязательство в случае утраты застрахованной квартиры предоставить жилье [6].

В других странах страхование рисков возникновения стихийных бедствий и страхование гражданско-правовой ответственности, проводится как в обязательном, так и в добровольном порядке. За рубежом около 80% сфер жизни людей охвачено страхованием, в России этот показатель значительно ниже – около 10%. В нашей стране недвижимость страхуют только 5-7% собственников, в других странах - почти 90% недвижимости застраховано без какого-либо участия государства в выплатах.

Возмещение ущерба от природных катастроф только за счет государства весьма сильно «бьет» по бюджету. Например, сумма страховых убытков от трех крупных ураганов, которые в 2005 году обрушились на США – Катрина, Рита и Вильма, составила в целом 57,6 млрд. долларов [6].

Не случайно в США еще с конца 60-х годов XX века начали действовать законы о государственном страховании от наводнений и о защите от наводнений. В 1973 году был принят специальный закон, обязывающий заемщиков по ипотеке страховать от наводнения, если соответствующий объект расположен в местности, подверженной угрозе наводнения. В 1994 году в США был принят закон «О реформе национальной системы страхования от

наводнений». Основная его идея в том, что государство, а значит, налогоплательщики не должны нести ответственность за ущерб при наводнении. Страхование недвижимости является обязательным для всех граждан, которые проживают в районах, относящихся к зоне возможных наводнений. По закону каждый гражданин должен быть проинформирован, что без этого договора рассчитывать на компенсацию при ЧС нельзя. Кроме того, пострадавший штат получит помощь от государства, а домовладелец – компенсацию от страховых компаний только в том случае, если они будут выполнять все прописанные предупредительные меры.

Только в особых случаях правительство может принять решение о государственной поддержке страховых компаний, чтобы не обрушить страховой рынок, о массовой раздаче бюджетных средств пострадавшим речи быть не может.

Страховые компании при подписании договоров требуют от владельца страхуемого объекта знания и соблюдения правил безопасности в случае чрезвычайной ситуации. В Англии, например, в населенных пунктах, подверженных ЧС, проводятся курсы выживания, а страховые компании постоянно следят за тем, какие меры предприняты во избежание разрушений.

В развитых странах в случае стихийного бедствия за счет бюджета может быть оказана помощь в ликвидации последствий: в тушении пожаров, разборке завалов, вывозе мусора, восстановлении инфраструктуры и коммуникаций. Основную компенсацию выплачивают страховые компании [7].

До перестройки в нашей стране вопросы такого рода решались через систему обязательного страхования. Страховая сумма по государственному обязательному страхованию строений была установлена в размере 40% от их стоимости; ставки страховых платежей составляли в сельской местности 0,35%, а в городской - 0,3% от страховой суммы. Страхование действовало в отношении отдельно стоящих зданий и сооружений, находившихся в частной собственности (многоквартирные дома не страховались). Страховщиком обязательных видов был советский Госстрах. В 1998 году советское страхование частных домов было отменено как не соответствующее Гражданскому Кодексу, что было закреплено соответствующим постановлением правительства [4].

Тем не менее, пострадавшим от стихийных бедствий необходимо помочь, и государство не остается в стороне. Сейчас в стране действует несколько различных постановлений правительства по вопросам выпуска и погашения государственных жилищных сертификатов, выдаваемых гражданам РФ, лишившимся жилья в результате чрезвычайных ситуаций и стихийных бедствий. Но сертификат – это еще не обустроенное жилье. При ежегодных катаклизмах недостаточно никаких средств на покрытие всего причиненного стихией ущерба [6].

Выход один - стимулировать население страховать себя от стихийных бедствий. Ведь любой здравомыслящий человек заинтересован в сохранении своей собственности, а тем более жилья. До тех пор, пока государство будет брать на себя обязанность возмещать ущерб от ЧС, страхование жилья нормально развиваться не будет.

Однако обязать человека страховать собственное имущество никто не вправе.

Для многих граждан обязательное страхование жилья станет неподъемной тратой. Сейчас страхование квартиры может обойтись ежегодно в 0,3-0,5% от стоимости квартиры. При этом в регионах ситуация усложняется: отдельные строения имеют множество индивидуальных особенностей и, соответственно, дополнительных рисков, что обуславливает более высокую стоимость страхования, которая может составлять 0,7-1,2% от стоимости объекта. При этом нет гарантии, что качество страхования станут лучше.

Население неохотно страхует жилье, еще и потому, что считает, что страховые выплаты не покрывают действительный ущерб. Проблема также кроется в отсутствии прозрачности в действиях государства и страховых компаний при наступлении того или иного случая. К этому добавляется финансовая неграмотность населения в регионах.

В настоящее время росту страхованию жилья может способствовать ипотечное кредитование, так как практически все кредитные организации требуют от заемщиков страхования заложенного жилья. Но пока ставки по ипотечному кредитованию будут оставаться высокими, страхование будет развиваться медленно. К тому же вне зоны охвата страхованием жилья остаются небольшие города и загородную недвижимость [6].

В России есть еще одна проблема. Если за рубежом основной ущерб наносят катастрофы, у нас значительная часть разрушений связана со слабой организацией превентивных мер, плохим состоянием инфраструктуры. Даже если ввести систему обязательного страхования, она не сможет решить эту проблему [4]. Вот на инфраструктуру и должно быть направлено основное внимание государства при страховании.

Все это говорит о том, что созрела необходимость создания эффективно функционирующей модели национальной системы страхования природных рисков.

За рубежом подобная модель страхования строится на государственных программах, реализуемых совместно с частными компаниями в форме государственно-частного партнерства (ГЧП).

ГЧП широко используется в тех сферах, где интересы бизнеса и государства согласуются. Зарубежный опыт показывают, что при структурных преобразованиях всей экономики ГЧП способно содействовать реализации программ социально-экономической модернизации с наименьшими издержками и потерями для общественного сектора. Монополизация социальной сферы государством или бизнесом, наоборот, показывает в том и другом случае низкую эффективность в экономиках различных стран [3].

Если за рубежом используется такой инструмент как ГЧП (так как население участвует в страховании), то в России речь должна идти о создании национальной модели страхования рисков на основе межсекторного партнерства.

Основой межсекторного партнерства в стране должно быть взаимовыгодное сотрудничество и оптимальное распределение ответственности между государством, страховыми компаниями и домохозяйствами. Такие инструменты как гарантии, поручительства, контракты

и договора должны обеспечить заинтересованность всех участников в партнерстве.

Должна быть создана система соответствующих институтов партнерства (банки, страховые компании, государственные фонды и корпорации, судебные органы и др.), разработаны его методические обоснования и организован контроль за соблюдением реализации таких программ [12]. То есть нужна понятная и прозрачная система управления и соответствующие механизмы взаимодействия участников партнерства.

Опыт ГЧП в России есть. Например, реализация программ льготного страхования с участием бюджетных средств в отраслях, нуждающихся в поддержке, практика финансирования государством через специально созданное федеральное агентство страховых взносов при страховании урожая, а также льготное жилищное страхование в ЖКХ России.

В некоторых регионах России существует опыт поддержки малых предприятий, заключающийся в компенсации за счет бюджета части страховых взносов. Например, в Республике Башкортостан в рамках действующей программы поддержки малого предпринимательства приняты методические рекомендации по отбору малых предприятий - страхователей для компенсации недополученных доходов страховым организациям, участвующим в страховании малого бизнеса [2].

Примеров сотрудничества всех трех субъектов хозяйствования практически нет.

С точки зрения методологии для запуска модели межсекторного партнерства потребуется проработка многих вопросов, таких как: в каких случаях жилье будет восстановлено за счет бюджетных ресурсов, а в каких гражданам не будет оказываться помощь в восстановлении жилья; каковы будут ставки и какие будут выплаты, чтобы население было уверено, что их плата за страховку рисков адекватна тому, что они смогут получить в ответ; нужно ли создание государственной страховой компании, в которой будут страховаться только природные риски жителей; в каких случаях будут использоваться инструменты стимулирования востребованности добровольного страхования среди граждан такие как налоговые вычеты, льготы и субсидии; будут ли использоваться схемы добровольного страхования, распространяемого через коммунальные платежи; каков размер минимальной страховой суммы; каков процент повреждения, при котором объект будет считаться полностью утраченным в связи со стихийным бедствием; каковы условия добровольного дострахования жилья, если оно стоит дороже типового жилья и т.п. [4].

Наряду с разработкой институциональных и методологических основ общей концепции страхования, позволяющих системе добровольного страхования эффективно работать, требуется вести разъяснительную работу среди населения об обязательном и добровольном страховании, гарантиях государства и обязанностях собственника жилья нести бремя ответственности за сохранность принадлежащего ему имущества [6].

В целом для стимулирования развития межсекторного партнерства в стране необходим комплексный подход, включающий:

- разработку стратегии межсекторного партнерства с позиции системного подхода;
- создание институционально-правовой, экономической и организационной среды;
- разработку методической и методологической базы партнерства;
- создание координирующего и регулирующего органа;
- подготовку специалистов, обладающих профессиональными компетенциями в данной сфере[3].

Итак, в связи с ростом вероятности стихийных бедствий назрела необходимость использования такого инструмента управления в страховании как межсекторное партнерство и создание на его основе национальной модели страхования от ЧС.

На повестке дня разработка таких программ страхования, в которых бы вместе с государством и страховыми компаниями в компенсации ущерба от ЧС и стихийных бедствий принимали участие граждане.

Предстоит сложная работа по разработке институциональных основ (законы) и методических подходов к обеспечению партнерства в страховании. Раскладка ущерба между государством, страховщиками и гражданами должна быть организована таким образом, чтобы все участники были заинтересованы в страховании.

Программы межсекторного партнерства должны быть многовариантными, учитывая разные страховые случаи, особенности регионов и разных групп населения [1].

Литература:

1. В союзе с государством. Интервью с экспертом страхового рынка, к.э.н, В. Балакиревой. Современные страховые технологии. Сентябрь - октябрь. № 05 (46), 2014 г. с.6-9. (это уже переписывалось своими словами)
2. Гончаров О.Г. Страхование промышленных рисков в рамках государственно-частного партнерства "Управление в страховой компании", 2008, № 2 Электронный ресурс. Режим доступа. <http://www.lawmix.ru/bux/48779>
3. Добрусина М.Е., Завьялова Г.Н., Тулупова О.Н., Хлынин С.М. Государственно-частное партнерство как инновационная форма развития российского здравоохранения. Экономика №1(13) 2011. Научная библиотека КиберЛенинка: Электронный ресурс. Режим доступа.<http://cyberleninka.ru/article/>
4. Евпланов А. Стихийное следствие. Электронный ресурс. Режим доступа. <http://www.rg.ru/2012/08/14/strahovka.html>
5. Королева А. Стихийные бедствия за счет населения Электронный ресурс. Режим доступа.<http://www.km.ru/economics/2014/01/30/>
6. Наводнение за свой счет. Деловая газета Взгляд. Электронный ресурс. Режим доступа.<http://vz.ru/economy/2012/7/27/590625.html>
7. Наводнения в России и ущерб от них. Электронный ресурс. Режим доступа. <http://itar-tass.com/proisshestviya/662522>
8. Научная библиотека КиберЛенинка: Электронный ресурс. Режим доступа. <http://cyberleninka.ru/article/n/gosudarstvenno-chastnoe-partnerstvo-kak-innovatsionnaya-forma-razvitiya-rossiyskogo-zdravoohraneniya#ixzz3GBof5JZL> Экономика №1(13) 2011
9. Страховые рынки стран мира в фокусе СК «Евразия». Электронный ресурс. Режим доступа.http://www.insur.kz/index.php?option=com_content&view=article&id=1299:-----non-life---&catid=3:news-sk&Itemid=59

10. Щербаков В. В. Государственно-частное партнерство в страховании сельскохозяйственных рисков: диссертация ... кандидата экономических наук: 08.00.10 / Щербаков Виктор Владимирович; [Место защиты: Рос. эконом. акад. им. Г.В. Плеханова].- Москва, 2010.- 168 с.: ил. РГБ ОД, 61 11-8/592. Электронный ресурс. Режим доступа.<http://www.dslib.net/finansy/gosudarstvenno-chastnoe-partnerstvo-v-strahovanii-selskohozjajstvennyh-riskov.html>

Тобиен М.А., асс. каф. КиГ
Паньшин И.В., начальник УНИД, к.э.н.
Владимирский государственный университет имени Александра
Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

УПРАВЛЕНИЕ КАДРОВОЙ РЕСУРСОБЕСПЕЧЕННОСТЬЮ РЕГИОНА⁴⁴

В статье рассмотрена проблема обеспеченности экономики региона квалифицированными кадрами. Проанализирована обеспеченность Владимирской области трудовыми ресурсами, на основе таких индикаторов как прирост численности населения, уровень экономической активности населения, доля населения в трудоспособном возрасте, коэффициент демографической нагрузки, коэффициент миграционного прироста, уровень безработицы и уровень образованности населения. Рассмотрен механизм планирования потребности в кадрах в регионе.

Ключевые слова: человеческий капитал, кадровый потенциал региона, ресурсообеспеченность, потребность в кадрах.

Кадровое обеспечение экономики региона в настоящее время является важной социально-экономической проблемой, затрагивающей все сферы экономической деятельности в нашей стране. Эта проблема обусловлена, прежде всего, количественным и качественным несоответствием рабочей силы, предлагаемой на рынке труда, требованиям, предъявляемым работодателями. Одна из причин такого дисбаланса заключается в отсутствии полной и достоверной информации о численности и составе рабочей силы, необходимой для осуществления экономической деятельности в регионе в настоящее время и в будущем.

Вопросами подготовки квалифицированных кадров для социально-экономического и научно-технического развития регионов занимались такие ученые как Волгин Н.А., Вражнова М.Н., Дудников С.В., Журавлева Т.Б., Квасницкий В.Н., Коновалов В.В., Мезенцев Д.Ф., Мясоедова Т.Г., Савельев А.Я., Селезнева Н.А. и др.

Проанализируем удовлетворение потребности экономики в квалифицированных кадрах на примере Владимирской области как типичному представителю ЦФО. Проблема дефицита высококвалифицированных рабочих кадров и специалистов существует практически во всех сферах экономики

⁴⁴ Публикация подготовлена в рамках выполнения государственного задания ВлГУ №2014/13 в сфере научной деятельности.

области, и для её решения необходим комплексный системный подход, объединяющий направления взаимодействия работодателя, образовательной системы и органов власти.

В качестве индикаторов, определяющих обеспеченность региона трудовыми ресурсами, авторами были выбраны следующие:

- прирост численности населения за год;
- уровень экономической активности населения;
- доля населения в трудоспособном возрасте;
- коэффициент демографической нагрузки;
- коэффициент миграционного прироста;
- уровень безработицы;
- уровень образованности населения.

Несомненно, численность населения в стране или отдельном регионе оказывает значительное влияние на их экономический потенциал, на развитие производительных сил общества. Проанализировав динамику численности населения Владимирской области, можно сказать, что последние годы наблюдается отрицательная динамика. Так в 2012 году снижение численности населения составило 0,7% по сравнению с предшествующим годом (рис.1).

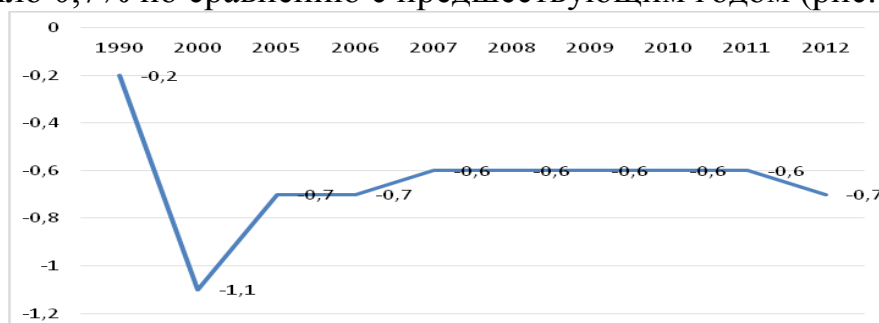


Рис.1 Изменение численности населения Владимирской области, %

Однако, уровень экономически активного населения области, начиная с 2009 года, имеет положительную тенденцию. Так в 2011 году доля экономически активного населения в общей численности населения региона составила 68,9%, а в 2012 году уже 70,3% (рис.2).

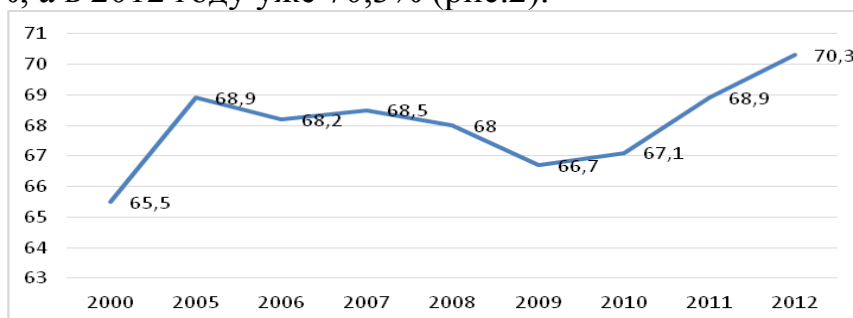


Рис. 2. Динамика уровня экономически активного населения во Владимирской области, %

Также можно сказать, что доля населения в трудоспособном возрасте во Владимирской области, начиная с 2005 года, сокращается (рис.3). В 2012 году она составила 58,1%.

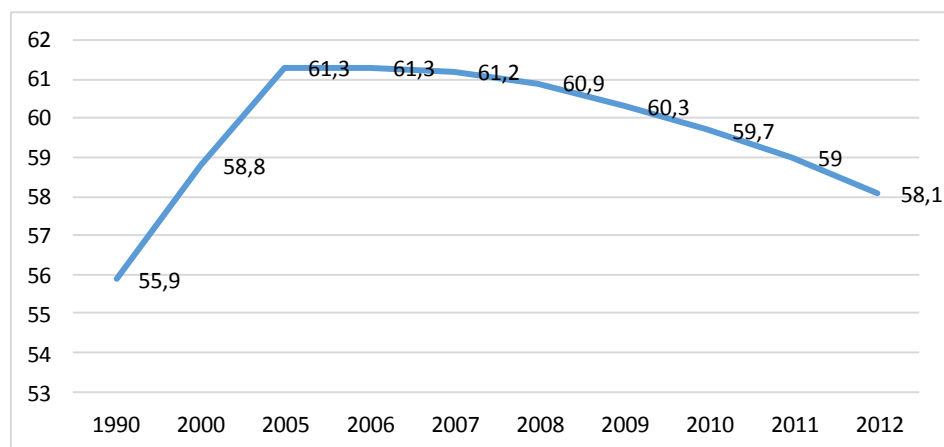


Рис.3 Изменение доли населения в трудоспособном возрасте, %

Если проанализировать коэффициент демографической нагрузки в регионе, то он также имеет негативную динамику (рис.4). Так в 2012 году на 1000 человек трудоспособного возраста приходится 721 человек нетрудоспособного.

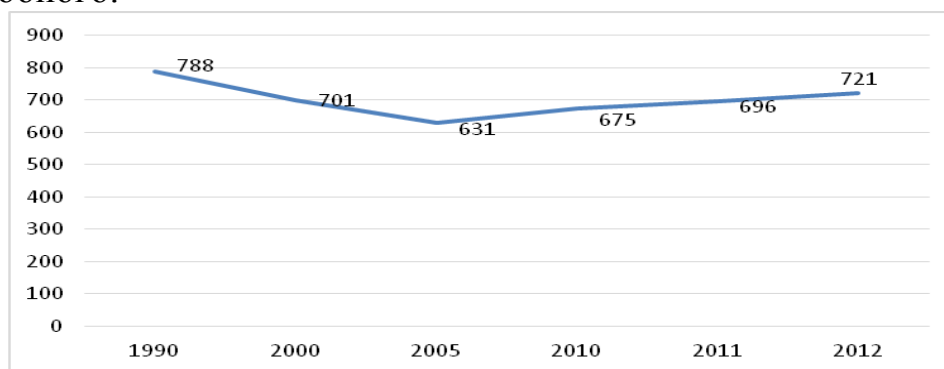


Рис.4. Динамика коэффициента демографической нагрузки

Следующий показатель, определяющий обеспеченность региона трудовыми ресурсами, миграция населения. Она способствует обмену трудовыми навыками, опытом и знаниями, содействует развитию личности, влияет на семейный состав и половозрастную структуру, ведет к обновлению кадров. Миграция позволяет на каждом этапе экономического развития добиваться определенного размещения трудовых ресурсов, соответствующего данной территориальной организации производительных сил, достигать динамического равновесия между спросом и предложением рабочей силы в экономических районах страны с учетом ее качественных характеристик. В последние годы значительно возросло число миграций как внутри страны, так и за ее пределы.

На рисунках 5 и 6 представлена структура миграционных потоков во Владимирской области. Так, высокий процент выбывших из области связан в основном с миграцией в другие регионы нашей страны (74,2%), прежде всего, в Москву и Московскую область.

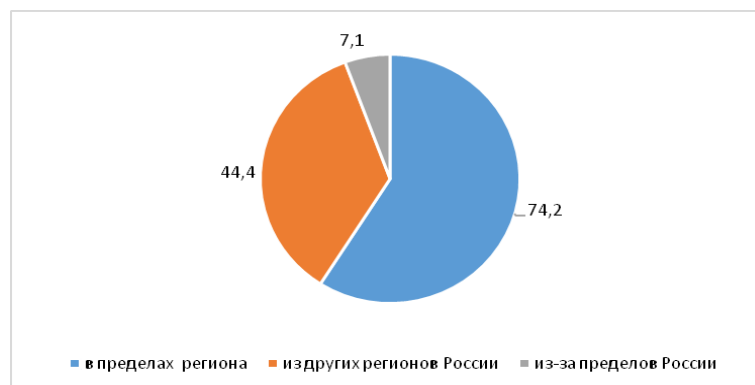


Рис.5. Структура прибывших в регион, %



Рис.6. Структура выбывших из региона, %

Что касается следующего показателя - уровня безработицы, то он с 2009 года имеет тенденцию к снижению, с 8,7 % в 2009 году произошло снижение до 4,4% в 2012, что, безусловно, является положительным фактором.

Еще один немаловажный показатель, определяющий обеспеченность региона трудовыми ресурсами, это уровень образованности населения. Основная доля здесь приходится на среднее профессиональное образование - 25,1%, хотя процент населения, имеющего среднее полное, начальное профессиональное и высшее профессиональное образование, отстает совсем незначительно (рис.7).

Важным этапом в управлении кадровой ресурсообеспеченностью региона становится создание системы прогнозирования потребностей рынка труда в кадрах различной квалификации в соответствии с существующей профессиональной квалификационной структурой, потребностями и перспективами развития субъекта.

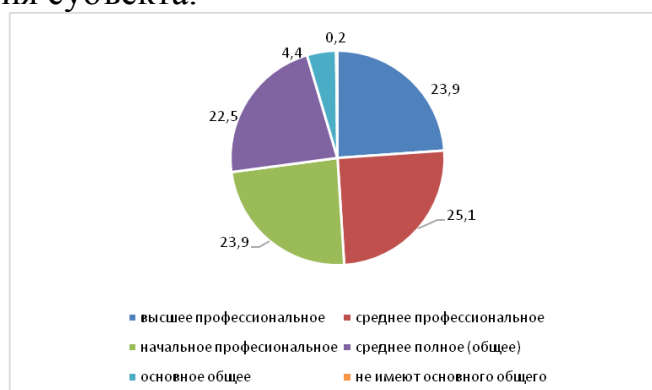


Рис. 7 Состав занятого населения Владимирской области по уровню образования в 2012г., %

Это позволит не только достичь баланса на рынке труда и перераспределить ресурсы в соответствии с задачами инновационного развития экономики, но и выявить несоответствия планов социально-экономического развития регионов с их возможностями (технологическими, кадровыми и т.д.) и проработать различные сценарии и способы достижения поставленных целей социально-экономического развития.

Так, департаментом по труду и занятости населения администрации Владимирской области в 2013 году было проведено очередное исследование перспективной потребности организаций области в подготовке квалифицированных кадров на период до 2017 года [3].

По данным обследования, экономика области с 2014 по 2017г.г. будет нуждаться в 8,7-6,4 тыс. рабочих и специалистов. Как и в предыдущие годы, мониторингом установлен высокий спрос на квалифицированные рабочие кадры – в среднем, более 70% от общей потребности в кадрах (рис.8).

Экономика области испытывает необходимость в токарях, фрезеровщиках, станочниках (металлообработка) и деревообрабатывающих станков, наладчиках станков и оборудования, слесарях, сварщиках, электромонтёрах по ремонту и обслуживанию электрооборудования, трактористах-машинистах сельскохозяйственного производства, сборщиках электрических машин и аппаратов, операторах швейного оборудования, водителях, в рабочих строительных профессиях. Необходимы рабочие кадры предприятиям машиностроения, стекольного и швейного производства, сельского, жилищно-коммунального хозяйства, оптовой и розничной торговли и др.

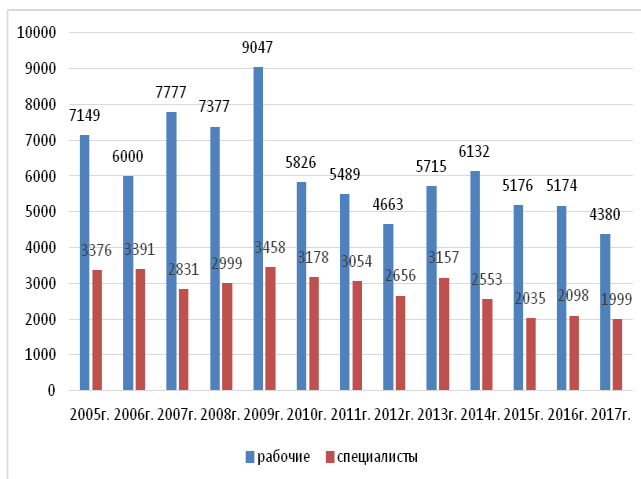


Рис. 8. Заявленная потребность организаций Владимирской области в подготовке кадров, чел.

В общем объеме заявленной потребности в подготовке рабочих кадров 19,5% составляют те рабочие профессии, подготовка по которым не определена отраслевым заказом (рис.9).

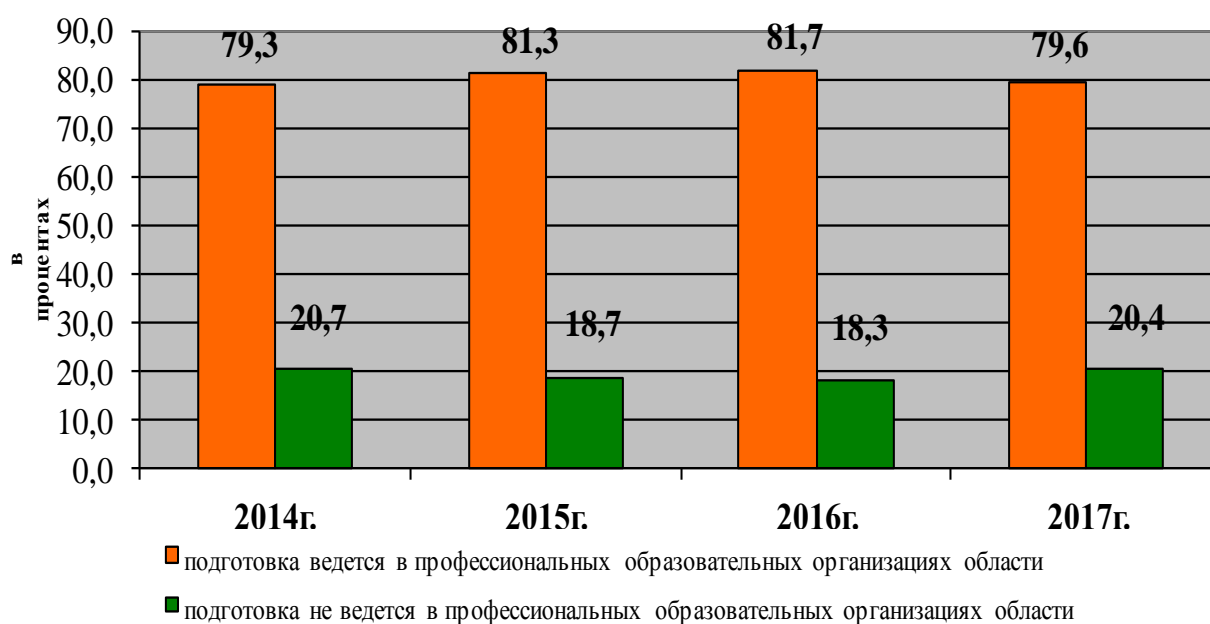


Рис.9. Заявленная потребность в подготовке квалифицированных рабочих кадров на 2014-2017 годы

Наибольшую потребность в рабочих кадрах испытывают организации городов Владимира и Коврова, округа Муром, Александровского, Вязниковского, Меленковского, Петушинского и Собинского муниципальных районов.

В среднем, 72% общей потребности в подготовке рабочих кадров – это потребность предприятий обрабатывающих производств; около 9% – торговых фирм; 5,5% – сельскохозяйственных кооперативов, по 4% - организаций жилищно-коммунального хозяйства и предприятий транспорта и связи.

Однако, организации области также испытывают потребность и в дипломированных специалистах высшего и среднего звена.

Наибольшую потребность в специалистах испытывают организации городов Владимира и Коврова, округа Муром, Александровского, Вязниковского, Собинского муниципальных районов.

Преобладают заявки от учреждений образования (в среднем, 42% заявок на подготовку специалистов и руководителей высшего и среднего звена), 29% заявок поступило от предприятий обрабатывающих производств, около 10% - от учреждений здравоохранения, 4,7% - от учреждений культуры, физической культуры и спорта.

Но, к сожалению, в области ограничено количество учебных заведений, специализирующихся на подготовке необходимых кадров, особенно по направлениям технологии обработки металла, технологии стекольного, пекарного, швейного производства, и как результат, отсутствие выпускников по требуемым рабочим профессиям. Кроме того, наблюдается отставание учебного процесса от темпов развития технологических процессов в современном производстве и перехода заводов-производителей на передовые технологий и новые материалы в целях повышения производительности труда. Крайне низка привлекательность рабочих профессий. В учебных заведениях существует проблема недобора на мало востребованные абитуриентами, но необходимые для реального сектора экономики специальности.

На сегодняшний день в области функционируют 6 ресурсных центров по подготовке, переподготовке и повышению квалификации рабочих кадров и специалистов для предприятий по перспективным отраслям экономики области: металлообработка, машиностроение, автомобильная отрасль, сельское и лесное хозяйство, nanoиндустрия:

-для машиностроения на базе ГБОУ СПО ВО «Александровский промышленно-гуманитарный колледж»;

-для металлообработки на базе ГБОУ СПО ВО «Муромский промышленно-гуманитарный техникум»;

-для сельского и лесного хозяйства на базе ГБОУ СПО ВО «Никологорский аграрно-промышленный техникум»;

-для сферы nanoиндустрии на базе ГБОУ СПО ВО «Владимирский авиамеханический колледж» и на базе ГБОУ СПО ВО «Владимирский индустриальный техникум»;

-межотраслевой ресурсный центр на базе государственного автономного образовательного учреждения среднего профессионального образования «Гусь-Хрустальный технологический техникум» на основе сетевого взаимодействия с бизнес – сообществом.

Однако, отмечается нехватка квалифицированных кадров в учебных заведениях профессионального образования для осуществления образовательного процесса в требуемом объеме.

Таким образом, данные проведенного исследования подтвердили актуальность проблемы дефицита высококвалифицированных рабочих кадров и специалистов для организаций области. По материалам данного мониторинга был сформирован отраслевой заказ на подготовку кадров для отдельных сфер экономики Владимирской области на 2014-2016 годы, исходя из заявленной организациями области потребности в кадрах, с учетом реальных возможностей учреждений профессионального образования, где данный отраслевой заказ будет размещён, и предварительно заключённых договоров.

Литература:

1. Андреева Н. В., Козлова Т. А. Прогнозирование потребности в кадрах с высшим профессиональным образованием при инновационном сценарии развития Владимирской области // Региональная экономика, 2013. С. 16–21.

2. Итоговый доклад о результатах экспертной работы по актуальным проблемам социально-экономической стратегии России на период до 2020 г. Стратегия–2020: Новая модель роста – новая социальная политика. - [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://2020strategy.ru/documents/32710234.html>

3. Мониторинг потребности в профессиональной подготовке квалифицированных рабочих кадров и специалистов для отдельных сфер экономики Владимирской области в 2014-2017 годах: справочно-информационный бюллетень. - [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://job.vlsu.ru/> (дата обращения: 26.11.2014).

4. Регионы России. Социально-экономические показатели: статистический сборник. 2013.

5. Спрос и предложение на рынке труда и рынке образовательных услуг в регионах России: Сборник докладов по материалам Восьмой Всероссийской научно-практической Интернет-конференции (27–28 октября 2011 г.). Петрозаводск: Изд-во ПетрГУ, 2011.

6. Федеральная служба государственной статистики по Владимирской области. - [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://vladimirstat.gks.ru> (дата обращения: 26.11.2014).

Тымчишина Ю.А., магистр, кафедра ТДиГП
Владимирский государственный университет имени Александра
Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ОСОБЕННОСТИ ПРАВОВОЙ ОСНОВЫ МОДЕРНИЗАЦИИ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ

Совершенствование правовой основы модернизации в сфере культуры должно идти по двум направлениям: путем изменения действующих концептуальных документов по национальной безопасности и через разработку и принятие Концепции культуры и культурного развития страны. Разрушительные процессы, которые развивались на протяжении почти двух предшествующих десятилетий (оставим за скобками последние годы существования советского строя), затронули духовную сферу ничуть не меньше, чем экономическую.

Очевидно, определяя в качестве стратегической цели модернизацию страны, ее инновационное развитие, важно тщательно разработать систему мер, направленных на сохранение и развитие культуры, следовательно, "инновационная экономика может сформироваться только в определенном социальном контексте как часть инновационной культуры, основанной на гуманистических идеалах, творческой свободе, на стремлении к улучшению качества жизни".

Общая направленность культурной политики во многом определяется состоянием экономики страны и уровнем политической стабильности в обществе. В то же время свое влияние на развитие культуры, далеко не всегда позитивное, оказывают процессы глобализации экономики, политики, культуры, происходящие в современном мире. Иногда они становятся реальной угрозой самобытности и многообразию национальных культур, на которые интенсивно воздействуют такие факторы, как урбанизация, усложнение социальных структур, рост влияния средств массовой информации на культуру, коммерциализация культуры, "американизация" образа жизни и культурного досуга, расширение досуговой сферы в ущерб иным сферам культурной деятельности.

Правильный выбор стратегии культурного развития страны становится жизненно важным не только для сохранения собственно культуры, но и для самосохранения российского общества как такового, что является главной целью национальной безопасности.

Думается, у Федерации и ее субъектов в сфере воспитания, образования, науки и культуры (п. "е" ст. 72 Конституции РФ), в связи с чем федеральным органам необходимо сосредоточиться на выработке общей политики и принятии ряда основополагающих нормативных актов, относящихся к этой сфере, а также решению возникающих здесь финансовых проблем.

Сконцентрировать внимание общегосударственных органов на гарантиях качества, республиканских и местных органов на гарантиях доступности, культурного

обслуживания и участия граждан в культурной жизни по месту жительства. Правовые механизмы социальных и экономических гарантий должны быть более тщательно сбалансированы и сконцентрированы частично в центре, частично делегированы субъектам Федерации; экономические гарантии в большей степени должны концентрироваться на уровне субъектов Федерации и на местном уровне.

О проблемах финансирования в сфере культуры может быть достигнуто не только частичным пересмотром структуры государственного бюджета с обеспечением приоритетного финансирования культуры, но и реальным выделением бюджетных ассигнований на нужды культуры и использованием их строго по назначению.

Думается, привлечение частных лиц и организаций к сотрудничеству с государством в области финансирования культуры, развитию спонсорства может способствовать принятие специальных налоговых законов, касающихся исторического и художественного наследия, содействия творческой самоорганизации граждан, развития библиотечного дела, внедрения информационных технологий, сферы зрелищ и т.п

Литература:

1. <http://www.kremlin.ru/transcripts/5979>.
2. О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года: Указ Президента РФ от 12 мая 2009 г. N 537 // СЗ РФ. 2009. N 20. Ст. 2444.
3. Лихачев Д. Избранные труды по русской и мировой культуре. СПб., 2006. С. 348 - 349.
4. Лачина Е.А., Мамедов С.Н., Савельева О.Е. Правовая охрана культурных ценностей во Владимирской области как один из факторов модернизации региона. Монография.-Владимир, Собор.2012.-152 с.ISBN 978-5-904418-7--0
5. См.: Mexico City Declaration on Cultural Policies // http://portal.unesco.org/culture/en/files/12762/11295421661mexico_en.pdf/mexico_en.pdf.

Фраймович Д.Ю., доц. каф. ЭУИИ, к.э.н.

Гундорова М. А., доц. каф. ЭУИИ к.э.н.

Мищенко З. В., доц. каф. УКТР, к.т.н.

Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

СИСТЕМА ИНДИКАТОРОВ ОСВОЕНИЯ МОДЕРНИЗАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

Предлагаемая в работе система индикаторов ориентирована на решение задачи по оценке модернизационного потенциала регионов федерального округа на основе статистического сопоставления множества показателей.

Ключевые слова: эффективность, результативность, устойчивость, инновационные процессы, регион, федеральный округ.

Региональные инновационно-воспроизводственные процессы целенаправленно трансформируются в результаты модернизационных преобразований федеральных округов. Для последних, в свою очередь,

разрабатываются конкретные государственные целевые программы, «адаптируемые» под социально-экономические, географические, инфраструктурные и научно-внедренческие условия. Анализ таких условий не может базироваться на прямолинейных оценках по ограниченному числу факторов. В то же время и результаты проводимых оценок должны объективно отражать тенденцию инновационных преобразований на уровне округов с учетом продолжительного временного лага. Необходимо отметить, что мониторинг модернизационного потенциала территорий может быть адекватным только при использовании официальной статистической информации и четких, логически-выстроенных и математически обоснованных расчетов.

Как справедливо отмечает профессор В.В. Курченков, важным представляется выделение специфики формирования и реализации инновационной политики для конкретного федерального округа с учетом структуры его инновационного потенциала и его места в системе хозяйственной специализации национальной экономики⁴⁵.

Таким образом, на базе имеющихся в официальных сборниках Росстата показателей научно-технологического и инновационного развития регионов⁴⁶ представляется необходимой оценка серии из семи относительных индикаторов, определяющих возможности модернизации экономики на уровне федеральных округов.

4. Индикатор *эффективности инновационной деятельности* I_3 предприятий округа, достигнутый в последнем анализируемом периоде (2012 г.) рассчитывается по данным Росстата по формуле (1):

$$I_3 = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \frac{V_i}{C_i} \quad 1)$$

где V_i – объем инновационных товаров, работ, услуг в i -м регионе федерального округа, C_i – затраты на технологические инновации в i -м регионе федерального округа, n – число регионов в рассматриваемом федеральном округе.

2. Индикатор *результативности функционирования научно-исследовательских организаций* I_P округа, достигнутый в последнем анализируемом периоде (2012 г.), рассчитывается по формуле (2):

$$I_P = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \frac{T_i}{O_i} \quad 2)$$

где T_i – количество созданных передовых производственных технологий в i -м регионе федерального округа;

O_i – количество организаций, выполняющих научные исследования и разработки в i -м регионе федерального округа;

n – число регионов в рассматриваемом Федеральном округе.

⁴⁵ Курченков, В. В. Инновационная активность предприятий в условиях глобальной конкуренции / В. В. Курченков // Инновации. - 2013. - №5. - С. 60.

⁴⁶ Регионы России. Социально-экономические показатели. 2013: Стат. сб. / Росстат. – М., 2013. – 990 с.

3. Коэффициент вариативности k_{ε} эффективности инновационной деятельности регионов в рассматриваемом федеральном округе в последнем анализируемом периоде (2012 г.) имеет вид (3):

$$k_{\varepsilon} = \frac{\sigma_{I_{\varepsilon}}}{I_{\varepsilon}}, \quad (3)$$

где $\sigma_{I_{\varepsilon}}$ – среднее квадратическое отклонение значений индикаторов эффективности регионов Федерального округа.

4. Коэффициент вариативности по результативности функционирования научно-исследовательских организаций k_p регионов федерального округа в последнем анализируемом периоде (2012 г.) рассчитывается по формуле (4):

$$k_p = \frac{\sigma_{I_p}}{I_p}, \quad (4)$$

где σ_{I_p} – среднее квадратическое отклонение индикаторов результативности функционирования научно-исследовательских организаций регионов федерального округа;

5. Показатель устойчивости развития федерального округа по эффективности инновационной деятельности s_{ε} имеет вид (5):

$$s_{\varepsilon} = \begin{cases} k_{\varepsilon}, & p \leq \alpha \\ 0, & p > \alpha \end{cases}, \quad (5)$$

где k_{ε} – коэффициент влияния фактора времени t в линейном уравнении регрессии $I_{\varepsilon} = k_{\varepsilon} \cdot t + b_{\varepsilon}$, b_{ε} – постоянное смещение, p – уровень значимости влияния фактора времени t на показатель I_{ε} в регрессионной модели определяемый при проведении дисперсионного анализа, α – критическое значение уровня значимости p .

6. Показатель устойчивости развития федерального округа по результативности функционирования научно-исследовательских организаций s_p находится из условия (6):

$$s_p = \begin{cases} k_p, & p \leq \alpha \\ 0, & p > \alpha \end{cases}, \quad (6)$$

где k_p – коэффициент влияния фактора времени t в линейном уравнении регрессии $I_p = k_p \cdot t + b_p$, b_p – постоянное смещение, p – уровень значимости влияния фактора времени t на показатель I_p в регрессионной модели, определяемый при проведении дисперсионного анализа, α – критическое значение уровня значимости p ;

7. Индикатор эффективности использования человеческого капитала I_c округа в последнем анализируемом периоде (2012 г.) рассчитывается по формуле (7):

$$I_c = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \frac{V_i}{P_i}, \quad (7)$$

где P_i – численность экономически активного населения в i -м регионе федерального округа.

Возможность успешной модернизации экономики округа появляется, если указанные показатели равны или превышают предельные величины, которые можно определить из статистических данных по экономически успешным в инновационном плане российским территориям или из международной практики.

Расчет и анализ результатов в рамках данного исследования осуществлены на примере трех наиболее мощных в промышленном плане федеральных округов (ЦФО, Приволжского и Уральского), приносящих в сумме более 50% ВВП страны. Также полученные индикаторы имеет смысл сопоставить с соответствующими общероссийскими значениями, которые можно принять в качестве нормативных.

Например, для графического анализа характера распределения значений I_3 (вычисленных по формуле (1)) и их изменения за отчетные периоды времени по значениям индикаторов за 2001-2012 гг. в программе «Statistica 10.1» построена диаграмма размаха (рис. 1). Как следует из графика для ЦФО, индикатор эффективности инновационной деятельности по регионам округа существенно не меняется в течение 2004-2009 гг. Изменение медианы индикатора эффективности инновационной деятельности по регионам ЦФО можно считать не существенным на фоне случайных колебаний значений I_3 отдельных регионов. Это позволяет сделать вывод о том, что в среднем эффективность инновационной деятельности ЦФО – величина практически постоянная. При этом по указанному показателю наблюдаются единичные положительные выбросы, что свидетельствует о наличии регионов-лидеров. Величина интерквартильного размаха значений I_3 также приблизительно постоянна за 2002-2012 годы, что подтверждается отсутствием резких изменений в структуре регионов округа по критериям инновационной эффективности.

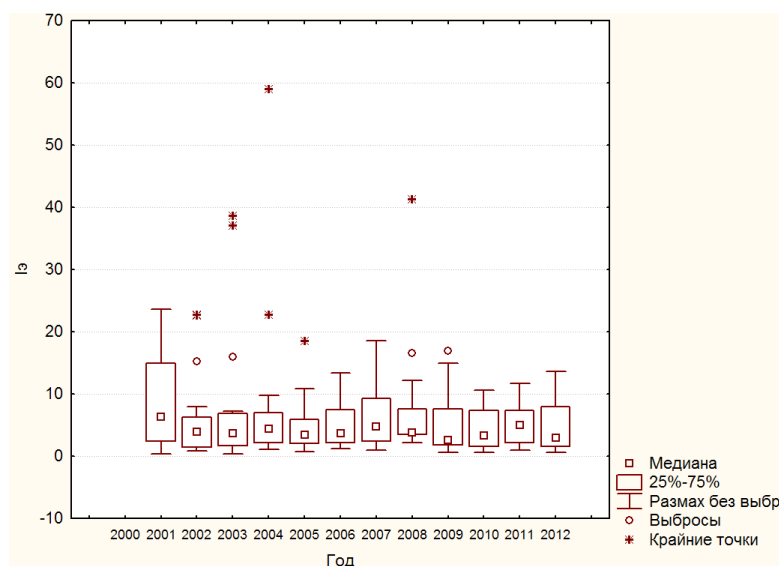


Рис. 1. Диаграмма размаха значений индикатора I_3 регионов ЦФО за 2001-2012 гг. (обозначения: Median – медиана, 25%-75% - прямоугольник соответствующий 25% и 75% квартилям, Non-Outlier Range – размах значений индикатора без учета выбросов в наблюдениях, Outliers – точки, соответствующие выбросам, Extremes – точки, соответствующие экстремальным значениям в выборке)

Расчет седьмого показателя, отражающего эффективность использования человеческого капитала округа (по формуле (7)), дает повод утверждать о том,

что в ЦФО данный потенциал используется достаточно рационально по сравнению со средне-российскими результатами, а также значениями по УФО, но на 26% уступает эталонному критерию по ПФО. (рис. 2).

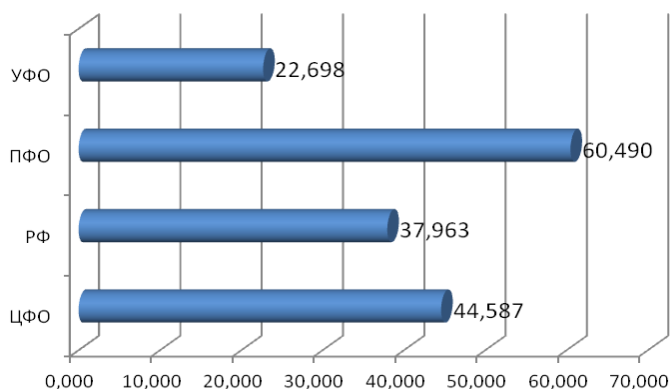


Рис. 2 Графическая интерпретация индикаторов эффективности использования человеческого капитала по территориям РФ, тыс. руб./чел.

В таблице 1 приведены сводные результаты расчета фактических показателей (1)-(7) для всех выбранных федеральных округов (ЦФО, ПФО, УФО) и РФ в целом.

Таблица 1

Фактически полученные значения показателей (1)-(7) по территориям РФ

Показатель / территория	ЦФО	РФ	ПФО	УФО
I_{Σ}	4,780	5,493	5,652	1,798
I_P	0,386	0,341	0,404	0,493
k_{Σ}	0,832	0,788	0,782	0,520
k_P	0,994	0,622	0,829	0,663
s_{Σ}	0,000	0,000	0,364	-0,340
s_P	0,012	0,013	0,007	0,000
I_C	44,587	37,963	60,490	22,698

Но полученные выше результаты для корректного сопоставления территорий в единой оценочной системе требуют проведения процедуры их нормирования, т.е. приведения к определенной сравнительной базе. При этом предлагается проведение двухуровневого анализа по нормативным и эталонным критериям. К нормативным показателям можно отнести достигнутые значения индикаторов по РФ, а к эталонным – наилучшие из результатов по рассматриваемым территориям. Указанные пределы принимаются за 1 (100%). Методику анализа модернизационного потенциала округа предлагается реализовать на примере ЦФО (табл. 2)

Таблица 2

Результаты расчета нормированных показателей (1)-(7) для ЦФО

Индикатор	Нормативные значения (по РФ)	Эталонные значения	Уровень освоения модернизационного потенциала ЦФО по сравнению с	
			нормативными индикаторами	эталонными индикаторами
I_{Σ}	1	1 (ПФО)	0,870	0,846
I_P	1	1 (УФО)	1,130	0,782
k_{Σ}	1	1 (УФО)	0,947	0,625
k_P	1	1 (РФ)	0,626	0,626
s_{Σ}	1	1 (ПФО)	1,000	0,000
s_P	1	1 (РФ)	0,923	0,923
I_C	1	1 (ПФО)	1,174	0,737

Учитывая, что оценка возможности осуществления модернизации экономики округа производится по множеству отдельных показателей (1) – (7), то общий результат целесообразно представить в виде лепестковой диаграммы. На рисунке 3 показана лепестковая диаграмма по сводным данным из таблицы 2.

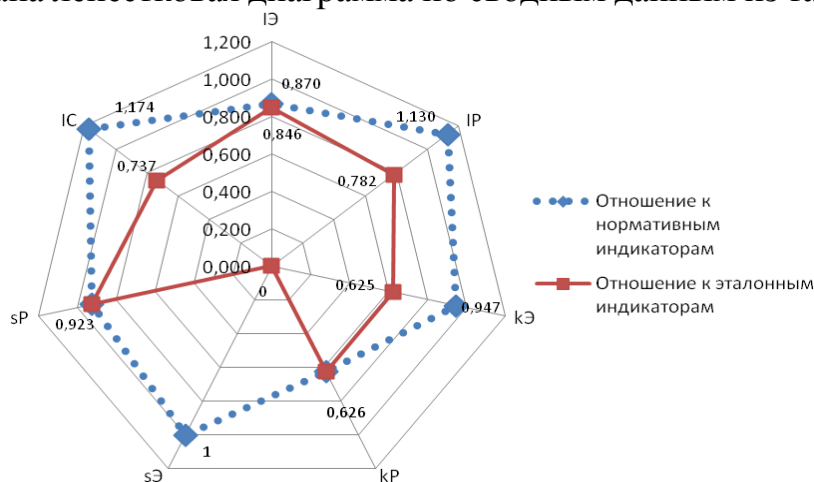


Рис. 3. Лепестковая диаграмма для оценки возможности осуществления модернизации экономики ЦФО по показателям (1)-(7)

Таким образом, сравнения показателей (1)-(7) по ЦФО с нормативными и эталонными значениями, позволяют резюмировать, что рассматриваемый округ демонстрирует неудовлетворительные результаты по преобладающему числу индикаторов. И эта закономерность проявляется как в отношении общероссийских (нормативных) значений, так и наиболее развитых в стране территорий. Но необходимо отметить, что устойчивость (s_P) показателей (I_P) в интервале 2000-2012 гг. не значительно уступает предельным значениям по РФ. Такие результаты создают реальные предпосылки для успешного наращивания эффективности инновационной деятельности и полноценного использования человеческого капитала округа. Коэффициенты вариативности $k_{Э}$, k_P ЦФО в 1,6 раза превышают аналогичные эталонные значения (по УФО и РФ соответственно), что свидетельствует о наличии существенных недоиспользованных ресурсов внутри округа, которые можно извлечь за счет отстающих регионов. Поэтому ЦФО представляется целесообразным отнести к округам, имеющим относительно мощный потенциал в реализации высоко-результативных модернизационных процессов в социально-экономических системах регионов.

В результате проведенного анализа сформирована система показателей для определения модернизационного потенциала федерального округа и проведена оценка потенциала ЦФО, основанная на использовании методов математической статистики. Система показателей (1)-(7) позволяет учесть как текущее состояние дел в округе, так и динамическую компоненту. Индикаторы $I_{Э}$, I_P , I_C характеризуют отдачу с единицы ресурса, участвующего в инновационных процессах округа, $k_{Э}$, k_P – расслоение регионов внутри округа, $s_{Э}$, s_P – тенденцию развития округа по показателям эффективности и результативности инновационной деятельности. Исходя из этого, предложенная система показателей и использованные методы математической статистики

позволяют оценить модернизационный потенциал федерального округа по минимально возможному объёму статистической информации.

Можно отметить, что в целом ЦФО, обладая развитыми инфраструктурной и научно-производственной базами, а также удачным географическим месторасположением, не достаточно эффективно использует свой модернизационный потенциал. В то же время, имеются реальные ориентиры его наращивания в виде конкретных инновационно-воспроизводственных результатов, демонстрируемых округом как в отчетном периоде, так и за продолжительный период времени.

Фуртат Н.Е., доц. каф. экономики, к.э.н.

Владимирский филиал Российского университета кооперации, г. Владимир

ИНТЕРАКТИВНАЯ ЦЕНА КАК ЭЛЕМЕНТ ИННОВАЦИОННОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ РОССИЙСКОЙ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

В статье рассматривается понятие интерактивной цены и возможности ее использования в современной российской рыночной экономике.

Ключевые слова: интерактивность, интерактивный маркетинг, интерактивная цена, интерактивная среда.

Российская действительность сегодня отличается все более активным применением понятий, связанных с термином «интерактивность»: интерактивное телевидение, интерактивные методы обучения, интерактивная реклама, интерактивные игрушки, интерактивные витрины и даже интерактивные полы. Довольно часто в литературе по интерактивным явлениям встречается понятие «цена в интерактивной среде». В научных исследованиях экономистов, маркетологов и программистов ответа на вопрос, правомерно ли такую цену называть интерактивной, не дается, но широкое использование термина «цена в интерактивной среде» позволяет говорить о возможности предпринять попытку охарактеризовать основные черты интерактивных цен.

Термин «интерактивность» происходит от английского слова *interaction*, которое переводится как «взаимодействие». Прилагательное *интерактивный*, соответственно, означает основывающийся на взаимодействии [7].

Интерактивность в коммуникационных отношениях рассматривает Денис Маккуэйл – голландский академик и автор книг в области коммуникационных теорий. Он понимает интерактивность «как отношение ответа или инициативы со стороны пользователя к предложению источника» [2].

Таким образом, теория интерактивности основывается на взаимодействии двух участников каких-либо отношений. Эти взаимодействия имеют свою специфику и начинают носить несколько иной характер, чем привычный вариант взаимосвязи. Например, в интерактивном телевидении телезритель не только получает широкий набор дополнительных интерактивных сервисов, но и превращается в необходимый элемент эфирного вещания, получает возможность формировать телепрограммы на основании своих потребностей, в

удобное для просмотра время, а интеграция с социальными сетями позволяет моментально критически оценить фильм или телепрограмму и поделиться своими впечатлениями.

Применяя эти положения к рыночной экономике и к теории ценообразования, можно сделать заключение, что интерактивность проявляется во взаимодействии двух основных агентов рынка: продавца и покупателя. Это взаимодействие происходит в процессе установления цен, причем инициатива принадлежит именно покупателю.

Таким образом, в соответствии с теорией рыночного ценообразования, термин «интерактивность» как нельзя более точно отражает сущность рыночных отношений, когда потребитель является первичным агентом этих отношений, принимая непосредственное и активное участие в установлении рыночной цены.

Проще всего рассматривать сущность интерактивных цен с позиций ценностного подхода формирования цен. В теории ценообразования существуют две основные концепции образования цен: затратная и ценностная. Особенность ценностного ценообразования, по мнению П.Н. Шуляка, состоит не в том, что производитель старается увеличить доходы за счет увеличения объемов продаж путем снижения цен, а в том, что путем лучшего сочетания компонентов качество и цена должно быть достигнуто выгодное для фирмы соотношение «ценность/затраты» [4, 23]. Это означает, что потребитель стремится удовлетворить свои потребности товаром или услугой, ориентируясь не на самые низкие цены, а пытается найти сочетание максимального набора качественных характеристик и приемлемых, с его точки зрения, цен. Потребитель проводит тщательный и детальный анализ сочетания качества товара или услуги и цены, по которой предлагается приобрести этот товар или услугу. Если цена по представлениям потребителя не соответствует уровню качества и не обладает той степенью ценности, на которую он рассчитывал, то предложение купить им отклоняется. Это означает, что потребитель сам устанавливает возможный вариант цены, по которой он готов совершить покупку, исходя из соотношения «ценность/затраты». Но продавец не превращается в пассивного наблюдателя того, по каким ценам продается его товар или услуга. Он должен подготовить почву, обеспечить наличие условий для такого восприятия ценности товара или услуги потребителем, который позволит ему выйти на более высокий уровень понимания ценности, чем он считал ранее [3, 165].

Таким образом, сущность ценностного подхода к уровню цен заключается в искусстве продавца (маркетолога или сбытовика) убедить покупателя в том, что ему выгодно приобрести товар по более высокой цене, так как товар обладает для покупателя большей полезностью, чем он до этого предполагал [4, 24]. Чем больше информации готов предоставить продавец покупателю, чем она будет полнее и точнее отображать дополнительные элементы ценности или полезности товара для покупателя, тем проще установить нужный ракурс цен не только продавцу, но и самому покупателю.

Итак, интерактивность цены, на наш взгляд, состоит в том, что покупатель является первичным звеном в процессе ценообразования, если у него была возможность получить от продавца всю необходимую информацию в соотношении

ценности и цены. Значит ли это, что потребитель всегда будет занижать уровень цен и назначать свою цену ниже, чем ему может предложить продавец или менеджер? Имеющиеся в литературе по ценообразованию примеры, поддерживают оба подхода: покупатель может занижать цены, исходя из желания приобрести товар дешевле; покупатель может установить цену выше цены продавца, опираясь на более выгодное для него соотношение ценность/цена.

Например, П.Н. Шуляк считает, что в ценообразовании не следует ориентироваться на ту, сумму, которую покупатели готовы заплатить за товар. В доказательство этого положения он приводит две причины: во-первых, опытные покупатели будут стараться скрыть истинную ценность товара и занижить цену на него; во-вторых, маркетологи должны стремиться продавать товары не по ценам, которые покупатель готов заплатить, а по ценам, которые соответствуют его реальной ценности [4, 23-24].

Другая точка зрения представлена положением о том, что потребитель, исходя из понимания высокой для него ценности товара, готов заплатить больше, чем цена продавца. В этом случае продавец сам должен решать, по какой цене продавать товар. Например, фирма «Форд», разрабатывая новую модель «народного» автомобиля «Форд-Мустанг», обратилась к потребителям за помощью установить цену этого автомобиля. Группе потенциальных покупателей было предложено оценить новую модель, исходя из ряда технических и потребительских характеристик. Потребители назвали цену около 5 тысяч долларов, хотя уровень цены производителей, по которой они собирались продавать, а позже и продавали базовую модель, был почти вдвое ниже – около 2,5 тысяч долларов. Широкий выбор вариантов отделки и дополнительного оборудования предполагал доплату в размере около 1 тысячи долларов, которую покупатели с удовольствием доплачивали за более высокую ценность. Это привело к увеличению объема продаж с 75 тысяч до 360 тысяч штук через год производства новой модели [1, 66].

Использование цены потребителя при реализации товаров и услуг позволит, прежде всего, дифференцировать цены, учитывая различный уровень доходов и возможностей покупателей. В теории ценообразования и маркетинга этот прием называется «ступенчатое снижение цен» или стратегия «снятия сливок» и служит для большего охвата потребителей услугой или товаром, и, соответственно, увеличения прибыли. Суть стратегии состоит в том, что цены меняются по мере насыщения спроса тех потребителей, которые готовы заплатить больше за новый товар. Использование интерактивных цен позволит убрать временной лаг и добиться значительного увеличения объема продаж за более короткий промежуток времени. В основу дифференциации и гибкости цен потребителей в этом случае должен быть положен их доход и степень информированности о ценности продукта. Проще всего такую продажу организовать через Интернет-торговлю. Интернет обладает неограниченными возможностями быстро, почти мгновенно передавать информацию огромному количеству потребителей и формировать для покупателя индивидуальное торговое предложение. Вирусное распространение информации

сопровождается и мгновенным совершением оплаты. Это тоже одна из характерных черт Интернет-торговли и интерактивной цены.

Интерактивная цена характеризуется высокой степенью технологичности. Это означает, что продавец может создать линейку предложения одного продукта, компоненты которой будут отличаться ценами. Задача потребителя будет состоять в том, чтобы подобрать приемлемый для себя вариант, и создать соответствующий этому варианту уровень цен. Цена при этом собирается как элементы конструктора «Лего», удовлетворяя индивидуальный спрос каждого отдельного потребителя. У покупателя в этом случае создается впечатление, что он сам устанавливает цены на приобретаемые товары, а потому он никогда не будет предъявлять претензии к продавцу в завышении цен [3, 166].

Таким образом, интерактивные цены могут сделать покупку легкой и желанной, поскольку главное их достоинство выражать восприятие той ценности, которую получает покупатель товара или услуги.

Литература:

1. Герасимов Б.И., Воронкова О.В. Цены и ценообразование: учебное пособие. – М.: ФОРУМ, 2009.-208 с.
2. Маккуэйль, Денис. Теория массовой коммуникации Маккуэйля.- Лондон: Мудрец. 2000 - С. 143 [Электронный ресурс. Свободный доступ] <http://ru.encydia.com/en/Интерактивность>
3. Фуртат Н.Е. Понятие интерактивной цены и возможности ее применения. Приоритетные направления вузовской науки: гипотезы, проекты, достижения. Материалы научно-практической конференции ППС. - ВФ РУК, Владимир, 2014.-215 с.
4. Шуляк П.Н. Ценообразование: Учебно-практическое пособие. 12-е изд., перераб.и доп. – М.: Дашков и К°.2009.-196 с.
5. <http://en.wikipedia.org/Lev Manovich>
6. <http://ru.encydia.com/en/Интерактивность>
7. <http://Psihotesti.ru/gloss/tag/interaktivnost/>
8. <http://www.advertology.ru/article74045.htm>

Холодная А.К., маг. гр. УПм-113

Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА

В статье проанализированы методы оценки интеллектуального капитала, делается акцент на отсутствии общепризнанного подхода.

Ключевые слова: оценка, метод, интеллектуальный потенциал, интеллектуальный капитал

Провозглашенный в нашей стране вектор на инновации обуславливает возрастающий интерес к таким понятиям, как интеллектуальный потенциал и интеллектуальный капитал, так как инновационные преобразования на предприятиях и в экономике страны существенно зависят от персонала и уровня его подготовленности. Для предприятия в целом интеллектуальный

потенциал – понятие комплексное, включающее следующие виды потенциалов: квалификационный (профессиональные знания, умения и навыки); психофизиологический (работоспособность); творческий (интеллектуальные, познавательные способности, способность генерировать и решать инновационные задачи); коммуникативный потенциал (способность к сотрудничеству, коллективной организации и взаимодействию); нравственный, идейно-мировоззренческий (ценностно-мотивационная сфера); лидерский; развития; групповой (потенциал команды)⁴⁷. Интеллектуальный капитал - это совокупность интеллектуального потенциала компании и интеллектуальной собственности компании, выраженная в денежной форме, которая обеспечивает инновационность развития компании с целью достижения экономической эффективности и усиления конкурентных преимуществ компании на рынке⁴⁸. Важно отметить, что интеллектуальные ресурсы, по мнению многих ученых, способствуют росту экономического благосостояния общества, именно эффективность их использования они относят к числу ключевых факторов инновационного развития регионов и всей страны. Если рассматривать разрез предприятий, то знания - один из главных источников роста производительности и конкурентных преимуществ. Поскольку современный бизнес является сложной, постоянно изменяющейся системой, каждое предприятие стремится разрабатывать и поступательно внедрять инновационные проекты, а это является возможным только с помощью непосредственного участия ее работников, их знаний, навыков, умений и опыта, т.е. непосредственно используя интеллектуальный капитал компании. Поэтому умение правильно оценивать, развивать и эффективно его использовать приобретает чрезвычайно большое значение. Но, к сожалению, несмотря на наличие множества подходов к его измерению, которые различаются как по набору расчетных показателей, так и по качественным характеристикам, на сегодняшний день не существует единой методики оценки интеллектуального капитала.

Тем не менее, все ученые уверены, что оценка интеллектуального капитала предприятия – это многоаспектный процесс.

Рассмотрение методов оценки интеллектуального капитала является целесообразным начать с рассмотрения существующих их классификаций.

Так, существует классификация «В соответствии с целью оценки»⁴⁹, которая делит методы на три категории:

- Монитор производительности.
- Покупка/Продажа Бизнеса (Acquire / Sell Business).
- Отчет для заинтересованных сторон.

⁴⁷ Петренко Д.В. Интеллектуальный потенциал как резерв повышения эффективности деятельности предприятия // Экономика и управление * № 2 * 2012 с. 124

⁴⁸ Мансуров Р. Как оценить интеллектуальный капитал компании // Кадровик. Кадровый менеджмент, 2011, N 1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://hr-portal.ru/article/kak-ocenit-intellektualnyy-kapital-kompanii?page=0>

⁴⁹ N. Radneantu, E. Gabroveanu, S. D. Grigore, R. Stan. Intangible asset evaluation models between reality and myth. Global conference on business and finance proceedings. Vol 5, № 1. 2010. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.theibfr.com/ARCHIVE/ISSN-1941-9589-V5-N1-2010.pdf>

Согласно К. Бутлеру, все методы оценки интеллектуального капитала подразделяются на индивидуальные и глобальные.

А компания VMRC, проанализировав 83 метода, выделила 5 групп: Неосязаемые, Показатели, Капитализация, Капиталы и Потоки значений.

Особый интерес вызывает классификация К. Э. Свейби, так как именно она широко распространена. В связи с этим рассмотрение методов произведем именно согласно данной группировке. К.Э. Свейби предложил разделение всех методов на четыре группы⁵⁰.

1. *Методы подсчета очков – Scorecard Methods.*

С помощью данной группы методов идентифицируются различные компоненты интеллектуального капитала или нематериальных активов, которые генерируются в индикаторы и индексы, которые определяются с помощью подсчетов очков и баллов.

Включенные в данную группу методы и их сущность представлены в таблице 1.

Таблица 1.⁵¹

Перечень методов группы «подсчета очков» и их сущность*

Нефинансовые	
По уровню организации	IC Index (1997 г., Roos, Dragonetti and Edvinsson) Собирает все отдельные индикаторы, которые репрезентируют ИК в единый индекс. Изменения в индексе связаны с изменением рыночной стоимости предприятия
	Business IQ (2004 г., Sandvik) – комбинация 4 индексов: индекса идентификации, индекса человеческого капитала, индекса капитала знаний и индекса репутации.
По компонентам	National intellectual capital index (2004 г., Bontis) Национальное богатство делится на финансовое богатство и интеллектуальный капитал (человеческий капитал + структурный капитал)
	Magic Выделение человеческого капитала, организационного капитала, рыночного капитала и инновационного капитала
	Balanced Scorecard (Система сбалансированных показателей – 1992 г., Kaplan and Norton). Деятельность компании оценивается с помощью индикаторов, которые покрывают четыре основных направления: финансовое, клиентское, процессное, обучение. Индикаторы строятся на основе стратегических целей фирмы.
	Meritum guidebooks (2002 г.) Финансируемый Евросоюзом исследовательский проект, который определил основу для менеджмента и предоставления информации о неосязаемых активах в три этапа. Необходимо 1)определить стратегические цели 2) идентифицировать имеющиеся неосязаемые активы 3) направлять деятельность на их увеличение. Неосязаемые активы разделены на три класса: человеческий, структурный, отношенческий капитал.

⁵⁰ Смирнов В. Т. Человеческий капитал: содержание и виды, оценка и стимулирование: монография / Сошников И. В., Романчин В. И., Скоблякова И. В.; под ред. д-ра экон. наук, профессора В. Т. Смирнова. – М.: Машиностроение-1; Орел: ОрелГТУ, 2005. – с. 234. – 513 с.

⁵¹ Таблицы 1-4 составлены с помощью следующих источников:

1)К. Sveiby. Methods for Measuring Intangible Assets [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sveiby.com/articles/IntangibleMethods.htm>

2) Лукичёва Л.И., Егорычев Д.Н., Салихов М.Р., Егорычева Е.В. Управление процессами коммерциализации и оценки стоимости интеллектуального капитала наукоёмких предприятий // "Менеджмент в России и за рубежом" №4 год – 2009. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dis.ru/library/560/28352/>

3) Конторович П.В. Влияние интеллектуального капитала на добавленную стоимость медиакомпаний: эмпирический анализ. Магистерская диссертация. ВШЭ, Москва, 2013.

<p>Holistic Accounts (1995 г. – Ramboll) Форма отчетности включает девять параметров: ценности и управление, стратегические процессы, человеческие ресурсы, структурные ресурсы, консультирование, клиентские результаты, результаты служащих, общественные результаты и финансовые результаты.</p>
<p>Skandia Navigator (1997 г., Edvinsson and Malone) - применение матрицы для оценки интеллектуального капитала, которая построена на основе использования 164 индикаторов (из них 91 – для оценки ИК, а 73 – традиционные показатели), которые используются для оценки пяти основных компонентов: 1) финансов; 2) клиентов; 3) процессов; 4) обновления и развития; 5) персонала.</p>
<p>Intangible assets monitor (1997 г., К.Э. Свейби) предполагает установление индикаторов на основе стратегических целей фирмы для того, чтобы оценить четыре аспекта создания новой стоимости с помощью интеллектуального капитала. К этим аспектам относятся: рост, обновление, эффективность, стабильность (сокращение риска).</p>
<p>Danish guidelines (Руководство по составлению отчета об интеллектуальном капитале было разработано Датским министерством науки, технологий и инноваций в период с 1997 по 2002 год с помощью 17 датских компаний (Mouritsen, Bukh, 2003 г.). В соответствии с данным руководством отчет должен состоять из 4 компонент:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Описание знаний. 2) Определение задач, направленных на управление знаниями ресурсами. 3) Запуск инициатив. 4) Определение индикаторов.
<p>Value chain score board (2001 г., Барух Лев) представляет собой матрицу нефинансовых индикаторов, которые собираются в три категории согласно циклу развития интеллектуальных активов: открытие, внедрение и коммерциализация</p>
<p>IC-dVAL (2003 г., Bonfour) Вычисляются показатели 4х измерений конкурентоспособности: ресурсы и компетенции, процессы, продукция и неосязаемые активы (показатели структурного и человеческого капитала). Определены специальные показатели для измерения интеллектуального капитала в динамике, которые позволяют проследить связь между внутренней и внешней средой компании.</p>
<p>Knowledge audit cycle (2001 г., Mag и Schiuma) Авторы предлагают свою структуру неосязаемых активов в виде "карты знаний". Все трансформации, которые претерпевает знание в организации, объединены в "кругооборот знаний". Он состоит из процессов создания, преобразования, обмена, передачи, кодификации, хранения и использования. "Карта знаний" и "кругооборот знаний" интегрированы в модель "Цикл аудита знаний". Управление неосязаемыми активами осуществляется в четыре этапа. 1) Определить ключевые активы знаний; 2) Идентифицировать основные процессы знаний; 3) Спланировать действия, направленные на улучшение или увеличение неосязаемых активов; 4) Предпринимать запланированные действия и отслеживать улучшения.</p>

* IC Assessment, Added value index согласно классификации К. Э. Свейби также относятся к методам подсчета очков

Стоит отметить, что к существенным недостаткам этой группы методов относятся: трудоемкость; субъективность параметров моделей; нет обоснований ряда критериев, используемых для определения «весов», которые придаются тем или иным коэффициентам, не определяется динамика изменения интеллектуального капитала, результаты оценки не предполагают получение денежной оценки стоимости интеллектуального капитала.

2. Методы рыночной капитализации – Market Capitalization Methods.

Данные методы предполагают вычисление разности между рыночной капитализацией компании и собственным капиталом ее акционеров, а полученная величина рассматривается как стоимость ее интеллектуального капитала или нематериальных активов.

Включенные в данную группу методы и их сущность представлены в таблице 2.

Таблица 2

Перечень методов группы «рыночной капитализации» и их сущность

По уровню организации	Финансовые
	Market-to-book value (1997 г., Стюарт; 1998, Люты) - соотношение рыночной и балансовой стоимости предприятия
	Tobin's q (≈1950 г., Tobin James) – показывает взаимосвязь между рыночной стоимостью и стоимостью замещения: $Q = MV / RV$, где MV — рыночная стоимость; RV – стоимость замещения (первоначальная стоимость за вычетом начисленной амортизации). Он применяется для оценки эффективности стратегических проектов, но оценка стоимости замещения нематериальных активов – одна из сложностей данного метода.
	Invisible balance sheet (1989 г., Sveiby) Рассматривает корректировку не только пассивов, но и активов баланса на интеллектуальные активы, принадлежащие компании. Разница между капитализацией компании и балансовой стоимостью ее собственного капитала называется неосязаемым собственным капиталом. Ему соответствуют неосязаемые активы, которые подразделяются на внутренние, внешние и индивидуальные компетенции. Представление К.Э. Свейби относительно структуры осязаемых и неосязаемых активов и пассивов отображено на рисунке ⁵² :



Проблемой этого метода является то, что автор не предлагает способа, позволяющего поделить общую сумму неосязаемого капитала по типам активов, следовательно, сам метод сводится к определению разницы между балансовой и

⁵² Осколкова М.А. Интеллектуальный капитал как фактор инвестиционной привлекательности компаний. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. ВШЭ, Москва, 2013. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.hse.ru/data/2013/12/18/1335490027/dis%20oskol.pdf>

рыночной стоимостью собственного капитала.
IAMV (Рыночная стоимость глазами инвестора – 1998 г., Стэнфилд) Принимает биржевую стоимость компании за истинную стоимость и подразделяет её на: Материальный капитал + Реализованный интеллектуальный капитал + Размывание интеллектуального капитала + Устойчивое конкурентное преимущество
FIMAIM (financial method of intangible assets measurement (Финансовый метод измерения неосязаемых активов) – 2002 г., Rodov & Leliaert) Учтено взаимодействие между следующими элементами интеллектуального капитала: человеческий капитал, клиентский капитал и структурный капитал. В местах взаимодействий указанных элементов возникают новые элементы интеллектуального капитала, которые также могут оказывать влияние на стоимость компании.

Недостатками этой группы методов являются: расчет возможен только для тех компаний, акции которых обращаются на фондовом рынке; невозможность разделить стоимости отдельных элементов интеллектуального капитала фирмы; сложность сравнения интеллектуальных капиталов для компаний различных отраслей; в условиях экономической нестабильности страны невозможно использовать указанные методы, условность определения интеллектуального капитала.

3. Методы прямого измерения интеллектуального капитала – *Direct Intellectual Capital methods*.

Они основаны на оценке отдельных компонентов интеллектуального капитала. В итоге выводится интегральная оценка интеллектуального капитала компании.

Включенные в данную группу методы и их сущность представлены в таблице 3.

Таблица 3

Перечень методов группы «прямого измерения интеллектуального капитала» и их сущность

По компонентам	
Финансовые	
	Citation-Weighted Patents (1996 г., Бонтис; американская компания Dow Chemical) – интеллектуальный капитал и его эффективность оценивается на основе влияния НИОКР на ряд индикаторов, таких как число патентов и отношение стоимости патентов к обороту компании.
	HRCA 2 (Human Resource Costing & Accounting, Калькуляция и учет человеческих ресурсов 2 – 1996 г., Йоханссон (Johansson) Рассчитывается скрытое влияние затрат на человеческие ресурсы, которые уменьшают прибыль компании. Оценка производится на основе данных о прибыли и убытках. Интеллектуальный капитал измеряется путем расчета вклада от человеческих активов в компанию по отношению к затратам на заработную плату.
	The Value Explorer (нидерландское подразделение аудиторской компании KPMG) Согласно данному методу аналитики вычисляют и распределяют стоимость интеллектуального капитала между пятью группами: активами; навыками и неявными знаниями; коллективными ценностями и нормами; технологиями и явными знаниями; основными и управленческими процессами.
	HRCA 1 (Human Resource Costing & Accounting; Калькуляция и учет человеческих ресурсов – 1985 г., Флэмхольц (Flamholtz) В своих первых работах Э. Флэмхольц указал на три основные задачи: - предоставить информацию, необходимую для принятия решений в области управления персоналом как для менеджеров по персоналу, так и для высшего

<p>руководства;</p> <ul style="list-style-type: none"> - обеспечить менеджеров методами численного измерения стоимости человеческих ресурсов, необходимых для принятия конкретных решений; - наконец, заставить руководителей думать о людях не как о затратах, которые следует минимизировать, а скорее как об активах, которые следует оптимизировать.
<p>TVC (Создание совокупной стоимости – 2000 г., Андерсон и МакЛин) Использует дисконтированные прогнозируемые денежные потоки для перепроверки того, как события влияют на запланированные операции.</p>
<p>Intangible asset statement (2001 г., Garcia) Автором предложена новая форма отчетности по нематериальным активам. В отчете есть нефинансовый раздел, где отражаются все вложения в неосязаемые активы, которые в соответствии с бухгалтерскими стандартами не могут быть официально признаны активами или пассивами. Разработана и апробирована на примере испанских фирм концепция управления интеллектуальным капиталом. Показатели заимствованы из классификации Свейби: 1) показатели роста, которые отражают потенциал и будущие перспективы 2) показатели эффективности, чтобы знать производительность нематериальных активов 3) показатели устойчивости, чтобы оценить степень постоянства активов.</p>
<p>AFTF (1998 г., Нэш) Система прогнозных денежных потоков. Разница между AFTF на начало и конец периода есть стоимость, добавленная за период.</p>
<p>Broker Technology (1996 г., Брукинг) - одна из первых моделей, которая предлагала денежное выражение стоимости интеллектуального капитала и его компонентов. По ней интеллектуальный капитал - сочетание четырёх основных элементов – рыночных активов, интеллектуальной собственности, человеческих активов и инфраструктурных активов. Стоимость интеллектуального капитала оценивается на основе диагностики ответов на 20 вопросов, которые характеризуют эти четыре основных компонента.</p>
<p>HR statement (Отчет о человеческих ресурсах – 1998 г., Ahonen) Учет прибыли и убытков от человеческих ресурсов делит затраты на персонал на три класса: (1) затраты на возобновление (зарплата, отпускные, затраты, связанные с текучестью кадров); (2) затраты на развитие (обучение, затраты на медицинское страхование, социальные мероприятия); (3) затраты на истощение (затраты, связанные с отсутствием по болезни или в результате несчастного случая на работе, пенсии по нетрудоспособности).</p>
<p>Overall assessment method - метод комплексной оценки персонала</p>

Не лишена недостатков и данная группа методов. К ним относятся: субъективность параметров моделей (например, FiMIAM); сложность интерпретации качественных характеристик в количественные; узкое назначение ряда моделей; трудность оценки будущих денежных потоков, связанных с интеллектуальным капиталом, из-за его нематериальной природы и исследовательского характера инвестиций (т.к. большинство методов, относящихся к данной группе основываются на моделях, которые строятся на расчетах дисконтированных будущих потоков); сложность вычисления и определения чувствительности результата к «экспертным» параметрам.

4. Методы отдачи на активы – *Return on Assets methods*.

Отношение среднего дохода компании до вычета налогов за некоторый период к материальным активам компании (коэффициент рентабельности активов) сравнивается с аналогичным показателем для отрасли в целом, далее для вычисления среднего дополнительного дохода от интеллектуального капитала, полученная разность умножается на материальные активы компании.

После чего путем дисконтирования получаемого денежного потока можно определить стоимость интеллектуального капитала.

Включенные в данную группу методы и их сущность представлены в таблице 4.

Таблица 4

Перечень методов группы «отдачи на активы» и их сущность

Финансовые	
По уровню организации	<p>VAIC (1997 г., Пулич). Данная модель определяет эффективность использования трех типов ресурсов фирмы: добавленной стоимости физического капитала (CEE), добавленной стоимости человеческого капитала (HCE) и добавленной стоимости структурного капитала (SCE). Чем больше показатель VAIC, тем выше оценивается потенциал фирмы, ее способность создавать добавленную стоимость.</p> $VAIC = CEE + HCE + SCE$ $CEE = \frac{VA}{\text{Инвестиционный капитал}}$ $HCE = \frac{VA}{\text{Человеческий капитал (затраты на труд)}}$ $SCE = \frac{VA - \text{Человеческий капитал (затраты на труд)}}{VA}$ <p style="text-align: right;">где:</p> <p><i>VA</i> = выручка – затраты, не учитывая затраты на труд</p> <p>VA – добавленная стоимость.</p>
	<p>EVA (Economic Value Added – 1997 г., Stern & Stewart) рассчитывается как разница между чистым операционным доходом после уплаты налогов и стоимостью капитала как акционерного, так и долгового. В общем случае цель расчёта EVA состоит в том, чтобы получить прибыль, близкую к реальным денежным результатам, и сопоставить эту норму с капитальной базой, также выраженной в терминах денежного эквивалента.</p>
	<p>Calculated intangible value (1997 г., Stewart). Данный метод расчета основан на предположении о том, что инвестиции в физические активы могут принести лишь среднеотраслевой доход, а все, что компания получает сверх него, обусловлено грамотным использованием ее нематериальных активов. Увеличение показателя CIV с течением времени говорит о способности компании создавать доход в будущем и наоборот, снижение показателя говорит о том, что инвестиции в НМА или структурные изменения в компании не окупаются.</p> $CIV = \sum_{i=1}^{\infty} \frac{(PreTaxEarnings_i - TangibleAssets_i \times ROA_{ind(i)}) \times (1 - t)}{WACC}$ $CIV = \sum_{i=1}^{\infty} \frac{REOI_i}{WACC} = \frac{REOI}{WACC}$ <p>REOI - остаточная операционная прибыль, генерируемая нематериальными активами</p>
	<p>Knowledge capital earning (1999 г., Varuh Lev) рассчитывается как доля нормированной прибыли, которая превышает ожидаемые доходы, связанные с балансовыми активами.</p>

К недостаткам этой группы методов относятся: невозможность расчета стоимости отдельных компонентов интеллектуального капитала, т.е. отсутствует разграничение интеллектуального капитала и различных форм нематериальных активов; модели построены на основе исторической стоимости — от достигнутых финансовых результатов, а не от объема инвестиций, как бывает при определении

стоимости физического (материального) капитала; методы основаны на уже известной величине рыночной стоимости собственного капитала⁵³.

Однако, по мнению ряда ученых, количественная оценка интеллектуального капитала данной группы методов позволяет наиболее точно оценить как размер капитала, так и степень влияния на результаты деятельности компании.

Стоит заострить особое внимание на том, что абсолютно у всех существующих методов оценки интеллектуального капитала существует один общий недостаток – субъективизм.

Итак, несмотря на существование множества качественных и количественных методов оценки интеллектуального капитала, ученые в настоящее время не пришли к единому мнению, какая из них наиболее точно позволяет его оценить. В связи с этим предприятиям необходимо самостоятельно осуществлять выбор, основываясь на целях исследования и специфике компании. Согласно всем методам, интеллектуальный капитал является важной составляющей компании, ее конкурентным преимуществом, оценка и управление которым позволит увидеть проблемные места, выявить факторы, позволяющие увеличить прибыль организации, а также ее рыночную стоимость.

Литература:

1) Конторович П.В. Влияние интеллектуального капитала на добавленную стоимость медиакомпаний: эмпирический анализ. Магистерская диссертация. ВШЭ, Москва, 2013.

2) Лукичёва Л.И., Егорычев Д.Н., Салихов М.Р., Егорычева Е.В. Управление процессами коммерциализации и оценки стоимости интеллектуального капитала наукоёмких предприятий // "Менеджмент в России и за рубежом" №4 год – 2009. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dis.ru/library/560/28352/>

3) Петренко Д.В. Интеллектуальный потенциал как резерв повышения эффективности деятельности предприятия // Экономика и управление * № 2 * 2012 с. 124

4) Мансуров Р. Как оценить интеллектуальный капитал компании // Кадровик. Кадровый менеджмент, 2011, N 1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://hr-portal.ru/article/kak-ocenit-intellektualnyy-kapital-kompanii?page=0>

5) Мещерякова М.А. Измерение интеллектуального капитала в современной экономике // Вестник Московского университета. Сер. 6. Экономика. 2010. №1. с. 10

6) Осколкова М.А. Интеллектуальный капитал как фактор инвестиционной привлекательности компаний. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. ВШЭ, Москва, 2013. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.hse.ru/data/2013/12/18/1335490027/dis%20oskol.pdf>

7) Смирнов В. Т. Человеческий капитал: содержание и виды, оценка и стимулирование: монография / Сошников И. В., Романчин В. И., Скоблякова И. В.; под ред. д-ра экон. наук, профессора В. Т. Смирнова. – М.: Машиностроение-1; Орел: ОрелГТУ, 2005. – с. 234. – 513 с.

8) N. Radneantu, E. Gabroeanu, S. D. Grigore, R. Stan. Intangible asset evaluation Models between reality and myth. Global conference on business and finance proceedings. Vol 5, № 1. 2010. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.theibfr.com/ARCHIVE/ISSN-1941-9589-V5-N1-2010.pdf>

9) Sveiby K. Methods for Measuring Intangible Assets [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sveiby.com/articles/IntangibleMethods.htm>

⁵³ Мещерякова М.А. Измерение интеллектуального капитала в современной экономике // Вестник Московского университета. Сер. 6. Экономика. 2010. №1. с. 10

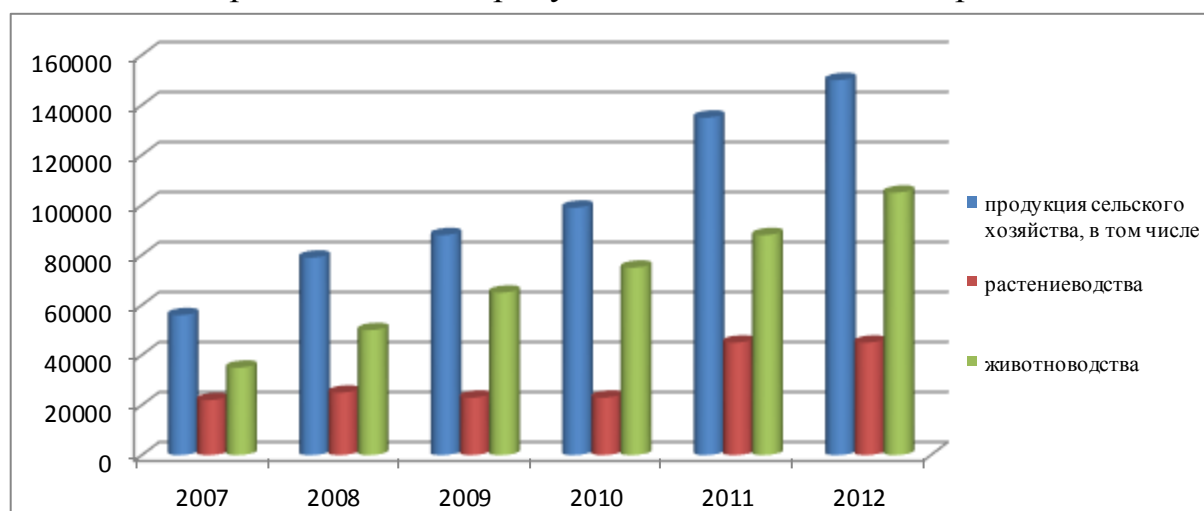
РАЗВИТИЕ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ НА ИНВЕСТИЦИОННО-ИННОВАЦИОННОЙ ОСНОВЕ

В статье рассматриваются основные тенденции и предпосылки развития аграрного сектора экономики Белгородской области; основные факторы, сдерживающие развитие аграрного сектора экономики Белгородской области: недостаток собственных финансовых ресурсов, значительная стоимость инноваций, длительный период окупаемости инвестиций в инновации, недостаток высококвалифицированного персонала.

Ключевые слова: Белгородская область, сельскохозяйственные организации, хозяйства населения, крестьянские (фермерские) хозяйства, инновации, Всемирная торговая организация.

Аграрный сектор экономики страны в числе первых нуждается в инвестиционном стимулировании своего развития. Особую актуальность приобретают вопросы реализации программно-целевого подхода в управлении финансированием аграрного сектора в условиях членства России в ВТО. Данное обстоятельство обусловлено необходимостью соблюдения норм и правил организации в части объемов государственной поддержки отраслей национальной экономики, включая аграрный сектор.

Одним из наиболее динамично развивающихся регионов страны, в том числе и в аграрном секторе является Белгородская область. В первую очередь отметим большой удельный вес продукции животноводства в общем объеме продукции сельского хозяйства (рисунок 1), причем эта тенденция наряду с тенденцией общего роста объемов продукции достаточно благоприятная.



Источник: Составлено авторами по данным Федеральной службы государственной статистики Белгородской области [2]

Рисунок 1. Продукция сельского хозяйства Белгородской области, млн. руб.

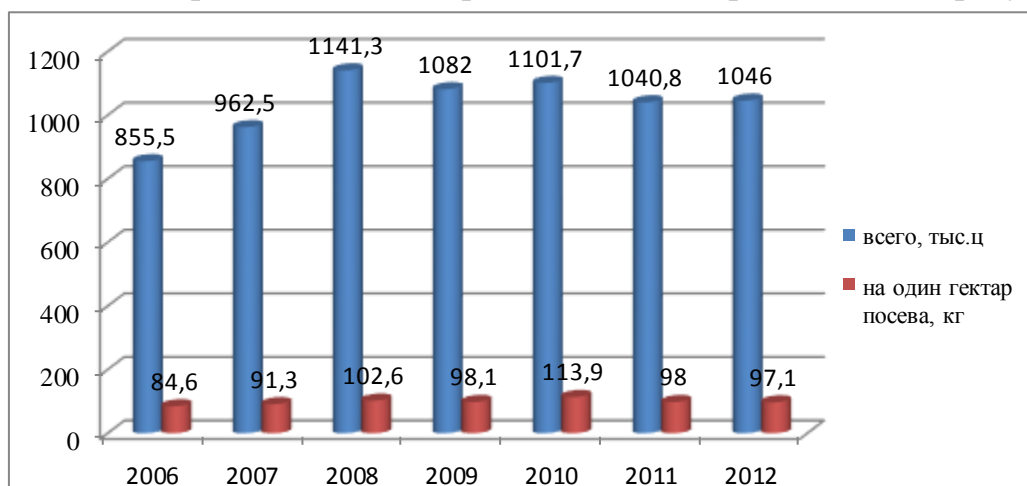
Продукция сельского хозяйства области по всем категориям хозяйств, по данным Федеральной службы государственной статистики Белгородской области, выросла в 2012г. в сравнении с 2011г., за исключением категории крестьянские (фермерские) хозяйства. Сравнивая с предыдущими периодами, можно заключить, что хозяйства этой категории снизились, в частности, в сравнении с 2007 г. на 55,7 млн. руб., с 2008г. на 707,5 млн. руб., с 2009г. на 142 млн. руб.

Рассматривая животноводство Белгородской области, остановимся на некоторых ключевых направлениях. Так по категории «скот и птица на убой в живом весе» наблюдалась положительная тенденция, начиная с 2007г. по 2012г. В 2007г. объем производства составил 528,7 тыс. т., а в 2012-1320,7 тыс. т. По категории «молоко» наблюдается положительная тенденция, начиная с 2007г. по 2012г. Так, в 2007г. объем производства составил 528,7 тыс. т., а в 2012-1320,7 тыс. т.

Характеризуя растениеводство Белгородской области, которое значительно уступает животноводству по удельному весу, отметим следующее.

Посевные площади в Белгородской области сократились в 2010г., однако за 2011-2012 гг. тенденция приняла обратный характер. Так, в 2010г. посевные площади составляли 1248,5га, в 2011г.-1369,1га, в 2012г. - 1389,3га. Наибольшая доля посевных площадей приходилась на сельскохозяйственные организации (более 65%), затем следуют крестьянские (фермерские) хозяйства (более 25%) и хозяйства населения (около 3%).

Внесение органических и минеральных удобрений под посевы в сельскохозяйственных организациях Белгородской области представлено на рисунке 2.



Источник: по данным Федеральной службы государственной статистики Белгородской области [2]

Рисунок 2. Внесение органических и минеральных удобрений под посевы в сельскохозяйственных организациях Белгородской области

При этом нельзя не отметить основные факторы, сдерживающие развитие, аграрного сектора экономики Белгородской области на инвестиционно-инновационной основе: недостаток собственных финансовых ресурсов -65%, значительная стоимость инноваций -54%, длительный период окупаемости инвестиций в инновации -46%, недостаток высококвалифицированного персонала -42%.

Инновационный путь развития аграрного сектора экономики Белгородской области рассматривается в качестве приоритетного, с чем трудно не согласиться.

Само понятие «инновация» в нашей стране обрело свою актуальность лишь в последние годы. ОЭСР определяет инновации как конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности [1].

И. Лерлаки, Э. Мэнсфилд, Б. Твисс, И. Шумпетер и др. определяют инновационный процесс согласно объекту и предмету исследования. И. Шумпетер: «...новая научно-организационная комбинация производственных факторов, мотивированных предпринимательским духом». Б. Твисс: «...процесс, в котором изобретение или идея приобретает экономическое содержание»).

Б. Санто, в свою очередь, отмечает, что «...технико-экономический процесс, который через практическое использование идей и изобретений приводит к созданию лучших по своим свойствам изделий и технологий, и в случае, если инновация ориентирована на экономическую выгоду, ее появление на рынке может принести добавочный доход».

Отечественные ученые, в частности, Г.А. Смирнова, О.Д. Нечаева, определяют инновации как «...лучшее, чем существовавшее до нее, нечто более эффективное, имеющее только положительный результат».

О.А. Масленникова рассматривает их как «...результат творческой деятельности, направленной на разработку, создание и распространение новых видов изделий, технологий, внедрение новых организационных форм и т.д.

С.Д. Ильенкова относит к инновациям «...любые технические, организационные, экономические и управленческие изменения, отличные от существующих в практике».

В рамках проводимого исследования инновации определены нами как технологические решения, сокращающие временной лаг перехода от одного технологического уклада к другому.

Общий подход к классификации инноваций подразумевает их разделение на определенный вид и форму в рамках каждого вида. Вопросы классификации инновации рассмотрены в работах западных ученых: Г. Менша, К. Фримена, Дж. Кларка и других. В российских исследованиях классификации инноваций можно отметить работы С.В. Валдайцева, Н.И. Ивановой, А.К. Казанцева, А.И. Пригожина, Р.А. Фатхутдинова и других.

Так, А.И. Пригожий предлагает разделять инновации по распространенности, месту в производственном цикле, преемственности, инновационному потенциалу и др.

И.Г. Ушачев, И.С. Санду и другие классифицируют инновации на базисные, улучшающие и псевдоинновации. К базисным авторы относят инновации связанные с созданием принципиально новых продуктов, что впоследствии приведет к появлению новых отраслей и новых рынков. В сельскохозяйственном производстве это найдет свое отражение при создании новых сортов и пород. К улучшающим инновациям необходимо относить усовершенствованные продукты, новые и усовершенствованные методы

организации сельскохозяйственного производства. К псевдоинновациям следует относить незначительные изменения в сельскохозяйственном производстве.

О.А. Масленникова делит инновации на технические (новая технология, продукция, услуга) и организационные (новые формы и методы организации).

В.М. Аньшин, П.Н. Завлин, С.Д. Ильенкова и др. выделяют мелкие, средние, крупные, региональные, транснациональные, трансконтинентальные инновации.

Интерес представляет подход И.Г. Ушачева, И.С. Санду и др., которыми использован отраслевой принцип классификации инноваций применительно к аграрному сектору. В частности, они выделяют такие области инноваций в отрасли как: экономика, организация и управление, земледелие и растениеводство, животноводство, механизация и автоматизация, перерабатывающие отрасли [1].

Обусловлено это тем, что аграрный сектор, как совокупность входящих в него отраслей и подкомплексов, имеет свою инновационную специфику. Результаты обследования сельскохозяйственных организаций позволяют заключить, что лидерство занимают инновации в области создания новых или усовершенствования старых технологий производства сельскохозяйственной продукции, далее следуют - новые сорта и гибриды, новые кроссы птицы, линий и пород животных и замыкает тройку - глубокая переработка продукции, внедрение новой техники, механизмов и оборудования.

Характерные особенности инновационной деятельности в аграрном секторе экономики сформулированы в работах отечественных ученых аграриев (И.Г. Ушачева, И.Т. Трубилина, Е.С. Оглобина, И.С. Санду):

- множественность видов сельскохозяйственной продукции и продуктов ее переработки, существенная разница в технологиях их возделывания и производства;
- значительная зависимость технологий производства в сельском хозяйстве от складывающихся природных и погодных условий;
- большая разница в периоде производства по отдельным видам сельскохозяйственной продукции и продуктам ее переработки;
- высокая степень территориальной разобщенности сельскохозяйственного производства и существенная дифференциация отдельных регионов по условиям производства;
- разный социальный уровень работников сельского хозяйства, требующий значительно большего внимания к подготовке кадров и повышению их квалификации, организации последипломного образования.

В числе характерных особенностей инновационной деятельности в аграрном секторе экономики: множественность форм связей сельхозтоваропроизводителей с инновационными структурами; обособленность большинства хозяйств на всех уровнях: от производящих научно-техническую продукцию, до осуществляющих ее реализацию; отсутствие четкого и научно обоснованного организационно-экономического механизма передачи достижений науки и, как следствие, существенное отставание по освоению инноваций в аграрном секторе [1].

Инновации находят свое воплощение в инвестиционно-инновационном процессе, который помимо создания инноваций охватывает их освоение и

распространение, что особенно важно. Другими словами - это временной интервал между их созданием и коммерциализацией.

Таким образом, инновации можно рассматривать, как технологические решения, сокращающие временной лаг перехода сельхозтоваропроизводителей от одного технологического уклада к другому.

В заключении будет целесообразным заметить, что именно инновационный путь развития аграрного сектора экономики страны в целом и Белгородской области в частности может создать те предпосылки, которые впоследствии обеспечат конкурентные преимущества отечественным сельхозтоваропроизводителям в условиях ведения хозяйства в рамках норм и правил стран-членов ВТО.

Литература:

1. Инновационная деятельность в аграрном секторе экономики России / Под ред. И.Х. Ушачева, И.Т. Трубилина, Е.С. Оглобина, И.С. Сайду. - М: КолосС, 2007. - 636 с.
2. <http://belg.gks.ru/-ТеррНТорН&fibНbift> орган федеральной службы государственной статистики по Белгородской области.

Чепурная А.А., ст. гр. ЭЖ – 111

Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

РАЗВИТИЕ ИНВЕСТИРОВАНИЯ В ЭКОНОМИКУ ГОРОДА МОСКВЫ

В статье рассматривается величина потока прямых иностранных инвестиций в экономику региона, снижение объема накопленных прямых иностранных инвестиций в экономику Москвы в 2012-2013 гг., необходимость пересмотра инвестиционной политики, создание нового проекта инвестиционной стратегии Москвы на период до 2025 г.

Ключевые слова: инвестиционная политика, прямые иностранные инвестиции, накопленный иностранный капитал, стратегия.

В связи с активизацией в настоящее время таких процессов в мировой экономике, как глобализация и усиление межрегиональной конкуренции, вопросы привлечения инвестиций в развитие региональной экономики приобрели особую актуальность. Последние теоретические работы в сфере инвестиций позволяют по-новому посмотреть на данную проблему [1, 2, 3].

Одной из характеристик конкурентоспособности региона является величина потока прямых иностранных инвестиций в его экономику, т.е. средств, вложенных непосредственно в конкретные проекты регионального развития. Показатели, характеризующие состояние данной сферы, свидетельствуют о том, насколько успешно регион продвигает себя среди заинтересованных сторон, в частности среди зарубежных инвесторов. Данный вопрос представляет особый интерес в связи с принятой в 2012 г. стратегией, предполагающей позиционирование города как развивающегося международного финансового центра. В качестве основной цели данной стратегии определено улучшение имиджа Москвы как

международного центра финансовой и деловой активности, а также укрепление поддержки заинтересованными сторонами соответствующих мер по развитию города, реализуемых органами государственной власти. Успешное привлечение внимания мировых финансовых институтов будет способствовать увеличению потока прямых иностранных инвестиций. В связи с этим становится актуальным анализ инвестиций в экономику Москвы и выявление современных трендов в характеристиках этих инвестиций.

За 2011-2013 гг. совокупный объем накопленного иностранного капитала в экономике Москвы демонстрировал динамику роста. По состоянию на конец декабря 2012 г., этот показатель составил 149 млрд. 725 млн. долл. США (что почти на 1 % выше, чем в конце декабря 2011г.), по состоянию на конец декабря 2013 г. - 177 млрд. 347 млн. долл. (что на 18% выше, чем в конце декабря 2012 г.).

Наибольший удельный вес в накопленном иностранном капитале приходился на прочие инвестиции, осуществляемые на возвратной основе: торговые и прочие кредиты, причем преимущественно долгосрочные (на срок свыше 180 дней). В 2012 г. по сравнению с 2011 г. объем накопленных прочих инвестиций увеличился на 6% и составил 111 млрд. 448 млн. долл., в 2013 г. его рост составил почти 30% и достиг 144 млрд. 597 млн. долл.

Вместе с тем необходимо отметить снижение объема накопленных прямых иностранных инвестиций за исследуемый период, т.е. инвестиций, непосредственно направленных на реализацию проектов развития экономики города и указывающих на долгосрочную заинтересованность иностранного инвестора в сотрудничестве с Москвой. Так, по состоянию на конец декабря 2012 г., объем накопленных прямых иностранных инвестиций снизился на 9% (по сравнению с концом декабря 2011 г.) и составил 35 млрд. 467 млн. долл. По состоянию на конец декабря 2013 г. объем накопленных прямых иностранных инвестиций снизился на 12% (по сравнению с концом декабря 2012 г.) и составил 31 млрд. 155 млн. долл.

В 2012-2013гг. менялась динамика объемов накопленных портфельных иностранных инвестиций, являющихся вложениями иностранных инвесторов в ценные бумаги и не оказывающими значительного влияния на экономическое развитие города. По состоянию на конец декабря 2012г. объем накопленных портфельных иностранных инвестиций снизился на 33% по сравнению с аналогичным периодом 2011 г. и составил 2 млрд. 810 млн. долл. По состоянию на конец декабря 2013 г. данный показатель снизился на 43% по сравнению с аналогичным периодом 2012 г. и составил 1 млрд. 595 млн. долл.

Динамика отдельных видов накопленного иностранного капитала в экономике Москвы представлена в таблице.

Изменения объема иностранного капитала по видам в экономике Москвы в 2012-2013 гг

	По итогам 2012г., млн. долл.	Рост показателей, %	По итогам 2013г., млн. долл.	Рост показателей, %
Накопленный иностранный капитал	149 725	+1	177 347	+18
Объем накопленных прямых иностранных инвестиций	35 467	-9	31 155	-12
Объем накопленных прочих инвестиций	111 448	+6	144 597	+30
Объем накопленных портфельных инвестиций	2 809	-33	1 594	-43

Проанализируем структуру накопленного иностранного капитала в экономике города Москвы и ее изменение в 2012-2013 гг.

Наибольший удельный вес в 2012 г. занимали прочие инвестиции, осуществляемые на возвратной основе (торговые и прочие кредиты) - 74%; около четверти приходилось на долю прямых накопленных иностранных инвестиций - 24%; доля накопленных портфельных иностранных инвестиций составила 2% [4]. В 2013 г. структура накопленного иностранного капитала практически совпадала со структурой 2012 г., однако увеличилась доля прочих инвестиций (82,2%) и сократились доли прямых (17%) и портфельных инвестиций (0,8%) [5].

Среди субъектов Российской Федерации Москва заняла 1-е место по прямым иностранным инвестициям (ПИИ) - 23% всех ПИИ в экономику России и 6-е место по объему ПИИ на душу населения [6].

Принимая во внимание последние события в области международных отношений и введение экономических санкций в отношении России, актуальным представляется вопрос о том, какие зарубежные страны являются ведущими иностранными инвесторами для города Москвы.

В 2012 г. основными инвесторами по совокупному объему накопленного капитала в экономике Москвы являлись Люксембург, Китай, Кипр, Нидерланды, Великобритания. Их суммарная доля составила 108 млрд. 579 млн. долл., или 73% общего объема накопленных иностранных инвестиций. В 2013 г. лидерами по инвестированию в экономику Москвы стали Швейцария, Великобритания, Кипр, Люксембург, Нидерланды. В результате на их долю пришлось 62 млрд. 229 млн. долл., или 64% общего объема накопленных иностранных инвестиций [4, 5]. Наличие в этом списке таких стран, как Кипр и Люксембург, являющихся, по сути, оффшорными зонами, может указывать на то, что часть иностранных инвестиций является по своей природе инвестициями российского (московского) происхождения, впоследствии реинвестированных в российскую (московскую) экономику. Такой механизм нередко используется компаниями с целью минимизации налогов.

По ПИИ в экономику Москвы в 2012 г. лидирующие позиции заняли Австрия, Нидерланды, Великобритания, США, Германия, Люксембург, Япония (*рис. 1*).

В 2013 г. ситуация практически не изменилась. Следовательно, в последние годы источником ПИИ для Москвы были в основном европейские страны. По мнению специалистов, подвижек в предпочтениях инвесторов не ожидается [8].

Среди направлений инвестирования особенно выделяются оптовая и розничная торговля, а также операции с недвижимым имуществом (*рис. 2*).

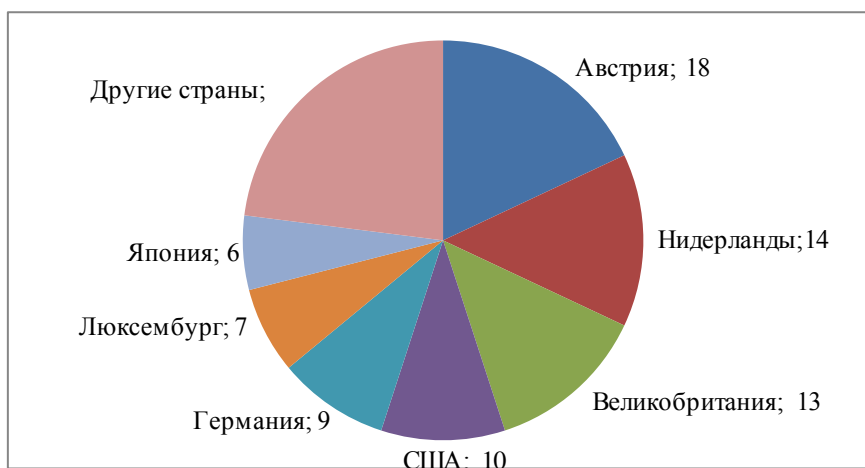


Рис.1. Основные страны – инвесторы в экономику Москвы в 2012г.
 Источник: [6,7].

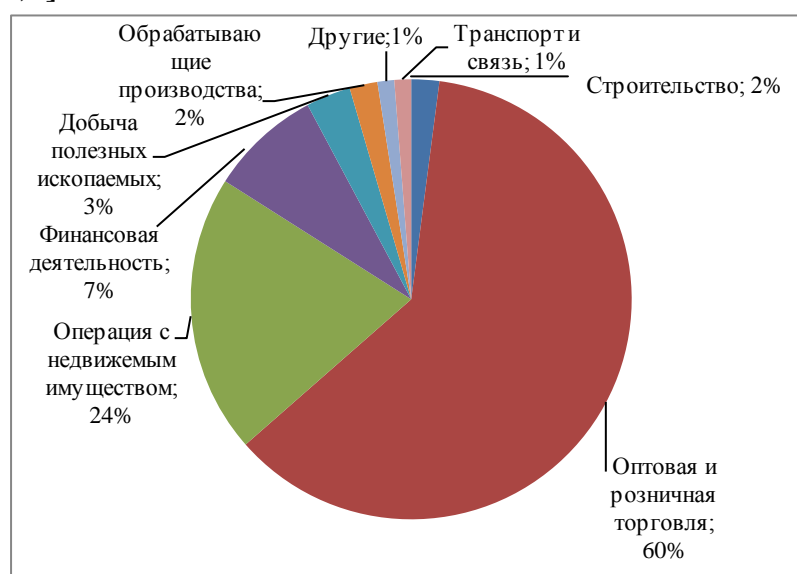


Рис. 2. Основные направления ПИИ в Москве в 2012 г.

Источник: [6,7].

Отметим, что накопленный иностранный капитал в городе Москве главным образом образован путем займов, не рассчитан на долгосрочные вложения, а объем прямых иностранных инвестиций падает. Это требует пересмотра инвестиционной политики, создания условий для привлечения «длинных денег». С целью изменения сложившейся ситуации был разработан и в настоящее время рассматривается проект инвестиционной стратегии Москвы на период до 2025 г. (далее - Стратегия) [9]. Основной акцент в Стратегии сделан на создание условий для бизнеса, а также для комфортного проживания в городе.

Так, формирование благоприятных возможностей для ведения бизнеса в Москве предполагает учет выгодного экономико-географического положения, активизацию деловой среды, обеспечение высокой привлекательности рынка сбыта, относительной экономической и финансовой стабильности. При этом особо отмечается наличие высококвалифицированных трудовых ресурсов, достаточные площади офисных помещений, производственных площадок. Указывается на функционирование в городе адекватной коммунальной,

транспортной, финансовой и ИТ-инфраструктуры, динамичное развитие сферы исследований и разработок.

В качестве преимуществ столицы, улучшающих условия для бизнеса, отмечено, что Москва:

- представляет собой экономический, политический и деловой центр России;
- является крупнейшим рынком сбыта;
- имеет выгодное географическое расположение и представляет собой крупный транспортный узел;
- обладает значительным и сбалансированным бюджетом;
- предлагает широкие возможности в связи с присоединением к городу новых территорий.

В Стратегии указываются также характерные для Москвы риски, вызванные зависимостью бюджета от «столичной ренты», усиливающейся международной конкуренцией за инвесторов и квалифицированные трудовые ресурсы, снижающимися темпами роста экономики страны.

В данном контексте нельзя не обратить внимание на широко распространенные представления о низком уровне защиты прав собственности и неэффективности судебной власти в России, о «плохом» бизнес климате, ограниченности основных ресурсов, препятствующей снижению издержек при ведении бизнеса, которые отчасти подтверждаются на практике.

Создание условий для комфортного проживания в Москве предусматривает сочетание разумной стоимости и высокого качества жизни, обеспечение адекватного уровня образования и здравоохранения, общественной безопасности, благоприятной экологической обстановки. Для решения поставленных задач необходимо расширять строительство доступного и благоустроенного жилья, совершенствовать инфраструктуру культурного развития и отдыха, организовать удобный городской транспорт и др.

Комфортность проживания в городе обеспечивается следующими факторами:

- богатое историческое наследие;
- большие возможности для проведения досуга;
- развитие общественных пространств;
- относительно высокий уровень личной безопасности.

Риски здесь связаны с высокой стоимостью жизни для иностранных специалистов, перегруженностью транспортной инфраструктуры, отставанием социальной сферы по сравнению с мировыми городами-конкурентами.

Анализ обстоятельств, обеспечивающих привлекательность города для бизнеса, комфортное проживание в нем, а также оценка соответствующих рисков позволили сформулировать следующие цели инвестиционной политики:

- увеличение объема и доли конкурентных инвестиций, усиление конкурентоспособности по сравнению с другими финансовыми центрами мира;

- постепенная замена бюджетных вложений частными;
- рост подвижных спросом частных инвестиций, их использование с учетом градостроительных и социальных приоритетов города.

Для достижения указанных целей предлагается [9]:

- привлекать частных инвесторов в сферы, традиционно финансируемые за счет бюджетных средств;
- создавать высокооплачиваемые и высокопроизводительные рабочие места;
- снижать стоимость ведения бизнеса;
- усиливать конкуренцию и устанавливать прозрачные «правила игры»;
- улучшать инвестиционный имидж Москвы;
- обеспечивать сбалансированное развитие инфраструктуры;
- повышать комфортность городской среды.

Таким образом, анализ инвестиций в экономику Москвы в 2012-2013 гг. показал, что объем накопленных прямых иностранных инвестиций сокращается, что свидетельствует об уменьшении интереса инвесторов к долгосрочному сотрудничеству с Москвой. Следовательно, возникает необходимость в пересмотре инвестиционной политики. Новый проект инвестиционной стратегии Москвы на период до 2025 г., представленный в начале 2014 г., ориентирован на привлечение «длинных денег» с учетом приоритетов развития города и должен быть тесно увязан с позиционированием города как развивающегося международного финансового центра.

Литература:

1. Айвазянов И.Р. Инструменты привлечения иностранных инвестиций в экономику региона // Российское предпринимательство. - 2007. - № 7. - Вып. 1 (93).
2. Зельднер А., Козлова С. Управление процессом привлечения частных инвестиций в особые экономические зоны России // Проблемы теории и практики управления. -2013.-№ 10.
3. Костин И.В. Инвестиции в экономику Калужской области: структура, динамика и основные проблемы // Управление экономическими системами. Электронный научный журнал // <http://www.uecs.ru/marketing/item/1742-2012-12-05-08-12-22>
4. Иностранные инвестиции в экономике города Москвы по итогам 2012 года // http://investinmoscow.ru/ru/article/byid/inostrannye_investitsii_v_ekonomike_goroda_moskvy_po_itogam_2012_goda_importinvestitsij
5. Иностранные инвестиции в экономике города Москвы по итогам 2013 года // http://investinmoscow.ru/ru/article/byid/inostrannye_investitsii_v_ekonomike_goroda_moskvy_po_itogam_2013_godaimport.
6. Прямые иностранные инвестиции России: региональный аспект. Аналитический обзор. Октябрь 2013. Национальное рейтинговое агентство // http://www.ranational.ru/uploads/rus/files/analytic/file_review/14.pdf
7. <http://www.gks.ru>.
8. Более половины иностранных инвестиций в Россию поступает в Москву // <http://dvms.mos.ru>
9. Инвестиционная стратегия Москвы на период до 2025 года (проект)//http://mosinvest.mos.ru/upload/iblock/OOb/invest_strategy_20140214.pdf.

ОХРАНА МАТЕРИНСТВА И ДЕТСТВА КАК ВАЖНЕЙШИЙ ЭЛЕМЕНТ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ СТРАНЫ

В статье рассмотрена проблема управления демографической ситуацией с позиции охраны материнства и детства как основного фактора способствующего повышению рождаемости и снижению смертности.

Ключевые слова: материнство, детство, социальная защита.

В существующей в настоящее время неблагоприятной демографической ситуации, охрана репродуктивного здоровья в РФ приобретает особую социальную значимость. В связи с этим, важнейшим направлением деятельности органов и учреждений здравоохранения является охрана здоровья женщин и детей, в том числе оказание им доступной и квалифицированной акушерской и неонатальной помощи, снижение материнских и перинатальных потерь, профилактика инвалидности с детства, так как именно эти показатели в дальнейшем могут существенно повлиять на демографическую обстановку.

Состояние здоровья матери и ребенка является индикатором состояния и благополучия общества в целом. В настоящее время в РФ ведётся активная работа по совершенствованию медицинской помощи беременным, роженицам и новорождённым детям. Она заключается в совершенствовании нормативно-правовой базы деятельности родовспомогательных учреждений, создании перинатальных центров, внедрении современных эффективных технологий, оснащении родовспомогательных учреждений дорогостоящим оборудованием для перинатальной диагностики и интенсивной терапии [5].

Первоосновой системы защиты материнства и детства выступает правовая база. Она включает международное законодательство, российские государственные законы и местные положения, инструкции, методики.

В качестве государственной правовой базы социальной защиты детства выступают Конституция РФ, Закон «О семье», Закон «Об образовании».

В России правовые нормы, касающиеся охраны здоровья женщин-матерей, преимущества по воспитанию детей представлены в Трудовом Кодексе РФ [6]:

- запрещение труда женщин на тяжелых работах и на работах с вредными условиями труда;
- установление предельных норм переноса и передвижения тяжестей;
- ограничение труда женщин в ночное время;
- установление облегченных условий труда беременных женщин (запрещение ночных, сверхурочных работ, командировок, перевод на более легкую работу).

На создание женщинам-матерям условий, позволяющих сочетать труд в общественном производстве с воспитанием детей, направлены следующие нормы:

- запрещение ночных, сверхурочных работ, работ в выходные дни и направление в командировки женщин, имеющих детей в возрасте до 3 лет;

- подобного рода работы ограничиваются в отношении женщин, имеющих детей в возрасте от 3 до 14 лет (детей-инвалидов до 16 лет), и могут допускаться только с согласия самих женщин;

- по желанию женщины (равно как и любого другого родственника), находящейся в отпуске по уходу за ребенком, она может работать на условиях неполного рабочего времени или на дому с сохранением права на получение пособия в период частично оплачиваемого отпуска по уходу за ребенком;

- перерывы для кормления ребенка, предоставляемые матери, имеющей детей в возрасте до полутора лет, включаются в рабочее время и оплачиваются по среднему заработку;

- по просьбе женщин, имеющих детей в возрасте до 14 лет, администрация обязана устанавливать им неполный рабочий день или неполную рабочую неделю; оплата труда в этих случаях производится пропорционально отработанному времени или в зависимости от выработки. Подобный режим труда не влечет каких-либо ограничений в отношении стажа работы и продолжительности отпуска;

- женщинам, имеющим детей в возрасте до 3 лет, а одинокой матери ребенка в возрасте до 14 лет, предоставляются особые гарантии при приеме на работу и увольнении: запрещается отказывать им в приеме на работу и снижать заработную плату по мотивам, связанным с наличием детей; их увольнение по инициативе администрации не допускается, кроме случаев полной ликвидации предприятия, когда допускается увольнение с обязательным трудоустройством.

Женщины имеют право на искусственное оплодотворение, искусственное прерывание нежелательной беременности и даже на медицинскую стерилизацию, что урегулировано в основах законодательства РФ «Об охране здоровья граждан». Искусственное оплодотворение замужней женщины и имплантация ей эмбриона возможна при наличии письменного согласия обоих супругов, т.е. рожденный ребенок, будет считаться их общим. Каждая женщина имеет право самостоятельно решать вопрос о материнстве.

Отец имеет право на больничный лист по уходу за ребенком, частично оплачиваемый отпуск по уходу до достижения ребенком 1,5 лет. Дополнительный отпуск до 3 лет может быть использован частично или полностью матерью, отцом, бабушкой, дедушкой и другими родственниками, что включается в общий и непрерывный стаж.

Государственная политика в интересах матери и ребенка является приоритетной областью деятельности органов государственной власти РФ и основана на следующих принципах:

- законодательное обеспечение прав ребенка;

- государственная поддержка семьи в целях обеспечения полноценного воспитания детей, защиты их прав, подготовки их к полноценной жизни в обществе;

- установление и соблюдение государственных минимальных социальных стандартов основных показателей качества жизни матери и ребенка с учетом региональных различий данных показателей;

- ответственность должностных лиц, граждан за нарушение прав и законных интересов ребенка, причинение ему вреда;
- государственная поддержка органов местного самоуправления, общественных объединений и иных организаций, осуществляющих деятельность по защите прав и законных интересов матери и ребенка [3].

Государство стремится обеспечить, чтобы ни мать, ни ребенок не был лишен своего права на доступ к средствам лечения болезней и восстановления здоровья, в частности, принимают необходимые меры:

- для снижения уровня смертности младенцев и детской смертности;
- для обеспечения предоставления необходимой медицинской помощи и охраны здоровья всех детей с уделением первоочередного внимания развитию первичной медико-санитарной помощи;
- для борьбы с болезнями и недоеданием, в том числе в рамках первичной медико-санитарной помощи, путем применения легкодоступных технологий и предоставления достаточно питательного продовольствия и чистой питьевой воды, принимая во внимание опасность и риск загрязнения окружающей среды;
- для предоставления матерям надлежащих услуг по охране здоровья в дородовой и послеродовой периоды;
- для обеспечения осведомленности всех слоев общества, в частности родителей и детей, о здоровье и питании детей, преимуществах грудного кормления, гигиене, санитарии, среды обитания ребенка и предупреждения несчастных случаев, а также их доступа к образованию и их поддержки в использовании таких знаний.

На сегодня результаты проводимой государственной политики в области охраны материнства и детства работают, но несмотря на проводимую работу по созданию службы планирования семьи, внедрению современных средств предупреждения непланируемой беременности (контрацепции), к абортам по-прежнему прибегает 50-60% беременных женщин. Каждый десятый аборт приходится на женщин моложе 19 лет. Следствием аборта являются хронические воспалительные заболевания, бесплодие, недонашиваемость, длительная нетрудоспособность женщин. Согласно данным государственного доклада о положении детей в РФ, в стране последовательно снижается уровень младенческой смертности. Ведущими причинами смерти детей на первом году жизни остаются состояния, возникающие в перинатальный период (от 28 недель беременности, включая роды и первые 7 дней жизни ребенка), и врожденные аномалии развития заболевания, тесно связанные со здоровьем матери. В возрастной группе детей от года до 14 лет на первое место выходит смерть от отравлений и травм [1].

Растет число социально обусловленных заболеваний: токсикомания, наркомания, алкоголизм поражают российских детей в геометрической прогрессии. К числу социально обусловленных заболеваний всегда относился и туберкулез, который вновь стал проявлять себя. Эпидемическая опасность туберкулезной инфекции выражается в высокой степени инфицирования детей - свыше 1% (на отдельных территориях - 14,25%), что в 10 раз выше, чем в развитых странах мира [4].

Главными причинами столь низкого снижения являются - ослабленное здоровье матерей; сокращение сроков грудного вскармливания и дефициты витаминизированного детского питания; плохая организация (или ее полное отсутствие) горячего питания в школе, далеко не достаточное и не полноценное питание в семье; значительные учебные перегрузки; негативное влияние экологии (воздух, вода и др.), значительное ухудшение работы педиатрической службы и т.д. Кроме того, серьезно сказывается и отсутствие полноценного оздоровительного отдыха для детей.

В целом принимаемые меры по улучшению здоровья детей не обеспечивают заметных результатов по многим причинам. Коммерциализация здравоохранения перекладывает значительную долю расходов по реализации права ребенка на сохранение и укрепление здоровья на семью.

Вместе с тем у многих семей ограничены возможности пользования медицинскими услугами, санаторно-курортным лечением, оздоровительным отдыхом, занятиями физкультурой и спортом. Они занимают незначительное место в структуре потребительских расходов низкодоходных хозяйств, так как почти все средства уходят на покупку продуктов питания. За последние 10 лет по показателям питания на душу населения Россия опустилась на 50-е место в мире [4].

Несмотря на усилия Минздрава РФ и добросовестность медицинских работников, современная Россия не в состоянии обеспечить выполнение права ребенка на сохранение и укрепление здоровья. Стремительно ухудшающееся состояние здоровья детей - проблема, соединяющая в себе элементы экономики, демографии, культуры, образования, которая беспокоит и вызывает объективную тревогу всего общества, всех его социальных институтов, включая, прежде всего российскую семью. Поэтому одна из важнейших и приоритетных задач настоящего времени - безотлагательное создание необходимых условий и мер для выживания и сохранения здоровья подрастающего поколения.

В рамках решения данной задачи целесообразно на практике проводить работу с подрастающим поколением. В частности вести разъяснительную работу в учебных заведениях о методах контрацепции, о грамотном планировании беременности, с целью снижения количества аборт и сохранения репродуктивного здоровья молодых женщин, так как именно аборт в РФ продолжает сохранять ведущее место в регуляции рождаемости, обуславливает нарушения репродуктивного здоровья женщин, в ряде случаев приводит к летальному исходу и наносит по оценке специалистов экономический ущерб, составляющий не менее 50% от общего бюджета здравоохранения. Недаром распространенность и динамика абортов - это один из немногих показателей, по которым оценивается как в целом состояние здоровья населения, так и отношение государства к проблемам материнства и детства.

Не менее важным является и проведение мероприятий направленных на снижение младенческой смертности. Неблагополучное положение с младенческой смертностью в стране во многом связано с состоянием здоровья женщин репродуктивного возраста. Практически в 50% случаев беременность сопровождаются различными видами патологии: анемия, хронический пиелонефрит, сердечно-сосудистые заболевания, токсикоз второй половины беременности. За

последнее десятилетие число родов, осложненных указанными заболеваниями, возросло в 2-3 раза [2]. Поэтому пропаганда здорового образа жизни просто необходима.

В целях формирования отношения к здоровому образу жизни как личному и общественному приоритету, пропаганды ответственного отношения к своему здоровью и состоянию окружающей среды, осуществления комплексных профилактических мероприятий, направленных на формирование негативного общественного отношения к асоциальному поведению необходимо проведение, как на государственном уровне, так и в более мелких масштабах различных акций, например, «Молодежь - за здоровый образ жизни» или «Нет наркотикам», «Мама, папа, я - спортивная семья» и т.п.

Таким образом, мы считаем, что своевременное проведение разъяснительной работы будет способствовать формированию необходимых на сегодняшний день правильных семейных ценностей, способствующих улучшению демографической ситуации в России.

Литература:

1. Байбарина, Е.Н. Совершенствование системы оказания помощи новорождённым на территориальном уровне / Е.Н. Байбарина, Сорокина З.Х., Ермолаева Е.И., Киричок Е.В. // Современные подходы к выявлению, лечению и профилактике перинатальной патологии: материалы V съезда РАСПМ. - М., 2005. - С. 31.
2. Володин, Н.Н. Современная модель организации помощи новорождённым на региональном уровне / Н.Н. Володин, Антонов А.Г., Байбарина Е.Н. и др. // Вопросы гинекологии, акушерства и перинатологии. -2003. Т. 2, № 4. - С. 68.
3. Зубкова, Т.С., Организация и содержание работы по социальной защите женщин, детей и семьи: Учеб. пособие / Т.С. Зубкова, Н.В.Тимошина - М.: Издательский центр «Академия», 2004.- 204 с.
4. Рыбинский, Е.М. Детство в России: Реальности и проблемы : учеб. пособие / Е.М. Рыбинский. - М.: Издательский центр «Академия», 2000. - 156 с.
5. Самарина, О. Социальная защита женщин и семейная политика в современной России / О. Самарина // Вопросы экономики. - 2003. - № 3. – 131-137 с.
6. Трудовой кодекс РФ - <http://www.assessor.ru/zakon/tk/>

Яресь О.Б., зав. кафедрой КиГ, к.э.н.
Владимирский государственный университет имени Александра
Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА ДЕПРЕССИВНОГО РЕГИОНА⁵⁴

В исследовании определены направления экономического развития депрессивного фонового региона, придающие ему устойчивый характер. Выделены факторы, обеспечивающие качество экономического роста, на которые регион оказывает прямое влияние.

⁵⁴ Публикация подготовлена в рамках поддержанного РГНФ научного проекта №13-12-33004.

Ключевые слова: качественный экономический рост, депрессивный фоновый регион, факторы экономического развития и роста.

Придание экономическому росту устойчивого характера и обеспечение экономической стабильности являются важнейшими задачами государственной и региональной политики в России на современном этапе в сложившейся ситуации оттока иностранного инвестиционного капитала и внешнеэкономического давления. В связи с этим актуальным является определение устойчивости региональных социально-экономических процессов депрессивных регионов РФ.

Качественный экономический рост будем определять, как фактический рост ВВП на основе повышения качества факторов производства, интенсивного роста потенциального ВВП. Качество экономического роста проявляется в разных сферах экономической и социальной жизни общества и может быть представлено следующими характеристиками: ростом качества факторов производства; ростом качества производимых в экономике товаров и услуг; прогрессивными изменениями отраслевой структуры национальной экономики; социальной результативностью роста.

Наиболее актуальной проблема повышения качества экономического роста является именно для депрессивных регионов, которые почти не имеют свободных внутренних ресурсов для проведения масштабных структурных реформ, но обладают значительным потенциалом повышения эффективности уже реализуемых социально-экономических процессов.

Под депрессивными регионами понимается часть территории страны, в наибольшей степени пострадавшая от кризисных процессов (роста безработицы, спада производства и снижения реальных доходов населения). Их необходимо отличать от других видов проблемных районов (нового освоения, слаборазвитых, приграничных регионов, зон экологического бедствия и т.д.). Депрессивный регион – это в прошлом относительно благополучная территория, как правило, с высоким промышленно-производственным потенциалом и достаточно развитой инфраструктурой, в том числе социальной. Его кризисное состояние – проявление структурного кризиса российской экономики, вызвавшего неравномерный спад производства по отраслям. Депрессивные регионы характеризуются не просто отставанием в социально-экономическом развитии, но формированием в них ситуации, несущей в себе опасность для общественных и рыночных отношений государства.

Владимирская область, являясь типичным представителем старопромышленных регионов ЦФО, отличается высокой плотностью населения и, несмотря на развитость в индустриальном и рекреационно-туристическом отношении, значительно отстает от других регионов по многим показателям социально-экономического развития. Владимирская область относится к депрессивным фоновым регионам [1, с. 106], бюджетное состояние которых является крайне нестабильным. Для всех депрессивных регионов ЦФО характерно старение населения, высокие показатели смиренности, слабая конкурентоспособность на рынке труда по сравнению с Московской агломерацией. Уровень безработицы во Владимирском регионе, рассчитанный по методологии МОТ, как отношение численности безработных граждан к

численности экономически активного населения, в среднем за 2012 год снизился с 5,8% до 4,4%. В целом по Российской Федерации данный показатель составлял 5,5%, по Центральному федеральному округу – 3,1%. Объемы промышленного производства на душу населения в 2012 году даже с учетом неточностей российской статистики составили не более 200 тыс. руб. на человека, при среднероссийском показателе объема промышленного производства 235 тыс. руб. на человека в 2012 г. Уровень бюджетной обеспеченности региона 60%, что является граничным значением отнесения региона к первой группе бюджетного выравнивания. Как следствие, федеральные дотации Владимирской области для выравнивания до среднего уровня бюджетной обеспеченности составляют 20843 млн руб. Уровень налогового потенциала Владимирского региона в 2012 г. составил 0,522, что ниже среднего по ЦФО (0,582 без учета г. Москва и 0,72 с его учетом). Для недобывающего региона, такого как Владимирская область, более половины всех доходов регионального бюджета составляют налоговые отчисления с доходов физических лиц. Отсюда цикличная зависимость: чем выше среднедушевые доходы населения региона, тем больше налогооблагаемая база по НДФЛ и, соответственно, доходы регионального бюджета; в свою очередь, чем больше доходная часть бюджета, тем шире возможности для стимулирования экономического роста в регионе и, соответственно, выше доходы населения.

В современной экономике устойчивый экономический рост является главным ориентиром развития страны и её регионов, как в России, так и за её пределами. Количественные показатели экономического роста, отражаемые в народнохозяйственной статистике, уже давно являются предметом научных дискуссий, посвященных той цене, которую «заплатила» экономика за полученный результат и тому вкладу в наращивание экономического потенциала, который может быть сделан за счет полученного эффекта. Здесь на первый план выходит качество экономического роста как обобщающая характеристика и рациональности использования ресурсов, израсходованных на получение определенного уровня экономического роста, и эффективности системы хозяйствования, и оптимальности распределения получаемых социально-экономических результатов.

Устойчивое развитие – это такое развитие экономической, политической, социальной и экологической сфер с присущим им в качестве внутренних характеристик стремлением к равновесию и сокращению диспаритета, которое обеспечивает сбалансированное, поступательное движение региона в целом, следствием чего должно явиться улучшение жизни людей [2].

Выделяют следующие направления экономического развития, придающие ему устойчивый характер:

- повышение эффективности производства, позволяющее своевременно решать возникшие проблемы в условиях изменяющейся внешней среды;
- гармонизация интересов субъектов рынка, ведущая к сохранению их рыночных позиций и предотвращающая социальные конфликты;
- движение к общему экономическому равновесию, что представляет собой формирование условий сбалансированного (равновесного)

экономического роста, основанного на преодолении сложившихся хозяйственных диспропорций;

- согласование экономического роста с законами развития биосферы, что создает возможность предотвращения экологических катастроф, грозящих гибелью биосферы и человека.

Под качеством экономического роста понимаем категорию, отражающую прямое и обратное влияние темпов экономического роста на социально-экономический потенциал региона, уровень жизни населения, структуру и динамику общественного производства.

Факторами, обеспечивающими качество экономического роста, на которые регион оказывает прямое влияние, являются:

- развитие внутренней финансовой инфраструктуры;
- создание благоприятных условий для предпринимательской деятельности;
- повышение качества управленческих кадров и трудовых ресурсов;
- антимонопольное регулирование, препятствующее ограничениям конкуренции;
- регулирование тарифов на продукцию и услуги естественных монополий;
- реформирование бюджетной системы и межбюджетных отношений;
- инвестиционная политика региона, включая механизм региональных целевых программ;
- повышение прозрачности и конкурентности механизмов закупки продукции (товаров, работ, услуг) для нужд региона;
- разработка, формирование и реализация норм и стандартов ведения экономической деятельности и социально ответственного поведения представителей власти и бизнеса;
- стимулирование кооперации и интеграции хозяйственной деятельности внутри региона;
- проведение активной структурной политики в интересах общества (в тех случаях, когда рыночные механизмы не обеспечивают их соблюдение).

Анализ социально-экономического положения российских регионов показал, что их переход на модель устойчивого развития сдерживается целым рядом факторов. Перечень показателей, используемых для оценки устойчивости территорий, весьма широк. Вместе с тем единой, общепринятой российской наукой методики оценки еще не выработано.

Литература:

1. Стратегическое управление в регионах Российской Федерации: монография. – М.: РУДН, 2010. – 351 с.
2. Калинин, М.Ю. Теоретико-методические основы концепции устойчивого развития региона / М.Ю. Калинин // Региональная экономика: теория и практика. – 2005. – №9(24)
3. <http://knoema.ru/atlas/Regions-profiles>

НАУЧНЫЕ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Александрова А.С., ст. гр. ЭК-111

Соломахин П.В., ст. гр. ЭК-111

Научный руководитель: **Марченко Е.М.**, проф., к.э.н., каф. ЭУИИ,
Владимирский государственный университет имени Александра
Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В РОССИИ

Гражданское общество - это совокупность неполитических отношений, которые проявляются через добровольное создание различных общественных организаций и ограждено от прямого вмешательства государства. Но при этом гражданское общество и государство непременно взаимодействуют друг с другом, и их отношения могут быть как оппозиционными, так и партнерскими.

Гражданское общество, как и любое другое, имеет свои отличительные особенности. К таковым относят:

- соблюдение прав и свобод человека;
- общественная активность населения;
- суверенитет личности;
- высокая степень самоорганизации;
- высокий образовательный уровень населения;
- политический плюрализм;
- социальная направленность политики государства;

К основным функциям гражданского общества относятся:

1. Защита граждан, их прав, свобод, интересов и потребностей от незаконного вмешательства государства.
2. Обеспечение соблюдения общепринятых норм в обществе.
3. Достижение благополучия всех членов общества.
4. Создание благоприятной социальной среды для обеспечения активной общественной деятельности населения.
5. Стабилизация различных сфер жизнедеятельности индивидов и групп.
6. Контроль воздействия государственной власти на различные сферы деятельности населения.

«Гражданское общество с экономической точки зрения - это функционирование и взаимодействие различных форм собственности и организации производства материальных благ» [2, стр. 5].

С институциональной точки зрения, гражданское общество представлено государственными некоммерческими организациями в соответствии с их функциональными характеристиками.

В рамках проекта НИУ ВШЭ «CIVICUS» рассмотрена структура гражданского общества по состоянию на 2009 год:

- «Ядро» (7,7%) - население, участвующее в каких либо общественных объединениях и негосударственных некоммерческих организаций, и готовое объединиться с другими людьми для достижения общей цели.

- «Сателлит ядра» (26,6%) - население не участвующее в деятельности общественных объединений, но готовое объединяться с другими для совместных действий, то есть информировано об общественных событиях.

- «Периферия» (30,4%) - население не готово объединяться с другими для совместных действий, но информировано об общественных событиях и имеют склонность к благотворительности.

- «Буферная зона» (26,5%) - промежуточная позиция между активом и периферией социальной базы. Население, находящееся в этой зоне потенциально готово объединяться для совместных действий, но реально не участвует в них, не занимаются благотворительностью и не информировано в достаточной мере о функционировании существующих организаций.

- «Аутсайдеры» (8,8%) - население, не обладающее ни одним признаком принадлежности к социальной базе.

Наличие общественных объединений, как общественных институтов, играет важную роль в формировании и развитии гражданского общества. Количество общественных организаций в России в период с 2010 по 2014 г. снизилось с 119247 до 103325, то есть на 13 % [12]. Такое снижение объясняется неосведомленностью о данных организациях и недоверием населения к их деятельности. Известно, что 93% населения России не знают о существовании общественных организаций [5]. Количество людей, занятых в общественных объединениях составляет всего 1,1% экономически активного населения, в то время как в развитых странах 7,1%. Доля социально ориентированного «третьего сектора» в России составляет 13,5%, а в развитых странах в целом 60-70%. В Европе социальные объединения дают около 6,5% ВВП, а в России только 1% [11].

Следует отметить значительное снижение (на 31%) за 2010-2014 гг. количества профсоюзных объединений. Сокращению их числа способствует разукрупнение предприятий, развитие малого бизнеса, где происходит разъединение людей, и слабая защита профсоюзами интересов своих работников, что приводит к недоверию населения к данному институту. В то же время возрастает (на 986%) количество политических партий, что может быть связано с принятием Федерального закона от 02.04.2012 № 28-ФЗ о том, что в политической партии должно состоять не менее 500 человек (ранее 40000 человек) и организаций русской православной церкви (на 12%), что характеризует возрастающее влияние религии на мировоззрение общества.

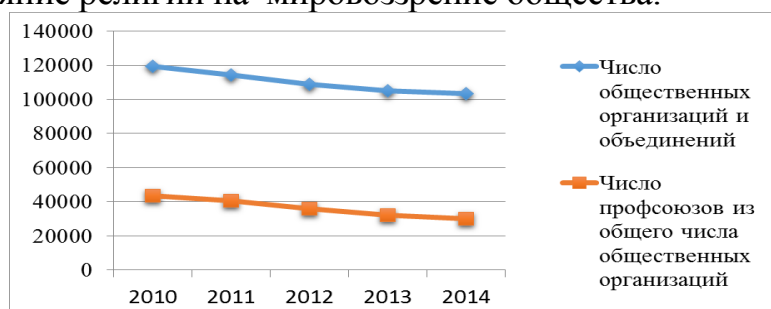


Рисунок 1. Динамика общественных организаций и объединений

Высокий образовательный уровень населения – один из факторов становления гражданского общества. Россия отличается высоким уровнем образования (по уровню образования в 2011 году Россия занимала 49 место из 188) [9]. Но в последние годы число образовательных учреждений и качество подготовки снижается. В период с 2010 по 2014 годы количество школ снизилось на 11%, количество профессиональных учреждений, осуществляющих подготовку специалистов среднего звена, - на 5%, а количество высших учебных заведений - на 13%. Количество обучающихся в данных учебных заведениях так же снижается. В средних профессиональных учреждениях - на 7%, в высших учебных заведениях - на 20%, и наблюдается лишь небольшое увеличение числа учащихся в школах - на 2%. Такая негативная динамика не способствует укреплению гражданского общества.

В 2013 году ВЦИОМ провел опрос респондентов на предмет одобрения деятельности общественных институтов. Для анализа были выбраны следующие общественные институты: средства массовой информации (СМИ), общественная палата, политические партии, профсоюзы, русская православная церковь. Значение индекса определяется как сумма положительных ответов минус сумма отрицательных. Результаты опроса приведены в таблице 1.

Таблица 1

Индексы одобрения деятельности общественных институтов [7].

Индекс одобрения	март 2013 г.	март 2014 г.
Деятельности средств массовой информации	24	45
Деятельности русской православной церкви	43	58
Деятельности общественной палаты	-4	23
Деятельности профсоюзов	-12	4
Деятельности политических партий	-20	9

Как видно из табл. 1, одобрение деятельности СМИ за рассматриваемый период выросло почти вдвое. Индекс одобрения деятельности профсоюзов является самым маленьким, что объясняется снижением числа данных организаций и утратой ими основных функций. Но по сравнению с 2013 годом, индекс вырос почти в 3 раза, что говорит об активизации профсоюзных организаций.

Что касается остальных рассматриваемых общественных институтов, то необходимо в первую очередь заметить следующее. Так как в России очень малая доля среднего класса (по оценкам экспертов не более 20%), и доходы более 60% населения не превышают средний уровень, основная доля населения занята обеспечением источниками существования и не проявляет активности в общественной жизни страны. Поэтому формирование общества активизируется по инициативе «сверху».

Так, по инициативе Президента были созданы такие общественные институты, как общественная палата при Президенте РФ, которая избирается каждые три года в количестве 166 человек и «осуществляет взаимодействие граждан с органами государственной власти и местного самоуправления в целях учета потребностей и интересов граждан, защиты их прав и свобод при

формировании и реализации государственной политики, а также в целях осуществления общественного контроля за деятельностью органов власти» [4], Другим общественным институтом является общероссийский народный фронт, призванный объединить усилия всех общественных организаций на основе реализации деловых и социальных проектов, содействия развития местного самоуправления, контроля за деятельностью местных органов управления и субъектов РФ, например, в сфере государственных закупок и управления государственной собственностью.

Такая попытка государства объединить общественные организации, привлечь больше населения к общественной жизни страны оправдывает себя. Например, за 10 месяцев 2012 года по вопросам создания достойных условий жизни в городах и поселках, обеспечения граждан доступным и комфортным жильем, качественными коммунальными услугами в Общественную Палату РФ поступило 332 обращения (из них 35 коллективных), в сравнении с 2011 г. когда по данным проблемам поступило всего 99 обращений, что доказывает эффективность работы Общественной Палаты [6]. Индекс одобрения деятельности Общественной палаты значительно повысился и составляет 23.

Следует отметить активное взаимодействие церкви и государства в вопросах, связанных с защитой прав русскоязычного населения, формирования мировоззрения подрастающего поколения и других общественно-политических вопросах. По данным ВЦИОМ коэффициент одобрения деятельности русской православной церкви – вырос с 43 до 58.

На формирование общественного сознания РФ пытаются оказать влияние извне через финансирование некоммерческих организаций. По оценке The Boston Consulting Group, в 2011 г, «в развитых странах государственное финансирование общественных объединений составляет 48% их дохода (в развивающихся - 22%, в России - 5%), доходы от деятельности, включая членские взносы - 35% (в развивающихся странах - 61%, в России - 22%), пожертвования бизнеса, граждан и зарубежных фондов - 17% (в развивающихся странах - 17%, в России - 73%)» [11]. Если государством в 2012 году было выделено на поддержку «третьего сектора» 4,7 млрд.руб, а в 2013 г. эта цифра увеличилась и составила 8,285 млрд. руб. [11], то иностранная поддержка некоммерческих организаций за это же период составила более 28,3 млрд.руб. [10]. В силу сложившегося положения, в 2012 Правительство РФ вынуждено было принять закон № 121-ФЗ от 20 июля 2012 о необходимости регистрации организаций, получающих финансирование из – за рубежа, как иностранных агентов.

Таким образом, не смотря на небольшой процент среднего класса, гражданское общество России формируется при активном участии государства через возросшее влияние политических партий и других общественных организаций, общественное обсуждение правительственных решений, на фоне возросшего интереса к общественным институтам из-за рубежа. Рост самосознания общества страны, когда, 63 % опрошенных считают себя в первую очередь гражданином России (ВЦИОМ, 2014 г.), в 2009 году – 48%

респондентов [8], обеспечивает потенциальную возможность устойчивого социально-экономического развития страны.

Литература:

1. Вольное Экономическое Общество России. URL: <http://www.veorus.ru/veo-regulations.html> (дата обращения: 6.04.2014).
2. Дмитриев Ю.А., Кучерена А.Г. Гражданское общество в России. Проблемы становления и развития: учебное пособие. Издательство: ЮНИТИ-ДАНА; Закон и право, 2009 г. - 255 страниц.
3. Мерсиянова И.В. Социальная база российского гражданского общества // Общественные науки и современность. 2009. № 4. С. 35–45.
4. О Палате // Общественная палата российской Федерации. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.oprf.ru/about/> (дата обращения: 9.04.2014).
5. Общественная палата Российской Федерации - Доклад о состоянии гражданского общества в Российской Федерации за 2013 год. – М., Общественная палата Российской Федерации, 2013.
6. Общественная палата Российской Федерации - Доклад о состоянии гражданского общества в Российской Федерации за 2012 год. – М., 2012
7. Одобрение деятельности общественных институтов // Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://wciom.ru/ratings-social-institutions/> (дата обращения: 8.04.2014).
8. «Патриотизм и гражданство» // Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). - Пресс-выпуск №2541. [электронный ресурс] - Режим доступа. — URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=114751> (дата обращения: 7.04.2014).
9. Рейтинг стран мира по уровню образования — информация об исследовании // Центр гуманитарных технологий. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://gtmarket.ru/ratings/education-index/education-index-info> (дата обращения: 10.04.2014).
10. Российские НКО получили 28 млрд. рублей из-за границы // РБК. [электронный ресурс] – Режим доступа. — URL: <http://www.rbcdaily.ru/society/562949986522122> (дата обращения: 9.04.2014).
11. «Третий сектор» в России: текущее состояние и возможные модели развития // Фонд развития гражданского общества. – 2013. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://civilfund.ru/mat/view/20> (дата обращения: 6.04.2014).
12. Число общественных объединений и организаций, зарегистрированных в Российской Федерации // Федеральная служба государственной статистики. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b13_13/IssWWW.exe/Stg/d1/02-10.htm (дата обращения: 9.04.2014).

Александрова А.С. ст. гр. ЭК-111

Научный руководитель: **Марченко Е.М.** проф.каф. ЭУИИ, к.э.н.
Владимирский государственный университет имени Александра
Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ИНЖИНИРИНГОВЫЕ ЦЕНТРЫ, КАК СВЯЗУЮЩЕЕ ЗВЕНО МЕЖДУ НАУКОЙ И ПРОИЗВОДСТВОМ

Инжиниринговые центры ускоряют внедрение новшеств в массовое производство, являются связующим звеном между наукой и производством.

«Инжиниринг (англ. engineering– изобретательность; выдумка; знания) – это инженерно-консультационные услуги исследовательского, проектно-конструкторского, расчётно аналитического характера, подготовка технико-экономических обоснований проектов, выработка рекомендаций в области организации производства и управления» [14, стр. 3]. На данный момент в России функционируют 25 крупных инжиниринговых центров на базе предприятий в 12 регионах страны [8].

О необходимости развития существующих и создании новых инжиниринговых центров, свидетельствует динамика количества организаций и численности персонала, занятых исследованиями и разработками.



Рис.1 Число организаций, выполнявших исследования и разработки, по секторам деятельности РФ [13].

Как видно из гистограммы, количество организаций, выполнявших исследования и разработки в период с 2010 г. по 2012 г. увеличилось на 2%, но по сравнению с предыдущим годом, произошло снижение данного показателя на 3%. Если в 2010-2011 годах максимальная доля в структуре принадлежала предпринимательскому сектору, то в 2012 году он уступил первенство государству. В то же время, в соответствии с расчетами Минэкономразвития РФ, к 2020 году доля предприятий, осуществляющих технологические инновации должна увеличиться до 50%.

Следует отметить аналогичную тенденцию данного показателя для Владимирской области, в 2010 г. составляла 0,4% (7 место в ЦФО), в 2011 г. – 0,5% (13 место в ЦФО), в 2012 г. – 0,5% (12 место в ЦФО).

Общее количество персонала, занятого исследованиями и разработками снизилось в 2010г по 2012г. на 1,3% за счет снижения всех категорий персонала, кроме исследователей, в среднем на 2,5%, при этом, в общей структуре наблюдалось увеличение исследователей на 1% (Рис.2) [6].



Рис.2 Персонал, занятый исследованиями и разработками по категориям (человек)

Финансирование науки из средств федерального бюджета (Рис.3) [7].



Рис. 3 Расходы федерального бюджета, млн. руб.

В 2012г. расходы из федерального бюджета на науку выросли, по сравнению с 2011г. на 13%, что позволит реализовать больше проектов. Но несмотря на это, его доля в % к ВВП уже несколько лет составляет около 1%. В то время как в некоторых странах этот показатель равен 3% (в США, Германии, Франции), и до 4% (Швеция, Япония, Южная Корея). По данным ОЭСР (Организация экономического сотрудничества и развития), Россия находится на 34-м месте в мире по величине госрасходов на науку [10].

Такое положение в науке привело к тому, что по Глобальному инновационному коэффициенту (по Innovation Quotient, учитывающему патентную активность, концентрацию исследователей, интенсивность R&D (НИОКР), объемы финансирования НИОКР) в 2013г Россия занимала 14 место, а в 2014г. опустилась на 18 место из 110 стран. Лидерами в этом рейтинге являются: Южная Корея, Швеция, США [2,5,9].

По Глобальному индексу инновационности (Global Innovation Index), который определяет уровень инновационности стран с учетом состояния поддерживающей экосистемы и объемов выпуска инновационной продукции, в 2013г. Россия занимала 32 место, в 2014г. спустилась на 62 место [9].

По Европейскому инновационному табло (The European Innovation Scoreboard, EIS), в котором сравнивают страны со среднеевропейским показателем инновационного развития, с 2011г. по 2013г. Россия опустилась с 7 на 9 место [9].

На данный момент, наука - это в высококонкурентная сфера деятельности. Сегодня существует 4 главных центра научного прогресса – США (31% мировых расходов на НИОКР по паритету покупательной способности), Европейский Союз (24%), Китай (14%) и Япония (11%). На долю России приходится менее 2% мировых расходов на НИОКР по паритету покупательной способности и 1% по обменному курсу [10].

Стоит сказать и о том, что у Россиян снижается интерес к науке на, если в 2011 г. наукой интересовались 54% опрошенных, а в 2013 г. уже 47% [4].

В сентябре 2013г. в исполнение Поручения Правительства Российской Федерации от 23 мая 2013 г. № ДМ-П8-3464 и в рамках реализации плана мероприятий («дорожной карты») в области инжиниринга и промышленного дизайна, Минобрнауки России объявило о начале реализации совместного с Минпромторгом России пилотного проекта по созданию и развитию в Российской Федерации инжиниринговых центров на базе ведущих технических вузов страны. Все это основывается на правительственной подпрограмме «Развитие

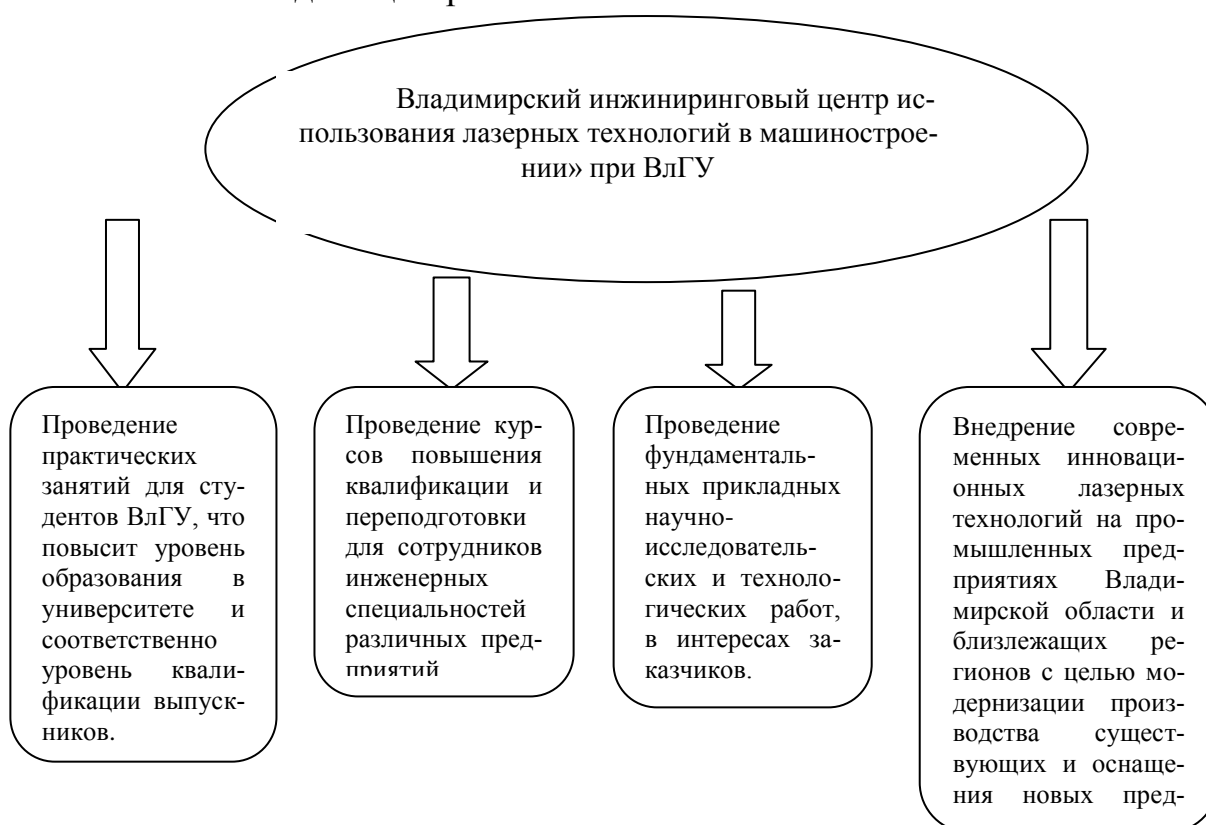
инжиниринговой деятельности и промышленного дизайна», которая нацелена на развитие всей индустрии, создание новых рабочих мест и обеспечение производства квалифицированными кадрами.

В Минобрнауки России поступило 96 программ развития инжиниринговых центров от 91 высшего учебного заведения, из которых были выбраны 11 проектов из городов: Москва (5 вузов), Санкт-Петербург (1), Казань (2), Иркутск (1), Владимир (1), Екатеринбург (1) на общую сумму 500 млн. руб. Среди которых находится и Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых» [1].

Цель создания и развития инжинирингового центра по использованию лазерных технологий в машиностроении при «Владимирском государственном университете имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых» состоит в организации центра технологического превосходства в области лазерных технологий, методов конструирования, проектирования и обработки высокотехнологичных изделий машиностроительного и оборонно-промышленного комплексов мирового уровня в интересах модернизации промышленности страны [11].

К работе в Инжиниринговом центре будут привлекаться высококвалифицированные специалисты ВлГУ как штатными сотрудниками, так и по совместительству: доктора наук, профессора – 10 человек, кандидаты наук, доценты – около 20 человек, молодые специалисты со степенью (до 35 лет) – не менее 25%, инженерно-технический персонал – 15 человек, аспирант и магистранты – не менее 30 человек.

Основные задачи центра:



В 2011–2013 гг. инжиниринговым центром освоено средств в размере 197 636,7 тыс. руб. Из них: бюджетные средства составили 33%, гранты 4%, средства предприятий 63% [11].

Заказы поступали от Минобрнауки России, РФФИ (Российский фонд фундаментальных исследований), предприятий Владимирской и близлежащих областей.

Таким образом, эффект от создания инжиниринговых центров заключается не только в увеличении инновационного потенциала России, методической и инженерной поддержке новых видов бизнеса, подготовке специалистов, соответствующих современным требованиям, но и привлечении в науку молодежи.

Литература:

1. 11 проектов отобраны для реализации пилотных проектов по созданию и развитию инжиниринговых центров на базе ведущих технических вузов // Министерство образования и науки Российской Федерации. Ноябрь, 2013г. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://минобрнауки.рф/новости/3719>
2. Bloomberg: Россия опустилась на 18-е место в рейтинге самых инновационных стран // РБК. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.rbc.ru/rbcfreenews/20140123162625.shtml>
3. Абдрахманова Г. И., Городникова Н.В., Гохберт Л.М. и др. Наука. Инновации. Информационное общество: 2013: краткий статистический сборник. – Москва: Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2013. – 80 с. – 400 экз. – ISBN 978-5-9904918-2-3.
4. Интерес к науке: самые любопытные области знания, самые известные ученые // Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) - Пресс-выпуск №2240. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=113680>
5. Как определить уровень конкурентоспособности на мировом рынке // CNews аналитика. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.cnews.ru/reviews/new/ikt_v_gossektore_2014/articles/kak_opredelit_uroven_konkurentospособnosti_na_mirovom_rynke/
6. Персонал, занятый исследованиями и разработками по категориям в РФ (чел.) // Федеральная служба государственной статистики. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/science_and_innovations/science/#
7. Расходы федерального бюджета // Федеральная служба государственной статистики. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/science_and_innovations/science/#
8. Региональные центры инжиниринга // Ассоциация инновационных регионов России. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.i-regions.org/projects/centers-of-engineering/>
9. Россия: Открытый экспертно-аналитический отчет о ходе реализации «Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года» Выпуск II. Москва, 2014 г.
10. Состояние науки в России подробно. [электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://voprosik.net/sostoyanie-nauki-v-rossii-podrobno/>
11. Стратегическая программа создания и развития «Владимирского инжинирингового центра использования лазерных технологий в машиностроении» при ВлГУ. Владимир, 2013 г.
12. Центры инжиниринга. // Сеть профессионалов в области инжиниринга. [электронный ресурс] — Режим доступа -URL:<http://www.enginrussia.ru/centers/>

13. Число организаций, выполнявших научные исследования и разработки (по типам организаций; по секторам деятельности) // Федеральная служба государственной статистики. [электронный ресурс] — Режим доступа.

URL:http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/science_and_innovations/science/#

14. Яблочникова Е.И., зав. кафедрой ТПС, СПбГУ ИТМО. Концепция повышения квалификации педагогических кадров и целевой подготовки специалистов в системе «вуз – инжиниринговый центр – предприятия». Санкт-Петербург, 2010

Андриенко Е.И. ст. гр. УПК-112

Научный руководитель: **Гундорова М.А.** к.э.н., доцент каф. ЭУИИ
Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ЛИДЕРСТВО В ОРГАНИЗАЦИИ

Сегодня многие компании заявляют о нехватке на рынке труда талантливых и опытных менеджеров во всех сферах бизнеса, но быть руководителем и лидером в организации – это не одно и то же. Следует разграничивать такие понятия, как «формальное» и «неформальное» лидерство[3].

Руководитель (формальный лидер) назначается на должность официальным приказом, имеет формальную власть. Неформальный лидер же является человеком, зачастую не имеющим формальных полномочий, он получает власть от своих последователей, признающих его компетентность и способность удовлетворить их потребности, которые не удовлетворяются формальным руководителем.

О формальном лидерстве можно говорить тогда, когда сотрудник занимает управленческую позицию и успешно справляется с должностными обязанностями. Неформальное же лидерство – это определенная харизма, умение влиять на людей и убеждать их, способность брать на себя ответственность. Идеальным для эффективного управления коллективами людей является рациональное сочетание обеих сторон власти.

Главными объединяющими качествами, которыми обладает как формальный, так и неформальный лидер является то, что они способны организовывать работу других участников группы (коллектива), пользуются особым расположением и могут рассчитывать на благосклонность со стороны других людей.

Главными отличительными чертами является все же то, что формальный лидер занимает более высокую должность, чем неформальный и соответственно имеет больше полномочий, но при этом может не пользоваться расположением других участников группы. Неформальный лидер – это в первую очередь позитивный человек, который может не только склонить других людей к своему мнению, но и носит довольно позитивный образ человека, который всегда может развеселить и создать в коллективе хорошее настроение. Формальный лидер в свою очередь отвечает за то, чтобы вся работа была выполнена в полном объеме в конкретные сроки[2].

Отличие лидерства от власти начинается с различия в совместимости целей. Руководители чаще всего занимают пассивную, исполнительскую позицию по отношению к целям. Лидеры сами устанавливают свои цели и работают для их достижения.

Руководители стараются тщательно планировать свои действия как по времени, так по исполнителям и ресурсам. Лидеры на основе своего видения будущего разрабатывают цели и этапы их достижения.

Руководители строят свои отношения с подчиненными в соответствии с официальными ролями, предписанными штатным расписанием организации. Лидеры учитывают интересы, потребности, ценности и эмоциональный настрой своих последователей.

Руководители организуют достижение целей подчиненными, контролируют их поведение и реагируют на каждое отклонение от плана. Лидеры строят свои отношения со своими последователями и единомышленниками на доверии, мотивируя и вдохновляя их.

В процессе работы менеджеры сосредотачивают свои усилия на подготовке, принятии и реализации решений. В большинстве случаев они используют стандартные, стереотипные методы поиска решений. Лидеры же в большинстве случаев применяют нестандартные методы подготовки решений[1].

На сегодняшний день на руководящие должности стараются ставить людей, которые уже являются неформальными лидерами. Таким образом руководитель является не только формальным представителем «власти», но и человеком, которому доверяет коллектив[3].

Организация, основанная на лидерских отношениях, обладает достаточно высокой эффективностью, которая проявляется в ее способности выполнять сложные задачи быстро и качественно даже в неблагоприятных условиях.

Литература:

1. Организационное поведение, В. Л. Семиков.
2. Менеджмент: Учебник для ВУЗов. 3-е изд. – СПб.: Питер, 2009.
3. <http://planetahr.ru/publication/2052/19>.

Афони́на Е.И. ст.гр.УП-113

Научный руководитель: **Левизов А.С.**, доц.каф. ЭУИИ, к.э.н.

Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича Кулевы и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

МОТИВАЦИЯ КАК ПРОЦЕСС ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ОРГАНИЗАЦИИ

Постоянно меняющиеся условия окружающей среды, развитие экономической, политической, социальной и других сфер жизнедеятельности, безусловно, приводят к появлению различных вопросов и проблем, требующих глубокого изучения и исследования. Сфера управления персоналом не стала исключением. Новые экономические отношения, порожденные переходным

периодом, выдвигают и новые требования к персоналу. Это не только подбор, обучение и расстановка кадров, но и формирование нового сознания, менталитета, а, следовательно, и методов мотивации. Что же такое мотивация? Так ли необходимо организациям и компаниям брать во внимание этот термин?

Мотивация - это процесс побуждения себя и других к определенной деятельности, направленной на достижение личных целей или целей организации.[1, с.229] Под мотивацией также понимают и одну из основных функций управления, направленную на формирование стимулов, позволяющих побуждать сотрудников организации к трудовой деятельности. По-моему мнению, вопрос мотивирования персонала является особо актуальным для руководителей и менеджеров различных уровней. Принимая работников, они задаются вопросами о том, какие цели преследуют люди – личные или профессиональные, чем их можно заинтересовать, как увеличить эффективность и вовлеченность сотрудников в свою работу, а также многие, многие другие. Несомненно, существуют различные классификации видов мотивации. Однако остановим внимание на наиболее распространенном и простом варианте, отмечая критерии выделения той или иной группы. [2]

Основные группы потребностей:

- материальная (связана со стремлением к более высокому и достойному уровню жизни, достатку)

- трудовая (связана с содержанием труда, потребностью в самореализации, самовыражении)

- статусная (связана со стремлением занять более высокую должность, работать в более престижной сфере или заниматься более сложным и уникальным трудом и т.д.)

- *Используемые способы:*

- нормативная (побуждение к определенному поведению, путем: внушения, убеждения, информирования)

- принудительная (заключается в побуждении к определенному поведению, путем: власти, угроз, давления, норм и т.д.)

- стимулирующая (побуждение к определенному поведению, путем предоставления различных благ или возможностей)

- *Источники возникновения:*

- внутренняя (проявляется тогда, когда человек, решая задачу, формирует мотивы)

- внешняя (воздействие извне, к примеру, через оплату труда, распоряжения и т.д.)

- *Направленность на достижение цели:*

- положительная (поощрения)

- отрицательная (взыскания).

Мотивированный персонал является одним из основных факторов повышения эффективности организации – это бесспорный факт. В настоящее время существует большое количество методик повышения мотивации сотрудников, но среди такого разнообразия нельзя выделить одну идеальную и универсальную. Каждая компания нуждается в своей собственной,

продуманной системе, учитывающей особенности и специфику бизнеса, а также его окружение. Ведь недаром, первая заповедь мотивационного менеджмента – «успешное мотивирование должно быть индивидуальным» [4]. Это высказывание можно истолковать в двух смыслах: для каждого предприятия должна быть выработана своя мотивационная система, но и в рамках самого предприятия к каждому сотруднику должен быть найден свой подход.

Даже без проведения различных опросов и исследований очевиден тот факт, что методы материальной мотивации на практике оказываются более популярными и действенными. Необходимость материальной мотивации неоспорима. Можно долго рассуждать о лояльности сотрудников компании, воодушевлять их нематериальными поощрениями (к примеру, присвоение звания «лучший сотрудник месяца»), но если люди получают слишком мало, все это будет малоэффективно. Однако, как только работодатель повышает зарплату сотруднику до среднеотраслевого уровня, она перестает быть мотивирующим фактором. Известное мнение, которое часто любят повторять менеджеры: «Материальная мотивация работает только первые два месяца» [2]. Возникает противоречие: зарплата нет — плохо, есть — тоже плохо. Таким образом, когда зарплата перестает быть тем самым мотиватором плодотворной деятельности, необходимо работать над другими средствами, которые будут рассчитаны на долгосрочную перспективу.

Среди всего разнообразия теорий мотивации трудового поведения можно выделить основополагающие, которые, как мне кажется, считаются классикой мотивационного менеджмента. К ним относят теорию иерархии потребностей А. Маслоу, двухфакторную теорию Ф. Герцберга, теорию приобретенных потребностей Мак-Клеланда, теорию справедливости С. Адамса, теорию ожиданий В. Врума. Работают ли эти теории на практике? Я уверена, что это очень интересный и актуальный вопрос. Работники HR-служб, имеющие большой опыт работы и «трезвый» взгляд на многие вещи, все чаще приходят к мнению о том, что названные учения на практике зачастую сложно реализовать в силу различных обстоятельств. Убедимся в этом на примере пирамиды Маслоу, которая является очень популярной среди управленцев, да и вообще среди всех людей, которые, так или иначе, интересуются темой мотивации.

Многие идеологи теории менеджмента говорят о том, что нужно использовать эту пирамиду для мотивации сотрудников. Для этого необходимо понять, на каком уровне пирамиды находится на данный момент сотрудник, и дальше давить на следующий уровень, чтобы возбудить в нем мотивацию к эффективной работе. Главная идея заключается в том, что сотрудник всегда хочет большего, а то, что он хочет, зависит от того, что он имеет на данный момент.

Однако применение этой пирамиды на практике далеко не всегда возможно. Почему? Для того, чтобы понять, на каком уровне мотивации находится сотрудник на данный момент, необходимо выяснить, здоров он или болен, нормально у него все в семье или нет, чувствует он себя в безопасности в своей квартире и т. д. Получается, что руководителю или менеджеру

необходимо глубоко проникнуть в личную жизнь сотрудников, чтобы узнать их истинные потребности в настоящее время. Опыт показывает, что на практике это не применимо или же применимо только для тех людей, которые являются психологами по своей природе и способны безболезненно вывести людей на такой уровень откровенности.

В процессе подготовки данной работы я изучила различные по методам и приемам системы мотивации. Многие работники служб по персоналу также разрабатывают свои личные рекомендации для того, чтобы успешно мотивировать персонал. Мое особое внимание привлекли две нематериальные теории, ведь с материальными все более менее понятно: главное найти правильный вариант материального стимулирования. Выбранные мной теории предполагают изучение психологии сотрудника, его поведения и каких-то личностных качеств.

Теория «Y» [2]

Она является квинтэссенцией развития мирового менеджмента в области мотивации людей и говорит нам о том, что мотивация любого сотрудника состоит из двух составляющих: внешнего воздействия и внутреннего удовлетворения. Нам интересны внутренние факторы удовлетворения сотрудника, ведь именно они, как мы говорили в начале статьи, отвечают за мотивацию трудового поведения.

Внутреннее удовлетворение состоит из 4 уровней мотивации: нижний, средний, высокий и очень высокий:

1. Нижний уровень мотивации: диалог с сотрудником, статус или должность, условия труда.
2. Средний уровень мотивации: профессиональный рост сотрудника и продвижение по карьерной лестнице.
3. Высокий уровень мотивации: ответственность, интересная и сложная работа.
4. Очень высокий уровень мотивации: достижения и общественное признание.

Таким образом, секрет заключается в том, что, применяя эти уровни мотивации, нужно двигаться снизу вверх, т.е. начиная с низкого и заканчивая самым высоким.

Нематериальная мотивация по типологии DISC [3]

Основоположником этой теории является доктор Марстон, опубликовавший в 1928 году книгу «Эмоции нормальных людей», в которой он описал теорию поведенческой (личностной) оценки. Он расположил поведение людей на двух шкалах, разделяя их действия на активные и пассивные, в зависимости от индивидуального восприятия окружающей среды.

DOMINANCE (Доминирование) — активное позитивное поведение в антагонистической обстановке. Стремление к достижению целей вопреки противодействию среды.

INFLUENCE (Влияние) — активное позитивное поведение в благоприятной обстановке. Влияние на окружающих для получения позитивного отклика.

STEADINESS (Стабильность) — пассивное понимающее поведение в благоприятной обстановке, стабильность в выполнении задач.

COMPLIANCE (Адаптивность) — пассивное приспособляющееся поведение в антагонистической обстановке.

Как узнать эти типажи в жизни? И как использовать эти знания при мотивации сотрудников?

Фактор D — всегда стремится быть первым, он напористый лидер, ориентированный на результат, не боится и не избегает конфликтов. Отмечая его результаты в присутствии коллег, можно значительно повысить эффективность его работы. Этому человеку также присуще стремление к конкуренции. То есть, если Вы упомянете его в ряду лучших сотрудников, то разожжете в нем стремление «догнать и перегнать», стать лучшим из лучших, для чего он готов удвоить свои усилия, каким бы сложным это не казалось.

Фактор I — оратор, очень любит публичные выступления, умеет убеждать, оказывать влияние на людей, зажечь их, повести за собой. Про этого человека часто говорят «душа общества», он, как правило, очень популярен в коллективе, вокруг него всегда есть своя неформальная группа, а он является ее идейным вдохновителем. Этот человек — генератор идей. Если Вы отмечаете его успехи во время совещания, то это лучше сделать это в ключе «расскажите, как Вам это удалось». Дайте ему высказаться — он это оценит.

Фактор S — стабильность, это человек на котором часто буквально держится компания. Он, как правило, не достигает выдающихся результатов, но при этом обеспечивает административную поддержку. Вы можете столкнуться с определенными затруднениями при попытке мотивировать его, так этот сотрудник не любит быть в центре внимания. Мотивировать такого сотрудника лучше в приватной обстановке, один на один. Чаще интересуйтесь, все ли у него есть для работы, как Вы можете ему помочь, что мешает ему достигать поставленных целей. И самое главное — дайте ему время, чтобы высказаться. Его необходимо слушать, потому что он нечасто обращается к Вам сам.

Фактор C — аккуратный, организованный, четкий, педантичный, методичный. Этот человек чувствует себя в мире, бумаг, документов, инструкций, приказов и т.п. как рыба в воде. Он — прирожденный аналитик, любит и умеет оперировать фактами и цифрами. Фактор C любит быть незаменимым и крайне важно постоянно отмечать в нем это качество. Если Вы периодически будете говорить, что без него, Вы никогда бы не разобрались, не подготовились, не справились, он оценит это гораздо больше, чем официальную речь. Если этот сотрудник будет уверен в своем профессионализме, отличный результат не заставит себя долго ждать.

Придерживаясь этих несложных принципов, можно мотивировать сотрудников гораздо эффективнее. Но лишь в том случае, если речь идет о ярко выраженных D, I, S и C. Часто бывает, что у человека в равной степени выражены два фактора и тогда определить предпочтительный тип его поведения «на глаз» не представляется возможным. В этом случае Вам могут помочь психометрические тесты, основанные на типологии DISC.

Что касается мотивации персонала в нашей стране, то большинство исследований и опросов показывают, именно заработная плата, социальный пакет и возможность карьерного продвижения остаются главными стимулами к работе.

Российских менеджеров также интересует и вопрос о том, легче обучить мотивированного сотрудника или же мотивировать обученного. Опрос показал, что более четверти отечественных HR-ов находятся во власти типичного стереотипа: они считают, что мотивировать проще, чем обучать. Увы, это иллюзия. Сейчас большинство отраслей развиваются и меняются очень динамично. Это значит, что сформировавшийся профессионал, если он не мотивирован на постоянный профессиональный рост, а опирается лишь на свой опыт и привычный алгоритм действий – более проигрышная кандидатура по сравнению со сравнительно молодым специалистом, искренне мотивированным на профессиональное развитие. По мнению респондентов, такие специалисты легче осваивают новую деятельность, а впоследствии эффективнее работают. «Если у человека уже есть мотивация, то у него автоматически есть желание учиться»; «Мотивированные обучаются лучше и быстрее, а уже обученные предъявляют высокие требования и практически не проявляют лояльности»; «Легче обучить мотивированного работника: внутренняя мотивация практически не поддается корректировке», — объясняют специалисты.

В заключение хотелось бы отметить, что сегодня мотивация трудового поведения – это важный инструмент повышения эффективности трудовой деятельности. В современных условиях менеджерам и руководителям нельзя не знать о методах и способах мотивирования персонала. Имея установку: есть зарплата – есть мотивация, не всегда можно добиться успеха. Нужно понимать, что работник – это личность, имеющая свои потребности и установки в жизни, поэтому управленцу необходимо особо тщательно подходить к вопросу мотивации, делая ее наиболее разносторонней, т.е. сочетать способы материальной и нематериальной мотивации.

Приведем цифры, которые действительно заставляют задуматься: «Из-за сотрудников, работающих без мотивации, российский бизнес ежегодно теряет около \$228 млрд». К такому выводу пришли аналитики компании AXES Management — российского партнера консалтинговой компании Aon Hewitt. [3].

Подсчеты аналитиков показали, что в России лишь 60% сотрудников с энтузиазмом относятся к работе и прилагают дополнительные усилия для достижения результатов. В то время как в зарубежных компаниях этот показатель превышает 80%. Поэтому необходимо перенимать опыт у экономически развитых стран, корректируя те или иные методы под условия нашей страны.

В последнее время возрастает интерес к методам нестандартной мотивации. Мое внимание привлекли методы, используемые в японских компаниях. Вот один из примеров [2]: в одной японской компании руководители решили предоставить своим сотрудницам полудневный выходной в дни осенних и весенних распродаж, чтобы прекрасная половина компании смогла посвятить эти часы шопингу. Дело в том, что в Японии в дни

распродаж сотрудницы тайно от своих работодателей бегают по магазинам, а купленные вещи сдают в привокзальные камеры хранения, а затем возвращаются на работу. Решив легализовать подобные походы по магазинам, владелец компании смог заметно повысить лояльность у сотрудниц.

Нестандартная мотивация является действенным методом удержания людей в условиях дефицита кадров, при формировании лояльности, повышении производительности труда и иногда является более эффективным методом по сравнению со стандартной мотивацией, особенно это становится актуально, когда компания не может позволить себе увеличить зарплату сотрудникам. Я уверена, что каждый управленец должен исходить из характера персонала своей организации и искать к нему подход. Следует помнить, что отношения работника и работодателя двусторонние: проявляя внимание к своим сотрудникам, руководитель ожидает получить в ответ эффективную работу от своего персонала.

Литература:

1. Кибанов А. Я. Основы управления персоналом: Учебник. - М.: ИНФРА-М, 2005. - 304 с.
2. <http://www.hr-journal.ru>.
3. <http://hr-portal.ru>.
4. http://www.classs.ru/stati/menejment1/motivac_menej.html.

Афони́на Е.И., студент гр. УП-113

Научный руководитель: **Снегирева Т.К.** доц.каф. ЭУИИ, к.э.н.
Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

НАРУШЕНИЯ ТРУДОВОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

В статье приведены основные правонарушения, совершаемые в области труда, рассмотрены причины сохранения данной проблемы в РФ, предложены пути ее решения.

Ключевые слова: правонарушения в области труда, юридическая ответственность, меры взыскания, правовой нигилизм.

Несомненно, трудовые отношения являются важной составляющей социально-экономической жизни общества. Как мы знаем, субъектами данных отношений выступают работники и работодатели, чьи права и обязанности регулируются различными правовыми нормами. Очевидно, что конфликты между этими категориями граждан возникали и будут возникать во все времена, хотя причины этому кроются не только в некой противоположности их взглядов, интересов и целей, но и в нарушениях одной из сторон, предписанных ей правил поведения. В каких случаях стороны трудовых правоотношений нарушают нормы труда? Какие последствия могут вытекать из

данных нарушений? Целью моей работы является получить ответы на данные вопросы.

Проблема нарушений трудового законодательства имеет острый характер, несмотря на то, что число зарегистрированных правонарушений в области труда имеет тенденцию к снижению. Данное утверждение вытекает из Отчета о деятельности Федеральной службы по труду и занятости. Обратимся к рисунку 1.

Очевидно, что год за годом госинспекторы регистрируют все меньше правонарушений, то есть наблюдается положительная динамика, что, несомненно, является позитивным фактом. Но все же следует отметить, что данная проблема остается очень серьезной, требующей комплексного подхода к ее решению.

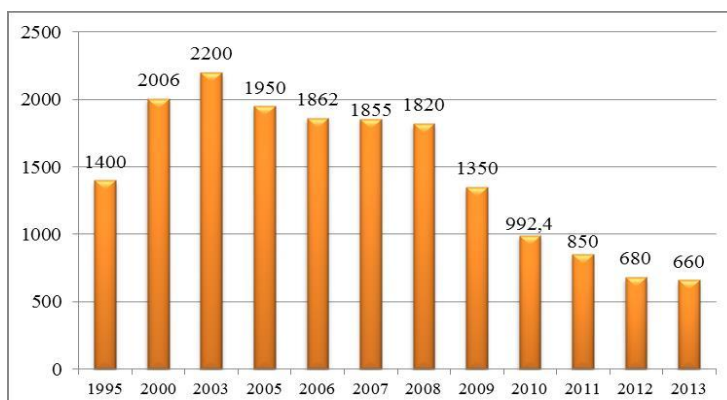


Рис.1 Общее количество выявленных правонарушений

Изучив основные статьи Трудового Кодекса РФ, Кодекса об Административных Правонарушениях РФ и Уголовного Кодекса РФ, можно сделать вывод, что работники и работодатели в зависимости от характера нарушений могут привлекаться к следующим видам юридической ответственности: дисциплинарной, материальной, административной и уголовной.

Рассмотрим таблицу 1, в которой приведены сравнительные характеристики различных Кодексов с точки зрения видов нарушений и меры ответственности за их совершение. Следует отметить, что в данной таблице представлены лишь самые основные и «популярные» нарушения, с которыми каждый из нас может столкнуться на своем рабочем месте, а также те, которые обозначены в трех выбранных Кодексах.

Таблица 1

Нарушение трудовых норм: виды ответственности и наказаний

Виды нарушений	Ответственность и наказание		
	Трудовой Кодекс РФ	Кодекс об Административных правонарушениях РФ	Уголовный Кодекс РФ
Появление работника на работе в состоянии алкогольного, наркотического или иного токсического опьянения;	Ст.81 п.6(б) Дисциплинарная - в т.ч. увольнение	Ст. 12.8. (Управление транспортным средством водителем, находящимся в состоянии опьянения) Административная – штраф 30 тыс.руб. +лишение права управления транспортными средствами на срок от 1,5 до 2 лет	—

Разглашение охраняемой законом тайны (государственной, коммерческой, служебной и иной), ставшей известной работнику в связи с исполнением им трудовых обязанностей (исключая гос. измену и шпионаж), в т.ч. разглашение персональных данных другого работника;	Ст.81 п.6(в) Дисциплинарная - в т.ч. увольнение Ст. 243 Полная материальная ответственность - взыскание ущерба с работника в полном объеме	Ст. 13.14. Административная Штраф: *на граждан 500-1000 руб. *на должностных лиц 4000-5000 руб.	Ст. 283 ч.1 Уголовная *арест от 4 до 6 месяцев * лишение свободы на срок до 4 лет + лишение права занимать опр. должности или заниматься опр. деят-ю на срок до 3 лет или без такового.
Совершение по месту работы хищения чужого имущества, растраты, умышленного его уничтожения или повреждения	Ст.81 п.6(г) Дисциплинарная - в т.ч. увольнение Статья 243 п.3 Полная материальная ответственность - взыскание ущерба с работ-	Ст.7.27. Мелкое хищение Административная: *штраф в размере до пятикратной стоимости похищенного имущества(не менее 1000 руб.) *административный арест на срок до 15 суток	—
Однократное грубое нарушение руководителем организации, его заместителем своих трудовых обязанностей	Ст. 81 п.10 Дисциплинарная - в т.ч. увольнение	Ст. 5.27 Административная: *должн. лица: штраф 1-5 тыс.руб. * ИП: - штраф 1-5 тыс.руб. - приостановление деятельности до 90 сут. *юр. лица: - штраф 30-50 тыс.руб. -приостановление деятельности на 90 сут.	—
Несвоевременная выплата заработной платы и других выплат, причитающихся работнику	Ст. 236 Материальная - работодатель обязан выплатить з/п, отпускные и т.п. с уплатой процентов (денежной компенсации) в размере не ниже одной трехсотой действующей в это время ставки рефинансирования ЦБ РФ от невыплаченных в срок сумм за каждый день задержки начиная со следующего дня после установленного срока выплаты по день фактического расчета включительно	Ст. 5.27 Административная: * должн. лица: штраф 1-5 тыс. руб * ИП: - штраф 1-5 тыс.руб. - приостановление деятельности до 90 сут. * юр.лица: - штраф 30-50 тыс. руб. - приостановление деятельности на срок до 90 суток.	Ст. 145.1 п.1 Частичная невыплата свыше 3 месяцев з/п, пенсий, стипендий, пособий и т.п., совершенная из корыстной или иной личной заинтересованности Уголовная *штраф до 120 тыс.руб. или в размере з/п или иного дохода осужденного за период до 1 года *лишение права занимать опр. должности или заниматься опр. деятельностью на срок до года, *принудительные работы на срок до 2 лет *лишение свободы на срок до года.
Необоснованный отказ в приеме на работу или необоснованное увольнение беременной женщины или женщины, имеющей детей в возрасте до трех лет (нарушение ст.64 ТК РФ)	—	Ст. 5.27 Административная: *штраф на должностных 1-5 тыс. руб. * на лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность без образования юридического лица 1-5 тыс.руб. или административное приостановление деятельности на срок до 90 сут. *на юридических лиц 30-50 тыс.руб. или административное приостановление деятельности на срок 90 сут.	Ст. 145 Уголовная *Штраф до 200 тыс. руб. или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до 18 мес. *обязательные работы на срок до 360 часов
Дача взятки (Незаконные передача, предложение или обещание денег, ценных бумаг, иного имущества, оказание услуг имущественного характера)	—	Ст.19.28. Незаконное вознаграждение от имени юридического лица долж. лицу Административная: *юр.лица: -штраф в разм.до трехкратной суммы ден. средств, стоимости ценных бумаг, иного имущества, незаконно переданных от имени юридического лица, но не менее 1 млн. руб. + конфискация денег, ценных бумаг, иного имущества.	Статья 291 УК. Дача взятки должн. лицу Уголовная: *штраф 200-500 МРОТ или в размере з/п или иного дохода осужденного от 2 до 5 мес. * исправительные работы 1-2 года, *арест 3-6 месяцев *лишение свободы до 3 лет

В результате проведенного сравнения можно сделать вывод, что за одно и то же правонарушение одновременно может возникать ответственность разных видов: дисциплинарная, материальная, административная и уголовная. Так, за разглашение работником сведений, составляющих государственную, служебную

или иную тайну, лиц может одновременно привлекаться ко всем рассматриваемым видам юридической ответственности. К примеру, Трудовой Кодекс РФ определяет данное правонарушение как основание для увольнения сотрудника и привлечения его к полной материальной ответственности.

Другим ярким примером совпадения является нарушение работодателем сроков выплаты заработной платы и других причитающихся выплат. Данное правонарушение ведет к возникновению полной материальной, административной, а также уголовной ответственности. Отметим, что юридическая ответственность последнего вида появляется лишь при доказательстве корыстности и личной заинтересованности в действиях работодателя.

Таким образом, мы приходим к выводу, что выявленная тенденция не является «пробелом» в российском законодательстве, а даже имеет правовое закрепление. Приведем в пример статью 192 ТК РФ или же статью 248 ТК РФ, которая гласит: «Возмещение ущерба производится независимо от привлечения работника к дисциплинарной, административной или уголовной ответственности за действия или бездействие, которыми причинен ущерб работодателю».

Более того, в результате анализа Трудового Кодекса определено, что его положения конкретно и четко не устанавливает ответственность и меру наказания за совершенные правонарушения, отсылая нас обратиться к тем или иным федеральным законам и кодексам, конкретизирующим меру ответственности.

Интересным, с точки зрения данной работы, является рейтинг нарушений законодательства о труде, составленный Государственной Инспекцией Труда в результате многочисленных проверок организаций и предприятий разных сфер деятельности. В данном рейтинге трудовые нарушения распределены по десяти позициям в зависимости от частоты их выявления: [4]

1. Нарушения при заключении, изменении и прекращении трудового договора

2. Нарушения в области оплаты труда, в том числе при увольнении

3. Нарушения в области охраны труда

4. Нарушения в области режима труда и отдыха

5. Нарушения в области предоставления гарантий и компенсаций

6. Нарушения при применении дисциплинарных взысканий

7. Непредоставление гарантий в соответствии с ТК РФ отдельным категориям работников

8. Нарушения требований о повышении квалификации работников

9. Нарушения, выявляемые в содержании локальных актов организаций

10. Нарушения требований законодательства при использовании иностранной рабочей силы

На мой взгляд, самой существенной и болезненной проблемой, как для работников, так и для работодателей остается вопрос выплаты заработной платы.

Государственная Инспекция Труда фиксирует следующие виды нарушений:

- выплата з/п один раз в месяц (ст. 136 ТК РФ);

- задержка выплаты з/п (ст. 136 ТК РФ);

- невыплата всех сумм, причитающихся при увольнении (ст. 140 ТК РФ).

Статья 136 ТК РФ устанавливает, что заработная плата выплачивается не реже чем каждые полмесяца в день, установленный правилами внутреннего трудового распорядка, коллективным договором, трудовым договором. Однако на многих предприятиях, имеющих финансовые проблемы и малочисленный состав трудового коллектива, а также применяющих "черный нал" при расчетах с работниками, такое нарушение - обычное дело. Бывают даже случаи, когда работодателю просто лень выплачивать зарплату дважды в месяц, нагружая и бухгалтера, и кассира, проводя операции по расчетному счету, и т. д.

На самом деле, таких ситуаций на практике возникает очень много, причем не только на предприятиях, охарактеризованных выше. Так, «в 2013 году Мосгорсуд обязал компанию «Аэрофлот» погасить долг в размере 984,9 миллионов рублей за нарушение условий оплаты труда». [4] Согласно ст. 147 ТК РФ пилотам авиакомпании причитались дополнительные выплаты за работу во вредных и опасных условиях труда и в ночное время.

Следует отметить, что данная проблема является актуальной и для нашей области. Госинспекция труда по Владимирской области постоянно формирует списки работодателей, имеющих задолженность по заработной плате работникам свыше 2-х месяцев. Обратимся к данному списку, представленному на рисунке 2. [5]

№ п/п	Наименование хозяйствующего субъекта	Количество работников, перед которыми имеется задолженность	Общий размер просроченной задолженности (тыс. руб.)
1.	ЗАО фирма "Символ", Гусь-Хрустальный район, ОКВЭД 26.11	324	835,00
2.	ООО ПК "Рубин", Александровский район, ОКВЭД 27.4	55	1 636,98
3.	ОАО "Александровскож", город Александров, ОКВЭД 31	54	2 206,00
4.	ООО "Дунай", город Вязники, ОКВЭД 15.20	9	234,44
5.	СПК "Второво", Камешковский район, ОКВЭД 01.2	39	1 839,00
6.	ООО "М.Р. - Лакинская промышленная холдинговая компания", город Лакинск, ОКВЭД 17.11	30	1 370,00
7.	ООО "Владполитекс"	110	5 380,00
Всего:		621	13501,42

Рис.2 Организации, имеющие задолженность по з/п свыше 2-х месяцев по состоянию на 01.05.2014

Из данного списка следует, что по количеству работников, перед которыми имеется задолженность, «лидирует» ЗАО «Символ» -

324 работника. Самый большой размер просроченной задолженности имеет ООО «Владполитекс» - 5380 тыс. руб. перед 110 работниками.

В чем же заключаются причины сохраняющейся массовости нарушений норм труда? Роструд дает такой ответ на данный вопрос: [6]

- правовая неграмотность большого числа работодателей (особенно из числа ИП и руководителей мал. предпр.);
- правовой нигилизм отдельных работодателей;
- низкий уровень правовой подготовки работников, которые не умеют и не могут отстаивать свои права;
- отсутствие либо крайне пассивная работа первичных профсоюзных организаций;

Отметим, что работодатели все чаще приходят к выводу, что дешевле платить штраф, чем выполнять требования, предписанные ТК РФ и другими Кодексами! Данный принцип является большим препятствием для решения существующей проблемы.

Если меры наказаний не являются стимулом для соблюдения норм труда, то следует в корне изменить отношение граждан к «букве закона». А для этого необходимо повысить уровень правовой культуры населения нашей страны, к примеру, через увеличение правовых знаний и превращение их в правовые убеждения, привычки правомерного поведения и т.п. Я считаю, именно тогда законы и начнут действовать, их будут соблюдать и уважать так, как это требуется.

Литература:

1. ТК РФ от 30 декабря 2001 г. N 197-ФЗ
2. КоАП РФ от 30.12.2001 N 195-ФЗ
3. УК РФ от 13.06.1996 N 63-ФЗ
4. <http://hr-portal.ru>
5. <http://git33.rostrud.ru>
6. <http://www.rostrud.ru>

Битюков А.Ю., Гаврилов Д.А. ст.

Научный руководитель: **Андреева Н.В.** д.э.н., кафедра ЭУИИ
Владимирский государственный университет имени Александра
Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

СИСТЕМА ПЛАНИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Основная цель деятельности предприятия – удовлетворение потребностей общества и получение необходимой для его развития прибыли. Это возможно только на основе планирования, направленного на обеспечение комплексности, сбалансированности и взаимосвязи всех его элементов. Система планирования на предприятии определяет пути повышения технического уровня и качества изготавливаемой продукции и выполняемых услуг, повышения технического и организационного уровня производства. В рыночных условиях предприятия самостоятельно осуществляют планирование и прогнозирование своей деятельности.

Ключевые слова: система планирования на предприятии, планирование, элементы системы планирования, методы планирования на предприятии, виды планирования, принципы планирования.

Планирование является важнейшей функцией управления, которая, так же как и управление, видоизменяется в процессе развития экономики. Централизованной системе планирования экономикой соответствует адекватная система народнохозяйственного планирования. Переход к рыночной концепции управления потребовал пересмотра всех элементов планирования.

Система планирования на предприятии - это совокупность элементов - постановка целей, оценка альтернативных вариантов, принятие решений, организация, мотивация, информационное обеспечение и т.д. - объединенных в упорядоченной структуре и образующих взаимодействующие подгруппы.

Система планирования на предприятии - одна из основных систем фирмы, так как она должна выполнять важную для существования фирмы задачу, и имеет столь далеко идущее значение, кроме того, данная система должна иметь сложную структуру и быть комплексной.

Таким образом система планирования деятельности предприятия представляет собой совокупность планов, в которых реализуются основные задачи предприятия и принципы планирования.

Составные элементы системы планирования на предприятии определены главной задачей планирования - это разработка и постановка целей фирмы (предприятия), осознанное предупреждение будущих действий для достижения поставленных целей, посредством взвешивания различных мероприятий и решений для выбора благоприятного пути развития предприятия; планировать - значит принимать решения, которыми руководствуются в будущем и посредством которых упреждается производственный процесс, как целое, так и его составные части.

Планирование является неотъемлемым условием деятельности любого предприятия.

— оптимальное распределение ресурсов для достижения поставленных целей, деятельность (совокупность процессов), связанных с постановкой целей (задач) и действий в будущем.

Планирование - разработка планов экономического и социального развития, а также комплекса практических мер по их выполнению. На микроэкономическом уровне выступает как внутрипроизводственное, внутрифирменное планирование. На макроэкономическом уровне - важный элемент системы управления обществом средство осуществления социально-экономической политики государства. Охватывает собственно разработку плана, организацию и контроль за его выполнением.

Ильин А.И. рассматривает планирование как науку. Планирование как наука представляет собой совокупность систематизированных знаний о закономерностях формирования и функционирования различных хозяйственных систем. Наука планирования многоотраслевая. Отдельные ее разделы, например, оперативно-календарное планирование, всесторонне разработаны. Менее разработано тактическое и стратегическое планирование на предприятии. Это говорит о том, что наука планирования в целом находится

пока в стадии формирования. Тем не менее, роль науки планирования, как и потребность в ней со стороны общественного производства, возрастает.

Таким образом Планирование представляет собой функцию управления. Сущность этого процесса заключается в логичном определении развития предприятия, постановке целей для любого сектора деятельности и работы каждого структурного подразделения, что необходимо в современных условиях. При осуществлении планирования ставятся задачи, определяются материальные, трудовые и финансовые средства для их достижения и сроки исполнения, а также последовательность их реализации.

Элементы системы планирования:

- субъекты планирования, то есть менеджеры и специалисты, осуществляющие данный процесс, оснащенные соответствующими вспомогательными средствами обработки информации (компьютеры, специальные программы);

- процессы и операции обработки информации, предполагающие использование соответствующих методов планирования, аналитической и прогнозной информации о развитии внешней и внутренней среды предприятия;

- результаты данного процесса, представленные в виде планов в качестве выходной информации.

Система планирования предприятия состоит из отдельных подсистем:

- планирование целей, предметом которого являются высшие материальные, стоимостные и социальные цели, в совокупности, определяющие политику предприятия (генеральное целевое планирование);

- планирование потенциала, охватывающее планирование по видам, объектам и структуре потенциала;

- планирование процессов и объектов, в рамках которого определяется во времени и пространстве последовательность осуществляемых процессов, необходимых для достижения цели, и устанавливается вид и объем использования в соответствующих процессах субъектов и объемов ресурсов;

- плановые расчеты, которые являются количественным выражением планирования.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что планирование на предприятии происходит поэтапно.

Методы планирования на предприятии.

В отечественной практике применяются различные методы планирования на предприятии:

Балансовый метод, наиболее широко используется при планировании на народнохозяйственном уровне. Он применяется и на уровне предприятия.

При использовании этого метода составляются следующие виды балансов:

- материальные (балансы топлива, электроэнергии, оборудования, строительных материалов и т.д.);

- трудовые (баланс рабочей силы);

- финансовые (баланс денежных доходов и расходов, бухгалтерский баланс, кассовый план и др.).

Нормативный метод, сущность его заключается в том, что при планировании применяется целая система норм и нормативов использования ресурсов предприятия (нормы расхода сырья и материалов, нормы выработки и обслуживания, трудоемкость, нормы численности, нормативы использования машин и оборудования, нормативы организации производственного процесса, длительность производственного цикла, запасы сырья, материалов и топлива, незавершенного производства).

Этот метод может успешно применяться только, если используется прогрессивная нормативная база, т.е. когда нормы и нормативы пересмотрены с учетом планируемых мероприятий по внедрению новой техники и технологии, а также совершенствованию организации производства и труда.

Программно-целевой метод, в основном используется при планировании НТП, так как он позволяет:

- сосредоточить и направить ресурсы предприятия на выполнение важнейших научно-технических программ;
- обеспечить сквозное планирование — от идеи до внедрения в производство;
- увязать реализацию научно-технических программ с планом экономического и социального развития предприятия;

Метод планирования по технико-экономическим факторам, применяется в основном при планировании издержек производства и реализации продукции, производственной программы и других разделов плана экономического и социального развития предприятия.

При этом методе планирования учитываются следующие факторы:

- технические (внедрение новой техники и технологии, новых материалов, реконструкция и техническое перевооружение предприятия и др.);
- совершенствование организации производства и труда;
- изменение объема производства, номенклатуры и ассортимента выпускаемой продукции;
- инфляция;
- особые факторы, связанные со спецификой предприятия и производства.

Этот метод применяется при разработке производственной программы, плана по труду и кадрам, планов по издержкам производства и реализации продукции.

Как правило, при планировании на предприятии используется не один метод из вышеперечисленных, а весь их комплекс.

Виды планирования на предприятии

В современных теориях планирование означает процесс подготовки управленческого решения, базирующийся на обработке исходной информации и включающий в себя определение средств и путей их достижения посредством сравнительной оценки альтернативных вариантов и принятия наиболее приемлемого из них в ожидаемых условиях.

Содержание внутрифирменного планирования как функции управления промышленного предприятия состоит в обоснованном определении основных

направлений развития производства, с учетом существующих и возможных ресурсов, источников обеспечения, а также спроса потребителей.

Внутрифирменное планирование рассматривается как система долгосрочных, среднесрочных и краткосрочных планов, соподчиненных и определяющих стратегию деятельности фирмы, цели функционирования, прогноз развития внешних факторов, внутренних ресурсов и др.

Классификация видов планирования по срокам планирования:

- оперативное (до года) - определение конкретных действий на установленный период, план производства, кассовый план и т.д.;
- краткосрочное (один год) - формирование производственных, коммерческих, административно-хозяйственных планов, бюджет предприятия;
- среднесрочное (три-пять лет) - планирование мероприятий по реализации стратегии, выработка финансовой политики, бизнес-план;
- долгосрочное (свыше пяти лет) - концепция компании, стратегические планы.

По функциям назначения:

- производственные - план производства;
- коммерческие - сбыт готовой продукции и материально-техническое обеспечение предприятия;
- инвестиционные - план техперевооружения, организационно-техническое развитие предприятия;
- социальные планы - содержание объектов социальной сферы, социальная поддержка персонала;
- планы по труду и заработной плате;
- другие планы по функциям и сферам деятельности.

По уровням управления предприятием:

- общефирменные планы;
- планы структурных подразделений (филиал, производство, цех);
- планы работ функциональных отделов;
- планы работ участков и бригад.

По объектам планирования:

- по видам деятельности;
- по конкретным продуктам, видам работ и услуг;
- план выпуска новых изделий;
- план по видам продукции, находящейся в процессе освоения и т.д.

Только последовательное и систематическое составление формализованных планов, а также контроль их исполнения позволяет компаниям организовать эффективную систему планирования и обеспечить взаимосвязку плановых показателей между отдельными подразделениями.

Основные принципы планирования

Принципы планирования предприятие может выбирать самостоятельно. К основным принципам планирования относятся следующие:

Гибкость (адаптивность) - реакция на изменчивость условий, которая проявляется в придании планам способности менять свою направленность с целью противодействия возможному или действительному уменьшению

эффективности функционирования экономического объекта - это значит, что предприятие должно иметь некоторый запас прочности, некоторый резерв (денежный, производственные мощности, площади).

Непрерывность предполагает, что планирование должно осуществляться непрерывно в рамках установленного цикла; такое планирование позволяет вовлекать в процесс разработки плана работников предприятия.

Холизм - объединяет два направления координацию и интеграцию. Принцип координации устанавливает, что деятельность любой части организации нельзя планировать эффективно, если делать это независимо от остальных единиц данного уровня. Принцип интеграции предполагает, что в организации существуют разнообразные относительно обособленные подразделения со своими частными планами, но каждая из подсистем должна действовать исходя из общих стратегий развития предприятия и ее план должен быть частью плана подразделения более высокого уровня. Следовательно, согласно принципу холизма, чем больше элементов и уровней в системе, тем выгоднее планировать одновременно и во взаимозависимости.

Оптимальность - выбор из альтернативных вариантов развития такого, который обеспечит максимальную эффективность функционирования предприятия.

Комплексность - взаимосвязь взаимозависимость всех элементов системы планирования.

Целенаправленность - разработка планов для достижения намеченных целей.

Точность предполагает, что планы должны быть конкретизированы и детализированы в такой степени, в какой это необходимо для успешной реализации плана и в какой позволяют внутренние возможности.

Значение планирования в современной экономике.

Современная экономика— это среда, где развита конкуренция, где все более быстрыми темпами растет уровень подготовки персонала и совершенствуются информационные технологии. Вследствие чего современная экономика – это среда, где планирование необходимо вне зависимости от масштабов деятельности предприятия. К сожалению, во многих компаниях планированию уделяется очень мало внимания или оно не уделяется вообще, в связи с чем происходят такие нежелательные явления, как недостаток денежных средств для обязательных платежей или недостаток товарно-материальных ресурсов, что приводит к замедлению процесса производства и срыву договорных сроков.

Современная экономика устанавливает определенные правила игры, которым необходимо следовать, чтобы получить предельный результат от финансово-хозяйственной деятельности. Это имеет значение для любого предприятия независимо от формы собственности, объемов производства или региональной принадлежности.

Российские предприятия, вследствие высокого уровня неопределенности внешней среды, зачастую разрабатывают текущие планы, отличающиеся

упрощенной структурой. При их составлении учитываются следующие показатели:

- Объем выпускаемой продукции (в натуральном выражении), номенклатура

- Объем реализации или продаж товаров/услуг

- Себестоимость одного изделия

- Прибыль

- Численность сотрудников по категориям;

- Средняя зарплата и фонд оплаты труда

- Запасы сырья, объем незавершенного производства и готовой продукции на складе

- Количество оборотных средств по группам

- Объем капитальных вложений по разным направлениям

- Отдельные мероприятия, проводимые по новым техникам и технологиям

Исходя из вышесказанного, управление компанией ставит определенные задачи, которым и должно соответствовать развитие экономики. Для предотвращения стихийных процессов, которые могут привести к неблагоприятному результату, необходимо планирование, направляющее экономику в то русло, по которому предприятие идет к прибыли. Прибыль в данном случае – конечная цель движения. Любая финансово-хозяйственная деятельность осуществляется для получения максимального финансового результата.

Мебельная фабрика "Аккорд"- производитель недорогой современной мебели.

ООО "Аккорд" выпускает продукцию соответствующую всем международным сертификатам качества и экологическим стандартам. Внедрение дорогостоящих технологий и подготовка персонала для работы на современном оборудовании быстро окупились. Мебель пользуется спросом не только в г. Владимире, но и в соседних регионах.

В настоящее время мебельная фабрика ООО "Аккорд" работает на рынке оптовой продажи мебели. Основным видом ее деятельности является оптово-розничная продажа мебели по Владимирской области. В основе ассортимента – товар массового спроса по самым оптимальным ценам.

Системы планирования ООО "Аккорд"

Технология внутрифирменного планирования ООО "Аккорд" включает:

- определение и обоснование основной цели и вытекающих из нее задач предприятия;

- оформление поставленной задачи, установление конкретных показателей и заданий для исполнителей;

- детализацию задания по видам и объемам работ, конкретным рабочим местам и срокам исполнения;

- детальные расчеты затрат и получаемых результатов на весь период планирования.

Для разработки плана специалистам по планированию требуется соответствующая информация. Помимо прогнозных и маркетинговых данных,

т.е. в основном внешней информации, в органы планирования поступает большой объем внутренней информации.

Сбор и обобщение поступающей информации, ее анализ относится к предплановой работе специалистов. Предплановая работа столь же необходима, как и разработка самого плана.

Составление плана деятельности ООО "Аккорд" начинается с подготовки проекта отдельных его частей:

- плана производства и реализации продукции; - плана материально-технического обеспечения;
- плана по кадрам и заработной плате;
- перспективного плана по новой технике и капитальным вложениям;
- финансового плана.

Финансовая модель или, если говорить более точно, модель бюджетирования, представляет собой систему математических уравнений, логических утверждений и данных, которые описывают взаимодействие переменных, характеризующих финансовую и операционную деятельность

Планирование является важной частью управления предприятием, но, к сожалению, занимает при правильном подходе немало времени. Критически важным элементом планирования в коммерческой деятельности является финансовое планирование и прогнозирование состояния предприятия, или как его часто называют - бюджетирование. Оно базируется на ясном понимании закономерностей рыночного поведения, законов конкуренции и места предприятия на рынке, то есть, в том числе на сформулированных стратегических целях предприятия. Но финансовое планирование, хотя и является критическим элементом управления бизнесом, не является в большинстве случаев достаточным для реализации управления предприятием

Предложения по совершенствованию и развитию планирования

В связи с ужесточением конкуренции на рынке, эти проблемы для ООО "Аккорд" приобретают особую значимость. Основными направлениями их решения представляются:

- исследование и адаптация зарубежных методик составления бюджета к современным условиям функционирования отечественных организаций, в том числе к существующей системе учета и контроля его исполнения;
- разработка собственных методик бюджетирования, наиболее полно учитывающих отраслевые и специфические особенности конкретного предприятия;
- использование и совершенствование современных информационных технологий поддержки управленческих решений в этой области.

По изложенному материалу, мы установили, что система планирования ООО "Аккорд" включает:

- определение и обоснование основной цели и вытекающих из нее задач предприятия;
- оформление поставленной задачи, установление конкретных показателей и заданий для исполнителей;

-детализацию задания по видам и объемам работ, конкретным рабочим местам и срокам исполнения;

-детальные расчеты затрат и получаемых результатов на весь период планирования.

ООО "Аккорд" обладает довольно высоким финансовым потенциалом, позволяющим ему развиваться, есть скрытые финансовые резервы, связанные с высокой оборачиваемостью, высоким уровнем рентабельности, что поможет, как минимум не ухудшить финансовое положение компании.

Для повышения эффективности системы планирования руководитель ООО "Аккорд" должен поставить две цели:

- перед коммерческой службой - увеличить услуги за счет использования исправной техники и механизмов другим организациям и добиться сверхплановой выручки;

- перед финансовой службой - снизить затраты и получить прибыль за счет прочей реализации и доходов по внереализационным операциям

Основными задачами контроля в ООО "Аккорд" являются следующие:

- определение того, что и по каким показателям проверять;

- осуществление оценки состояния контролируемого объекта в соответствии с принятыми стандартами, нормативами или другими эталонными показателями Компании;

- выяснение причин отклонений, если таковые вскрываются в результате проведенной оценки Компании;

- осуществление корректировки, если она необходима и возможна для Компании.

В случае контроля и выполнения стратегий эти задачи приобретают вполне определенную специфику, обусловленную тем, что стратегический контроль ООО "Аккорд" направлен на выяснение того, в какой мере реализация стратегии приводит к достижению целей фирмы.

Это принципиально отличает стратегический контроль от управленческого или оперативного контроля, так как его не интересует правильность выполнения стратегического плана, правильность осуществления стратегии или правильность выполнения отдельных работ, функций и операций.

Стратегический контроль сфокусирован на том, возможно ли в дальнейшем реализовывать принятые стратегии, и приведет ли их реализация достижению поставленных целей Компании. Корректировка по результатам стратегического контроля может касаться как стратегий, так и целей ООО "Аккорд".

Литература:

1. Алексеева, М.М. Планирование деятельности фирмы. / М. М. Алексеева. - М. : Просвещение, 2007. – 288 с.

2. Бухалков, М.И. Внутрифирменное планирование / М.И. Бухалков. - М. : Инфра-М, 2009. – 213 с.

3. Волков, О.И. Экономика предприятия / О.И. Волков. - М. : ИНФРА-М, 2005. – 415с.

4. Планирование на предприятии: Учебник для вузов / Под ред. А.И. Ильина. – М. : ЮНИТИ, 2005. – 376 с.
5. Деловое планирование (Методы, Организация, Современная практика): Учебное пособие / Под редакцией В.М. Попова. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 312 с.
6. Зайцев, Л.Г. Стратегический менеджмент: Учебник / Л.Г. Зайцев, М.И. Соколова - М. : Юристъ, 2010. – 255 с.

Богданова И.А. маг.гр. УПм-113
Научный руководитель: **Марченко Е.М.**, проф.каф.ЭУИИ, к.э.н.
Владимирский государственный университет имени Александра
Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ОБЗОР МЕТОДОВ И МОДЕЛЕЙ ОЦЕНКИ СОЦИАЛЬНОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ И СОЦИАЛЬНОЙ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ОТ РЕАЛИЗАЦИИ КСО

Финансовый кризис 2008 года послужил своего рода толчком к построению системы взаимодействия власти, бизнеса и населения в целях решения значимых социальных, экономических и экологических проблем. Повышение качества жизни, создание дополнительных рабочих мест, предоставление социальных гарантий работникам, оказание помощи нуждающимся, развитие социальной инфраструктуры, сохранение и приумножение уровня культурного развития населения это часть перечня проблем, являющихся целью данного взаимодействия. 80% российской экономики принадлежит частному сектору и акционерному капиталу, поэтому бизнес должен разделить с государством ответственность за социально-экономическое состояние общества и удовлетворение жизненно важных потребностей населения.

Российский бизнес в посткризисный период вынужден был пройти три стадии позиционирования в обществе:

– первоначального накопления - ”война всех против всех” за удержание и расширение захваченного. Победители претендуют (по праву сильнейшего) на распоряжение ресурсами, управление более слабыми, льготы, преференции и уважение общества. Но оно ”почему-то” не проявляет к ним чаемых чувств;

– самооправдания бизнеса перед обществом. Поскольку собственникам, как воздух, необходимо признание государства и граждан, развиваются спонсорство, патронаж, благотворительность, предпринимаются попытки разъяснения целей бизнеса, перспектив его развития. Но раздача денег не гарантирует улучшения общественного мнения, имиджа и репутации, а скорее ведет к нецелевому расходованию средств, снижению капитализации, недовольству акционеров, инвесторов и т.п. Постепенно созревает понимание, что дело бизнеса - не благотворительность, а системные социальные инвестиции;

– социального партнерства, когда бизнес, переходит от самооправдания к развитию конструктивных социальных связей со всеми субъектами социальной среды [1].

Не стоит забывать про необходимость поиска новых механизмов управления рисками, в том числе социальными и экологическими, предложение преференций для персонала при формировании кадрового ресурса, возрастающую роль нематериальных активов, вызванное глобализацией обострение конкуренции, усиление механизмов государственного регулирования все это поставило перед бизнесом задачи интеграции принципов КСО в деятельность компании.

Как следствие, российские предприятия, с одной стороны, предпринимают попытки разработки конкретных подходов к социальной ответственности, внедрения международных принципов прозрачности, экологической безопасности, трудовых отношений, поддержки общества. С другой стороны, они вынуждены строить свою политику в условиях кризисного состояния социальной сферы российских регионов. Поэтому вопрос о том, должен ли бизнес быть социально ответственным, до сих пор остается не решенным для многих отечественных бизнесменов. Однако ответ здесь достаточно простой – должен. Прежде всего, социально активное поведение напрямую влияет на репутацию бизнеса. Кроме того, бизнес получает конкурентные преимущества перед другими предприятиями, работающими на этом рынке: у них появляется доступ к интеллектуальному капиталу, увеличивается ценность бренда, сокращаются расходы. Корпоративная и социальная ответственность бизнеса влияют на стоимость акций компаний, увеличивают репутационный капитал бизнеса. [4].

Ряд исследователей утверждают, что социальная активность бизнеса, рационально организованные социально ответственные инвестиции могут дать значительно больший коммуникационный и экономический эффект, чем традиционные приемы повышения эффективности рекламы, стимулирования продаж [8].

Подход российского бизнеса к социальной ответственности, с одной стороны обусловлен административно-командной системой государственного регулирования социальной сферы, с другой стороны практикой стихийной рыночной экономики.

Более 70% отечественных фирм в той или иной форме выделяют средства на благотворительность. По данным РСПП, бизнес страны ежегодно тратит на социальные проекты около 150 млрд. руб. По оценкам Ассоциации менеджеров России, доля социальных инвестиций отечественных компаний - 8-30% от их прибыли после уплаты налогов. По данным российского представительства британского благотворительного фонда CharitiesAidFoundation, наши компании ассигнуют на благотворительную деятельность в среднем 17% своей прибыли, в то время как западные - 2-3% [1].

Очевидно, что большинство из таких социальных проектов полезны. Но эффективны ли они в целом, как с точки зрения потребителя социальных инвестиций, так и с позиции бизнеса? Вопрос оценки эффективности

социальных инвестиций, в конечном счете – корпоративной социальной ответственности приобретает огромное значение.

Изучением методов и моделей оценки социальной эффективности и социальной результативности занимались многие российские и зарубежные ученые, в том числе В.Фреденбург, М. Джентиль, Д. Эмерсон, К. Кларк, А.Линган, С. Олсен и другие.

Социальная эффективность инвестиций может оцениваться в соответствии с методикой SROI (SocialReturnonInvestment), которая оценивает социальное и экологическое воздействие – результаты инвестиций, описывая происходящие изменения, основываясь на восприятии и оценке отдельных заинтересованных сторон, по возможности представляя количественные результаты показателей. Среди моделей оценки социальной эффективности, основывающихся преимущественно на качественном анализе данных, выделяют SIA (SocialImpactAssessment), SRA (SocialReturnAssessment), SCBA (SocialCosts-BenefitAnalysis), SVA (StakeholderValueAdded). Активно используются Международные принципы оценки социальных последствий и результатов (IAIA, InternationalAssosiationforImpactAssessment).

Социальный эффект от КСО регулярно оценивают Коалиция экологически ответственных экономик (CERES), Институт социальной и этической ответственности (ISEA). Разработаны стандарты социальной отчетности (AA1000, GRI, ISO 26000, SA8000).

Некоторые исследования, предлагающие модели оценки эффективности или результативности КСО, основываются на анализе данных известных рейтингов и индексов: DEA (DataEnvelopmentAnalysis) и KLD (Kinder, Lydenberg, andDomini). Эти исследования фокусируются преимущественно на одной или нескольких отраслях коммерческих компаний (производство, финансы или сфера услуг). Результаты статистического анализа применения методики DataEnvelopmentAnalysis [DEA] и методик, основанных на распределении значимости показателей (методика равных значимостей, методика Руфа, Муралидхара и Пола, методика Ваддок и Грейвса с использованием данных KLD), показывают, что компании, эффективно реализующие КСО в соответствии с DEA, могут быть неэффективными с точки зрения других рейтингов. Вместе с тем, методики, основанные на распределении значимости показателей, имеют более существенные корреляции. Это может объясняться тем, что DEA предполагает равную значимость отдельных направлений (экология, социальное развитие). DEA предполагает оценку эффективности показателей, управленческих решений на основе критерия экономичности (минимальные вложения при максимальном результате), представляя на графике результаты от 0 до 1: от «входа» (социальных инвестиций) до «выхода» (собственно финансовых результатов). Методика основана на сравнении отдельных показателей с лучшими показателями, которые выше или наиболее близки к «1», полученными в результате предварительных исследований, в сравнении с результатами подобных компаний.

Индекс KLD [Kinder, Lydenberg, andDomini] является одним из самых используемых индексов. По нему с 1991 г. ежегодно анализируют данные около 3000 крупнейших американских компаний по различным направлениям: отно-

шения с работниками, корпоративное развитие, развитие местного сообщества, права человека, окружающая среда, управление, отрицательные эффекты. Всем фиксированным показателям внутри направлений присваивается равная значимость (вес показателя), и веса (значимость) всех отрицательных показателей вычитаются из суммы весов положительных показателей. В итоге высчитывается индекс социальной ответственности компании.

Такие индексы, как DEA и KLD, а также индекс DJSI (TheDowJonesSustainabilityIndex), рейтинг Fortune ориентируются на сравнение с «лучшими компаниями», представляя только итоговые рейтинговые данные. Они ограничивают возможности самооценки компаний, анализа внутренних эффектов, опираются на фиксированные показатели, не ранжируемые с точки зрения их значимости, то есть не учитывают эффективность как целесообразность реализации отдельных социальных инвестиций [3].

Существует EconometricImpactIndex (индекс экономического эффекта), предложенный SmithO'Brien. Он позволяет оценить суммарный эффект воздействия компании на местное сообщество. Данный индекс может быть использован как самими компаниями, так и органами местной власти, занимающимися оценкой воздействия компаний на местное сообщество, включая вопросы расширения или сокращения производства, используемой ценовой политики, налоговых выплат, влияния на принятие решений в области регионального развития [10].

Эксперты «Института экономики города» предлагают модель оценки трех основных показателей, связанных с участием компании в социальных программах:

- показатель окупаемости инвестиций, направленных в социальные программы (returnoninvestment);
- показатель эффективности благотворительной помощи и других социальных программ по сравнению с эффективностью рекламы, стимулирования продаж и т.д. (efficiencymeasurement);
- показатель процесса реализации социальных программ (processmeasurement).

Показатель окупаемости указывает на соотношение между затратами на социальную политику и той долей прироста капитала, которая возникла благодаря этой деятельности. С одной стороны, этот показатель наиболее убедителен и репрезентативен, так как теоретически дает возможность оценить эффективность социальной политики, её влияние на рост экономических показателей. С другой стороны, он наиболее сложен для измерения и поэтому может быть использован далеко не в каждой сфере деятельности компании.

Показатель эффективности не так репрезентативен, как показатель окупаемости, но даёт возможность сопоставления затрат и эффекта. Он позволяет сделать вывод, например, о том, «более» или «менее» эффективны социальные программы по сравнению с рекламой, стимулированием продаж, но не предназначен предоставлять конкретную количественную величину.

Показатель процесса реализации социальных программ является ещё менее убедительным. Он выявляет наличие или отсутствие связи между

социальной политикой и показателями основной деятельности компании, но не показывает, насколько благотворительная деятельность «более» или «менее» эффективна по сравнению с другими средствами и каково её количественное выражение.

В большинстве случаев придать денежное значение показателю эффективности и показателю процесса невозможно. Однако для количественной интерпретации этих показателей используются методы экспертной оценки, в ходе которых эксперты присваивают заданным индикаторам значения в баллах, и на их основании затем рассчитывается рейтинг. Эта модель основывается на оценке деятельности компании различными группами заинтересованных лиц – акционерами, сотрудниками, потребителями, то есть тем, от кого напрямую зависит процветание и результаты основной деятельности компании [9].

Завершая обзор методов и методик оценки эффективности КСО, отметим методiku, предложенную группой российских ученых ГУ ВШЭ (СПб), которая является приоритетной отечественной разработкой и позволяет интегрировать общие принципы международных стандартов социальной отчетности с конкретной оценкой эффективности корпоративной социальной политики. Данная методика, основана на "сквозной" (по отраслям и масштабам) оценке и сравнении эффективности социальных инвестиций и социального партнерства, не предполагает введения специальных сложных расчетных показателей, что позволяет сравнивать друг с другом различные компании, организации и учреждения вне зависимости от их типа, вида, масштабов деятельности, организационно-правовой формы, ведомственной принадлежности и места размещения.

Эффективность от реализации КСО в виде социальных инвестиций и социальной политики может оцениваться с двух основных позиций: для общества (совокупность ранее недоступных благ, количество людей их получивших; в конечном итоге - собственно сумма затрат на социальные инвестиции и социальную политику); для бизнеса (что эти расходы дали самому бизнесу - достижение большей известности, улучшение общественного мнения, рост финансовых показателей, капитализации).

Научно-методическая задача заключается в выявлении корреляций между объемами (затратами) внутренних социальных инвестиций (по различным направлениям) и показателями производительности труда, итоговыми показателями деловой активности (прибыль, рентабельность, капитализация), а также объемами (затратами) внешних социальных инвестиций (по различным направлениям) и итоговыми показателями деловой активности. Проводится предварительная агрегация показателей, которые характеризуют социальные инвестиции и социальную политику, интегрированных в зависимости от направления соответствующих затрат (внутренние, внешние) и от того, в чьих интересах, а также с чьей позиции оценивается эффективность - самого бизнеса или общества.

Выделяют четыре основные группы показателей эффективности социальных инвестиций и социальной политики:

– внутренние социальные инвестиции, оцениваемые с социальной позиции (социальные инвестиции в человеческий капитал, включая затраты на рост компетентности работников, охрану их труда и здоровья, развитие корпоративной культуры);

– внутренние инвестиции, оцениваемые с позиций самого бизнеса (социальные инвестиции в развитие отношений с потребителями, партнерами, инвесторами, кредиторами, конкурентами);

– внешние социальные инвестиции, оцениваемые с позиций внешней социальной среды (социальные инвестиции в экологию, благоустройство, ЖКХ, а также социальное и гуманитарное развитие - здравоохранение, культура и искусство, образование и т.д.);

– внешние социальные инвестиции и социальная политика, оцениваемые с точки зрения бизнеса (стабильность итоговых экономических показателей, рост известности, признания и уважения).

Использование данной методики позволяет:

1. перейти от сугубо затратных форм корпоративной благотворительности к оптимизации социальной политики компаний, затрат на социальные нужды, от традиционной помощи бедным к созданию новых возможностей социального развития; повысить прозрачность и публичность социальной политики;

2. создать "ровное игровое поле" для всех участников бизнеса посредством введения общих критериев измерения социальных инвестиций и социальной политики; сформировать системную социальную политику на корпоративном и региональном уровнях на основе сравнения эффективности социальной политики компаний различных отраслей, разных организационно-правовых форм, масштаба;

3. привлечь внимание широкой общественности к наиболее эффективному опыту КСО; наладить конструктивные социальные связи бизнеса с различными социальными группами; оптимизировать отношения с местными органами власти и общественностью; создать предпосылки конструктивного общественного диалога;

4. адаптировать требования и критерии КСО к масштабам и специфике отечественного среднего и малого бизнеса, объединить усилия ведущих специалистов в области корпоративной социальной политики (в нашей стране их крайне мало, поэтому консолидация усилий особенно важна) [1].

Литература:

1. Грекова Г.И., Савина Т.С. Влияние корпоративной социальной ответственности на формирование деловой репутации. - М., 2012.

2. Город и бизнес: формирование социальной ответственности российских компаний/ Под ред. М.И. Либоракиной. – М.: Фонд «Институт экономики города», 2003.

3. Жойдик А.П., Методы оценки социальной корпоративной ответственности бизнеса // Российское предпринимательство. №6. (228). 2013. С. 94-98.

4. Кашин В., Нещадин А., Тульчинский Г., Выработка корпоративной социальной политики как фактор позиционирования бизнеса. М., 2011.

5. Корпоративная социальная ответственность новая философия бизнеса, учебное пособие, Внешэкономбанк. - М., 2011.
6. Кричевский Н.А., Гончаров С.В., Корпоративная социальная ответственность. Учебное пособие. - М., 2006.
7. Лещенко О.А., Корчагина Е.В., Современные методики оценки эффективности деятельности компаний в области КСО // Менеджмент в России и за рубежом. №1. 2014. С. 22-26.
8. Мингалева Ж.А., Смилевская И.П., Социальная ответственность предприятий как основа успешного бизнеса и социально-экономического развития // Российское предпринимательство. № 17 (215). 2012. С. 120-125.
9. Туркин С. Как выгодно быть добрым: сделай свой бизнес социально ответственным.—М.: Альпина Паблишер, 2007.
10. Weiser J., Zadek S. Conversations with Disbelievers: Persuading Companies to Address Social Challenges. Ford Foundation, 2000.

Васильев С. ст. гр. УП-114

Научный руководитель: **Гундорова М.А.**, доц.каф. ЭУИИ, к.э.н.
Владимирский государственный университет имени Александра
Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ПРОЦЕСС АДАПТАЦИИ ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИИ

Процесс адаптации персонала — обязательная процедура, выполняемая при вхождении сотрудника в организацию или в должность, нацеленная на его скорейшее и эффективное приспособление к новым условиям производственной деятельности.⁵⁵ Система адаптации персонала включает в себя комплекс мероприятий, обеспечивающих организационную, социально-психологическую и профессиональную адаптацию сотрудника в новых условиях, и предоставляет организационную схему для эффективного осуществления этих мероприятий. Одним из элементов процесса адаптации является собеседование. Первым и наиболее важным вопросом на собеседовании должен быть вопрос о том, что работал ли он до этого в организации подобной той, в которую он сейчас хочет устроиться. Например, если человек, устраивающийся в банк, уже работал в банке, то ему будет намного легче адаптироваться. Второй аспект — насколько человек по психотипу подходит для работы в конкретном подразделении. Некоторые организации ставят некоторые рамки для желающих устроиться на работу. Например, внешний вид, манера общения, увлечения. Приняв нового сотрудника на испытательный срок, нельзя его бросать на произвол судьбы — «работай, как знаешь». Новичка необходимо ознакомить с ценностями организации, ее историей, принятыми стандартами поведения и деятельности, правилами ротации. Нового работника представляют коллегам, помогают сориентироваться в ситуации.

Очень важно, чтобы человек чувствовал поддержку и заинтересованность организации в нем, в его способностях. Вхождение нового сотрудника в коллектив происходит постепенно.

⁵⁵ <http://hr-portal.ru/tags/adaptaciya-personala>

На всех этапах необходимы внимание и помощь со стороны руководителей.

Задачами обучения персонала являются⁵⁶:

- 1) повышение эффективности работника, ускорение процесса выхода работника на требуемый уровень производительности;
- 2) уменьшение количества возможных ошибок, связанных с включением в работу;
- 3) формирование позитивного образа компании, уменьшение стресса первых дней работы;
- 4) снижение «текучести» персонала.

Адаптационный период можно разделить на три стадии:

I. Стадия ознакомления. На этой стадии новый специалист узнает цели и задачи организации, микроклимат среды, сопоставляет их со своими целями, ожиданиями и представлениями о данной организации. По окончании этой стадии работник должен четко представлять — подходит ему данная организация и рабочее место или он ошибся.

II. Стадия приспособления. Период адаптации сотрудника может охватывать период от одного месяца до одного года. Конкретная его продолжительность прямо зависит от помощи, которую ему оказывают непосредственный руководитель, служба персонала, коллеги и подчиненные. В этот период новичок должен «вписаться» в коллектив.

III. Стадия ассимиляции. В этот период работник проходит этап полного приспособления, полностью справляется со своими должностными обязанностями, может сам намечать дальнейшие целевые установки, становится полноправным членом коллектива.

Можно выделить основные ошибки системы адаптации персонала:

- а) отсутствие формализации правил корпоративной культуры;
- б) недостаточная работа служб HR (кадровая служба) при первичном общении с кандидатами с целью выявления потенциально перспективных сотрудников;
- в) отсутствие процедур ознакомления сотрудника с компанией;
- г) отсутствие изучения обратной связи от уходящих сотрудников.

Для того чтобы решить эти проблемы руководителю предприятия необходимо:

- предоставить возможность разнообразить труд специалиста, сделать его более привлекательным;
- создать условия для внутриорганизационной мобильности, творческого созидания и профессионального продвижения;
- осуществить внедрение научной организации труда на рабочем месте;
- следить за микроклиматом в коллективе;
- предоставить социально - бытовое обеспечение;
- обеспечить организацию свободного времени.

⁵⁶ ООО Журнал «Управление персоналом». №19 2013г.

Таким образом, можно сделать вывод, что система программ по адаптации новых работников является одним из основных условий организаций.

Литература:

- 1) ООО Журнал «Управление персоналом». №19 2013г.
- 2) <http://hr-portal.ru/tags/adaptaciya-personala>

Голунова Н.В., ст. гр. УП-113

Научный руководитель: **Снегирева Т.К.** доц.каф.ЭУИИ, к.э.н.
Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ИПОТЕЧНОЕ КРЕДИТОВАНИЕ ВО ВЛАДИМИРЕ

В статье рассматриваются условия ипотечного кредитования в коммерческих банках города Владимира.

Ключевые слова: ипотечный кредит, условия ипотеки, коммерческий банк.

Ипотечный кредит – это долгосрочный кредит, который в основном выдается под залог следующей недвижимости: квартиры, жилого дома с землёй, производственных помещений с землей, земли. [1] Сроки, на которые можно оформить ипотеку, бывают различными и зависят от выбранного банка и вида программы кредитования, от суммы запрашиваемого кредита и вашей платежеспособности. Предлагаемые сроки ипотеки в основном от 3 – 5 лет, до 15 - 30 лет.

Ипотечные кредиты выдаются коммерческими банками, банками ипотечного кредитования, кредитными агентствами. Каждый коммерческий банк, как правило, предлагает сегодня несколько программ ипотеки с различными условиями и процентными ставками. Но во всех случаях, если вы оформите ипотеку, Вы сразу становитесь собственником приобретаемого жилья, а кредит и проценты выплачиваете уже за свое личное, а не съемное жилье. При оформлении ипотеки под будущее строительство, собственниками жилья вы становитесь после оформления документов на ввод дома в эксплуатацию.[1]

На сайтах всех банков, занимающихся ипотечным кредитованием, всегда есть калькуляторы по расчету суммы ипотечного кредита. Обычно ипотечные кредиты не выдают лицам младше 21 года и тем, у кого срок погашения наступает после того, как наступит пенсионный возраст (то есть в 40 лет вы не можете взять ипотеку сроком на 30 лет). Только в Сбербанке ипотечный кредит выдают любому совершеннолетнему гражданину России в возрасте от 21 года, имеющему официально подтвержденный ежемесячный доход. Ограничения по предельному возрасту тут также намного мягче: кредит должен быть погашен не позже, чем должник отметит свое 75-летие (то есть в те же 50 лет вы можете взять кредит на любой срок до 25 лет). Требования к трудовому стажу отличаются разнообразием. Чтобы получить ипотечный кредит в Сбербанке необходимо 6 месяцев работы на одном месте, а в ВТБ-24 достаточным считают, если работник «удержался» больше 1 месяца, и имеет общий трудовой стаж не менее 1 года. [3] Ипотека – это

хорошая возможность решить жилищные проблемы. За последние несколько лет появилось множество банков, ипотечных брокеров, которые предлагают свои услуги в области ипотечного кредитования.

Во Владимире всего ипотечные кредиты предлагают 21 банк. В данной статье рассмотрим 5 наиболее популярных из них.

1. МИнБ
2. ВТБ 24
3. Россельхозбанк
4. Сбербанк России
5. Промсвязьбанк

В банках предлагают различные предложения по ипотеки: квартира в новостройки, покупка готового жилья, загородная недвижимость, ипотека для военных. Рассмотрим условия ипотеки на покупку квартиры в новостройки, и на покупку квартиры на вторичном рынке жилья, на конкретном примере.

Ипотечный кредит на приобретение квартиры на вторичном рынке жилья гораздо проще получить, схемы его распространяются на вторичное жилье практически без ограничений. Риск потери денег при покупке минимален. На вторичном рынке можно приобрести квартиру и сразу жить в ней.

Большой плюс в том, что вторичное жилье можно приобрести практически в любом нужном районе. Например, поближе к своим родственникам.

На рынке вторичного жилья есть достаточно крепкие кирпичные дома, например, 80-х годов постройки. В этом случае соотношение цена-качество достигает максимально выгодной точки. Во Владимире есть множество предложений на покупку вторичного жилья. Для проведения исследования рассмотрим реальное предложение на покупку готовой квартиры в городе Владимире.

Однокомнатная квартира; ул. Мира,15; этаж 2/10; улучшенная планировка; площадь 43/17/10. Стоимость 2 750 000 рублей. [4]

Первоначальный взнос: 600 000 рублей;

Срок ипотеки: 12 лет.

Банк	Ставка %	Ежемесячный платеж	Переплата
СберБанк	13,75%	30 560	2 250 601
ВТБ 24	12,65%	29 621	2 115 422
МИнБ	13,75%	30 560	2 250 601
Промсвязьбанк	11,50%	27 681	1 836 064
Россельхоз банк	13,70%	27 239	1 916 346

Самая минимальная процентная ставка в Промсвязьбанке 11,5%, соответственно и переплата сама минимальная, по сравнению с другими банками, 1 836 064 рублей, ежемесячный платеж составляет 27 681 рубль. Самые большие ставки 13,75% в банках Сбербанк и МИнБ.

Анализируя данные за первое полугодие 2014 года, можно увидеть тенденцию увеличения спроса на квартиры в новостройках в ипотеку. Основной причиной повышенного интереса граждан к покупке квартиры в

строящемся доме является привлекательная цена и современность дизайна и инфраструктуры. Ввиду интенсивного строительства новостроек, существует большой выбор как застройщиков, так и банков для ипотеки. Рассмотрим квартиру в новостройки и предложения по ипотеке в тех же пяти банках города Владимира.

Однокомнатная квартира; ул. Веризино, 6; этаж 8/17; улучшенная планировка; площадь 43/19/11. Стоимость 1 677 000 рублей. [4]

Первоначальный взнос: 350 000 рублей;

Срок ипотеки: 12 лет.

Банк	Ставка%	Ежемесячный платеж	Переплата
СберБанк	13,75%	18 862	1 389 092
ВТБ 24	13,35%	18 530	1 341 286
МИНБ	13,75%	18 862	1 389 092
Промсвязьбанк	13,70%	18 872	1 391 000
Россельхоз банк	12,70%	17 429	1 182 776

Наиболее выгодное предложение у Россельхоз банка, процентная ставка составляет 12,7 % годовых, переплата 1 182 776 рублей, ежемесячный платеж 17 429 рублей. Самая высокая процентная ставка 13,75% в банках СберБанк и МИНБ.

Во всех банках условия ипотеки таковы, что переплата равна той сумме, которую берут в ипотеку. Наиболее популярными банками, в которых берут ипотечный кредит, не смотря на то, что процентная ставка у них не самая низка, являются СберБанк и ВТБ 24, возможно, это связано с тем, что эти банки существуют давно и они довольно известные, тем самым они внушают большее доверие у людей, чем банки, которые открылись не так давно. Так же на выбор может влиять реклама, доступность, местонахождение. Например, офисов СберБанка очень много, а значит, чтоб внести ежемесячный платеж по кредиту клиенту, СберБанка не придется ехать в другой конец города.

Литература:

1. bankirsha.com
2. realtypress.ru
3. vladrieltor.ru
4. ioffepartners.ru

Григорьева А.Е., Латарцева К.С., ст.гр. ЭУС-110

Научный руководитель: **Андреева Н.В., проф.каф.ЭУИИ, д.э.н.**
Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ГОСЗАКУПКИ

В статье рассматриваются основные изменения, произошедшие после принятия нового закона о госзакупках, проводится анализ основных

показателей в РФ, а также в ВлГУ, которые характеризуют работу управления организации закупок и материально-технического снабжения.

Ключевые слова: государственные закупки, федеральный закон, заказчик, поставщик.

С 01.01.2014г. в России введен новый формат государственных закупок.

В 2013 году президентом РФ был подписан Федеральный закон от 5 апреля 2013 г. № 44-ФЗ "О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд" (далее – закон о контрактной системе). Закон вступил в силу с 1 января 2014 года (полностью начнет действовать с 1 января 2017 г.). Он заменил Федеральный закон от 21 июля 2005 года № 94-ФЗ «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд» вызывавший множество нареканий со стороны участников процесса и контролирующих органов.

Согласно Закону N 44-ФЗ предусмотрены значительные изменения правил осуществления госзакупок. Поправки затрагивают как деятельность государственных и муниципальных заказчиков по организации и проведению закупок, так и деятельность участников госзакупок. Закон N 44-ФЗ будет регулировать госзакупки от этапа планирования и до этапа оценки их эффективности. Впрочем, значительная часть положений Закона N 94-ФЗ сохранена в новом Законе N 44-ФЗ в той или иной форме.

В дополнение к старым способам определения поставщиков (подрядчиков, исполнителей) согласно Закону N 44-ФЗ вводятся новые, например конкурс с ограниченным участием, двухэтапный конкурс и запрос предложений. Открытый аукцион будет проводиться только в форме электронного аукциона.

Изменяются правила определения начальной цены госконтракта, правила оценки заявок на участие в госзакупках, правила изменения и расторжения госконтракта, правила надзора за деятельностью государственных и муниципальных заказчиков. Законом N 44-ФЗ установлены особенности исполнения заключенных контрактов.

Отметим, что многие из новых положений Закона N 44-ФЗ могут быть применены только после принятия необходимых подзаконных актов. Большую часть из них должно утвердить Правительство РФ. На сегодняшний день принято около половины таких документов.

Согласно установленному Правительством РФ плану мероприятий по реализации Закона N 44-ФЗ все необходимые подзаконные акты должны быть приняты до октября 2015 г.

Закон 44-ФЗ стремится к более эффективному проведению госзакупок. В частности, обеспечение прозрачности и открытости закупок (ст.7), обеспечение конкуренции (ст.8), повышение профессионализма заказчиков (ст.9), стимулирование инноваций (ст.10), единство КС сфере закупок (ст.11), обеспечение равных условий конкуренции между участниками закупок.

Таблица 1

Основные изменения, произошедшие после выхода Федерального закона
№ 44-ФЗ

Положения:	№ 94-ФЗ	№ 44-ФЗ(действующий)
1. Неограниченный доступ к информации о проведении процедур, планов закупок, результатов аудита контракта	Отсутствует, было прикрытие в качестве понятия коммерческой тайны (ст. 17.1, 17.2 закона о госзакупках)	Предусмотрен (ст. 4, 5 закона о ФКС)
2. Публикация существенных действий (обоснование цены контракта, выбор процедуры закупки, изменение или расторжение контракта) заказчика	Официальный сайт для размещения информации о размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг: www.zakupki.gov.ru (ст. 16 закона о госзакупках)	Обязательно (ст. 21, 24 закона о ФКС)
3. Институт общественного контроля за государственными закупками	Отсутствует	Запланировано создание общественного совета по контролю за государственными закупками, наделенного конкретными полномочиями, вплоть до включения членов совета в конкурсные комиссии заказчиков (ст. 4 закона о ФКС)
4. Институт контрактной службы заказчиков	Отсутствует	Запланировано создание подразделения, отвечающего за реализацию всего цикла закупок (ст. 10, 36 закона о ФКС)
5. Планирование на долгосрочную перспективу	Отсутствует	Прогнозирование и планирование предусмотрено (ст. 15–17 закона о ФКС)
6. Определение исполнителя контракта	Конкурс может быть открытым или закрытым. Заказчик, уполномоченный орган вправе размещать заказ путем проведения закрытого конкурса (ст. 20 закона о госзакупках)	В зависимости от предмета закупки заказчик может определить наиболее адекватный метод оценки предложений участников (ст. 32 закона о ФКС). Основной способ выбора исполнителя – открытый конкурс, проводимый в один этап (ст. 32 закона о ФКС).
Антидемпинговые меры	Не были разработаны	Появляется обязанность участника размещения заказа при предоставлении заявки, содержащей предложение о цене контракта на 25% или значительно ниже начальной (максимальной) цены контракта, предоставить расчет предлагаемой цены контракта и ее обоснование (ст. 35, 37 закона о ФКС)
Аудит результатов исполнения контрактов	Отсутствует	Предусмотрен (ст. 97–98 закона о ФКС)

На сегодняшний день на официальном сайте РФ для размещения информации о размещении заказов всего подано 1325 заявок. Из них наибольшую долю занимают бюджетные учреждения (55,08%), наименьшую долю составляют банки, органы контроля и аудита (их доля составляет по 0,1%).



Рис.1 Кол-во зарегистрированных заказчиков

На данной диаграмме представлено изменение числа зарегистрированных заказчиков в период с 2012 г по 01.04.2014г. Анализируя данные, можно сделать вывод, что число зарегистрированных заказчиков в 2014 году превышает аналогичный показатель 2013 года на 1,2%. В 2013 году данный показатель опережал 2012 на 2,4%.

По способам определения поставщика заказы распределились следующим образом:

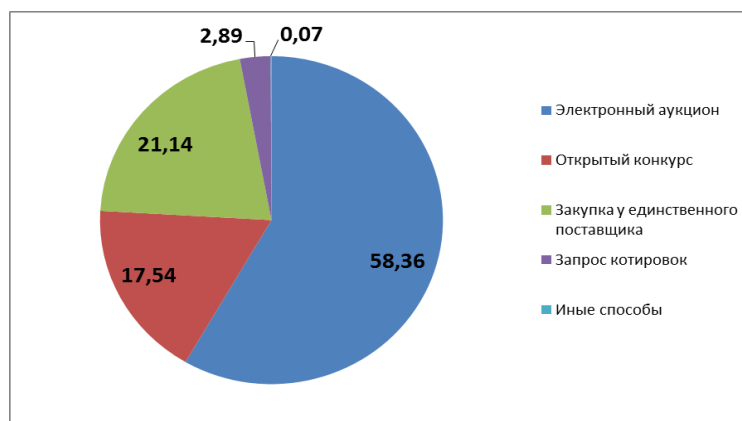


Рис.2. Способы определения поставщика

Наибольшую долю составляет открытый аукцион (58,36%), наименьшую – запрос котировок (0,07%).

Процесс проведения закупок включает в себя следующие этапы:

1.Определение потребностей; 2. Требования к продукции; 3. Закупочная документация; 4. Закупочная процедура; 5. Заключение контракта; 6. Исполнение контракта.

В данной статье подробнее рассмотрим процесс проведения государственных закупок во Владимирском Государственном Университете им. А.Г. и Н.Г. Столетовых.

В ВлГУ государственными закупками занимается Управление организации закупок и материально-технического снабжения. В их обязанности входит:

1. Проведение процедур размещения заказов на поставки товаров, выполнение оказание услуг для нужд ВлГУ.
2. Материально-техническое снабжение подразделений университета.
3. Проведение торгов на право заключения договоров аренды.

По данным предоставленным управлением организации закупок и материально-технического снабжения объем закупок товаров, работ, услуг по ФЗ №94 с 2010 по 2013 гг. составил:

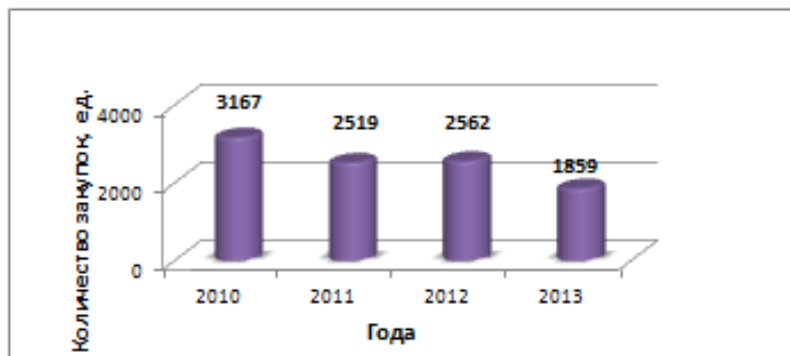


Рис.3. Объем закупок в ВлГУ

По данным диаграммы видно, что объем закупок в ВлГУ к 2013 году по сравнению с 2010 сократился на 1308 ед., что составляет 42%.



Рис.4 Динамика сумм экономии, ВлГУ

На данном графике видно изменение суммы экономии (по соотношению с начальной максимальной ценой договора и ценой победителя).

Сама процедура госзакупок достаточно удобна и будет выгодна, если удастся решить основную проблему: перенос акцента с требования «минимальная цена любой ценой» на требование «нормальное качество за разумную цену».

Литература:

1. Официальный сайт РФ в сети интернет zakupki.gov.ru
2. Официальный сайт КонсультантПлюс <http://www.consultant.ru/>
3. Официальный сайт ВлГУ <http://www.vlsu.ru/>
4. <http://zakupki-tendery.ru/>

Григорьева А.Е., Латарцева К.С., ст.гр. ЭУС-110
Научный руководитель: **Марченко Е.М.** доц.каф.ЭУИИ, к.э.н.
Владимирский государственный университет имени Александра
Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

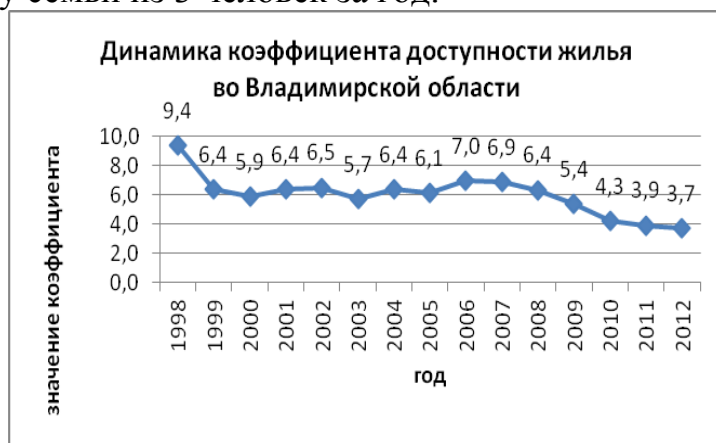
ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНКИ ДОСТУПНОСТИ ЖИЛЬЯ

В статье рассматриваются основные показатели оценки доступности жилья, динамика средней рыночной стоимости жилой недвижимости.

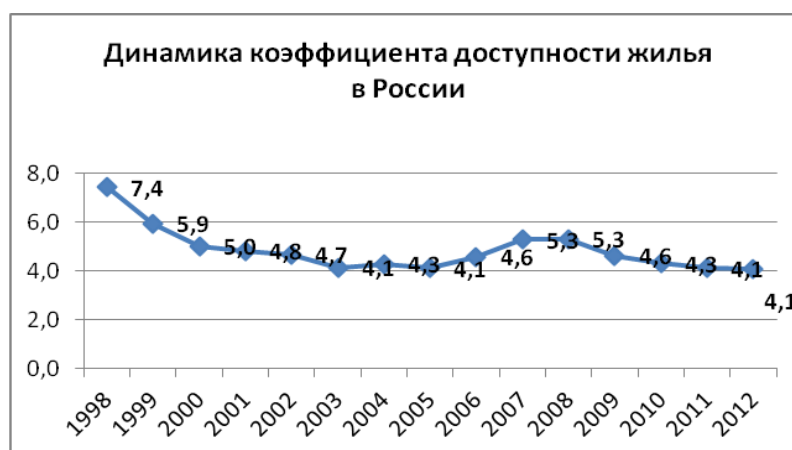
Ключевые слова: показатели оценки доступности жилья, коэффициент доступности.

Развитие приоритетного национального проекта «Доступное и комфортное жилье – гражданам России» заострило внимание руководства страны, специалистов и граждан к понятию «доступное жилье». Социальные программы, принятые в рамках этого проекта были направлены на поддержку наименее защищенных слоев населения – инвалидов, пенсионеров, военнослужащих. В то же время считалось, что основная часть населения способна позаботиться о себе сама. Государство в этом случае возложило на себя лишь обязанность по увеличению объемов строительства и разработку более доступных систем кредитования. Именно для второй «активной» группы населения было введено понятие «доступность жилья», а за основной индикатор успешности проекта был принят коэффициент доступности жилья.

Коэффициент доступности жилья (housing price to income ratio) рассчитывается как отношение средней стоимости квартиры площадью 54 кв. м. к среднему доходу семьи из 3 человек за год.



Так, для Владимирской области динамика коэффициента доступности жилья, рассчитанная по базовой методике, положительная. С 2006 года данный показатель снижался, и уже в 2012 году семья из трех человек за 3,7 лет может приобрести квартиру площадью 54 м², что ниже среднего значения коэффициента доступности жилья по России.



В 2012 году коэффициент доступности жилья в России составил 4,1 года.⁵⁷

Более реальную оценку доступности жилья даст модель для расчетов, предложенная Фондом «Институт экономики города», в которой учтена стоимость годовых текущих расходов на все потребности семьи в виде годового прожиточного минимума семьи.

Модель имеет вид

$$k_{д}(V, I, ПМ) = \frac{V}{(I - ПМ)} = \frac{S \cdot P}{(I - ПМ)}$$

где $k_{д}$ - коэффициент доступности жилья, лет;

V - средняя стоимость квартиры (value – стоимость);

I – совокупный годовой доход семьи (Income – доход).

$V = S \cdot P$,

S – общая площадь квартиры, кв. м;

P – средняя цена 1 кв. м квартиры;

$ПМ$ - годовой прожиточный минимум семьи.⁵⁸

Доступность жилья является сложным многогранным индикатором, который:

учитывает возможность приобретения жилья с точки зрения предложения его на рынке и покупательную способность населения .

Для анализа основных тенденций рынка жилищной недвижимости в Российской Федерации, рассмотрим динамику средней рыночной стоимости 1 м.кв. жилой недвижимости на первичном и вторичном рынке в РФ.⁵⁹

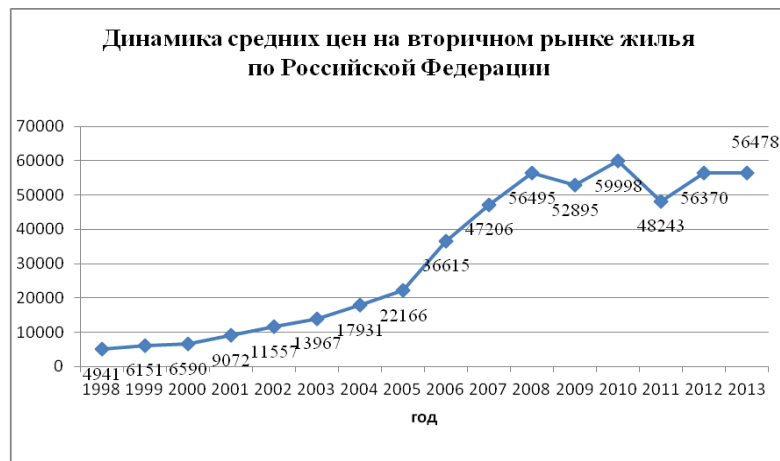
⁵⁷ <http://www.gks.ru/>

⁵⁸ Стерник Г.М., профессор кафедры «Экономика и управление городским строительством» РЭА им. Г.В. Плеханова Краснополяская А.Н., Влияние параметров ипотечного кредитования на коэффициент доступности жилья

⁵⁹ Манухина Л.А., «Методика обоснования вариантов возведения жилищной недвижимости»



С 2009 года наблюдается рост цен на первичном рынке жилья в среднем по Российской Федерации.



В 2013 году средняя стоимость (в РФ) 1м² вторичного рынка жилья составляет 56370 руб., что на 17% выше аналогичного показателя предыдущего года.

Несмотря на столь низкое значение коэффициента доступности, большое количество людей до сих пор не имеют собственного жилья. Ведь средняя стоимость 1 м² превышает средние доходы. А по данным Росстат, наибольшую долю в РФ занимают люди со среднедушевым доходом от 15000 до 20000 рублей.

Это говорит о том, что действующие методики не отражают реальной доступности жилья в стране и необходимо их дальнейшее совершенствование.

Демьянова Е.А., Куприянова К.А., ст.гр.ЭУСК-210
 Научный руководитель: **Андреева Н.В.,** проф. каф. ЭУИИ, д.э.н.
 Владимирский государственный университет имени Александра
 Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

СУЩНОСТЬ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В настоящее время система бюджетного управления в том или ином виде внедряется практически во всех стратегически ориентированных отечественных компаниях. Однако руководители таких компаний, пытаясь внедрить систему бюджетирования, сталкиваются с рядом проблем, без

разрешения которых невозможно достигнуть его должной эффективности и результативности.

Ключевые слова: бюджет, система бюджетирования, планирование, анализ, контроль, эффективность.

Бюджет, или смета, представляет собой количественный план в стоимостном и натуральном выражении, подготовленный и принятый до определенного периода. Он обычно показывает планируемую величину доходов, расходов, капитал, который следует привлечь для достижения поставленной перед предприятием цели. Бюджет разрабатывается как для предприятия в целом, так и для его подразделений.

Данная тема в наше время является довольно актуальной, прежде всего потому что понимать, что такое бюджет, уметь его правильно составлять и распределять, является очень необходимым знанием, от правильности составления которого зависит будущее предприятия, или любого другого дела, связанного с финансами. В сознании российских людей бюджет представляет собой категорию государственного управления. За рубежом бюджет является категорией прежде всего бытовой: бюджет семьи или финансовый план компании, то есть утвержденный ее руководителями прогноз финансового состояния фирмы, в котором определены основные лимиты расходов и затрат, нормативы финансовых результатов, различные финансовые показатели.

Бюджеты также связывались с финансовыми показателями компании, и считалось, что бюджет - это финансовый план, план, выраженный в стоимостном выражении.

Сегодня под бюджетом понимают не только финансовые показатели, и, кроме того, финансовые показатели находят свое выражение не только в стоимостном, но и натуральном выражении.

Существует множество различных трактовок термина «бюджет».

По определению Института дипломированных управляющих бухгалтеров по управленческому учету (США), бюджет – «это количественный план в денежном выражении, подготовленный и принятый до определенного периода, обычно показывающий планируемую величину дохода, которая должна быть достигнута, и (или) расходы, которые понижены в течение этого периода, и капитал, который необходимо привлечь для достижения данной цели».

В соответствии с определением бюджета профессора А.Д. Шеремета, бюджет - это «финансовый документ, созданный до того, как предполагаемые действия выполняются».

Часто бюджет называют финансовым планом действий. Ключом к пониманию термина «бюджет» является осознание того, что он есть не что иное, как лист бумаги, на котором представлены финансовые данные.

Петер Хорват, Роланд Гляйх и специалисты «Horvath and Partners» дали следующее определение бюджета как «план, сформулированный в стоимостных величинах, который с определенной степенью обязательности выполнения задается структурной единице с полномочиями принимать решения на определенный временной период».

Итак, бюджет компании – это набор (система) взаимосвязанных сбалансированных показателей в натуральном и стоимостном выражении, выстроенных по уровням управления.

Бюджет компании имеет целевой характер. Его показатели - это результат, который желает получить экономический субъект в конце бюджетного периода.

К определению термина «бюджетирование» авторы различных научных трудов также не подходят однозначно.

По мнению В.А. Самочкина, бюджетирование - это система согласованного управления подразделениями предприятия в условиях динамично изменяющегося, диверсифицированного бизнеса. С его помощью принимаются управленческие решения, связанные с будущими событиями, на основе систематической обработки данных.

По определению К.В. Щиборщ, бюджетирование - это процесс составления и реализации бюджета в практической деятельности компании.

Исходя из вышесказанного «бюджетирование — это производственно-финансовое планирование деятельности предприятия путем составления общего бюджета предприятия, а также бюджетов отдельных подразделений с целью определения их финансовых затрат и результатов».

Главная цель бюджетирования – повышение эффективности хозяйственной деятельности предприятия благодаря целевой направленности всех событий, выявлению и минимизации рисков и негативных последствий, повышению управляемости бизнес-процессов предприятия и, как следствие, рост стоимости бизнеса.

Однако процесс бюджетирования невозможно осуществить без управленческого учета, что еще раз подтверждает, что в современных условиях жесткой конкуренции нельзя недооценивать его роль на предприятии.

«С помощью бюджетирования предприятие может эффективно решать следующие задачи:

1. Прогнозировать и моделировать финансово-экономические ситуации с целью оценки необходимых ресурсов компании для реализации стратегических проектов (выход на новые рынки, производство новой продукции и т.д.) и достижения планируемых результатов развития компании.
2. Разработать планы работ соизмеримые с возможностью компании, т.е. с привязкой к производственным мощностям и финансированию.
3. Выделение ответственных лиц (ЦФО – центров финансовой ответственности) за выполнение плановых показателей.
4. Установка целевых показателей для менеджеров среднего и высшего звена и привязка мотивационной программы к выполнению ключевых показателей.
5. Осуществлять контроль за финансово-экономической деятельностью предприятия и принятием управленческих решений, как на этапе формирования плана, так и по фактическим данным.

Процесс бюджетирования представляет собой комплекс процедур направленных на эффективное управление предприятием. Чтобы процесс бюджетирования выполнял поставленные задачи, предприятию необходима система бюджетирования.

Система бюджетирования включает в себя:

1. Бюджетный регламент
2. Положение о Бюджетировании
3. Автоматизированную Систему Бюджетного Управления

Если у предприятия отсутствует хотя бы одна из перечисленных составляющих, то говорить о том, что в данной организации осуществляется процесс бюджетирования как минимум не корректно.

Бюджетный регламент описывает сроки и процедуры согласования бюджетов с указанием ответственных лиц. Положение о Бюджетировании содержит все принципы и алгоритмы формирования функциональных, операционных, инвестиционных и финансовых бюджетов, главных бюджетных форм, общие принципы и этапы бюджетного процесса, аналитические справочники, используемые в системе и методики консолидации данных, сбора фактических данных, контроля исполнения и анализа план-факта.

Автоматизированная система бюджетного управления позволяет предприятию автоматизировать: все расчеты, заложенные в методологии бюджетного планирования; формирование главных бюджетных форм; процесс согласования бюджетов; процесс контроля и анализа исполнения бюджета».

«Бюджеты составляются на год вперед с разбивкой по месяцам. Подготовка проектов бюджетов должна начинаться за два-три месяца до вступления их в силу.

Но как поступить, когда будущее в тумане и никто точно не скажет, сколько продукции реализует компания в течение года? В этом случае, например, бюджет продаж составляется в трех вариантах – «пессимистическом», «оптимальном» и «оптимистическом». Первый учитывает, что компания сможет реализовать, скажем, 1000 единиц продукции, второй ориентируется на 1500, третий – на 2000 единиц.

Оперировать таким гибким бюджетом очень удобно. Если ситуация меняется, не приходится перекраивать все планы и ломать голову над тем, что теперь делать. Вступает в силу соответствующий вариант бюджета, из которого вытекают конкретные управленческие действия: расширение штата, привлечение кредитов, закупка дополнительного оборудования и т. д.

Глубина проработки и степень подробности того или иного бюджета зависят от вида деятельности компании и важности для нее тех или иных вопросов.

В большинстве российских компаний многие объективно необходимые бюджеты сегодня либо не составляются вообще, либо формируются в упрощенном виде. В результате у руководителей предприятия повышается риск пропустить какую-нибудь критически важную тенденцию. Поэтому лучше потратить время на подготовку и анализ исполнения нескольких бюджетов, чем потом ломать голову над тем, как выйти из финансового пике».

Таким образом, бюджет, или смета, представляет собой количественный план в стоимостном и натуральном выражении, подготовленный и принятый до определенного периода. Он обычно показывает планируемую величину доходов, расходов, капитал, который следует привлечь для достижения поставленной перед предприятием цели. Бюджет разрабатывается как для

предприятия в целом, так и для его подразделений. Следовательно, если бюджет – это набор показателей, то бюджетирование (в общем понятии) - это совокупность процессов составления планов и бюджетов, их утверждения, исполнения, контроля, анализа и корректировок.

Для полного осмысления бюджетирования необходимо перечислить функции, которые оно выполняет. А. И. Кучеренко, доц. РЭА им. Г. В. Плеханова, в статье «Бюджетирование как метод финансового планирования деятельности организации» выделяет следующие семь функций бюджетирования:

1) аналитическую: переосмысление бизнес-идеи; коррекция стратегии; постановка дополнительных целей; анализ операционных альтернатив;

2) финансового планирования: вынуждает планировать и тем самым обдумывать будущее;

3) финансового учета: вынуждает учитывать и обдумывать совершенные действия в прошлом и тем самым помогает принимать правильные решения в будущем;

4) финансового контроля: позволяет сравнивать поставленные задачи и полученные результаты; выявляет слабые и сильные стороны;

5) мотивационную: осмысленное принятие плана; ясность постановки целей; наказание за срыв; поощрение за выполнение и перевыполнение;

6) координационную: координация функциональных блоков оперативного планирования;

7) коммуникационную: согласование планов подразделений компании; нахождение компромиссов; закрепление ответственности исполнителей.

Функции бюджета изменяются в зависимости от того, в какой фазе формирования и реализации он находится. В начале отчетного периода бюджет представляет собой план продаж, расходов и других финансовых операций в наступающем периоде. В конце он играет роль измерителя, позволяющего сравнивать полученные результаты с плановыми показателями и корректировать дальнейшую деятельность.»

Существуют также другие точки зрения, касающиеся определения функция бюджетирования. Балабанов И.Т., например, выделяет планирование, координирование, стимулирование и контроль. Шеремет А.Д. к вышеуказанным функциям бюджета добавляет еще две: оценка эффективности работы предприятия и обучение менеджеров. Е.С. Стоянова рассматривает пять функций бюджета: планирование, коммуникация и координация, ориентация на достижение задач, контроль, повышение профессионализма.

Если проанализировать все точки зрения, то сегодня можно выделить девять функций, которые выполняет бюджетирование:

- планирование;
- учет (фиксирование достижений);
- эффективная координация и связь;
- мотивация;
- контроль;
- анализ;

- оценка;
- формирование финансовой осведомленности;
- обучение.

Планирование (трансформация целевых установок в конкретные планы). Основные плановые решения, как правило, вырабатываются в процессе подготовки программ, и по существу сам процесс разработки бюджетов является уточнением и этих планов и является самым детализированным видом планирования.

Бюджет заставляет менеджеров заглядывать вперед, пытаясь предусмотреть возможные проблемы и пути их решения.

Учет (фиксирование достижений). В процессе бюджетирования можно опираться на разные учетные системы, которыми могут быть бухгалтерский, управленческий учет. Учет в процессе бюджетирования фиксирует достижения и является базой для других функций процесса бюджетирования: контроля, оценки и анализа.

Эффективная координация и связь. Каждый центр ответственности влияет на работу других центров ответственности и сам непосредственно зависит от их деятельности. В процессе разработки и принятия бюджета координируются виды деятельности предприятия таким образом, что все структурные подразделения предприятия работали согласованно, как единое целое и воплощали цели предприятия в результат. Важным моментом является координация планов производства, продаж, закупки материалов. Так, план закупки материалов должен отражать потребности производства - количество продукции, определенное бюджетом производства.

Планы высшего руководства не будут осуществлены, пока все исполнители не поймут содержание этих планов, которые должны включать в себя конкретные пункты: сколько товаров и услуг необходимо произвести; какие методы, каких людей, какое оборудование будет использовано; сколько сырья и материалов необходимо; какие расценки установить и так далее.

Таким образом, бюджеты можно рассматривать как один из способов распространения информации обо всех аспектах деятельности предприятия.

Мотивация (стимулирование). Эффективность внедрения бюджетирования на предприятии и его дальнейшее успешное функционирование во многом зависит от называемого «человеческого фактора». Бюджетное управление работает лишь тогда, когда все сотрудники, а руководители центров ответственности в первую очередь напрямую заинтересованы в выполнении запланированных бюджетов своих подразделений. Если исполнение бюджета не связано с системой мотивации, результата не будет.

Контроль. Тщательно подготовленный бюджет предприятия является наилучшим стандартом, с которым сравниваются фактически полученные результаты, поскольку он включает суммарную оценку эффекта всех переменных, которые прогнозировались во время разработки бюджета.

Общей практикой является сравнение текущих результатов с результатами за прошедший период или аналогичный период предыдущего года. Однако

такие исторические факты имеют существенные недостатки, так как при таком сравнении не учитываются изменения в стратегии и направлениях деятельности компании в текущем периоде. Сравнение достигнутых показателей с бюджетными указывает области, куда следует направить в первую очередь внимание менеджмента компании, а анализ отклонений фактических и бюджетных показателей может помочь выявить эту проблемную область и определить новые возможности, показать, что первоначальный бюджет был нереалистичен.

Анализ. Сравнение фактических показателей с бюджетными и бюджетных показателей с целями предприятия показывает, куда следует направить внимание руководства в первую очередь и какие управленческие действия необходимо совершить. Анализ отклонений плановых и достигнутых показателей может помочь выявить проблемную область, новые возможности, не учтенные бюджетом предприятия. Кроме того, анализ дает возможность принятия таких важных решений, как:

- какую продукцию выгоднее производить;
- стоит ли продолжать выпускать полуфабрикаты на собственных производственных мощностях или закупать их у поставщиков и тому подобное.

Оценка. Отклонения от утвержденного на предприятии бюджета, определяемые ежемесячно (ежеквартально), служат для целей контроля в течение всего бюджетного периода. Сравнение фактических и бюджетных показателей за период, как правило, является главным фактором оценки работы каждого центра ответственности и его руководителей в конце периода.

Формирование финансовой осведомленности. Информация, представленная в бюджетах предприятия, дает возможность менеджерам иметь представления о планах, возможных более эффективных решениях по тому либо другому вопросу, кроме того, обеспечивает информационную прозрачность всех бизнес-процессов предприятия.

Обучение. Человек, его знания и опыт являются основой современного производства, успешной деятельности предприятия, главным оружием в конкурентной борьбе на рынке. Начальной точкой внедрения системы бюджетирования является процесс приобретения сотрудниками необходимых знаний.

Постановка бюджетирования и сам бюджет предприятия выступают основой для повышения профессиональных навыков сотрудников в области финансового управления, экономического анализа и мотивируют на успешное создание и совершенствование всей системы бюджетирования предприятия.

Королев Андрей Николаевич - соискатель Российской академии государственной службы при Президенте РФ Герасимов В.М. – д.псх.н., профессор Российской академии государственной службы при Президенте РФ считают, что «теоретически, изначально функция бюджетов была в том, чтобы ориентировать сознание руководителей на защиту средств акционеров и гарантировать, что менеджеры беспокоятся о контроле затрат. Руководители и менеджеры в целом вели себя соответственно. Но с тех пор бюджеты попали во власть поколения увлеченных построением финансовых схем менеджеров,

использовавших их в качестве средства удаленного контроля, чтобы «управлять посредством цифр».

Чтобы тактический план выполнял возложенные на него функции, он должен удовлетворять следующим требованиям:

1. Гибкость плана (бюджеты, механизм корректировок).
2. Полнота планирования (сценарии)
3. Поддержка со стороны высшего руководства
4. Комплексность планирования (подшивки бюджетов)
5. Ответственность за разработку и выполнение планов
6. Приоритет текущих решений перед планом (анализ План-Факт)
7. Точность, ясность, лаконичность формулировки плана
8. Участие исполнителей в разработке плана (несколько пользователей, разграничение прав).

Таким образом, на сегодняшний день бюджетирование в организации выполняет следующие функции: планирование, учет, эффективная координация и связь, мотивация, контроль, анализ, оценка, формирование финансовой осведомленности, обучение. В условиях рынка именно бюджетирование становится основой планирования - важнейшей функции управления. Вся система внутрифирменного планирования должна строиться на основе бюджетирования.

Литература:

1. Басовский Л.Е., Басовская Е.Н. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учеб. пособие. - М.: ИНФРА-М, 2012.
2. Добровольский Е., Карабанов Б., Боровков П., Глухов Е., Бреслав Е. Бюджетирование: шаг за шагом. – СПб.: Питер, 2013.
3. Джай К.Шим, Джойл Г. Сигел Основы коммерческого бюджетирования/ Пер. С англ. - Спб.: Азбука, 2011
4. Карпова Т.П. Управленческий учет: Учеб. Для вузов. – М.: ЮНИТИ, 2013

Заманов А.В. ст. гр. УП-114

Научный руководитель: **Гундорова М.А.** доц.каф.ЭУИИ, к.э.н.
Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ОПТИМИЗАЦИЯ ЗАТРАТ НА ПЕРСОНАЛ

Особую актуальность на сегодняшний момент приобретают вопросы повышения эффективности использования трудовых ресурсов. И еще большую актуальность имеют вопросы оптимизации затрат на персонал. «Как определить необходимую и достаточную численность персонала?», «Как организовать их деятельность?», «Как снизить затраты на персонал не в ущерб основной деятельности компании?».

Итак, «Как определить какое количество персонала достаточное на том, или ином месте?» Если, конечно, мы рассматриваем маленькую фирму, то вероятно эту проблему можно легко решить экспертно – основываясь только на личном опыте и

представлении о том, как и что должно работать. Но если масштабы деятельности компании средние и выше, тогда можно рекомендовать различные способы оптимизации затрат на персонал и всего, что с ним связано.

В начале, необходимо уточнить, что мы имеем в виду под оптимизацией. Оптимальным мы будем считать такую величину затрат, при которой каждая дополнительная единица затрат приводит к увеличению прибыли компании. Таким образом, в каждом конкретном случае оптимизация может приводить как к сокращению затрат, так и к их увеличению. После приведения затрат к оптимальному уровню необходимо их на заданном уровне поддерживать.

Оптимизация затрат на персонал - это достижение такого баланса между статьями расходов на персонал и рыночной ситуацией, который позволит предприятию функционировать наиболее эффективно с учетом стратегии развития.

Причины, по которым руководитель предприятия решает провести оптимизацию затрат, могут быть следующие: кризисная ситуация (ухудшение финансово-трудовых показателей, расходы превышают доходы); изменения законодательства; потрясения на валютных и финансовых рынках; меняется стратегия бизнеса; смена собственника, руководителя по персоналу и др.

Оптимизация затрат, как правило, начинает интересовать руководство тогда, когда на рынке в целом или в конкретной компании начинается некая стагнация. Причем пока компания стремительно развивается и показывает хорошие финансовые результаты, затраты (в том числе на персонал) не диагностируются как проблема: в этот период времени они растут медленнее, чем выручка, либо соответствуют ее росту. Однако, когда темпы роста выручки начинают снижаться на фоне роста затрат, акционеры фокусируют свое внимание не только на мерах по увеличению доходов и дальнейшему развитию компании, но и на снижении издержек, немалая доля которых содержит в себе затраты на персонал.

В сегодняшней ситуации финансовые трудности вынуждают многих работодателей сокращать персонал, но прежде чем идти на такой шаг, следует определить, что для организации «дешевле»: уволить или сохранить. В данном случае необходимо оценивать сотрудника по трем параметрам: компетентность, результативность и потенциал к росту. Руководитель предприятия должен понимать, что расходы на персонал — важная часть бюджета любой организации. Снизить затраты на подбор персонала можно, например, путем внутренней ротации кадров — продвижения по службе собственных работников. Но не стоит отказываться от передачи функции поиска персонала внешним специалистам, службам кадровых агентств. Ведь для любой компании важно, чтобы каждый потенциальный сотрудник прошел квалифицированный отбор, так как профессионально отобранный кандидат может стать отличным инструментом для повышения эффективности деятельности организации, особенно в условиях кризиса.

При оптимизации в первую очередь необходимо пересмотреть все статьи расходов, установив жесткий контроль исполнения установленных нормативов, что позволит удержать финансовые затраты на определенном уровне. Далее можно заняться снижением издержек на оплату труда. Грамотно выстроенная система мотивации позволит значительно сэкономить средства. Однако, не стоит

существенно сокращать заработные платы и премии сотрудникам, следствием этого может стать резкое падение эффективности. Важно пересмотреть организационную структуру компании на предмет исключения лишних уровней управления. Как вариант, можно разработать прозрачную для всех схему начисления бонусов, которая должна мотивировать персонал на снижение всевозможных издержек, при этом сэкономленные денежные средства частично будут выплачиваться сотрудникам.

Стоит также обратить внимание на статьи расходов, которые имеют определенный удельный вес, экономия на канцелярии и бумаге имеет смысл, пожалуй, только для транснациональных гигантов с их многотысячными штатами, а для малого и среднего бизнеса — это капля в море. При планировании сокращения расходов в первую очередь следует уделить внимание элементам, которые не повлияют на снижение производительности, в этом случае введенное ограничение может положительно сказаться на экономической эффективности компании, не затронув при этом производственный процесс.

При реализации пересмотра статей расходов в первую очередь сокращаются социальные программы, льготы, которые ранее предоставлялись работникам сверх установленных законодательством норм, а также расходы на программы обучения. Также рассматривается понижение бонусной составляющей дохода специалистов, подобная процедура обычно по большей части затрагивает только управленцев высокого уровня. Многие компании отказываются от проведения корпоративных праздников или останавливают свой выбор на менее затратных мероприятиях (например, празднование нового года в офисе компании и т. п.). При оптимизации расходов на обучение персонала, работодатели вынуждены временно отказаться от предоставления этой возможности всем сотрудникам, выделив группы ключевых для компании специалистов. Активно задействуются внутренние ресурсы для обучения, без привлечения сторонних провайдеров. При пересмотре социального пакета многие организации сейчас идут на понижение тарифов корпоративной связи и снижении выплат по ДМС, например, формируя программы с аналогичным набором поликлиник, но с меньшим числом покрываемых страховкой медицинских услуг.

Действительно, во многих компаниях численность персонала в кризис привязывается к бюджету и основным показателям. Но нужно понимать, насколько губительными могут оказаться подобные меры: начиная от потери обученных и выращенных именно под свою компанию специалистов до падения мотивации и нежелания эффективно работать на благо компании, которая «кинула» своих сотрудников в беде.

Другой вариант оптимизации затрат на персонал является более болезненным, но не менее рациональным, — это работа с аутсорсинговым персоналом. Особенно это касается бухгалтерии, клининговых служб, IT-специалистов, то есть тех, в чьих услугах компания не нуждается ежеминутно.

Литература:

- 1) www.planetahr.ru,
- 2) www.arbir.ru

ГЕНДЕРНЫЙ ФАКТОР ДОМАШНЕГО ТРУДА

В попытках проанализировать гендерные различия в домашнем труде мы выходим на экономические и социологические объяснения. Экономические теории, как правило, рассматривают домашний труд как рациональный обмен и акцентируют свое внимание на максимизации эффективности путем оптимизации расходов времени; исследователи пишут о неизбежном перераспределении домашних обязанностей, когда большую их часть берет на себя тот член семьи, который является менее эффективным субъектом на рынке труда. Не трудно догадаться, что таким субъектом в основном оказываются женщины

Ключевые слова: гендерное разделение, домашний труд, дискриминация, семья, мужчина и женщина.

Актуальность темы исследования проблемы гендерного разделения домашнего труда в российской семье, долгое время находившаяся на периферии приоритетных тем социальных наук и общественного сознания, в последнее время приобретает все большую значимость. Как показывают исследования ведущих социологических центров России, несмотря на некоторые сдвиги в общественном сознании в сторону эгалитаризма, большинство обязанностей в среднестатистической российской семье лежит на женщинах.

Проведено исследование на примере семей г. Владимира. Оно касалось городских семей, состоящих из совместно проживающих мужчин и женщин, находящихся в зарегистрированном или гражданском браке, имеющих или не имеющих детей. В ходе проведенного в октябре — декабре 2012 г. первого этапа исследования были опрошены 326 чел. В опросе участвовали люди разного возраста, профессий, уровня образования и дохода. Опрос проводился методом очного стандартизированного интервью по месту жительства респондентов. Целью исследования стало получение количественных данных о затратах времени мужчин и женщин на решение различных домашних задач, а также выяснение того, насколько равномерно эти задачи распределены между супругами, а также что влияет на это распределение.

Среди группы респондентов с обоюдной занятостью супругов в сфере оплачиваемого труда (304 чел.) подробно опрошены 82 чел. методом нестандартизированного интервью.

Результаты исследования показали, что женщины уделяют домашнему труду больше времени, чем мужчины. В среднем в неделю женщины тратят 29,5 ч. на основные домашние задачи, а мужчины — 13 ч. Единственным видом домашнего труда, в котором наблюдается примерное гендерное равенство,

является уход за животными. У женщин он составляет 1 ч. 10 мин. в неделю, у мужчин — 1 ч.

Остальные виды домашнего труда в городской семье г. Владимира имеют серьезную гендерную дифференциацию. Больше всего времени у женщин занимает приготовление пищи (8,5 ч. в неделю в среднем, что составляет 29 % от всего времени на домашний труд), уборка (4 ч., или 13,8 %). Много времени женщины тратят на приобретение продуктов питания и других товаров (23,3 % в неделю). [5]

Таким образом, более наглядно рассмотрим виды домашнего труда у женщин.

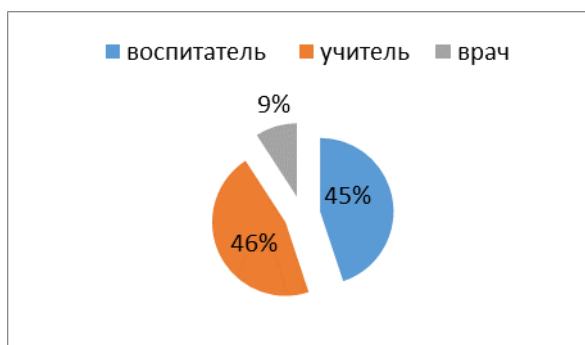


Рис.1 Структура времени женщин за неделю.

У мужчин основную часть времени, затраченного на домашний труд, занимают покупки (28,1 %) и приготовление пищи (14,8 %). Однако в часовом выражении продолжительность женского труда в этом значительно превышает аналогичную у мужчин, например, по покупкам 6,86 ч. у женщин и 3,65 ч. у мужчин в неделю, по приготовлению пищи — 8,54 и 1,93 ч. соответственно. Мытье посуды, стирка и глажение почти во всех исследованных семьях остаются обязанностями женщин. Они тратят на это более 2 ч. в неделю, тогда как мужчины — от 15 до 50 мин.

Рассмотрим виды домашнего труда у мужчин

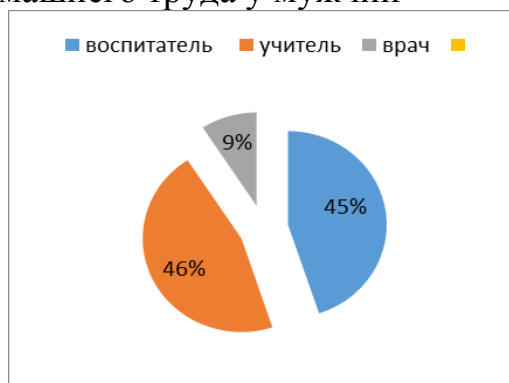


Рис.2 Структура времени мужчин

Видами домашнего труда, в которых мужская доля труда выше, чем женская, являются уход за автомобилем (1,4 ч. в неделю против 0,1 ч. у женщин), мелкий ремонт (1,8 ч. против 1,4 ч. у женщин) и вынос мусора (0,7 ч. против 0,2 ч. у женщин). Таким образом, видна ярко выраженная гендерная специализация домашних обязанностей, что совпадает с выводами, сделанными в результате анализа гендерного разделения домашнего труда.

Женщины занимаются в основном самыми трудоемкими делами: уборкой, приготовлением пищи, мытьем посуды, стиркой белья. Мужчины больше занимаются мелким ремонтом и уходом за автомобилем. Но эти дела занимают мало времени. Есть тенденция к еще большему отстранению от них, так как для их выполнения в последнее время используется наемный труд. [1]

Такое домашнее разделение присутствует во всем мире и программа развития ООН подсчитала, что приблизительная стоимость производимой и неоплачиваемой женской работы в мире составляет 11 триллионов долларов США ежегодно. Женщины выполняют две трети всей домашней работы, получая при этом менее 5% мирового дохода и владея менее, чем 1% мирового имущества.

Таким образом, домашний труд включает в себя физическую, интеллектуальную и эмоциональную работу, которую зачастую невозможно измерить в денежном эквиваленте, - если мы, разумеется, не говорим о делегировании домашнего труда наемным работникам, например, няне или сиделке. Да и в подобных случаях физическая работа тесно смыкается с эмоциональной, а такие работницы, по нескольку лет оказывающие свои услуги и нередко живущие в доме, становятся практически членами семьи.

Так же присутствует и другая проблема, связанная с давлением патриархатного сознания и навязыванием российской женщине определенной гендерной роли: так, во многих семьях, где есть необходимость присмотра за детьми или престарелыми родителями, вопрос о том, кто будет сидеть с ними, не стоит: это однозначно рассматривается как женская функция. Также есть женщины, которые под давлением стереотипов не нанимают работников для ухода, а, отказываясь от карьеры, выполняют указанную работу сами, ибо боятся выглядеть “плохой матерью” или “плохой дочерью/невесткой”.

Попытки проанализировать гендерные различия в домашнем труде выводят на экономические и социологические объяснения. Экономические теории, как правило, рассматривают домашний труд как рациональный обмен и акцентируют свое внимание на максимизации эффективности путем оптимизации расходов времени; исследователи пишут о неизбежном перераспределении домашних обязанностей, когда большую их часть берет на себя тот член семьи, который является менее эффективным субъектом на рынке труда. Не трудно догадаться, что таким субъектом в основном оказываются женщины. Экономисты вполне логично объясняют, почему мужчины, получающие в среднем более высокий доход, чем женщины, и в силу более длительной временной рабочей занятости (связанной с отсутствием необходимости отпуска по беременности и уходу за детьми, а также больничными листами) меньше бывающие дома, вправе ожидать, что домашняя сфера полноправно принадлежит жене. [4]

Так же стоит рассмотреть закон Трудового Кодекса РФ Статья 253 работы на которых ограничивается применение труда женщин. Статья гласит о том, что ограничивается применение труда женщин на тяжелых работах и работах с вредными и (или) опасными условиями труда, а также на подземных работах, за исключением нефизических работ или работ по санитарному и

бытовому обслуживанию, так же запрещается применение труда женщин на работах, связанных с подъемом и перемещением вручную тяжестей, превышающих предельно допустимые для них нормы, а так же перечни производств, работ и должностей с вредными и (или) опасными условиями труда, на которых ограничивается применение труда женщин, и предельно допустимые нормы нагрузок для женщин при подъеме и перемещении тяжестей вручную утверждаются в порядке, установленном Правительством Российской Федерации с учетом мнения Российской трехсторонней комиссии по регулированию социально-трудовых отношений. [3]

Таким образом, при анализе данной статьи можно сделать вывод, что правительство РФ искусственно создает гендерные условия с выбором профессии, а так же принятие решения о найме на работу у руководителя.

При сложившихся обстоятельствах в России сложился искусственный рейтинг специальностей, которые подразделяются на женские и мужские.

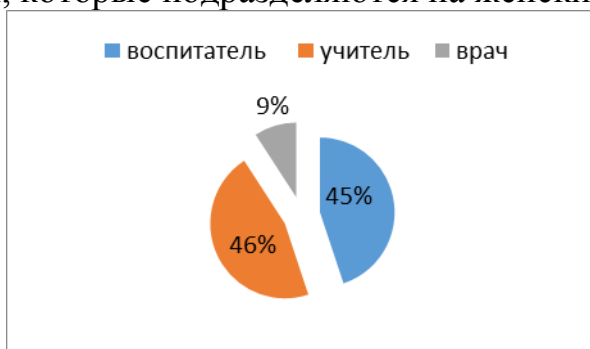


Рис.3 Топ-3 мужские профессии.

В топ-3 мужских профессий по мнению опрошенных вошли: водитель, шофер или дальнобойщик (39%), шахтер (33%), строитель (28%).

Так же рассмотрим самые востребованные профессии у женщин

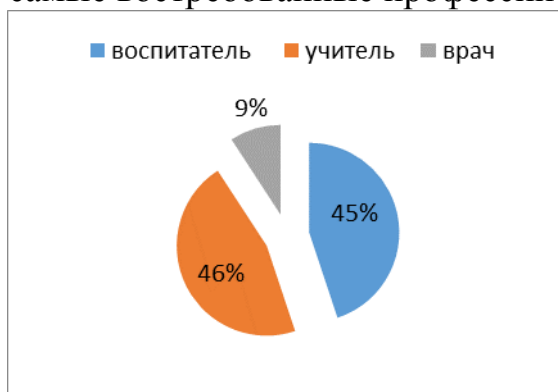


Рис.4 Топ-3 женские профессии.

В тройку женских профессий вошли: воспитатель (45%), учитель (46%), врач (9%). [6]

Таким образом, сложился гендерный стереотип, который продолжается и сегодня. Редко встретишь воспитателя мужского пола, а так же водителя женского пола. Но сегодня можно заметить, что прекрасная половина человечества стала охотнее учиться вождению и создавать конкуренцию мужчинам, но не многие женщины сразу согласятся управлять грузовой машиной.

В России провели опрос по гендерному разделению профессий. При этом опросе получилось, что 44% россиян считают, что женщина должна иметь возможность выбрать профессию, которая считается мужской. И 41% отнесется к этому спокойно. Также, большая часть (43%) считают, что мужчина должен иметь возможность освоить женскую профессию. 38% людей отнесутся к этому совершенно нормально. [2]

В заключении можно отметить, что сокращение гендерного разрыва в уровне занятости может дать до 1,5% ежегодного прироста мирового ВВП в период до 2030 г. и 4-20% прироста дохода на душу населения, но на данный момент человечество платит за сохраняющуюся гендерную дискриминацию.

Комплексный подход к проблеме гендерного равенства – это не только борьба за права женщин. Гендерное равенство – это равный доступ женщин и мужчин к экономическим ресурсам. Это равноценность «женских» и «мужских» профессий, ролей в обществе. Равное отношение общества к вкладу тех и других в экономическое и демографическое развитие.

Литература:

1. Лыткина Т. Распределение власти семьи как фактор стратегий занятости и организации домохозяйства // Рубеж. 2001. № 16-17. С. 210
2. Ярошенко С. В пути к теории русского феминизма // Женщина не существует: современные исследования полового различия / Под ред. Аристарховой И. Сыктывкар, 2010 С. 159.
3. Трудовой Кодекс РФ
4. Калабихина И. Гендерный фактор в экономическом развитии России. М.: МАКС Пресс, 2009
5. regionsar.ru
6. www.gks.ru

Ильина Н.О., Павлова Ю.А. ст.гр.ЭУСК-210

Научный руководитель: **Андреева Н.В.**, проф.каф.ЭУИИ, д.э.н.
Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

Инвестиционные проекты рождаются из потребностей предприятия. Условием жизнеспособности инвестиционных проектов является их соответствие инвестиционной политике и стратегическим целям предприятия, находящим основное выражение в повышении эффективности его хозяйственной деятельности. Оценка эффективности инвестиционных проектов - один из главных элементов инвестиционного анализа; является основным инструментом правильного выбора из нескольких инвестиционных проектов наиболее эффективного, совершенствования инвестиционных программ и минимизации рисков.

Ключевые слова: инвестиционный проект, чистая текущая стоимость, индекс рентабельности инвестиций, срок окупаемости проекта, коэффициент эффективности инвестиций.

Данная тема является актуальной, т.к. оценка эффективности инвестиций является наиболее ответственным этапом принятия инвестиционного решения, от результатов которого в значительной мере зависит степень реализации цели инвестирования. В свою очередь, объективность и достоверность полученных результатов во многом обусловлены используемыми методами анализа. В связи с этим важно рассмотреть существующие методические подходы к оценке эффективности инвестиций и определить возможности их применения с целью рационального выбора вариантов инвестирования.

В основе принятия инвестиционных решений лежит оценка инвестиционных качеств предполагаемых объектов инвестирования, которая в соответствии с методикой современного инвестиционного анализа ведется по определенному набору критериальных показателей эффективности. Определение значений показателей эффективности инвестиций позволяет оценить рассматриваемый инвестиционный объект с позиций приемлемости для дальнейшего анализа, произвести сравнительную оценку ряда конкурирующих инвестиционных объектов и их ранжирование, осуществить выбор совокупности инвестиционных проектов, обеспечивающих заданное соотношение эффективности и риска.

Инвестиционные проекты рождаются из потребностей предприятия. Условием жизнеспособности инвестиционных проектов является их соответствие инвестиционной политике и стратегическим целям предприятия, находящим основное выражение в повышении эффективности его хозяйственной деятельности. Оценка эффективности инвестиционных проектов - один из главных элементов инвестиционного анализа; является основным инструментом правильного выбора из нескольких инвестиционных проектов наиболее эффективного, совершенствования инвестиционных программ и минимизации рисков.[1]

Методы оценки инвестиционных проектов не во всех случаях могут быть едиными, так как инвестиционные проекты весьма значительно различаются по масштабам затрат, срокам их полезного использования, а также по полезным результатам.

К мелким инвестиционным проектам, не требующим больших капитальных вложений, не оказывающим существенного влияния на изменение выпуска продукции, а также имеющим относительно небольшой срок полезного использования, можно применять простейшие способы расчета.

В то же время реализация более масштабных инвестиционных проектов (новое строительство, реконструкция, освоение принципиально новых видов продукции и т. п.), требующих больших инвестиционных затрат, вызывает необходимость учета большого числа факторов и, как следствие, проведения более сложных расчетов, а также уточнения методов оценки эффективности. Чем масштабнее инвестиционный проект и чем больше значительных

изменений он вызывает в результатах хозяйственной деятельности предприятия, тем точнее должны быть расчеты денежных потоков и методы оценки эффективности инвестиционного проекта.[3]

Основными критериями оценки инвестиционных проектов являются доходность, рентабельность и окупаемость. В зарубежной практике для оценки эффективности инвестиционных проектов используются пять основных методов:

1) методы, основанные на дисконтировании, позволяющие рассчитать следующие показатели:

- чистая текущая стоимость (чистый приведенный эффект) (NPV);
- индекс рентабельности инвестиций (PI);
- внутренняя норма рентабельности инвестиций (IRR);

2) методы, основанные на учетных оценках, позволяющие рассчитать следующие показатели:

- срок окупаемости проекта (PP);
- коэффициент эффективности инвестиций (ARR).

В российской практике для оценки эффективности инвестиционных проектов используются следующие методы.

1. Метод расчета чистой текущей стоимости позволяет определить чистый доход от проекта, который представляет собой разницу между суммой дисконтированных потоков денежных средств, генерируемых проектом, и общей суммой инвестиций.

Чистая текущая стоимость = приведенная стоимость денежных потоков от проекта - общая сумма инвестиций.

Применение данного метода позволяет получить наиболее точные результаты в том случае, если колебания дисконтной ставки в период реализации проекта незначительны. Аналогичный метод в западной практике называется методом расчета чистой текущей стоимости (или чистой приведенной стоимости) (Net present value — NPV), под которой понимается разница между общей суммой дисконтированных потоков будущих поступлений денежных средств, генерируемых данным проектом, и общей суммой инвестиций (invest cost — IC).

$$NPV = \sum_{i=1}^n FV_n \frac{1}{(1+r)^n} - IC \quad (1)$$

где ΣFV_n — общая сумма будущих поступлений от проекта;

r — доходность проекта, приемлемый и возможный для инвестора ежегодный процент возврата может быть равен стоимости привлеченных источников финансирования проекта;

IC — сумма инвестиций.

2. Метод расчета индекса доходности позволяет определить доход на единицу затрат. Считается, что результаты применения данного метода уточняют результаты применения метода чистой текущей стоимости. Показатель рентабельности представляет собой отношение текущей стоимости денежных потоков, генерируемых проектом, к общей сумме первоначальных

инвестиций. Аналогичный в западной практике метод называется методом расчета индекса рентабельности инвестиций (profitability index — PI).

Формула расчета индекса рентабельности инвестиций имеет следующий вид:

$$PI = \sum_{i=1}^n \frac{FV}{(1+r)^i} : IC \quad (2)$$

3. Метод расчета внутренней нормы рентабельности проекта (или маржинальной эффективности капитала) позволяет определить максимально возможный уровень затрат на капитал, ассоциируемых с проектом. Внутренняя норма рентабельности представляет собой ставку доходности, при которой чистая приведенная стоимость денежных потоков от проекта равна нулю. Если стоимость источников финансирования превышает внутреннюю норму рентабельности, проект будет убыточным, и наоборот, если внутренняя норма рентабельности превышает стоимость источников финансирования, проект будет прибыльным. В российской практике финансового анализа внутренняя норма рентабельности рассчитывается как отношение чистой текущей стоимости к текущей стоимости первоначальных инвестиций.

Внутренняя норма рентабельности = (чистая текущая стоимость / текущая стоимость первоначальных инвестиций) • 100%

Аналогичный метод в западной практике называется методом расчета нормы рентабельности инвестиций (внутренняя норма прибыли, internal rate of return — IRR) и используется в двух целях:

- 1) определение допустимого уровня процентных расходов в случае финансирования проекта за счет привлеченных средств;
- 2) подтверждение оценки проектов, полученной в результате использования методов расчета чистой текущей стоимости (NPV) и индекса рентабельности инвестиций (PI).

Под нормой рентабельности инвестиций (IRR) понимается такое значение доходности (r), при которой чистая текущая стоимость (NPV), являющаяся функцией от (r), равна нулю.

$IRR = r$, при которой $NPV (f(r)) = 0$.

Формула расчета нормы рентабельности инвестиций (IRR) имеет следующий вид:

$$IRR = r_1 + \frac{r_1}{f(r_1) - (r_2)} (r_2 - r_1) \quad (3)$$

Из формулы следует, что для получения показателя IRR необходимо предварительно рассчитать показатель чистой текущей стоимости при разных значениях процентной ставки.

4. Модифицированный метод расчета внутренней нормы рентабельности позволяет получить более точные результаты. При расчете чистой текущей стоимости денежные потоки дисконтируются по ставке, равной средневзвешенной стоимости авансированного капитала.

Внутренняя норма рентабельности = (чистая текущая стоимость, рассчитанная на основе ставки дисконтирования, равной средневзвешенной стоимости авансированного капитала) • 100% / (сумма первоначальных инвестиций).

5. Метод расчета срока окупаемости инвестиций. Под сроком окупаемости инвестиций понимается срок, по истечении которого общая сумма поступления от проекта станет равной общей сумме вложенных средств. Момент времени, в который общая сумма поступлений становится равной общей сумме первоначальных инвестиций, в финансовом менеджменте называется точкой безубыточности. Поступления денежных средств после прохождения точки безубыточности не учитываются. Проекты с равными сроками окупаемости признаются равноценными. Данный метод также позволяет определить уровень ликвидности проекта и инвестиционного риска. Чем меньше сроки окупаемости, тем больше ликвидность, и наоборот, чем больше срок окупаемости, тем меньше ликвидность. Чем выше ликвидность, тем меньше риск, и наоборот, чем меньше ликвидность, тем выше риск, связанный с проектом.[2]

В российской практике в зависимости от способа определения величины денежных потоков, генерируемых проектом, и величины первоначальных инвестиций используются три варианта расчетов:

- 1) метод, основанный на учетных оценках;
- 2) дисконтный метод;
- 3) дисконтный метод с использованием средней величины денежного потока.

В первом случае определяется срок, по истечении которого сумма денежных потоков, генерируемых проектом, станет равной сумме вложенных средств. При этом суммируются недисконтированные потоки денежных средств, которые сравниваются с недисконтированной стоимостью первоначальных инвестиций.

Во втором случае определяется срок, по истечении которого сумма дисконтированных денежных потоков, генерируемых проектом, станет равной дисконтированной стоимости первоначальных инвестиций. Данный способ позволяет учитывать возможность реинвестирования (повторного инвестирования) доходов от проекта.

В третьем случае срок окупаемости инвестиций определяется отношением приведенной стоимости первоначальных инвестиций к средней величине дисконтированного денежного потока в данном периоде.[4]

Аналогичный метод в западной практике называется методом срока окупаемости инвестиций (payback period — PP) и позволяет определить срок, в течение которого сумма недисконтированных прогнозируемых поступлений денежных средств станет равной общей сумме расходов, связанных с данным проектом. Формула расчета срока окупаемости инвестиций (PP) имеет следующий вид:

$$PP = n, \text{ при котором } \sum_{i=1}^n FV_n > IC \quad (4)$$

Срок окупаемости инвестиций рассчитывается:

- 1) в случае равномерного распределения поступлений от проекта по годам — делением совокупных затрат на величину годового дохода;
- 2) в случае неравномерного распределения поступлений от проекта по годам — прямым подсчетом числа лет, в течение которых сумма доходов превысит сумму расходов.

6. Метод простой (бухгалтерской) нормы прибыли применяется для оценки эффективности проектов с непродолжительными сроками окупаемости. Под простой нормой прибыли понимается отношение чистой прибыли, полученной в результате реализации инвестиционного проекта, к вложенным средствам (инвестициям). В западной практике аналогичный метод называется методом расчета коэффициента эффективности инвестиций (accounting rate of return — ARR).

Формула расчета простой бухгалтерской нормы прибыли имеет следующий вид:

Рентабельность проекта = (чистая прибыль + амортизационные отчисления, генерируемые проектом / стоимость инвестиций) • 100%

Формула расчета коэффициента эффективности инвестиций (ARR) имеет следующий вид:

$$ARR = \frac{PN}{\frac{1}{2}(IC - RV)} \quad (5)$$

где ARR — коэффициент эффективности инвестиций;

PN — среднегодовая прибыль от вложения денежных средств в данный проект;

IC — сумма денежных средств, инвестированных в данный проект (сумма инвестиций);

RV — величина ликвидационной (остаточной) стоимости активов, т.е. стоимости активов по окончании срока их полезного использования.

Как следует из приведенных формул, в российской практике для расчета показателя рентабельности инвестиций используется отношение суммы чистой прибыли и амортизационных отчислений, сделанных в течение срока реализации проекта к вложенным средствам; в западной практике — отношение чистой прибыли к $1/2$ разности инвестиций и ликвидационной стоимости активов. Таким образом, российская практика не учитывает доходы от ликвидации активов, срок полезного использования которых закончился.[3]

Рассмотрим пример, на основе предложенных методов.

Планируется реализация краткосрочного инвестиционного проекта строительства автопарковки на 500 кв.м. Планируемая инвестиция в проект — 4.5 млн.руб. Полностью освоена за счет собственных средств. Ожидаемая чистая прибыль — 200 тыс. руб в месяц. Выход на полноценную эксплуатацию — июль 2011.

Ставка налога на прибыль — 24%, доходность инвестированного капитала — 12%.

Определяем первоначальные денежные вложения с учетом налоговых отчислений по формуле:

$$IC = (1-Y) * C_0, \quad (6)$$

где IC – чистые первоначальные вложения;

C_0 – планируемая инвестиция;

Y – ставка налога.

Для рассматриваемого проекта:

$$IC = (1-0.24) * 4\,500\,000 = 3\,420\,000 \text{ руб}$$

1) Метод оценки чистого приведенного эффекта (NPV)

Общая накопленная величина дисконтированных денежных доходов и чистый приведенный эффект (NPV) соответственно рассчитываются по формулам:

$$PV = \sum_n \frac{C_k}{(1+H)^k}, \quad (7)$$

где n – количество прогнозируемых периодов, лет.;

H – ставка дисконтирования;

C_k – чистые денежные поступления в периоде k.

$$PV = \sum_n \frac{C_k}{(1+H)^k} - IC, \quad (8)$$

О степени эффективности вложения средств в данный проект говорит полученная величина NPV.

Очевидно, что если:

NPV > 0, то проект следует принять;

NPV < 0, то проект следует отвергнуть;

NPV = 0, то проект ни прибыльный, ни убыточный.

Необходимо отметить, что показатель NPV отражает прогнозную оценку изменения экономического потенциала инвестора в случае принятия рассматриваемого проекта.

Результат расчета чистого приведенного эффекта рассматриваемого проекта:

$$NPV = (1\,200\,000 * 0.893 + 24\,000\,000 * 0.797 + 24\,000\,000 * 0.712) - 3\,420\,000 = 37\,287\,600 - 3\,420\,000 = 33\,867\,600 \text{ руб.}$$

Как видно, проект имеет положительную величину NPV. Это говорит о том, что его принятие принесет прибыль.

2) Метод оценки среднего дохода на капиталовложения

$$\text{Дох кап. влож} = (C_{\text{ср}} / IC) * 100\% \quad (9)$$

$$\text{Дох кап. влож} = (2\,000\,000 / 3\,420\,000) * 100\% = 58\%$$

3) Метод определения срока окупаемости инвестиций (PP)

Если доход распределен по годам равномерно, то срок окупаемости рассчитывается делением единовременных затрат на величину годового дохода. При получении дробного числа оно округляется в сторону увеличения до ближайшего целого.

Если прибыль распределена неравномерно, то срок окупаемости рассчитывается прямым подсчетом числа лет, в течение которых инвестиция будет погашена этим доходом.

В рассматриваемом случае доход распределен равномерно, поэтому:

$$PP = 3\,420\,000 / 200\,000 = 18 \text{ месяцев}$$

Показатель срока окупаемости инвестиций очень прост в расчетах, вместе с тем он имеет ряд недостатков, которые необходимо учитывать в анализе.

Во-первых, он не учитывает влияние доходов последних периодов. Во-вторых, поскольку этот метод основан на не дисконтированных оценках, он не делает различия между проектами с одинаковой суммой кумулятивных доходов, но различным распределением их по годам.

Существует ряд ситуаций, при которых применение метода, основанного на расчете срока окупаемости затрат, может быть целесообразным. В частности, это ситуация, когда руководство предприятия в большей степени озабочено решением проблемы ликвидности, а не прибыльности проекта - главное, чтобы инвестиции окупились как можно скорее. Метод также хорош в ситуации, когда инвестиции сопряжены с высокой степенью риска, поэтому, чем короче срок окупаемости, тем менее рискованным является проект. Такая ситуация характерна для отраслей или видов деятельности, которым присуща большая вероятность достаточно быстрых технологических изменений.

4) Метод определения индекса доходности инвестиций

Этот метод, по сути, является следствием метода чистого приведенного дохода (эффекта).

Индекс рентабельности (или индекс доходности) инвестиций рассчитывается по формуле:

Очевидно, что если:

$PI > 1$, то проект следует принять;

$PI < 1$, то проект следует отвергнуть;

$PI = 1$, то проект ни прибыльный, ни убыточный.

$$PI = (1\,200\,000 * 0.893 + 24\,000\,000 * 0.797 + 24\,000\,000 * 0.712) : 3\,420\,000 = 37\,287\,600 : 3\,420\,000 = 10.9$$

В отличие от чистого приведенного эффекта индекс доходности инвестиций является относительным показателем. Он характеризует уровень доходов на единицу затрат, т.е. эффективность вложений – чем больше значение этого показателя, тем выше отдача с каждого рубля инвестированного в данный проект.

5) Метод расчета коэффициента эффективности инвестиций

Средняя величина инвестиции находится делением исходной суммы капитальных вложений на два:

$$ARR = (C_{cp} / \frac{1}{2} IC) * 100\%, \quad (10)$$

где C_{cp} – среднегодовая прибыль

C_{cp} рассчитывается путем деления суммы чистой прибыли за n лет на количество лет:

$$C_{cp} = (1\,200\,000 + 2\,400\,000 + 2\,400\,000) : 3 = 2\,000\,000 \text{ руб.}$$

$$ARR = 2\,000\,000 : (0.5 * 3\,420\,000) * 100\% = 117\%$$

Этот показатель сравнивается с коэффициентом рентабельности авансированного капитала.

Вывод: по всем рассчитанным параметрам инвестиционный проект постройки автопарковки является положительным и принесет прибыль.[5]

Таким образом, часто предприятие сталкивается с ситуацией, когда имеется ряд альтернативных (взаимоисключающих) инвестиционных проектов. Естественно, возникает необходимость в сравнении этих проектов и выборе наиболее привлекательных из них по каким-либо критериям.

В условиях рыночной экономики возможностей для инвестирования довольно много. Вместе с тем объем финансовых ресурсов, доступных для инвестирования, у любого предприятия ограничен. Поэтому особую актуальность приобретает задача оптимизации бюджета капиталовложений.

Литература:

1. Бирман Г., Шмидт С. Экономический анализ инвестиционных проектов. -М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2001
2. Виленский П.Л., Лившиц В.Н., Орлова Е.Р., Смоляк С.А. Оценка эффективности инвестиционных проектов. - М,Ж Дело, 2001
3. Кокурин Д.И. Инновационная деятельность. - М.: Экзамен, 2001
4. Лимитовский М.А. Основы оценки инвестиционных и финансовых решений. -М.: ДеКА, 2000
5. zaointeco.ru

Калинин А.А.,ст.гр. УП-113

Научный руководитель: **Левизов А.С.** доц.каф.ЭУИИ, к.э.н.
Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

КАРЬЕРНОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ

Карьера (итал. *carriera* — бег, жизненный путь, поприще, от лат. *carus* — телега, повозка) — результат осознанной позиции и поведения человека в трудовой деятельности, связанный с должностным или профессиональным ростом. В теории управления персоналом карьера - это результат осознанной позиции и поведения человека в области трудовой деятельности, связанный с должностным или профессиональным ростом.

Карьера - цепь событий, которая составляет жизнь, последовательность профессиональных занятий и других жизненных ролей, которые вместе выражают приверженность человека действовать в соответствии с его обобщенной моделью саморазвития. Карьеру - траекторию своего движения - человек строит сам, сообразуясь с особенностями внутри- и внеорганизационной реальности и главное - со своими собственными целями, желаниями и установками.

Выделяют несколько принципиальных траекторий движения человека в рамках профессии или организации, которые приведут к разным типам карьеры [2].

Профессиональная карьера - рост знаний, умений, навыков. Профессиональная карьера может идти по линии специализации (углубление в одной, выбранной в начале профессионального пути, линии движения) или

транспрофессионализации (овладение другими областями человеческого опыта, связанное, скорее, с расширением инструментария и областей деятельности).

Внутриорганизационная карьера - связана с траекторией движения человека в организации. Она может идти по линии:

- вертикальной карьеры - должностной рост;
- горизонтальной карьеры - продвижение внутри организации, например, работы в разных подразделениях одного уровня иерархии;
- центростремительной карьеры - продвижение к ядру организации, центру управления, всё более глубокое включение в процессы принятия решений.

Управление карьерой работников в определенной степени является естественным продолжением и результатом всей деятельности службы управления персоналом. Данный процесс начинается уже на этапе найма, в ходе которого претенденту должна быть представлена полная и достоверная информация о возможностях и перспективах работы в фирме. Хорошо продуманная и организованная программа подготовки и повышения квалификации работников обуславливает реализацию планов по построению карьеры: повышение в должности, перемещение и т.п.

Исходным пунктом в работе по управлению карьерой является определение текущей и перспективной потребности в руководителях и специалистах. Устранение потребности в кадрах может осуществляться за счет внешних и внутренних источников. Очевидно, что удовлетворение потребности в кадрах за счет внешних источников является пассивным элементом системы управления карьерой, так как замещение вакантных мест со стороны не требует целенаправленной работы по обеспечению профессионально-квалификационного продвижения внутри организации. Внешнее замещение вакантных ставок оказывает влияние на уровень потребности в кадрах, удовлетворяемой за счет внутренних источников.

Как показывает практика, часто работники не знают своих перспектив в данном коллективе, что говорит о плохой постановке работы с персоналом, отсутствии планирования и контроля карьеры в организации.

Планирование и контроль деловой карьеры состоят в том, что, начиная с момента принятия работника в организацию и кончая предполагаемым увольнением с работы, необходимо организовать планомерное горизонтальное и вертикальное его продвижение по системе должностей или рабочих мест. Работник должен знать не только свои перспективы на краткосрочный и долгосрочный период, но и то каких показателей он должен добиться, чтобы рассчитывать на продвижение по службе.

В литературе [1] выделяют несколько этапов карьеры, на которых человек удовлетворяет различные потребности.

Предварительный этап включает учебу в школе, среднее и высшее образование и длится до 25 лет. За этот период человек может сменить несколько различных работ в поисках вида деятельности, удовлетворяющего его потребностям и отвечающего его возможностям. Если он сразу находит

такой вид деятельности, начинается процесс самоутверждения его как личности, он заботится о безопасности существования.

Этап становления длится примерно пять лет (от 25 до 30). В этот период работник осваивает профессию, приобретает необходимые навыки, формируется его квалификация, происходит самоутверждение и появляется потребность к установлению независимости. Его продолжает беспокоить безопасность существования, заботит состояние здоровья. Появляется желание получать заработную плату, уровень которой выше прожиточного минимума.

Этап продвижения длится от 30 до 45 лет. Идет процесс роста квалификации, продвижение по службе. Происходит накопление практического опыта, навыков, растет потребность в самоутверждении, достижении более высокого статуса и еще большей независимости, начинается процесс самовыражения как личности. Усилия работника сосредоточены на увеличении размеров оплаты труда и заботе о здоровье.

Этап сохранения характеризуется действиями по закреплению достигнутых результатов и длится от 45 до 60 лет. Наступает пик совершенствования квалификации и происходит ее повышение в результате активной деятельности и специального обучения, работник заинтересован передать свои знания молодежи. Этот период характеризуется творчеством, здесь может быть подъем на новые служебные ступени. Человек достигает вершин независимости и самовыражения. Появляется заслуженное уважение к себе и окружающим, достигшим своего положения честным трудом.

Этап завершения длится от 60 до 65 лет. Человек начинает всерьез задумываться о пенсии, готовится к уходу. Идут активные поиски достойной замены и обучение кандидата на освобождающуюся должность. Период характеризуется кризисом карьеры и такие люди все меньше получают удовлетворение от работы и испытывают состояние психологического и физиологического дискомфорта, самовыражение и уважение к себе и другим подобным людям у них достигает наивысшей точки за весь период карьеры.

Пенсионный этап. Карьера завершена. Появляется возможность для самовыражения в других видах деятельности, которые были невозможны в период работы в организации или выступали в виде хобби.

Карьерный рост всегда зависит от ряда факторов. Существует 8 факторов карьерного продвижения:

- Время
- Шаблон
- Прорыв
- Счастливым случаем
- Конкурс
- Реорганизация
- Личный подход
- Подстава

В каждой стране своя философия бизнеса. Формирование российской философии бизнеса тоже происходит на основе национальных традиций и

культуры. Исходя из российского менталитета, можно выделить некоторые особенности поведения, ведущего к продвижению в современной России:

- Выполнение своих обязанностей с высоким уровнем профессионализма;
- Ответственный подход к выполнению работы (отсутствие опозданий, прогулов, задержек сроков сдачи работы и т. д.);
- Высокая социальная адаптация и умение установления благоприятных отношений с людьми: широкий круг знакомых увеличит ваши возможности;
- Умение прийти людям на помощь, даже иногда в ущерб себе: в России сильна традиция «помочь хорошему человеку», поэтому сейчас поможешь ты, а потом помогут тебе, и это может положительно сказаться на карьерном росте;
- Обучение на ошибках других людей. Таким образом, можно избежать своих и проложить путь к успеху;

Делая заключение всему вышесказанному можно сделать вывод о том, что управление карьерой выполняет важные функции в трудовой деятельности работника: стимулирует рост трудовой активности, ускоряет процессы кадровых перемещений, что позволяет работнику занять более высокое социальное положение, способствует росту удовлетворенности его своим трудом.

Литература:

- 1.<http://www.grandars.ru/college/biznes/karera.html>
- 2.http://infomanagement.ru/lekciya/ponyatie_karery_yee_soderzhanie

Карпова И.Д. ст.гр.ЭУС-110

Научный руководитель: **Андреева Н.В.**, проф.каф.ЭУИИ, д.э.н.
Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ПЛАНИРОВАНИЕ СЕМЬИ

В рождении детей заинтересованы не только семья, но и государство, и общество в целом. Только для простого воспроизводства населения в стране в каждой семье должно быть 2-3 ребенка. Кроме того, когда подавляющее число семей имеет только одного ребенка, население «стареет» (в его структуре увеличивается удельный вес пожилых и старых людей). Это значит, что сокращается возможность использования умственного потенциала молодых и квалифицированных специалистов. Естественно, от этого страдает экономика государства и личное благосостояние каждого

Ключевые слова: семья, естественный прирост, численность населения, рождаемость, смертность, бракосочетание, развод.

В рождении детей заинтересованы не только семья, но и государство, и общество в целом. Только для простого воспроизводства населения в стране в каждой семье должно быть 2-3 ребенка. Кроме того, когда подавляющее число семей имеет только одного ребенка, население «стареет» (в его структуре увеличивается удельный вес пожилых и старых людей). Это значит, что сокращается возможность использования умственного потенциала молодых и

квалифицированных специалистов. Естественно, от этого страдает экономика государства и личное благосостояние каждого.

Поэтому основной задачей государства является создание благоприятных условий для создания семьи за счет демографической политики, которая включает в себя ряд следующих положений:

- оплачиваемые отпуска; различные пособия при рождении ребёнка, часто в зависимости от их количества;

- ссуды, кредиты, налоговые и жилищные льготы — для повышения рождаемости;

- преимущества для многодетных семей — для повышения рождаемости;

- создание условий для совмещения активной профессиональной деятельности с выполнением семейных обязанностей;

- увеличение продолжительности жизни;

- улучшение качественных характеристик населения.

В XX веке Россия пережила несколько демографических кризисов.

Демографическая проблема в России обсуждается давно. Занимая первое место в мире по площади территории, Россия стремительно теряет свои позиции на демографическом поле. Если в 1991 г. по численности населения РФ была на 6 месте, то в 2012 г. – 10 место, к 2050 г. Россия займет 14 место.[1]

С середины 90-ых в стране наблюдалась убыль населения. По данным Переписи населения 2002 года численность населения России с 1989 по 2002 сократилась на 1,8 млн. Общемировая тенденция была противоположна: отношение количества рождений к смертям равнялось 2,6. Особенно велика смертность среди российских мужчин, средняя продолжительность жизни которых 61,4 года, что связывают, в частности, с высоким уровнем потребления крепких алкогольных напитков, большим количеством несчастных случаев, убийств. Средняя продолжительность жизни женщин за тот же период составила 73,9 года. В 2010 г. был остановлен процесс сокращения численности населения. По данным Росстата в 2012 году численность населения России впервые увеличилась и на первое полугодие 2013 г. составила 143,3 млн. человек.

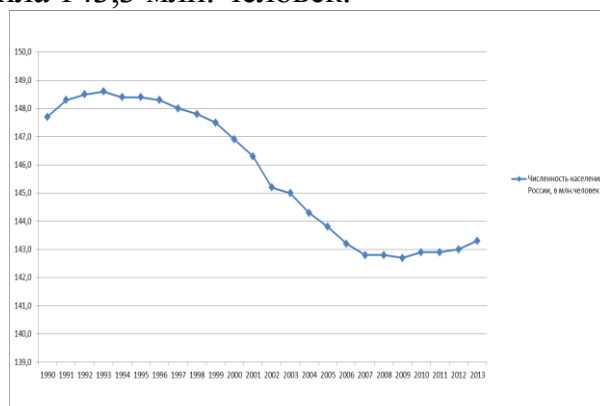


Рис. 1. Численность населения России

Естественный прирост населения (ЕП) — превышение рождаемости над смертностью, то есть разница между количеством родившихся и количеством умерших за определенный период времени; основа роста численности населения.

Естественный прирост населения служит наиболее общей характеристикой интенсивности роста населения, измеряется обычно коэффициентом естественного прироста населения на 1 000 жителей в год.

Таблица 1

Естественный прирост населения

	Естественный прирост/убыль, чел.	Естественный прирост/убыль, %	Рождаемость (число рожденных на 1000 чел.), %	Смертность (число умерших на 1000 чел.), %	Численность населения на 01.01.2013
Владимирская область	-7332	-5,16	11,59	16,75	1421742
Российская Федерация	-4251	-0,03	12,98	13,30	143347059

Таким образом, по данным таблицы на 1 января 2013 года можно наблюдать, что естественный прирост населения в России близится к нулю. В целом, это нельзя назвать хорошим результатом, но по сравнению с предыдущими годами, это действительно положительный результат. Что нельзя сказать о Владимирской области: здесь все еще присутствует значительная убыль в численности населения.

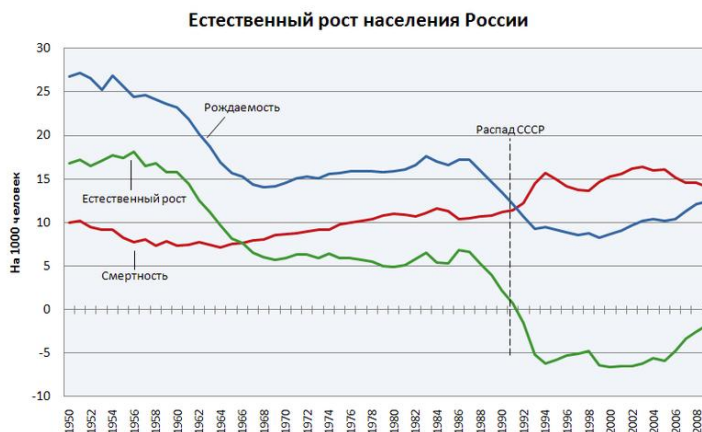


Рис. 2. Естественный прирост населения.

Для повышения естественного роста населения недостаточно одной лишь демографической политики, необходима так же благоприятная атмосфера в семье, за счет которой увеличивается количество детей и уменьшается количество разводов.

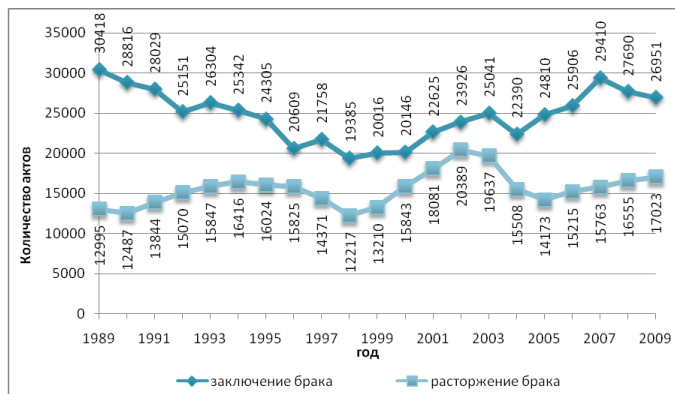


Рис. 3. Динамика заключения и расторжения браков.

За годы Советской власти в нашей стране произошли коренные сдвиги в уровне смертности, средняя продолжительность жизни возросла более чем в 2

раза. Возросший средний уровень продолжительности жизни оказал влияние на многие демографические процессы. Особый интерес представляет воздействие динамики продолжительности жизни на брачность, поскольку именно в семье, основой которой является брак, идет формирование нового поколения.

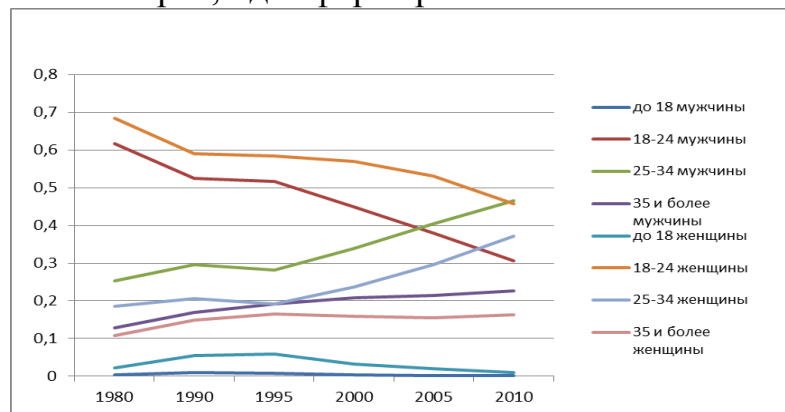


Рис. 4. Динамика регистрирования браков в возрастном диапазоне

По рисунку видно, что в настоящее время в стране увеличивается поздняя брачность: снижение числа вступивших в брак в возрасте 18-24 года и рост в диапазоне 25-34 года .

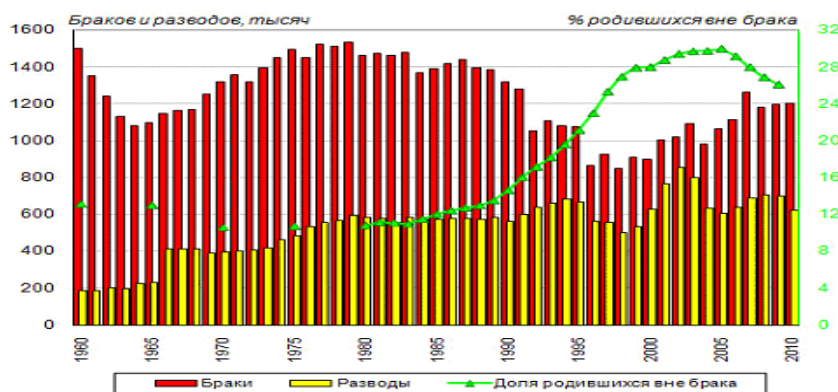


Рис. 5 Число браков и разводов, зарегистрированных в России (тысяч) и доля родившихся вне брака (%)

Прошли те времена, когда процедура расторжения брака являлась достаточно хлопотной, длительной, дорогостоящей и, к тому же, вызывала общественное порицание.

Сегодня институт брака подчиняется юрисдикции государства, а не церкви, поэтому Семейный кодекс РФ четко регулирует не только права и обязанности супругов, но и такую процедуру, как развод.[3]

Так, согласно данным статистики, нынче в России расторгается каждый второй зарегистрированный брак. Причем, наибольшее количество разводов (28%) наблюдается у тех пар, которые прожили вместе от 5 до 9 лет. Кроме этого, гораздо чаще принимают решение о разводе супруги, создавшие семью после 30 лет, а инициаторами расторжения брака в 80% случаев являются женщины.



Рис. 6 Причины расторжения браков

Одна из причин, по которой супруги сегодня подают на развод, связана с нестабильной экономической ситуацией и неудовлетворенностью своим материальным положением. Вместе с тем, сами россияне, решившие разорвать брачные узы, приводят ряд других причин, которые, по их мнению, привели к распаду семьи.

Так, согласно социологическим исследованиям, более 40% браков в России сегодня расторгается из-за того, что пары принимают решение заключить союз необдуманно, по расчету либо под влиянием родителей. Второе место среди причин, которые приводят к разводу, занимает супружеская измена – из-за нее сегодня в России распадается 19% семей.

Кроме этого, 15% российских пар заявили, что решили развестись из-за того, что вторая «половина» не удовлетворяет их в совместной жизни, а 12% пришли к выводу, что у них нет общих интересов, а взгляды на жизнь не совпадают. Помимо этого, 7% браков в России распадаются по той причине, что один из супругов не готов к семейной жизни, и столько же – из-за пьянства.

Отсюда возникает следующая проблема. Развод, как считают психологи, – это стрессовая ситуация, угрожающая душевному равновесию одного или обоих партнеров, и особенно детей.

Как утверждают медики, каждый пятый больной неврозом ребенок пережил в детстве разлуку с отцом.

Последствия развода родителей могут отрицательно сказаться на всей последующей жизни ребенка. «Битва» родителей в доразводный и послеразводный период приводит к тому, что

- у 37,7% детей снижается успеваемость,
- у 19,6% страдает дисциплина дома,
- 17,4% требуют особого внимания,
- 8,7% убегают из дома,
- у 6,5% возникают конфликты с друзьями.

Вместе с тем некоторые психологи считают, что иногда развод может расцениваться как благо, если он изменяет к лучшему условия формирования личности ребенка, кладет конец отрицательному воздействию на его психику супружеских конфликтов. Но в большинстве случаев расставание родителей оказывает на ребенка травмирующее влияние. Причем большую

психологическую травму наносит не сам развод, а предшествующая ему обстановка в семье.

Согласно исследовательским данным наиболее, уязвим при распаде семьи единственный ребенок. Те, у кого есть братья и сестры, намного легче переживают развод: дети в таких ситуациях вымещают агрессию или тревогу друг на друга, что значительно снижает эмоциональное напряжение и уменьшает вероятность нервных срывов.

Развод для взрослых — это болезненное, малоприятное, порой драматическое переживание, на которое они идут по собственной воле и из лучших побуждений.

Для ребенка расставание родителей — это трагедия, связанная с разрушением привычной среды обитания. [2]

Литература:

1. Людмила Горелова Планирование семьи. Феникс, 2010,256с.
2. Павел Гумеров Брак, М.:Юнекод, 2013,385с
3. stat.gks.ru

Кожокин М.Ю. ст. УПК-213

Научный руководитель: **Левизов А.С.**, доц.каф.ЭУИИ, к.э.н.,
Владимирский государственный университет имени Александра
Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

АНАЛИЗ МЕТОДОВ ОТБОРА ПЕРСОНАЛА

Работа любой организации неизбежно связана с необходимостью комплектования штата. При этом одной из центральных задач является отбор кадров. Отбор новых работников не только призван обеспечить режим нормального функционирования, но и закладывает фундамент будущего успеха организации.

Для того, чтобы построить эффективную систему поиска и отбора персонала, прежде всего, важно понять ее место в общей системе управления человеческими ресурсами организации. Отбор кадров не является изолированной функцией, представляющей самостоятельную ценность; он должен быть увязан со всеми другими функциями управления персоналом, чтобы не превратиться в функцию, которая осуществляется ради себя самой в ущерб другим формам работы с персоналом.

Эффективный отбор начинается с точной характеристики работы, т.е. с анализа работы конкретной должности. Далее составляется должностная инструкция, на основании которой формулируются требования к кандидатам. Одним из важных этапов является рекламирование работы, т.е. привлечение кандидата. Собеседование все еще сохраняет свою популярность как один из самых важных элементов процесса отбора персонала. В ходе собеседования можно познакомиться с кандидатом поближе, т.е. узнать его личные качества, манеры поведения. На основании собранных сведений уже происходит

принятие решения о выборе потенциального работника, но даже полное наличие элементов отбора не дают точной информации о нанимаемом человеке.

В виду своей актуальности проблематика темы отбора персонала все чаще появляется в заголовках различных периодических и учебных изданий, а так же в ресурсах сети Интернет, несмотря на то, что эта тема исследована достаточно глубоко, появляются новые разработки и дополнения к методике отбора персонала.

Любая организация практически всегда испытывает потребность в персонале. Необходимость привлечения персонала предполагает: выработку стратегии привлечения, которая бы обеспечила согласованность соответствующих мероприятий с общеорганизационной стратегией; выбор варианта привлечения; определение перечня требований к кандидатам; установление уровня оплаты труда, способов мотивации и перспектив служебного роста; осуществление практических действий по привлечению персонала.

Набор персонала - массовое привлечение персонала в какую-либо организацию, с целью создания необходимого резерва кандидатов на замещение вакантных мест.

Шаги, которые следует предпринять для привлечения потенциальных кандидатов:

1-й шаг - Проанализировать уровень заработной платы на рынке труда

2-й шаг - Принять решение о том, какой уровень оплаты может предложить ваша организация

3-й шаг - Принять решение о том, какие дополнительные льготы ваша организация может предложить для привлечения высококвалифицированных специалистов.

4-й шаг - Выбор наиболее подходящего канала распространения рекламного объявления в средствах массовой информации, специальные стенды и др.

5-й шаг - Составление текста рекламного объявления. В тексте рекламного объявления должно быть указано:

- наименование вакантной должности,
- требования к потенциальным кандидатам (критерии отбора),
- информация, призванная заинтересовать, привлечь потенциальных кандидатов (уровень зарплаты, льготы, условия труда, сведения об организации и др.)

Методы набора персонала могут быть активными и пассивными.

Активные методы – к ним обычно прибегают в случае, когда на рынке труда спрос на рабочую силу, особенно квалифицированную, превышает ее предложение. Прежде всего – это вербовка персонала, т.е., иначе говоря, налаживание организацией контактов с теми, кто представляет для нее интерес в качестве потенциальных сотрудников. Ее обычно проводят непосредственно в учебных заведениях, и это является преимуществом, так как кандидаты «неиспорченные» и их не нужно «ломать». Вербуют сотрудников у

конкурентов, через государственные центры занятости и через частные посреднические фирмы. Сравнительно дешевле обходится привлечение сотрудников с помощью личных связей работающего персонала. Путем проведения презентаций и участия в ярмарках вакансий, праздниках, фестивалях и формируя свой имидж, организация может также осуществить набор (вербовку) кадров.

Презентации позволяют привлечь случайных прохожих или живущих неподалеку лиц, и кто ищет дополнительные заработки.

Ярмарка вакансий в основном предназначена для людей, желающих поменять работу.

Праздники и фестивали привлекают квалифицированных специалистов, интересующихся именно данной организацией.

Вышеперечисленные методы привлечения кадров в основном применимы к работникам массовых специальностей, имеющих средний и низкий уровень квалификации. Для привлечения высококвалифицированных специалистов, с узкой специальностью следует использовать иные способы привлечения.

К **пассивным методам** набора персонала прибегают, когда предложение рабочей силы на рынке труда превышает спрос. Одной из разновидностей пассивных методов привлечения персонала является размещение объявлений о вакантных должностях, о уровне, требованиях к кандидатам, условиях оплаты труда и сведений во внешних и внутренних средствах массовой информации.

Телевидение позволяет обеспечить более широкую аудиторию, однако стоимость рекламы чрезвычайно высока, адресность незначительна.

Реклама по радио обходится многократно дешевле и аудитория также широка, но слушают его, как правило, только во время работы. За счет применения данного способа размещения рекламы в основном можно привлечь лиц, желающих поменять работу.

Объявления должны формировать имидж организации. Они не должны содержать дискриминационных моментов, но должны быть броскими, интересными, краткими, хорошо написанными, законными, правдиво отражающими требования, предъявляемые к претендентам, условия работы и оплаты труда.

В объявлениях следует отражать следующие сведения: особенности организации; характеристику должности; требования к соискателю; систему оплаты; льготы и стимулы; особенности процесса отбора (необходимые документы, сроки их подачи); адрес и контактные телефоны.

Отбор персонала – это процесс изучения психологических и профессиональных качеств работника с целью установления его пригодности для выполнения обязанностей на определенном рабочем месте или должности и выбора из совокупности претендентов наиболее подходящего с учетом соответствия его квалификации, специальности, личных качеств и способностей характеру деятельности, интересам организации и его самого

Отбор персонала необходимо отличать от подбора персонала. В процессе отбора происходит поиск людей на определенные должности с учетом установленных требований социального института, видов деятельности. При

подборе – осуществляется поиск, идентификация требований различных должностей, видов деятельности под известные возможности человека, накопленный им профессиональный опыт, стаж и способности

Отбор кадров не является изолированной функцией, представляющей самостоятельную ценность; он должен быть увязан со всеми другими функциями управления персоналом, чтобы не превратиться в функцию, которая осуществляется ради себя самой в ущерб другим формам работы с персоналом.

Основной принцип подбора и расстановки кадров: "Нужный человек, в нужное время, на нужном месте". Отбор работников, отвечающих по своим профессиональным, деловым и личностным качествам требованиям организации, требует комплексного подхода. Для эффективного включения системы отбора кадров в процесс управления организацией, должен быть выполнен ряд условий:

- поиск и отбор кадров не должны рассматриваться как просто нахождение подходящего человека для выполнения конкретной работы; поиск и отбор должны быть увязаны с философией и практикой управления и с содержанием программ, реализуемых в сфере управления персоналом;

- необходимо принимать во внимание не только уровень профессиональной компетентности кандидатов, но и – что не менее важно – то, как новые работники будут вписываться в культурную и социальную структуру организации. Организация больше потеряет, чем приобретет, если наймет на работу технически грамотного человека, но не способного устанавливать хорошие взаимоотношения с товарищами по работе, с клиентами или поставщиками, или подрывающего установленные нормы и порядки;

- необходимость учета всех требований трудового законодательства и обеспечения справедливого подхода ко всем кандидатам и претендентам на должность;

- ориентация на сильные, а не на слабые стороны человека и поиск не идеальных кандидатов, которых в природе не существует, а наиболее подходящих для данной должности. Отбор прекращается, если несколько человек не удовлетворяют предъявленным требованиям, так как, скорее всего эти требования завышены и их необходимо пересмотреть;

- отказ в приеме новых работников независимо от квалификации и личных качеств, если потребности в них нет;

- обеспечение соответствия индивидуальных качеств претендента требованиям, предъявляемым содержанием работы (образование, стаж, опыт, а в ряде случаев пол, возраст, здоровье, психологическое состояние);

- ориентация на наиболее квалифицированные кадры, но не более высокой квалификации, чем это требует рабочее место.

По степени пригодности кандидатов можно разделить на три группы: непригодные, условно пригодные и относительно пригодные к дальнейшей деятельности (относительно – потому, что все необходимые качества нельзя точно определить).

Степень разновидности ключевых качеств можно оценить следующим образом: абсолютно негативная, улучшаемая и позитивная. При негативной оценке хотя бы по одному из качеств кандидата на работу лучше не принимать.

Для успешного отбора первостепенное значение имеет определение критериев, на основании которых будет приниматься решение о преимуществах соискателей. На основании каких критериев оценивать кандидатов? Какой человек нужен компании: высококлассный специалист или хороший руководитель? Или то и другое вместе? Или это должен быть просто исполнительный и добросовестный человек без очень высоких требований к его профессиональной квалификации?

При установлении критериев отбора должны быть соблюдены следующие требования:

- валидность,
- полнота,
- надежность,
- необходимость и достаточность критериев.

Не следует перегружать процесс поиска кандидатов, излишне сокращая число возможных кандидатов, необоснованно увеличивая число критериев, используемых в процессе отбора.

Требование полноты критериев, используемых при отборе, означает, что они должны учитывать все ключевые характеристики, важные для успешной работы в данной должности. Неполнота критериев отбора может привести к тому, что будут отобраны кандидаты, не удовлетворяющие организацию по некоторым важным рабочим показателям.

Отбор на основании установленных критериев должен обеспечивать точность и устойчивость результатов. Результаты, полученные в ходе отбора, не должны быть случайными.

Валидность критериев отбора означает, что критерии отбора должны соответствовать содержанию работы и требованиям к должности, на которую производится отбор. Низкая валидность критериев отбора может явиться источником ошибок.

Обычно требования к кандидату со стороны организации связаны со следующими характеристиками (критериями):

- пол и возраст кандидата. Например, на должность секретаря чаще всего приглашают женщин в возрасте 22-30 лет, а на высшие руководящие должности (финансовый, коммерческий директор, руководитель проекта и т.п. - мужчин в возрасте от 28 до 42 лет);
- другие демографические характеристики (место проживания, семейное положение, наличие детей);
- образование;
- специальные навыки (владение иностранным языком, знание определенных компьютерных программ и др.);
- опыт (стаж работы в определенной должности, в определенной сфере бизнеса);

- медицинские противопоказания (общее состояние здоровья, отсутствие отклонений в психике);
- психологические характеристики (конфликтность, уровень интеллекта, лидерские качества и многое другое);
- деловые и моральные качества (ответственность, инициативность, настойчивость, честность и др.).

В настоящее время все громче раздаются голоса против всякого рода дискриминации при отборе кадров, а особенно против дискриминации по возрасту. Сегодня десятки тысяч женщин и мужчин в возрасте от 40 до 55 лет, оказавшиеся по разным причинам без работы, не могут найти себе нового места только потому, что их "подводит" возраст. Хотя при этом не совсем понятно, почему коммерческий директор или бухгалтер в возрасте до 42 лет должен работать во всех отношениях лучше, чем его 45-летний коллега?

Существует несколько основных методов определения критериев отбора:

- Проведение обследования всех поступающих на работу по данной специальности (без предварительного отбора) с использованием батареи медико-психологических методов. Через несколько месяцев на основании сравнительного анализа рабочих показателей новых работников устанавливаются показатели, по которым различаются успешные и неуспешные сотрудники. Эти показатели берутся за основу при установлении критериев, способных прогнозировать профессиональную успешность. Впоследствии эти критерии используют в ходе отбора на соответствующие должности.

- Выделение среди работников организации, работающих по данной специальности, группы успешных и группы неуспешных (например, выполняющих установленную норму выработки и не справляющихся с ней). Медико-психологическое обследование позволяет установить показатели, по которым существуют достоверные различия между сравниваемыми группами. Эти показатели и выступают впоследствии в качестве критериев отбора.

- Важнейшие показатели, необходимые для успешной работы в данной должности, выделяются на основе анализа должностных инструкций и требований к должности.

- Экспертная оценка, когда критерии предлагаются на основании опыта или интуиции специалиста (группы специалистов), хорошо знакомых, как с методами отбора, так и с требованиями к должности, к работе. Этот метод используется на сегодня чаще всего. При этом критерии отбора устанавливаются самим руководителем (высшим руководством)

Отбор персонала – это двусторонний процесс. Не только работодатель выбирает работника, но и работник выбирает работодателя. Процесс найма сотрудников есть процесс согласования интересов работодателя и работника.

В прошлом отбор персонала на Западе (а на некоторых предприятиях России и сегодня) считался достаточно простым делом. Начальник лично беседовал с желающими и принимал решение, руководствуясь своей интуицией или рекомендацией вышестоящего начальства. Однако, начиная с 60-х годов XX века создавались различные формы и методы этой процедуры, повышалась её эффективность и она освобождалась от субъективных оценок. Эти методы

можно сравнить со ступенчатой системой. На каждой из этих ступень часть претендентов отсеивается, другие отказываются сами. Конечно, многие организации реализуют эту процедуру в различном объёме, исключая или, добавляя какие-либо методы, поскольку это очень дорогостоящее дело, требующее много времени.

Технология отбора персонала состоит из следующих этапов:

- Предварительное интервью
- Заполнение бланка заявления и анкеты
- Тестирование
- Диагностическое интервью (собеседование)
- Проверка рекомендаций и послужного списка
- Медицинское обследование
- Принятие окончательного решения

Важный шаг в процессе обеспечения фирмы или организационной системы соответствующими её профилю человеческими ресурсами является отбор кандидатов, который представляет собой выбор из всей подобранной группы индивидуальных работников для последующего найма. Сам процесс отбора, как правило, состоит из целой серии ступеней выбора (различных методов), где каждая последующая ступень отсеивает из общей группы до тех пор, пока не останется нужное количество претендентов. На этих стадиях работники проходят специальные тесты и собеседования, призванные выявить, отвечают ли они тем или иным требованиям, предъявляемым нанимающей организацией, подходят ли они для выполнения той работы, для которой их нанимаю. Политика найма различна в разных фирмах и зависит, как правило, от принятой здесь системы ценностей. При приёме на работу совершенно нового работника весьма важную роль играет беседа с претендентом надолжность. Тестирование в качестве метода отбора персонала также становится всё более популярны. Этот интерес вполне понятен, если принять во внимание, что постоянно возрастает значение правильного отбора и всё дороже становятся ошибки.

Отбор кадров осуществляется по принципу, какой из кандидатов наилучшим образом выполнит определённую работу. Для достижения этой цели в процессе отбора кадров должны быть предусмотрены соответствующие методы оценки определённых специфических аспектов, характеризующих кандидата.

В большинстве случаев выбирают человека, имеющего наилучшую квалификацию для выполнения фактической работы на занимаемой должности, а не кандидата, который представляется наиболее подходящим для продвижения по службе. Объективное решение о выборе, в зависимости от обстоятельств, может основываться на образовании кандидата, уровне его профессиональных навыков, опыте предшествующей работы, личных качествах.

Несоблюдение принципов проведения отбора, установленных комиссией по соблюдению равенства возможностей при трудоустройстве, может привести к возбуждению судебного иска со стороны работника, который может обвинить организацию в дискриминационной политике при отборе персонала.

Литература:

1. <http://www.hrm.ru/>
2. <http://www.kdelo.ru/>
3. <http://hrliga.com/>
4. <http://www.hr-journal.ru/>
5. <http://www.top-personal.ru/>

Козлова Т. А., ст. гр. УП-113

Научный руководитель: **Снегирева Т.К.**, доц.каф. ЭУИИ, к.э.н.
Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ПРОБЛЕМЫ ТРУДОУСТРОЙСТВА МОЛОДОГО НАСЕЛЕНИЯ

В статье посвящена проблемам трудоустройства молодежи: выявлены основные причины и демотивирующие факторы, которые мешают молодым кадрам занять свою нишу на рынке труда.

Ключевые слова: молодое население, трудоустройство, безработица, молодые кадры.

В любой организации периодически возникает потребность в персонале, поэтому перед работодателем стоит задача привлечения новых кадров, также необходимо определить кого взять на работу: перспективного выпускника или опытного "средняка".

Актуальность данной темы состоит в том, что в настоящее время выпускникам ВУЗов достаточно сложно устроиться на работу с достойной заработной платой, чаще всего работодатели предпочитают опытных работников. Оправдан ли этот выбор?

Сравним молодые перспективные кадры и опытных специалистов.

Сравнительные характеристики	Молодые кадры	Опытный специалист
1. Наличие профессионального опыта	Чаще всего отсутствуют	Есть профессиональный опыт
2. Способность к обучению	Быстро обучается и воспринимает новую информацию	Плохо поддается обучению, так как имеет свои сформировавшиеся взгляды
3. Заработная плата	Как правило, не претендуют на невысокие финансовые условия.	Часто имеют завышенные требования
4. Коммерческая результативность	Работодатель расходует человеческие, временные и прочие ресурсы для реализации молодых сотрудников в настоящее время, а результат он получит, когда из них вырастут опытные, результативные специалисты.	С приходом опытных сотрудников компания с большей вероятностью и в более краткие сроки получит ожидаемый коммерческий результат.
5. Ошибки в работе	Часто совершают ошибки	В меньшей степени подвержен риску совершить ошибку.
6. Смена места работы	Частая смена места работы	Менее склонен к смене работы
7. Страсть к общему делу	Легко "зажечь" идеей, к которой они будут идти и полностью отдавать себя компании.	Гораздо сложнее "зажечь" своей идеей. У многих есть семьи, и далеко не все готовы работать, вкладываясь по полной.

Таким образом, и у молодых кадров, и у опытных специалистов есть как плюсы, так и минусы. На самом деле, на каждый минус зрелых кадров найдется такой плюс, которого нет у молодых, и, аналогично, на каждый минус молодых кадров найдется такой их плюс, которого нет у зрелых.

По данным электронного журнала об образовании SuperJob политика компаний по отношению к молодым кадрам заметно изменилась: "Проанализировав основные запросы и тренды российского рынка труда последнего времени, эксперты рекрутинговой компании Superjob констатировали новую тенденцию. Уже 2012-й год стал годом смягчения рекрутинговой политики компаний по отношению к молодым специалистам и выпускникам, что проявилось в более охотном привлечении соискателей на стажировки.

Так, по данным на ноябрь 2012 года, около половины компаний (55%) предложили начинающим профессиональную деятельность испытать свои силы в качестве стажера – комментируют специалисты Superjob итоги проводимых опросов.

Проявилась еще одна тенденция: работодатели стали намного чаще подыскивать стажеров среди студентов и выпускников вузов и колледжей, напрямую обращаясь в учебные заведения. В дальнейшем «число вакансий для выпускников и специалистов без опыта работы вырастет на 40-50 процентов, количество компаний, готовых принимать выпускников на стажировки, также увеличится», – делают вывод рекрутеры." [1]

Рассмотрим численность экономически активного населения (рис. 1) и среднегодовую численность занятых в экономике (рис. 2) во Владимирской области.



Рисунок 1

Как видно на рисунке 1, численность экономически активного населения снижается, и лишь в 2012 году наблюдается подъем. Таким образом, к 2012 году трудоспособное население составляет 776 тысяч человек.



Рисунок 2

Среднегодовая численность занятых в экономике также снижается и к 2012 году составляет 698,6 тысяч человек.

Из этого можно сделать вывод, что численность трудоспособного населения больше численности работающего, значит часть населения не занята трудовой деятельностью. В 2012 году эта разница составляет 77,4 тысячи человек.

На рисунке 3 показано какую часть работающего населения составляет молодое население до 30 лет в 2012 году.

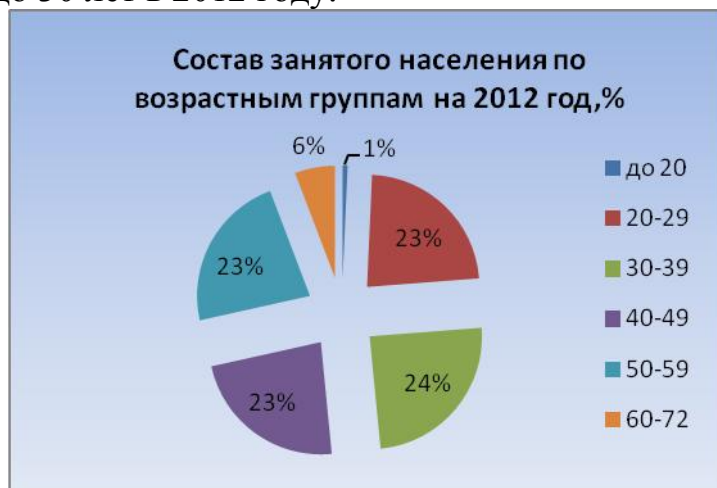


Рисунок 3

На основе диаграммы можно сказать, что молодое население занятое в экономике составляет 24%. От числа занятых в экономике это составляет $\approx 167,7$ тысяч человек. То есть работающее молодое население составляет меньше четверти занятых в экономике. Нехватка сотрудников наблюдается во многих областях, а с учетом демографических тенденций дефицит рабочей силы будет лишь увеличиваться. По оценке организаций, вместо уходящих на пенсию работников приходит меньшее число молодых людей, в то же время уровень безработицы среди молодежи очень высок. Можно выявить основные причины молодежной безработицы:

1. отсутствие рабочих мест;
2. отсутствие полезных связей;
3. отсутствие опыта;
4. отсутствие необходимой квалификации;
5. отсутствие государственной поддержки;
6. низкая заработная плата;
7. незаинтересованность работодателей;
8. конкуренция на рынке труда.[3]

Но порой молодые люди и сами не стремятся работать, получать опыт и занимать свою нишу на рынке труда. Причинами такого поведения могут выступать разные факторы:

- маленькая заработная плата,
- учеба,
- наличие другого дохода (например: стипендия),
- отсутствие желания работать,
- содержат родители,
- не нравятся предлагаемые вакансии.

Существуют вакансии, которые абсолютно не интересуют молодых людей. Например, очень трудно завлечь молодых людей на работу продавцом в магазин, охранником или уборщиком. Транспортные компании также жалуются на то, что молодежь не хочет работать водителями грузовиков. Почему-то молодые люди думают, что на таких должностях предлагают очень низкую заработную плату, хотя это не соответствует действительности - оклады там сопоставимы с окладами белых воротничков.

Для решения трудоустройства молодого населения необходимо помощь государства и органов местного самоуправления в каждом регионе. Если решать проблему на уровне отдельного региона, то общая картина снижения безработицы страны будет оптимистичной. Эффективным путем решение данной проблемы будет взаимодействие и сотрудничество всех структур: государственных органов власти, службы занятости населения, сферы образования и комитетов по делам молодежи.[2]

Государству необходимо заботиться о создании социальной стабильности и защищенности разных слоев населения; корректировать политику служб трудоустройства населения, выделять больше финансовой помощи для реализации программ по содействию трудоустройства граждан.

В свою очередь органы местной администрации региона, города, должны следить за работой биржи труда, деятельностью центра занятости, формировать заказ для вузов на профессии, которые соответствуют нынешним условиям рынка труда.

Решению проблемы трудоустройства на уровне организации поспособствует смена приема молодых работников, смягчение критериев приема на работу, трудоустройство без опыта работы, создание гибкого графика работы для студентов дневной формы обучения и другие меры.

На уровне школьного образования для успешной адаптации к трудовой деятельности, нужно содействовать молодежи в выборе профессии, повышать уровень личных способностей, проводить анализ результатов рынка труда, рассматривать стратегию развития потребностей в кадрах в будущем.

Для выпускников профессиональных учебных заведений необходимо разрабатывать программы по обучению эффективного поведения на рынке труда. Такие программы должны способствовать повышению конкурентоспособности студентов, эффективно адаптироваться к современным условиям рынка труда.

Центры по содействию трудоустройства молодежи, успешно используют программы по профессиональной переподготовке граждан, что способствует к быстрой смене профессиональной ориентации.

Выше приведенные решения данной проблемы помогут снизить процент безработицы среди молодого населения.

Наличие конкурентоспособной молодежи - это гарант эффективного функционирования гражданского общества, стабильного развития среднего класса, то есть это залог процветания нации и базовых институтов демократии страны.

Литература:

1. <http://www.akvobr.ru> - Электронный журнал об образовании "Аккредитация в образовании";
2. <http://human.snauka.ru>
3. <http://sibac.info>

Кудрякова О.С., ст.гр.УП-213

Научный руководитель: **Левизов А.С.**, доц.каф.ЭУИИ, к.э.н.
Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ЗАПАДНОЕВРОПЕЙСКАЯ МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

В результате исследований по совершенствованию управления западными учеными в последние годы разработаны подходы, методы и приемы современного менеджмента, позволяющие учесть и компенсировать отрицательные последствия традиционного технократического управления. Обращение к человеку в рамках развития современного менеджмента заставило уделить особое внимание подбору управляющих, главной задачей которых становится умение не столько единолично находить правильные решения и брать на себя все вопросы, сколько создавать атмосферу творческого поиска в руководимом коллективе. В этом кроется большой смысл, так как сами подчиненные вовлекаются в процесс разработки, а главное — реализации решения, воспринимаемого уже ими или как собственное, или как лучшее из всех.

Нынешний этап перестройки корпоративного управления революционен в том смысле, что изменениям подвергаются, прежде всего, психология управляющего, стиль его хозяйственного поведения, происходит переоценка менеджерами своего места и роли в системе управления. Речь идет о способности управляющих вести дело так, чтобы их подчиненные постоянно чувствовали к себе уважение, были причастны к решению возникающих проблем, не испытывали помех в созидательном труде, полностью неся ответственность за результаты деятельности и чувствуя при этом свою значимость.

Понимание того, что квалификация работников и их желание хорошо работать становятся главной производительной силой и движущим началом производства, повлекло за собой переориентацию стратегии управления крупнейших фирм на мотивацию труда, получение больших знаний, умения, трудовых навыков, инициативы, предприимчивости персонала.

Многие фирмы, особенно крупные, стали уделять серьезнейшее внимание повышению квалификации кадров, специальной подготовке менеджеров, для которых составляются специальные программы, в том числе по выдвижению и подготовке резерва, ротации кадров и др.

Особую роль в использовании трудового потенциала работников в корпорациях стали играть полномочные кадровые службы. По своим функциям, уровню профессиональной компетентности работников,

техническому оснащению, методам работы они давно переросли те офисы по хранению кадровой документации, с которых начиналась их деятельность.

Поиск квалифицированных специалистов для кадровых служб идет с помощью прессы, публикующей объявления о наличии вакантных мест в той или иной фирме. От кандидатов на должность руководителя кадровой службы требуются специальная подготовка в области вычислительной техники, знание иностранного языка и т.п. Например, в ФРГ две трети кандидатов на эту должность удовлетворяют этим требованиям, имея, в том числе и юридическую подготовку. Кроме того, руководитель службы должен обладать такими качествами, как контактность, способность добиваться намеченного, компетентность, творческое начало, организаторские способности, аналитическое мышление. Наиболее предпочтительный возраст такого руководителя — от 31 до 40 лет.

Профессиональными задачами руководителя кадровой службы считаются: развитие персонала, планирование штатного расписания, подбор кадров и их адаптация, организация оплаты труда, расстановка и обучение кадров, консультирование руководителей подразделений по кадровым вопросам. Высокие требования предъявляются и к референтам служб персонала. Они занимаются мероприятиями по подбору, расстановке и обучению кадров. Для этого они должны иметь разностороннюю подготовку, в том числе и по коммерческим вопросам.

В последнее время методы и формы работы кадровых служб на предприятиях развитых капиталистических стран претерпевают существенные преобразования, связанные, прежде всего, с широким внедрением электронно-вычислительной техники. Изменились роль и место этих служб в управлении производством: узко-распорядительские функции сменились управленческими, методы руководства стали более гибкими, углубился анализ внутрифирменных связей.

Во многих капиталистических странах Европы происходит процесс переоценки места и значения кадровой службы на современном промышленном предприятии. Это обнаруживается тогда, когда накапливаются экономические трудности и возникает необходимость вести сложные переговоры с профсоюзами по вопросам заключения тарифных соглашений, договариваться с местными властями и заниматься массовыми увольнениями. Руководители многих фирм пересматривают свои взгляды на положение службы кадров в рамках фирмы. Работники этих служб должны иметь право участвовать в реализации политики использования трудовых ресурсов на предприятии, в анализе человеческих проблем, предвидеть будущие потребности в новых рабочих местах и ликвидации части старых рабочих мест, изучать новые тенденции, происходящие в обществе в результате экономических, политических и социальных процессов.

Несомненно, что на практике сложно подобрать в кадровые службы специалистов с учетом требуемых качественно новых характеристик. Это объясняется тем, что образовательный уровень руководителей кадровых служб самый разный, не выработались еще общие подходы к подготовке, как

руководителей, так и специалистов кадровых служб фирм и предприятий, министерств и ведомств. Но уже сегодня просматривается тенденция: руководитель кадровой службы должен быть управленцем, многосторонним специалистом, который умеет вести дело в интересах всего предприятия. Он должен владеть навыками управления и использования современных информационных технологий, иметь хорошие знания и практические навыки в области трудовых отношений. В настоящее время работники кадровых служб формируются в процессе практической работы. Лишь в некоторых университетах читается курс кадровой работы. В целом же персонал кадровой службы состоит из специалистов гуманитарного профиля — экономистов, юристов, социологов, психологов и т.д. Знакомство с деятельностью кадровых служб отдельных фирм позволяет проследить изменение роли и функций таких служб под воздействием развития производства, использования технологических новшеств, конкуренции и др.

Особое значение в выполнении кадровых функций в настоящее время приобретают "человеческие отношения". Для решения соответствующих вопросов на ряде предприятий в составе кадровой службы создается отдельное структурное подразделение.

Исходя из сложившихся условий и развития новых функций, кадровая служба рассматривается в качестве серьезной профессиональной службы, так как для реализации этих функций нужны соответствующие специальные знания, навыки и умения. Учитывая многообразие функций кадровой службы, на крупных предприятиях происходит специализация подразделений внутри этой службы.

Развитие кадровой службы происходит одновременно с развитием самого предприятия, социального законодательства, изменением отношений с профсоюзными организациями и т.д. На крупных фирмах наблюдается централизация кадровых служб. Общим для всех является освобождение руководителей предприятий от повседневных тактических кадровых забот и волнений. Возрастает значение индивидуальных подходов в работе с людьми вместо традиционных коллективных методов решения кадровых проблем.

В крупных фирмах ФРГ кадровая политика проводится специальными службами, численность которых зависит от числа занятых: на 130—150 работников — один сотрудник. В подавляющем большинстве фирм кадровые службы занимаются не только кадровыми вопросами: им вменены в обязанности и некоторые экономические функции, например, расчет заработной платы. В последнее время наметилась тенденция к росту численности аппарата кадровых служб на предприятиях.

Немецкое общество по управлению кадрами ежегодно проводит традиционный опрос представителей различных фирм по вопросам, связанным с деятельностью кадровых служб на предприятиях. В ходе одного из таких анкетных опросов представители лишь двух предприятий (число занятых 107 и 318 человек) признали ее отличной, удовлетворительной сочли работники большинства фирм (численность до 2 тыс. человек), пять представителей наиболее крупных предприятий отозвались критически. Предлагалось даже

определить значимость каждого из направлений кадровой политики. Ведущее место заняли совершенствование оплаты труда, подготовка и повышение квалификации кадров, значительно меньше значения придавалось методам оценки кадров, развитию системы информирования персонала, проблемам его продвижения по службе [1].

Совершенствование профессиональной подготовки кадров рассматривается во многих фирмах ФРГ как непрерывный процесс: происходящие повсеместно изменения в области экономики и в других областях постоянно побуждают работников стремиться соответствовать новым требованиям. Администрация фирмы "Адреас Штиль", например, разработала систему развития персонала. Под ней понимается комплекс мер, включающий профессиональное обучение выпускников школ, переподготовку и повышение квалификации кадров, а также содействие их продвижению по службе. Все это производится под девизом "обучение в процессе труда". Занятия организуются непосредственно на производстве, и работников используют и строгом соответствии с их квалификацией. Производственное обучение выпускников школ идет по 13 профилям технических и коммерческих специальностей.

По мнению зарубежных специалистов, знаний, полученных в вузе, достаточно на первые 3—5 лет работы, после чего требуется переподготовка. Квалификация рабочих, по данным экономистов, морально устаревает через каждые 10 лет (причем система образования, как показывают оценки, отстает от уровня развития техники и технологии производства на 5—10 лет). Необходимость постоянной переподготовки потребовала создания системы специальных подразделений фирм практически во всех развитых капиталистических странах. Это учебные центры и курсы, отделы кадровой политики, подразделения по разработке нового учебного оборудования, отделы по анализу экономической эффективности обучения и т.п. Систему профессии начальной подготовки рабочих имеют 80% предприятий Японии. Затраты американских компаний на переподготовку и повышение квалификации персонала составляют до 5% прибыли без учета государственных дотаций.

Автоматизация, как отмечают руководители и специалисты фирм многих капиталистических стран, вызывает беспокойство у персонала предприятий, поскольку влечет за собой значительные изменения в организации производства. Мастера и бригадиры боятся потерять превосходство над рабочими-операторами. И здесь кадровым службам необходимо помочь преодолеть психологический барьер, вести разъяснительную работу среди персонала, организовывать его обучение. Так, на предприятиях Гренобля (Франция) для повышения квалификации мастеров была организована двухлетняя учеба, включающая длительную стажировку в конструкторском бюро. В ходе последней глубоко анализировались проблемы функционирования гибких автоматизированных систем.

Во Франции система переподготовки и повышения квалификации кадров на предприятии строится, как правило, следующим образом:

1. Четко устанавливаются цели и задачи обучения, которые увязываются с общей стратегией фирмы.

2. Организуется обучение руководителей подразделений.
3. Обучение носит практический характер.
4. Обучение проводится оперативно, его результаты периодически оцениваются.
5. Устанавливается баланс между продолжительностью обучения и степенью охвата учебной производственной персоналом различных категорий (по мнению специалистов, следует ежегодно повышать квалификацию не менее 30% персонала из каждой профессиональной группы).

Литература:

1. Володько В.Ф. Международный менеджмент. – М.: Амалфея, 2009.
2. Потемкин В.К. Управление персоналом. – СПб.: Питер, 2010.
3. Орлова О.С. Управление персоналом современной организации. – М.: Экзамен, 2009.

Кулёва М.М. ст.гр.УП-113

Научный руководитель: **Левизов А.С.** доц.каф. ЭУИИ, к.э.н.,
Владимирский государственный университет имени Александра
Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

УПРАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫМ РАЗВИТИЕМ ОРГАНИЗАЦИИ

Каждая организация, представляющая на рынке свой товар или свои услуги, преследует одну цель – это иметь доход от представленных услуг, а так же «оставаться в системе» достаточно долгое время. Но мы знаем, что успех любой организации зависит от слаженности работы персонала. Ведь персонал – это основа любого предприятия. До чего бы ни дошел прогресс, техника полностью не способна заменить человеческий труд.

Стержень любой организации — работающие в ней люди, которыми необходимо управлять. Система управления персоналом очень разносторонняя и многогранная. Она включает в себя все аспекты взаимодействия работников с организацией. Для эффективной работы персонала нужно предоставлять благоприятную социальную среду. Социальное развитие организации означает изменение к лучшему в ее социальной среде. По своему назначению управление социальным развитием ориентируется исключительно на людей, на создание для работников благоприятных условий как труда, так и быта, а так же постоянное улучшение этих условий. Как любая деятельность, социальное управление организации имеет свои цели. Итак, перечислим их.

Целью социального развития персонала является совершенствование социальной структуры персонала, его демографического и профессионально-квалификационного состава. Что в себя включает это понятие? Во-первых, регулирование численности работников. В организации их не должно быть слишком много или, наоборот, слишком мало. Слишком большое количество людей мешает нормальному функционированию предприятия, собственно, как и недостаточное количество людей. Во-вторых, это повышение их

образовательного и культурно-технического уровня. Это нужно, как и для самого персонала, так и для организации. Например, учебные семинары и тренинги повышают командную сплоченность и лояльность сотрудников к компании. Для многих из них возможность профессионального роста значит даже больше, чем получаемая зарплата. В-третьих, это улучшение психофизиологических, санитарно-гигиенических, эстетических и иных условий работы, охраны труда и безопасности работников. Человек, работающий на данном предприятии должен чувствовать себя уверенно. И тогда его работа будет качественней и полезней для организации. Особенное внимание стоит уделять обеспечению социального страхования работников, соблюдение их прав и социальных гарантий. Человек должен чувствовать, что фирма не только принимает как работника, но и еще как «своего ребенка», о котором она должна заботиться, если, вдруг, случится беда. Так же управление социальным развитием включает в себя стимулирование средствами, как материального вознаграждения, так и поощрения эффективности труда, инициативного и творческого отношения к делу. Каждая новая и свежая идея – это «лакомый кусочек» для организации. И любой руководитель должен поддерживать и развивать идею своего подчиненного. И если эта идея принесет успех, то творческая работа просто обязана быть вознаграждена. Нужно ценить каждого сотрудника, ведь неизвестно, какие творческие мысли могут быть у него в голове.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что социальное управление организацией очень трудный процесс, в котором нужно учитывать все тонкости.

Дадим определение управлению социальным развитием организации. «Управление социальным развитием организации представляет собой совокупность способов, приемов и процедур, позволяющих решать социальные проблемы на основе продуманного научного подхода, знания закономерностей протекания социальных процессов, точного аналитического расчета и выверенных социальных нормативов.[1]

Социальная среда организации – это совокупность факторов, определяющих качество трудовой жизни работников.

К основным непосредственным факторам социальной среды организации можно отнести:

- потенциал организации;
- ее социальная инфраструктура;
- условия и охрана труда;
- социальная защита работников;
- социально психологический климат коллектива;
- вне рабочее время.[1]

Потенциал означает материально-технические и организационно-экономические возможности организации, т.е. ее размеры и расположение, численность и качество персонала, объемы производимой продукции или предоставляемых услуг, финансовое положение и другие.

Социальная инфраструктура представляет собой комплекс объектов, предназначенных для жизнеобеспечения работников организации удовлетворения потребностей в бытовой, культурной и интеллектуальной сферах.

Условия и охрана труда включают факторы, которые так или иначе влияют на полезную отдачу работников, обеспечение безопасного ведения работ, предупреждение травматизма и профессиональных заболеваний. Важно помнить, что от условий, предоставленных работнику, зависит качество его работы.

В социальную защиту работников организации включают мероприятия по социальному страхованию и обязательному соблюдению гражданских прав и социальных гарантий.

Социально-психологический климат – важный фактор социальной среды. Он обеспечивает работоспособность его членов, взаимную поддержку в достижении целей организации, сплоченность коллектива.

«С точки зрения менеджмента персонала принято считать, что в структуре социально- психологического климата коллектива взаимодействуют три основных компонента:

- нравственно-психологическая совместимость работников
- их деловой настрой
- и социальный оптимизм»[1]

Внерабочее время образует еще одну группу факторов социальной среды организации. С ними связаны отдых и восстановление сил работников, использование досуга т.е. все действия, который человек совершает после рабочего дня.

«Важный момент в управлении социальным развитием – использование теоретических и практических наработок гуманитарных наук, и социологии в частности. Знаний о человеке, как социальном существе, о его поведении в социальной группе, о процессах, протекающих на уровне социальной группы.

Важнейший инструмент социального развития – это *прогнозирование и планирование*. Само собой, оно предполагает глубокий и максимально всесторонний анализ состояния социальной среды организации, установление взаимосвязей, существующих между ее частями и другими факторами труда в организации. В частности, это необходимо и для того, чтобы определять социальные проблемы или разрешать их по наиболее оптимальному сценарию».[1]

Проанализировав ситуацию на предприятиях, можно сказать, что не все руководители выполняют или выполняют некачественно работу по социальному развитию организации. Нужно ценить и уважать своих подчиненных, так как они являются стержнем любой организации.

Литература:

1. <http://christ socio.info/content/view/904/1/>

РАЗВИТИЕ И ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА

Общество, в котором мы живем - это динамичная система, находящаяся в постоянном изменении и развитии. В развитии находятся абсолютно все системы жизнедеятельности человека: экономическая, политическая, социальная, законодательная и др. Бизнес также находится в постоянном развитии: конкуренция растет, технологии меняются, появляются новые рабочие места, меняются структура и стратегия организаций и т.д. И естественно задача любой компании — не только выжить, но и оставаться конкурентоспособной как можно дольше. Как же этого добиться? Очевидно, что успех предприятия напрямую зависит от эффективности работы его сотрудников, не компетентность персонала обязательно отразится на работе, а, следовательно, и прибыли организации. Здесь перед руководством организации возникает очень важный вопрос: «Вопрос развития и обучения персонала». Что же такое обучение? Развитие? И есть ли смысл тратить средства на обучение персонала? Именно на эти вопросы я попробую найти ответы в этой статье.

Развитие персонала является одним из важнейших направлений деятельности по управлению персоналом и факторов успешной деятельности производства. При этом инвестирование в развитие кадров играет большую роль, чем инвестирование в развитие и улучшение производственных мощностей, ведь главная ценность любой компании заключается не в деньгах, технологиях, ресурсах и т.п., а в людях. Квалифицированные сотрудники не только обеспечивают стабильность и эффективность работы, но и многократно повышают стоимость самой компании. Под *развитием персонала* понимается совокупность мероприятий, направленных на повышение квалификации и совершенствование психологических характеристик работников.

Развитие персонала включает в себя:

- ◆ *Обучение персонала*
- ◆ *Повышение квалификации*
- ◆ *Переквалификацию (переподготовка персонала)*

Поскольку важными характеристиками культуры компании являются уровень образования персонала, его профессионализм и умение работать в команде, то профессиональная подготовка и переподготовка приобретает стратегическое значение. Так как организация не может существовать вне общества, а общество все время находится в движении, то процесс модернизации знаний и навыков должен носить постоянный непрерывный характер.

Существует множество методов обучения персонала. Большинство современных методов обучения персонала, которые в настоящее время используются в России, появились на Западе. Российские специалисты

перенимают опыт западных коллег, максимально адаптируя технологию под российский рынок.

Методы обучения персонала - это способы, при которых достигается овладение знаниями, умениями, навыками обучающихся.

Методы обучения персонала

1. традиционные:

- лекции;
- семинары;

2. современные:

- видеообучение;
- дистанционное обучение;
- тренинг;
- деловая игра;
- метафорическая игра;
- ролевая игра;
- мозговой штурм;
- наставничество;
- сторителлинг ;
- обучение действием;
- обучение в рабочих группах;
- баскет-метод;
- ротация;
- «Shadowing»;
- «Secondment»

В настоящее время в российскую практику вошли методы: модульное, дистанционное обучение, наставничество, обучение действием, обучение в рабочих группах, метафорическая игра, обучение по методам «Shadowing», «Secondment», «buddying».

Естественно, работая в организации, сотрудник должен не только совершенствовать свое образование, осваивая теоретическую часть профессии и приобретая практические навыки, но и осваивать новые технологии и методы работы. А это все просто не возможно без специализированного обучения. Один из основных вопросов, который встает при принятии решения об обучении персонала – какой экономический эффект даст это обучение. Всем понятно: что если инвестиция не приносит дополнительной прибыли – то это не выгодная инвестиция. А деньги, вложенные в обучение, являются ничем иным, как инвестициями. Ценность сотрудника компании определяет величина финансовых средств, выделяемых для повышения его квалификации, а возможность непрерывного обучения является для работника мотивирующим фактором, получая дополнительные знания за счет компании, работник чувствует заботу руководства о своей персоне. Понимая, что в него вкладывают деньги, он начинает стремиться к максимальной производительности на своем рабочем месте. Как справедливо заметил Билл Гейтс «Самые выгодные вложения – это вложения в образование». *К примеру, в 2012 году Владимирский*

филиал ОАО «ТГК-6» КЭС-Холдинга затратил на образование и переподготовку персонала свыше 2,5 млн. рублей. Повышение квалификации, обучение, подготовку по смежным профессиям, а также аттестацию по правилам безопасности Ростехнадзора прошли 336 сотрудников Владимирского филиала ТГК-6, в том числе 44 руководителя, 102 специалиста и 190 рабочих филиала. Финансирование на обучение кадров связано, со строительством парогазовой установки. Для работы на новом оборудовании требуются подготовленные, квалифицированные специалисты. [1]

Ведущие организации затрачивают на профессиональное развитие своих сотрудников значительные средства — от 2 до 10% фонда заработной платы. Эти затраты являются капиталовложениями организации в развитие своих сотрудников, от которых она ожидает отдачи в виде повышения производительности. Исследования показывают, что 1 доллар на развитие персонала приносит от 5 до 8 долл. Дохода. Помимо непосредственного влияния на финансовые результаты компании, капиталовложения в профессиональное развитие способствуют созданию благоприятного климата в организации, повышают мотивацию сотрудников и их преданность организации, обеспечивают преемственность в управлении.

В последнее время наблюдается тенденция, направленная на удержание уже обученного персонала и повышение эффективности его работы. В некоторых отраслях таких как, например финансы и телекоммуникации процент обучающихся сотрудников за год вырос с 47% до 64%. По данным исследования, компании все меньше внимания уделяют перекупке опытных специалистов, смещая свои приоритеты в сторону развития и удержания собственных кадров. Эксперты считают, что увеличение заработных плат и привлечение опытных специалистов со стороны для повышения эффективности работы организации уже не актуально, а обучение и удерживание собственного персонала обладает рядом преимуществ. Во-первых, специалисты с рынка обычно запрашивают более высокий оклад, чем работающие сотрудники. Во-вторых, собственный профессиональный персонал лучше знает бизнес-процессы компании и работает на процветание организации. В-третьих, приобретая новые навыки и знания, персонал организации становится более конкурентоспособным на рынке труда и получает дополнительные возможности для профессионального роста как внутри своей организации, так и вне ее. В-четвертых, повышается мотивация сотрудников и их преданность организации.

«Компания PricewaterhouseCoopers обнародовала результаты ежегодного исследования эффективности системы управления персоналом. Было опрошено более чем 60 компаний, осуществляющих деятельность на российском рынке в рамках 10 отраслей экономики (финансовые услуги, производство, ТЭК, товары народного потребления, сектор телекоммуникаций и высоких технологий и пр.). Ключевой вывод исследования такой: инвестиции компаний в обучение и развитие персонала выросли за прошлый год почти на 30% в расчете на одного сотрудника (с 7 200 рублей до 9 900 рублей)». [2] Исследование показывает, что работодатели стали отдавать

большее предпочтение обучающим программам внешних провайдеров по сравнению с обучением собственными силами. Однако есть и другие примеры. *«Компания Coca-Cola разработала двухлетнюю программу обучения для выпускников российских вузов. Отбор участников производился из 6000 поданных заявок. Для каждого стажера подготовлен индивидуальный план обучения, включающий тренинги по развитию профессиональных навыков и лидерского потенциала. Менеджеры-стажеры не только работают в разных отделах, учатся эффективно планировать собственное время и применять полученные навыки на практике, но и ведут индивидуальный бизнес-проект. По итогам программы, лучшие из стажеров получают шанс стать руководителем направления (супервайзером)».* [2]

Безусловно, что затрачивая средства на обучение, руководство компании ждет полного использования знаний приобретённых персоналом в процессе обучения. Но, что делать, если, отучившись за счет компании, работник решает уволиться из компании и устроиться на работу в другую компанию? Имеет ли право руководитель не отпускать сотрудника, аргументируя свое решение тем, что он затратил на обучение средства? *«В одной сибирской компании любое обучение дороже 5000 руб., в том числе по развитию управленческих навыков, обязательно фиксируется в дополнительном соглашении к трудовому договору, где говорится, что сотрудник намерен после учебы отработать в компании определенный срок, а при увольнении раньше оговоренной даты готов компенсировать затраты на подготовку. Эта мера также позволяет предприятию формировать кадровый резерв из специалистов, способных в будущем возглавить проект, занять руководящую должность, стать наставником или экспертом».*[2] Вопрос об удержании персонала остается открытым, эксперты и по сей день не сходятся во мнениях. Одни считают, что работник ничего не должен отдавать организации, а другие, напротив, считают, что работник должен либо отработать затраченные на него средства, либо вернуть часть, средств затраченных на его обучение. По закону в случае увольнения без уважительных причин до истечения срока, обусловленного трудовым договором или соглашением об обучении за счет средств работодателя, работник обязан возместить затраты, понесенные работодателем на его обучение (ст. 249 Трудового кодекса РФ). Лично я считаю, что нужно составлять договор, в котором бы оговаривались все моменты, касающиеся обучения и дальнейшей работы сотрудника внутри организации, что позволит создать коллектив профессионалов, которые готовы качественно выполнять поставленные перед ними задачи.

Литература:

1. <http://vladjournal.ru>
2. <http://www.gd.ru>

ВОПРОСЫ БЕЗОПАСНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ, ТРУДА И ЗДОРОВЬЯ ПЕРСОНАЛА

Современное общество находится в постоянном развитии, поэтому условия, в которых функционируют организации, очень непредсказуемы. На функционирование организации напрямую влияют абсолютно все факторы, такие как: нестабильная политическая и социально-экономическая ситуация в стране, межнациональные, региональные, территориальные конфликты, несовершенство законодательства, криминализация общества, мошенничество, коррупция и др. При рассмотрении этих проблем современного общества возникает вопрос о безопасности организации. Что же включает в себя термин «безопасность организации»?

«Безопасность организации — это состояние предприятия в системе его связей с точки зрения способности к устойчивости (самовыживанию) и развитию в условиях угроз, действий непредсказуемых и трудно прогнозируемых факторов».[3]

Все угрозы, оказывающие непосредственное влияние на функционирование организации делятся на внутренние и внешние.

Внешние угрозы

- деятельность недобросовестных конкурентов, направленная на подрыв деловой репутации организации, хищение принадлежащей ей коммерческой тайны;
- действия рейдерских компаний или отдельных лиц, направленные на перехват управления организации или на захват ее имущества;
- корпоративный шантаж в отношении организации;
- действия физических лиц из личной неприязни к юридическому лицу, его руководителям или сотрудникам, направленные на причинение ущерба материальным ценностям общества или его деловой репутации;
- неправомерные действия работников государственных силовых органов и т.д.

Внутренние угрозы

- нарушения работниками трудовой дисциплины;
- правонарушения работников, направленные на причинение материального ущерба организации или подрыв ее деловой репутации;
- «некачественный» подбор персонала;
- утечка или утрата информационных ресурсов (в том числе сведений, составляющих коммерческую тайну и/или конфиденциальную информацию),

В зависимости от характера угроз, их специфики можно выделить такие виды безопасности:

1. Физическая безопасность

- А. Личная безопасность руководства.
- Б. Физическая безопасность персонала.
- 2. Экономическая безопасность
- 3. Информационная безопасность
- 4. Юридическая безопасность
- 5. Интеллектуальная безопасность
- 6. Экологическая безопасность

Так как же защитить свою организацию от угроз?

Обеспечение безопасности организации просто невысказано без собственной системы безопасности. Что же такое «система безопасности»?

«Система безопасности - это комплекс организационно-управленческих, режимных, технических, профилактических и пропагандистских мер, направленных на качественную реализацию защиты интересов предприятия от внешних и внутренних угроз». [3]

Основными задачами системы безопасности организации, являются:

- защита законных прав и интересов предприятия и его сотрудников;
- сбор, анализ, оценка данных и прогнозирование развития обстановки;
- изучение партнеров, клиентов, конкурентов, кандидатов на работу в компании;
- своевременное выявление возможных устремлений к предприятию и его сотрудникам со стороны источников внешних угроз безопасности;
- выявление, предупреждение и пресечение возможной противоправной и иной негативной деятельности сотрудников предприятия в ущерб его безопасности;
- защита сотрудников предприятия от насильственных посягательств;
- обеспечение сохранности материальных ценностей и сведений, составляющих коммерческую тайну предприятия;
- добывание необходимой информации для выработки наиболее оптимальных управленческих решений по вопросам стратегии и тактики экономической деятельности компании;
- физическая и техническая охрана зданий, сооружений, территории и транспортных средств;
- контроль за эффективностью функционирования системы безопасности, совершенствование ее элементов. [3]

Но тут снова возникают вопросы: «Как создать систему безопасности?» и «Можно ли воспользоваться уже существующей системой безопасности другой организации?». Эти проблемы часто встают перед предпринимателями, создающими свою организацию.

Во-первых, система безопасности организации для каждой компании должна быть сугубо индивидуальной. Она не может быть шаблонной так как зависит от уровня развития и потенциала организации, кадрового состояния, рискованности производства и др.

Во-вторых, система безопасности предприятия должна быть комплексной, так как на призвана обеспечить безопасность: экономическую,

научно-техническую, кадровую, интеллектуальную, экологическую, информационную, физическую, техногенную, пожарную и т.д. Значит, в ее составе должны быть соответствующие элементы, органы, силы и средства.

Система безопасности организации строится на целом ряде принципов. Они отражают основные требования к формированию стратегии и тактики действий по защите жизненно важных интересов организации. Основными принципами являются:

- своевременность и непрерывность. Предсказать покушения на интересы общества практически невозможно, поэтому при построении системы защиты необходимо действовать на опережение и не снижать уровень готовности к отражению внешних и внутренних угроз;
- комплексность. Защита должна строиться, исходя из готовности отражать посягательства одновременно по нескольким направлениям;
- активность. Система безопасности не может базироваться только на мерах пассивной защиты, но и должна исходить из готовности противодействия посягательствам всеми возможными способами, включая нестандартные меры защиты;
- законность. Система безопасности организации должна быть четко разработанной и действовать на основе и в рамках правил, разрешенных действующим законодательством;
- централизация управления. Высокотехническая и эффективная система обеспечения безопасности требует управления, основанного на четкой координации действий всех входящих в нее элементов. Такая координация предполагает наличие единого управленческого центра;
- взаимодействие и координация. Безопасность в функционировании организации достигается через четкое взаимодействие подразделений, непосредственно занимающихся обеспечением безопасности, и остальными подразделениями организации.

Еще один важный вопрос, который хотелось бы рассмотреть в данной статье, это проблемы безопасности труда и здоровья персонала.

Невозможно представить организацию без персонала. Поэтому при рассмотрении вопроса о безопасности организации, возникает вопрос о безопасности труда и здоровья персонала. Здоровье работника – это важный аспект жизнедеятельности всей организации, потому что люди в организации находятся в постоянном взаимодействии и отсутствие даже одного работника может повлечь за собой негативные последствия. Здоровье-это не только отсутствие болезней и травм, но также состояние хорошего физического и психического самочувствия. Естественно, что ответственность за здоровье и хорошее самочувствие лежит на самом работнике, а руководитель, в свою очередь, обязан следить за выполнением техники безопасности на рабочем месте.

Забота о здоровье сотрудников является одной из ключевых задач руководителя. По современным данным до 30% современных офисных работников страдают из-за слабого здоровья. Не меньше мучаются и работодатели, ведь болезни сотрудников причиняют им прямые убытки.

Какие же меры можно использовать руководителям, что бы предотвратить или хотя бы сократить болезни персонала:

1. **Диспансеризация.** Руководители предприятий и учреждений могут позаботиться о здоровье своих сотрудников, заключив с лечебно-профилактическим учреждением договор на проведение дополнительной диспансеризации. По итогам комплексного осмотра каждый пациент получает паспорт здоровья и индивидуальную программу профилактики с учетом выявленных факторов риска или направление на дальнейшее лечение. Группа «Ренессанс страхование» в прошлом году обследовала сотрудников крупной российской компании и составила для предприятия паспорт здоровья. В итоге почти треть персонала страдает от сердечно-сосудистых заболеваний, у 29% обнаружены разной степени патологии дыхательной системы, у 18% выявлены нарушения костно-мышечной системы и т. д. Неудивительно, что только за последний квартал прошлого года на 100 работающих было пропущено 62 рабочих дня по болезни. [2]

2. **Дополнительное медицинское страхование персонала.** Число компаний, предоставляющих своим сотрудникам дополнительное медицинское страхование (ДМС), остается стабильным 82–84% от общего числа опрашиваемых организаций. Полис для рядового сотрудника московской фирмы обходится работодателю в 13–25 тыс. руб. ежегодно, а полис для топ-менеджера - в 50–250 тыс. руб. ежегодно (без учета скидок). В Санкт-Петербурге, по информации агентства Avanta Personnel, средняя стоимость годового полиса ДМС составляет 14 844 руб. [2]

3. **Проведение спортивно-оздоровительных мероприятий** (фитнес-клуб, спортивные соревнования)

4. **Использование мотивационных программ, поощряющих здоровый образ жизни.**

Деньги - хороший помощник и в борьбе с курением. Во многих компаниях некурящие могут рассчитывать на небольшой процент от переменной части своей зарплаты, а также дополнительные дни к отпуску. [2]

5. **Проведение различных тренингов по нормализации психического состояния.**

Подводя итог, можно сказать, что правильно организованное управление здоровьем сотрудников позволяет снизить заболеваемость в коллективе на 40 - 50%, что влечет за собой сокращение количества дней нетрудоспособности на 20%. Здоровый сотрудник с большей вероятностью покажет продуктивный результат, от которого зависит конкурентоспособность организации. Установлено, что производительность труда здоровых людей выше на 20%, что сулит сотни миллионов долларов дополнительных доходов. [2]

Литература:

1. <http://www.delo-press.ru>
2. <http://delovoyimir.biz/ru>
3. <http://bezopasnik.org>

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ

Трудовая деятельность осуществляется на основе функционирования психики человека, т.е. мышления, воображения, внимания и иных психических свойств. Совершенно очевидно, что психическое состояние человека в тот или иной временной период прямо и непосредственно оказывает воздействие как на его личные результаты труда, так и на трудовые достижения коллектива, в котором он работает.

К психологическим методам управления относятся: методы комплектования малых групп и коллективов; методы гуманизации труда; методы психологического побуждения (мотивации); методы профессионального отбора и обучения. [1]

Методы комплектования малых групп и коллективов предоставляют возможность определить оптимальные количественные соотношения между работниками в малых группах и коллективах. Посредством социологических исследований выявляются симпатии и антипатии внутри коллектива, определяется место каждого его члена на основе психологической совместимости работников в коллективе (группе). От психологической совместимости работников, основанной на оптимальном сочетании их психологических свойств, в значительной степени зависит психологический климат в коллективе.

Существуют два вида совместимости: психологическая и социально-психологическая. Первая совместимость подразумевает соответствие психологических свойств работника процессам управления. Вторая совместимость формируется в результате оптимального сочетания типов поведения работников и основывается на общих интересах, ценностных ориентациях. [2]

Методы гуманизации труда состоят во внесении элементов творчества в трудовой процесс, исключении монотонности (однообразия) труда, использовании психологического воздействия цвета, музыки и др.

Достижению необходимой активности работника помогает применение психологического побуждения, формирование мотивов труда. С помощью мотивации, побуждения оказывается непосредственное воздействие на объект управления - работника (работников). Методы психологического побуждения многообразны. К их числу относятся:

- Убеждение
- Внушение
- Подражание
- Вовлечение
- Оказание доверия
- Принуждение

Мотивация деятельности работника может носить перспективный и текущий характер. Наличие перспективной (далекой) мотивации помогает работнику преодолевать временные трудности в работе, ибо он устремлен в будущее, настоящее работник рассматривает, как этап достижения намеченных целей. Если же у работника текущая (близкая) мотивация деятельности, то трудности или неудачи в труде могут снизить его трудовую (служебную) активность или даже вызвать желание перейти на другую работу.

Методы профессионального отбора и обучения. К таким методам относятся: отбор работников, обладающих такими психологическими характеристиками, которые наиболее соответствуют выполняемой работе (занимаемой должности); развитие необходимых психологических характеристик для успешного выполнения порученного дела.

Все вышеуказанные методы могут оказывать эффективное воздействие на человека, если будут применяться с учетом особенностей психологического склада конкретной личности, т.е. ее характера, способностей, темперамента.

Социально-психологическими именуется такие методы воздействия субъекта управления на объект управления - трудовые коллективы и отдельных работников, которые опираются на объективные законы развития социологии и психологии, воздействуют с учетом коллективной психологии (настроения коллектива, групповых отношений, общественного мнения), психологических особенностей различных социальных групп и отдельной личности.

Установлено, что результаты труда во многом зависят от целого ряда психологических факторов. Умение учитывать эти факторы и с их помощью целенаправленно воздействовать на отдельных работников поможет руководителю сформировать коллектив с едиными целями и задачами. Социологические исследования свидетельствуют о том, что если успех деятельности хозяйственного руководителя на 15% зависит от его профессиональных знаний, то на 85% - от умения работать с людьми. [3]

Зная особенности поведения, характера каждого отдельного человека, можно прогнозировать его поведение в нужном для коллектива направлении. Это связано с тем, что каждой группе свойствен свой психологический климат. Поэтому существенным условием образования и развития трудовых коллективов является соблюдение принципа психофизиологической совместимости. Японские социологи утверждают, что от настроения, желания человека работать и от того, какая морально-психологическая обстановка в коллективе, производительность труда примерно в 1,5 раза может увеличиться или в несколько раз уменьшиться.

Недостаточное внимание к социальным и психологическим аспектам управления вызывает нездоровые взаимоотношения в коллективе, что снижает производительность труда. Чтобы воздействие на коллектив было наиболее результативным, необходимо не только знать моральные и психологические особенности отдельных исполнителей, социально-психологические характеристики отдельных групп и коллективов, но и осуществлять управляющее воздействие. Для этих целей применяются социально-психологические методы, которые представляют собой совокупность

специфических способов воздействия на личностные отношения и связи, возникающие в трудовых коллективах, а также на социальные процессы, протекающие в них. Они основаны на использовании моральных стимулов к труду, воздействуют на личность с помощью психологических приемов в целях превращения административного задания в осознанный долг, внутреннюю потребность человека. Это достигается посредством приемов, которые носят личностный характер (личный пример, авторитет и т.д.).

Главная цель применения этих методов - формирование в коллективе положительного социально-психологического климата, благодаря чему в значительной мере будут решаться воспитательные, организационные и экономические задачи. Другими словами, поставленные перед коллективом цели могут быть достигнуты с помощью одного из важнейших критериев эффективности и качества работы - человеческого фактора. Умение учитывать это обстоятельство позволит руководители целенаправленно воздействовать на коллектив, создавать благоприятные условия для труда и, в конечном счете, формировать коллектив с едиными целями и задачами.

Основное средство воздействия на коллектив - убеждение. [4] Убеждая, руководитель должен максимально полно учитывать природу человеческого поведения и человеческих отношений в процессе совместной деятельности. Понимание руководителем биологической природы и внутреннего мира личности помогает ему подобрать наиболее эффективные формы сплочения и активизации коллектива. Объектом же социально-психологического руководства в трудовом коллективе являются взаимоотношения работников, их отношение к средствам труда и окружающей среде.

Необходимость использования в практике управления организацией социально-психологических методов руководства очевидна, так как они позволяют своевременно учитывать мотивы деятельности и потребности работников, видеть перспективы изменения конкретной ситуации, принимать оптимальные управленческие решения.

Приемы и способы социально-психологического воздействия во многом определяются подготовленностью руководителя, его компетентностью, организаторскими способностями и знаниями в области социальной психологии.

Социально-психологические методы руководства требуют, чтобы во главе коллектива были люди достаточно гибкие, умеющие использовать разнообразные аспекты управления. Успех деятельности руководителя в этом направлении зависит от того, насколько правильно применяет он различные формы социально-психологического воздействия, которые в конечном счете сформируют здоровые межличностные отношения. В качестве основных форм такого воздействия можно рекомендовать: планирование социального развития трудовых коллективов, убеждение как метод воспитания и формирования личности, экономическое соревнование, критику и самокритику, постоянно действующие производственные совещания, которые выступают как метод управления и как форма участия трудящихся в управлении, различного рода ритуалы и обряды. [5]

Литература:

1. Смирнов В.Н. Психология управления персоналом. Учебное пособие. - М.: Издательский центр «Академия», 2007.
2. Аширов Д.А. Управление персоналом: Учеб. пособие. - М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2005.
3. Бухалков М. И., Кузьмина Н. М., Бабордина О. А. Управление персоналом на предприятии. Учебник для вузов. - СПб.: Экзамен, 2007.
4. Колпаков В. М, Дмитренко Г. А. Стратегический кадровый менеджмент: Учеб. пособие. — 2-е изд., перераб. и доп. — К.: МАУП, 2005.
5. Балашов Ю. К. Оценка персонала — основа кадровой политики зарубежных фирм // Кадры предприятия. — 2003. — № 9.

Никифорова А.А. ст.гр. УПК-112

Научный руководитель: **Гундорова М.А.** доц.каф.ЭУИИ, к.э.н.
Владимирский государственный университет имени Александра
Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

МОТИВИРОВАНИЕ СОВРЕМЕННОГО РАБОТНИКА

В статье рассмотрены основные мотивы, влияющие на мотивацию работника. Влияние мотивации на поведение человека зависит от множества факторов, оно очень индивидуально и может меняться под воздействием мотивов и обратной связи с деятельностью человека.

Ключевые слова: мотив, потребность, вознаграждение, обратная связь, мотивация.

Мотив – это то, что вызывает определенные действия человека, его внутренние и внешние движущие силы

Структура мотива труда:

- потребность, которую хочет удовлетворить работник;
- благо, способное удовлетворить эту потребность;
- трудовое действие, необходимое для получения блага;
- цена – издержки материального и морального характера, связанные с осуществлением трудового действия. [1]

Мотивация – один из тех вопросов, который тревожит умы и сердца многих работодателей на протяжении десятков лет. Как сделать так, чтобы сотрудники работали да еще и делали это с удовольствием? Тема, актуальная во все века, заставляет руководителей обращаться к работам учёных, опыту других компаний или мнениям самих работников.

В современных предприятиях вопрос мотивации персонала приобретает наибольшую актуальность. Стоит отметить, что руководители всегда осознавали, что необходимо побуждать людей работать на организацию, однако большинство считало, что для этого достаточно простого материального вознаграждения. Но в современных условиях приоритеты изменились, и теперь нематериальные мотивы также играют очень важную роль при выборе места

работы. На сегодняшний день существует условное разделение мотивов на материальные (оплата труда) и нематериальные (творческая).

Главными мотивирующими факторами для большинства российских сотрудников по-прежнему выступают Уровень оплаты труда (76% участников исследования) и возможности карьерного роста (45%).

Также значительное влияние на мотивацию оказывают комфортная атмосфера в компании (35%), Масштабные и интересные задачи (35%), Официальное трудоустройство и «белая» зарплата (34%) и Возможности обучения (22%).

Менее значимыми стимулами являются Имидж компании (18%), Зарубежные проекты/командировки (16%), Профессионализм коллег (16%), Гибкий график (11%) и Удобное расположение офиса (10%) (рис.1) [2].

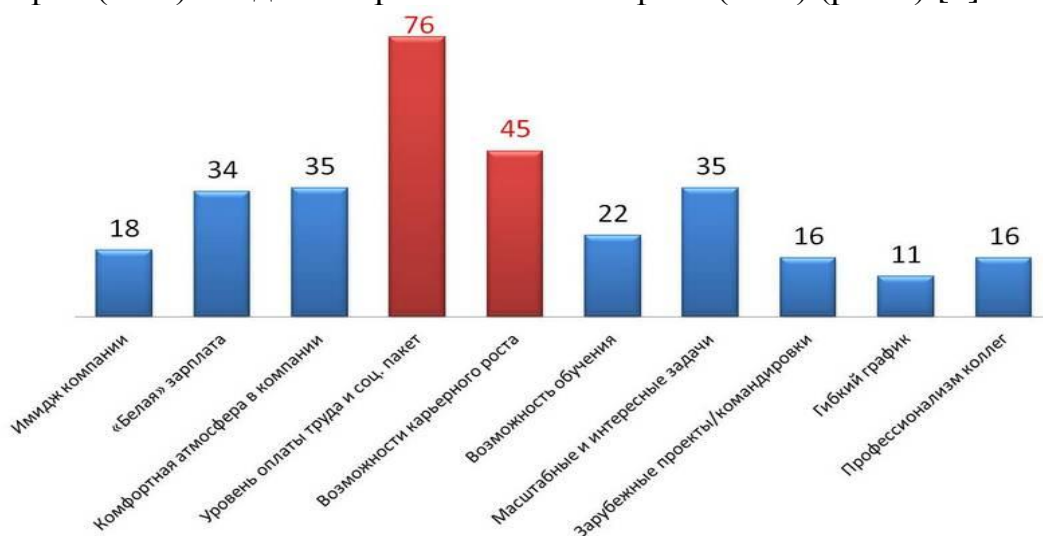


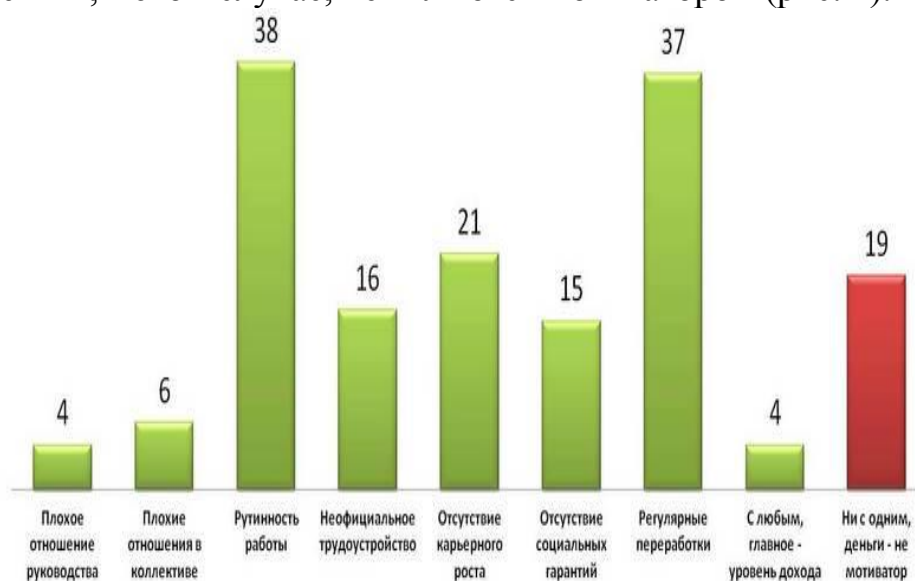
Рис. 1. Какие факторы мотивируют вас на работу больше всего? (%)

Стоит отметить, что Карьерный рост как мотивирующий фактор у сотрудников в России также ассоциируется с повышением уровня дохода. Так, 70% опрошенных указали, что, если они решили уйти из компании, то удержать их может только Повышение зарплаты. 34% респондентов останутся, если им предложат Новые интересные задачи. А вот Карьерный рост без повышения зарплаты интересен только для 17% участников исследования. Кроме того, 13% опрошенных заявили, что в этом случае их ничто не сможет удержать.

Опытные и изобретательные эйчары придумали мотивировать людей творчеством, удовлетворяя их потребность в самореализации. Такой необычный подход имеет массу преимуществ по сравнению с тривиальными денежными инструментами и позволяет достичь поразительных результатов. Подтверждением этой теории является неприложное мнение психологов, которые утверждают, что творчество позволяет отдохнуть от интеллектуальной нагрузки, успокоиться и достичь ощущения психологического комфорта. Кроме того, творчество способно изменить характер. С помощью неоднократных занятий можно добиться развития таких необходимых качеств, как спокойствие и хладнокровность, умение доводить дело до конца, верное отношение к ошибкам и промахам, целеустремленность. Не правда ли, такие качества пригодятся сотрудникам? Ну и наконец, в процессе творчества вырабатываются

эндорфины – гормоны «счастья», которые влекут за собой состояние радости и бодрости. Счастливый человек работает в несколько раз лучше, мыслит позитивно и предлагает свежие идеи.

Поскольку фактор денег является доминирующим для мотивации, интересно оценить, с чем готовы мириться сотрудники в России, если их полностью устраивает зарплата. Большинство участников опроса заявили, что они готовы согласиться с Рутинной на работе (38%) и Регулярными переработками (37%). Для 21% опрошенных в этом случае неважно Отсутствие карьерного роста. 16% закроют глаза на неофициальное трудоустройство, а 15% - на Отсутствие социальных гарантий 6% респондентов будут терпеть Плохие отношения в коллективе, а 4% - Плохие отношения руководством. Еще 4% ради денег готовы мириться с любыми негативными явлениями на работе. В то же время, 19% опрошенных не готовы терпеть ни один из этих факторов, заявляя, что деньги, в этом случае, не являются мотиватором (рис. 2).



С точки зрения нематериальных стимулов, работодателям стоит обратить внимание на содержимое социального пакета, и, в первую очередь – на присутствие там Личной медицинской страховки и Корпоративных тренингов. Большинство участников опроса (64% и 60%, соответственно) отметили, что эти опции позитивно влияют на их общую рабочую мотивацию. Среди других стимулов респонденты отметили Оплату транспортных расходов (32%), Мед. страховку для членов семьи (29%), Компенсацию питания (26%), Льготные программы кредитования (24%) и Оплату мобильной связи (23%).

Из выше сказанного можно сделать вывод, что финансовая сторона, по-прежнему, остаются самым сильным стимулом для российских работников, и существенно повлиять на такое положение вещей не смог даже кризис.

Литература:

1. Организационное поведение: учеб. пособие / Семиков В. Л.- М.: Рид Групп, 2012- 496с
 [1] <http://www.market-pages.ru/orgpovedenie/5.html>
 [2] <http://www.kakdelat.ru>

ОЦЕНКА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ

В статье выявлены проблемные инновационные показатели Владимирской области путем сравнения их количественных показателей со средними значениями по ЦФО, а также с аналогичными показателями по кластеру, в который входит область. Детальный анализ статистической информации об основных показателях инновационного развития по регионам ЦФО и объективные расчеты делают возможным сосредоточить особое внимание на отстающих показателях Владимирской области для обеспечения благоприятных условий для инновационной деятельности, а также для обеспечения роста этих показателей. В исследовании применялись следующие методы и методики: метод сопоставления данных, метод кластерного анализа, а также методика расчета индикатора интегрального развития инновационных показателей.

Ключевые слова: показатели инновационной деятельности, регион, кластерный анализ, индикатор, интегральный показатель

В настоящее время в развитии субъектов Российской Федерации практически по всем сферам деятельности наблюдается достаточно высокий уровень дифференциации. Имеются различия и в региональных инновационных показателях. Причинами такой разрозненности являются как абсолютные, так и относительные факторы. Местоположение по отношению к сложившимся рынкам и источникам снабжения, размещения естественных ресурсов (водных, энергетических, минерально-сырьевых, биологических), степень заселенности и характер размещения населения в регионе оказывают влияние на дифференциацию регионов, как и принципы распределения и эффективность использования ресурсов. В связи с наличием этих факторов проблема корректного позиционирования и сопоставления результатов инновационной деятельности регионов в масштабе округов и страны в целом является актуальной.

Используя официальный статистический сборник Регионы России: социально-экономические показатели за 2013 г. [3], проведем анализ показателей инновационной деятельности по всем субъектам Центрального федерального округа РФ. При этом важным является формирование научно обоснованной системы показателей, каждый из которых должен соответствовать ряду требований: представительность, существенность, количественная измеримость, сопоставимость по времени [4]. Таким образом, в исследование включены 9 показателей инновационной деятельности, удовлетворяющих указанным выше требованиям, в разрезе 18 регионов ЦФО:

Фактор 1 – производительность труда при производстве инновационных товаров, работ, услуг, млн. руб./чел.

$$П_{и} = Q_{и}/N_{и}, \quad (1)$$

где $Q_{и}$ – объем инновационных товаров, работ, услуг, млн. руб.;

$N_{и}$ – численность персонала, занятого научными исследованиями и разработками.

Фактор 2 – доля исследователей с учеными степенями в численности персонала, занятого научными исследованиями и разработками, чел./чел.

Фактор 3 – внутренние затраты на научные исследования и разработки на 1 исследователя, млн. руб./чел.

Фактор 4 – число поданных патентных заявок на 1 исследователя, штук/чел.

Фактор 5 – число выданных патентов на 1 исследователя, штук/чел.

Фактор 6 – число созданных (разработанных) передовых производственных технологий на 1 исследователя, штук/чел.

Фактор 7 – число используемых передовых производственных технологий на 1 исследователя, штук/чел.

Фактор 8 – затраты на технологические инновации на 1 исследователя, млн. руб./чел.

Фактор 9 – внутренние текущие затраты на исследования и разработки на 1 исследователя, млн. руб./чел.

При отборе определяющих показателей также был учтен тот факт, что количество человек, занимающихся научными исследованиями и разработками, в регионах ЦФО значительно отличается. Поэтому с целью обеспечения полной сопоставимости данных была произведена корректировка показателей, приведенных в статистическом сборнике Регионы России: социально-экономические показатели за 2013 г., в пересчете на 1 человека, занимающегося научными исследованиями и разработками. Результаты представлены в таблице 1.

Таблица 1

Основные показатели инновационной деятельности по регионам ЦФО в 2012 г., на 1 человека, занятого научными исследованиями и разработками

	Ф1	Ф2	Ф3	Ф4	Ф5	Ф6	Ф7	Ф8	Ф9
ЦФО	2,5121	0,117 3	0,988 2	0,053 6	0,042 2	0,001 0	0,1681	0,8163	0,934 2
Белгородская область	17,4304	0,260 5	1,014 3	0,177 7	0,164 0	0,015 3	1,2974	1,3095	0,975 8
Брянская область	11,6610	0,039 7	0,312 4	0,154 5	0,099 2	0,009 4	1,2745	2,5331	0,302 9
Владимирская область	5,3432	0,066 7	0,703 1	0,066 5	0,039 1	0,001 4	0,6475	0,7763	0,686 7
Воронежская область	1,4973	0,073 1	0,594 7	0,077 0	0,061 8	0,000 8	0,1543	0,6120	0,582 6
Ивановская область	0,6041	0,369 7	0,705 4	0,964 8	0,585 7	0,011 7	0,7324	0,9356	0,689 8
Калужская область	1,8761	0,067 7	1,003 4	0,016 9	0,012 8	0,004 1	0,2021	0,6550	0,934 4
Костромская область	29,0067	0,151 3	0,659 7	0,571 4	0,336 1	0,042 0	10,941 2	6,0756	0,654 6

Курская область	2,1087	0,044 7	0,785 0	0,102 1	0,082 5	0,001 0	0,5205	0,9227	0,750 2
Липецкая область	119,409 3	0,224 7	0,391 8	0,312 3	0,252 1	0,002 7	6,8795	32,551 0	0,343 6
Московская область	2,0820	0,071 1	0,980 3	0,039 7	0,020 3	0,000 8	0,1657	0,6038	0,919 8
Орловская область	1,1868	0,128 6	0,469 5	0,194 1	0,268 2	0,000 0	1,7602	0,4726	0,384 2
Рязанская область	2,1943	0,067 8	0,502 9	0,074 4	0,082 0	0,000 8	0,4316	2,6128	0,491 6
Смоленская область	3,8962	0,066 7	1,057 5	0,113 7	0,086 5	0,001 2	1,6094	1,8103	1,044 0
Тамбовская область	2,0665	0,093 6	0,557 4	0,077 8	0,052 6	0,000 0	1,1725	1,6757	0,550 8
Тверская область	3,8311	0,084 6	0,912 4	0,050 7	0,040 9	0,000 4	0,6132	0,8700	0,890 8
Тульская область	14,1538	0,036 6	0,570 1	0,062 8	0,068 4	0,003 6	0,9886	2,3766	0,569 6
Ярославская область	5,4222	0,111 8	0,665 5	0,051 2	0,045 1	0,002 9	0,4237	2,3935	0,625 7
г. Москва	2,1103	0,141 9	1,048 2	0,052 3	0,045 0	0,000 7	0,0766	0,7543	0,991 2

В условиях наличия девятифакторного пространства при объеме выборки 18 элементов (регионов ЦФО) целесообразно применить кластерный анализ [2] для обработки подобного массива информации. Данная статистическая процедура позволит упорядочить объекты (в нашем случае – субъекты ЦФО РФ) в сравнительно однородные группы. Для формирования иерархического дерева бинарных кластеров был использован программный продукт Statistica 6.0. Графические результаты группировки регионов ЦФО по показателям инновационной деятельности за 2012 г. посредством программы Statistica 6.0 приведены на рисунке 1. При этом по оси X располагаются классифицируемые объекты (в нашем случае – субъекты ЦФО РФ) на одинаковом расстоянии друг от друга, а по оси Y – расстояния, на основании которых происходит объединение объектов в кластеры. По оси Y можно определить, на сколько процентов в среднем совокупность факторов по одному региону (кластеру) отличается от совокупности факторов по другому региону (кластеру). При построении иерархического дерева кластеров в качестве критерия объединения было задано «евклидово расстояние».

При выделении кластеров на основе дендрограммы важно понимать, что чем меньше периметры прямоугольников, объединяющих те или иные объекты (в нашем случае – субъекты ЦФО РФ), тем сильнее сходство регионов в отношении рассматриваемых показателей инновационной деятельности. Таким образом, наиболее представительный по анализируемым факторам кластер регионов, выделен овалом.

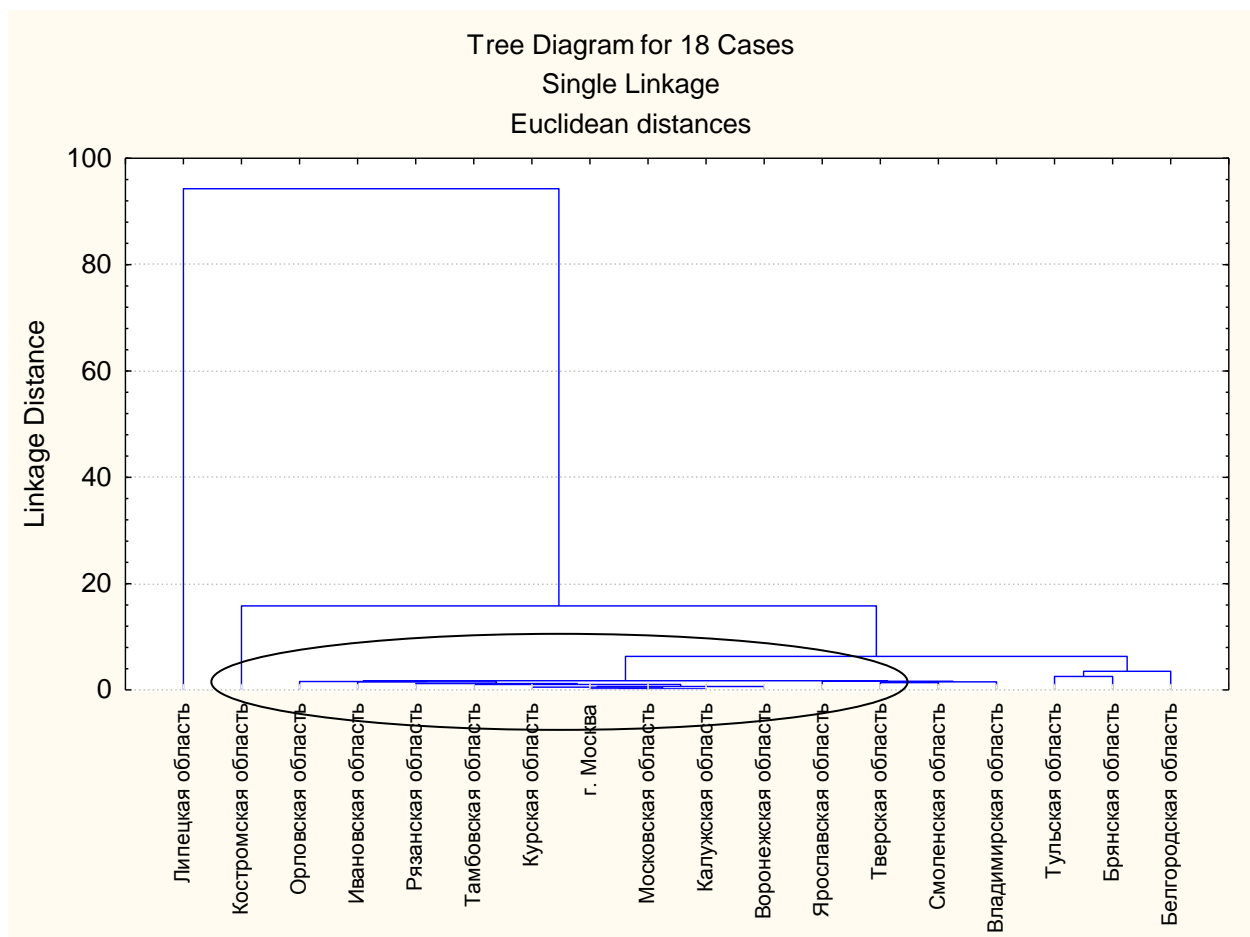


Рисунок 1 - Дендрограмма регионов ЦФО РФ по показателям инновационной деятельности

Классификация 18 регионов ЦФО РФ по показателям инновационной деятельности с помощью кластерного анализа привела к обнаружению 4 кластеров:

Кластер №1: Липецкая область;

Кластер №2: Костромская область;

Кластер №3: Белгородская, Брянская и Тульская области;

Кластер №4: Владимирская, Воронежская, Ивановская, Калужская, Курская, Московская области, г. Москва, Орловская, Рязанская, Смоленская, Тамбовская, Тверская и Ярославская области.

С целью дальнейшего анализа регионов по показателям инновационной деятельности с использованием результатов полученной кластеризации воспользуемся методикой, предложенной Д.Ю. Фраймовичем [1]. Несмотря на то, что указанная методика применялась им для анализа и оценки развития видов сельскохозяйственной деятельности, её применение к показателям инновационной деятельности регионов ЦФО РФ является возможным. На её универсальном характере было акцентировано внимание в его статье.

Применяя вышеуказанную методику для инновационных показателей регионов, обозначим, что в качестве первичных (тактических, внутренних) ориентиров в инновационной деятельности региона могут выступать среднеотраслевые характеристики по видам деятельности в соответствующем

кластере. Вторичными (стратегическими, внешними) могут выступать средние значения по инновационным показателям в Центральном федеральном округе.

Тогда в рамках данного исследования будут использованы два индикатора инновационной деятельности региона, которые можно рассчитать с помощью формул (1), (2). При этом первый индикатор кластерного развития (K_{ij}) i -го показателя инновационной деятельности в j -м регионе оценивается следующим образом (2):

$$K_{ij} = \frac{Q_{i,j}}{C_i}, \quad (2)$$

где $Q_{i,j}$ – достигнутое значение показателя по i -му показателю инновационной деятельности в j -м регионе;

$\overline{C_i}$ – среднее значение базового показателя по i -му показателю инновационной деятельности в соответствующем кластере, к которому относится j -й регион.

Второй критерий – индикатор внешнего развития (A_{ij}) позволяет судить о показателях инновационной деятельности региона на фоне субъектов конкретного федерального округа:

$$A_{ij} = \frac{Q_{i,j}}{F_i}, \quad (3)$$

где $\overline{F_i}$ – среднее значение базового показателя по i -му показателю инновационной деятельности в соответствующем федеральном округе, к которому относится j -й регион.

Применение обозначенных критериев логично выведено автором методики и сводится в приложении к нашему исследованию к следующему: если полученный результат меньше 1, то конкретный показатель инновационной деятельности отстает от базовых тенденций развития, если равен или больше 1 – соответствует или даже опережает средние значения по выбранным сравнительным факторам.

Также Д.Ю. Фраймович предлагает производить расчет индикатора интегрального развития показателей по формуле средней геометрической, которая используется для определения равноудаленной величины от максимального и минимального значений признака:

$$I_{ij} = \sqrt{K_{ij} \cdot A_{ij}} \quad (4)$$

Используя указанную выше методику, произведем расчет для Владимирской области, относящейся в Центральном федеральном округе РФ по результатам изучения дендрограммы, представленной на рисунке 1, к одному кластеру по показателям инновационной деятельности наряду с Воронежской, Ивановской, Калужской, Курской, Московской областями, г. Москва, а также с Орловской, Рязанской, Смоленской, Тамбовской, Тверской и Ярославской областями (рисунок 1).

Результаты расчетов по кластерным, внешним и интегральным индикаторам развития основных показателей инновационной деятельности Владимирской области можно представлены в таблице 2:

Таблица 2

Расчет индикаторов развития основных показателей инновационной деятельности
Владимирской области

	Ф1	Ф2	Ф3	Ф4	Ф5	Ф6	Ф7	Ф8	Ф9
Владимирская область	5,3432	0,0667	0,7031	0,0665	0,0391	0,0014	0,6475	0,7763	0,6867
среднее достигнутое значение кластеру (в единицах измерения), \bar{C}_i	2,6322	0,1068	0,7681	0,1447	0,1094	0,0020	0,6546	1,1611	0,7340
индикатор кластерного развития, K_i	2,0299	0,6251	0,9154	0,4599	0,3575	0,7078	0,9892	0,6686	0,9355
среднее достигнутое значение по ЦФО (в единицах измерения), \bar{F}_i	2,5121	0,1173	0,9882	0,0536	0,0422	0,0010	0,1681	0,8163	0,9342
индикатор внешнего развития, A_i	2,1270	0,5690	0,7115	1,2415	0,9270	1,4116	3,8519	0,9511	0,7350
индикатор интегрального развития показателей инновационной деятельности, I_{ij}	2,0779	0,5964	0,8070	0,7556	0,5757	0,9996	1,9520	0,7974	0,8292

Анализируя таблицу 2, можно сделать вывод, что Владимирская область на фоне других субъектов, находящихся с ней в одном кластере, уступает по всем показателям, кроме производительности труда при производстве инновационных товаров. Что касается сравнения со среднестатистическими данными по Центральному федеральному округу в целом, то здесь наблюдается отставание по показателям Ф2 (доле исследователей с учеными степенями в численности персонала, занятого научными исследованиями и разработками, чел./чел.) Ф3 (внутренним затратам на научные исследования и разработки на 1 исследователя, млн. руб./чел.), Ф5 (числу выданных патентов на 1 исследователя, штук/чел.), Ф8 (затратам на технологические инновации на 1 исследователя, млн. руб./чел.) и Ф9 (внутренним текущим затратам на исследования и разработки на 1 исследователя, млн. руб./чел.). Следовательно, именно на тех показателях, по которым Владимирская область отстает от среднестатистических данных по ЦФО РФ и от показателей субъектов, входящих с ней в один кластер, необходимо сосредоточить особое внимание для обеспечения благоприятных условий для инновационной деятельности, а также для обеспечения роста этих показателей.

Так, объективные количественные расчеты, базирующиеся на детальном, последовательном анализе, позволили выявить нам проблемные показатели инновационной деятельности Владимирской области. Правильные анализ и

оценка полученных данных делают возможным достижение лучших результатов путем определенных воздействий на низкие показатели.

Литература:

1. Фраймович, Д.Ю. Методика определения инвестиционной привлекательности сельского хозяйства. Государственная служба. – 2012. №4. С. 109. ISSN 2070-8378
2. Плохотников, К.Э. Статистика: учеб. пособие / К.Э. Плохотников, Колков С.В. –М.: Флинта: МПСИ, 2006. – С. 131-134. ISBN 5-89349-998-0
3. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2013: Стат.сб./Росстат. - М., 2013. – 990 с. ISBN 978-5-89476-369-9
4. Селютин С.В. Кластерный анализ стран мира по уровню развития атомной энергетики. Российское предпринимательство. – 2013. № 6 (228). с. 32. ISSN 1994-6937

Новикова П.С., ст.гр.УП-213

Научный руководитель: **Левизов А.С.,** доц.каф.ЭУИИ, к.э.н.
Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

БЕЗРАТОТИЦА В РОССИИ

Уровень безработицы - одна из самых главных характеристик, описывающая экономику страны или региона. Практически всегда считается, что чем выше уровень безработицы, тем хуже экономическая ситуация и ниже уровень жизни населения [6]. Россия - огромная страна, состоящая из 83 федеральных субъектов - республик, краев, округов, областей и городов федерального значения. У каждого из этих регионов своя история, правительство, ресурсы, население и экономика, и, соответственно, уровень безработицы в каждом из регионов разный.

Если сравнивать уровень безработицы, сложившийся в России за 2013 год с уровнем безработицы, зафиксированным по итогам 2012 года, то можно сказать о ряде кардинальных изменений. Если по итогам 2012 года в отчетах фигурировали данные о том, что работу ищут всего 5,6%, так называемого, экономически активного (то есть в возрасте от 15 до 72 лет) населения страны (или 4,2 миллиона человек в абсолютном выражении, что могло бы означать наиболее низкий уровень безработицы за последние 10 лет). Однако, с началом 2013 года ситуация изменилась в неблагоприятную сторону.[3]

Численность безработных началась увеличиваться уже с первого месяца нового года. Хотелось бы, конечно, знать, в чем причины такого поворота событий. Однако, они вполне очевидны. Во-первых, это замедление темпов роста отечественной экономики, начавшееся еще в середине 2012 года. Мировой тренд показывает, что со снижения темпов экономического развития увеличивается доля незанятых в бизнесе людей. При этом, тенденция такова, что прогноз по росту безработицы, скорее всего, оправдается, поскольку экономика России без принятия радикальных мер (вроде девальвации рубля в августе 2013 года) продолжит снижать свои темпы и даже, вполне возможно,

ВВП вообще перестать давать какой-либо существенный прирост по отношению к прошлогодним показателям.[2]

Анализируя уровень безработицы по России с прогнозами на весь текущий 2013 год, стоит отметить важность получения следующих данных:

- Доля безработных среди трудоспособного (экономически активного) населения
- Аналогичные показатели для конкретных отраслей экономики (торговля, строительство и т.д.)
- Приведенные в пункте 1 показатели, характерные для конкретного региона.

Число безработных в России (данные Росстата) по итогам 2012 года составило 4,24 млн. человек, что, как мы можем напомнить, является минимумом с 2002 года.

Если мы обратимся к данным Росстата и посмотрим динамику численности безработных в России по состоянию на первое полугодие 2013 года, то увидим следующую картину:

Январь – 6,0% всего трудоспособного населения не заняты работой (или в абсолютном выражении 4,5 млн. при численности экономического населения в 75,2 млн. человек)

Февраль – 6,1% (соответственно, 4,6 млн. и 75,1 млн. человек). По другим источникам – 5,8%.

Март – уровень в 5,7%

Апрель – показатель в 5,6%

Май – снижение до 5,2% (при этом, численность экономически активного населения, находящегося в возрасте от 16 до 72 лет – 75,6 млн. чел., или 53% численности населения России)

Июнь — рост до 5,4% (или в абсолютном выражении — 4,089 млн. россиян).

Стоит, однако, заметить, что уровень зарегистрированной безработицы в России (то есть по данным служб занятости) в июне 2013 года оценивается всего в 1,0 млн. человек, из которых 0,8 миллионов человек получают пособия по безработице.[7]

Тенденция, наметившаяся в последние месяцы означает, что, скорее всего безработица по итогам 2013 года составит 6,3%. Это все же относительно невысокий показатель, означающий, что ситуация с работой в нашей стране в 2013 году лучше, чем это было в большинстве годов, начиная с 2002.

Стоит отметить, что по итогам мая, к примеру, средний возраст безработного составил 36,2 года, что может говорить о вполне логичном факте того, что среди молодежи доля безработных выше.[2]

Конечно же, опасения вызывает и тот факт, что безработица крайне неравномерно распределена по территории страны. С одной стороны, это вполне объяснимо, ведь не на любой территории, к примеру, рентабельно строить заводы или добывать полезные ископаемые. Предприниматели, конечно же, думают в первую очередь о рентабельности и хотят создавать свой

в бизнес, где будут наиболее благоприятные условия для его ведения: доступные транспортные развязки, наиболее квалифицированные кадры и т.д.

Для сравнения ситуации с работой в разных регионах страны, проанализируем данные РосСтата по безработице за март-май 2013 года. По Федеральным округам:

Самый низкий показатель – 3,3% — отмечается в Центральном Федеральном округе (в том числе данные для Москвы – 1,6%, в Орловской области наиболее высокий уровень – 6%)

Самый высокий – 13,3% отмечен в Северо-Кавказском (ранее часть Южного ФО) Федеральном округе (включая Чеченскую Республику – 27,9%, Ингушетию – 45,5%)

Северо-западный ФО: Санкт-Петербург – 1,2%, самый высокий — Карелия – 8,5%

Южный ФО: самый высокий – Калмыкия (12%), Краснодарский край – 5,9% (наиболее низкий показатель по округу)

Приволжский ФО: Самарская область (3,1%) и Чувашия (6,5%) лидируют по числу безработных в регионе (соответственно, в меньшей и большей степени)

Уральский ФО: лидеры по максимуму и минимуму — Курганская область (7,8%), Ямало-Ненецкий автономный округ (3,0%)

Сибирский округ: наиболее серьезная ситуация в республике Тыва (23,4%), наиболее благоприятная – Новосибирская область (5,0%)

Дальневосточный ФО – лидирует по числу безработных Еврейская автономная область (8,5%).

На самом ли деле показатели 2012 и 2013 годов для России можно считать позитивными. Для того, чтобы объективно взглянуть на проблему с безработицей, сравним статистику для России и европейских стран, а также США. В странах Европы по итогам 2012 года коэффициент безработицы варьирует (изменяется) в границах от 6,5% до 11,2%. Наиболее низкий уровень безработицы наблюдается в Германии – собственно, 6,5% по итогам 2012 года. Самая опасная ситуация сложилась в Греции – доля безработных среди экономически активного населения там 11,2%, близка ситуация с работой в Греции – там аналогичный показатель незанятого населения – 10%. В среднем по Европе ситуация держится на уровне в 7,7% и это значение совпадает с американскими показателями. В США, к слову, доля экономически незанятого населения, с начала 2013 года начинает снижаться, снизившись до 7,7% (на начало года — 7,9%) — данные по итогам 2012 года. Это дает право считать обстановку в России с работой «весьма благополучной» в сравнении с экономически развитыми западными странами. Стоит также отметить, что в США по аналогии с Европой очень высок процент безработицы среди молодежи. По некоторым источникам он составляет более 20% в США и некоторых странах Европы.

Стоит заметить, что увеличение числа безработных – общемировая тенденция. По прогнозам Международной организации труда в 2013 году численность людей без работы в мире увеличился на 5,1 миллионов человек и

достигнет уровня в 202 млн. человек. Конечно же, такая статистика весьма не радует.

Конечно же, нас, как жителей России, в первую очередь волнует уровень безработицы в России в 2013 году – мы надеемся, что положительные прогнозы сбудутся, и большее число людей смогут найти себе дело, которое им по душе.

Уровень безработицы в январе 2014 составил 5,60%, изменившись на 0,02% по сравнению с декабрем 2013 (5,58%), и -0,35% по сравнению с январем 2013 (5,95%).

Численность экономически активного населения в январе 2014 составила 74 627 000. Изменение составило -471 000 (-0,63%) по сравнению с декабрем 2013 (75 098 000) и -581 000 (-0,77%) по сравнению с январем 2013 (75 208 000).

Из общего числа экономически активного населения 70 447 000 были трудоустроены, и численность трудоустроенных людей изменилась на -461 000(-0,65%) по сравнению с декабрем 2013, когда было 70 908 000 занятых людей, и на-284 000 (-0,40%) по сравнению с январем 2013, когда 70 731 000 людей имело работу.

В это же самое время, количество безработных в январе 2014 составило 4 180 000. При этом изменение составило -10 000 человек (-0,24%) по сравнению с декабрем 2013(4 190 000) и -97 000 (-6,63%) в сравнении с январем 2013 (4 477 000). [7]

Литература:

1. Адамчук В.В., Ромашов О.В., Сорокина М.Е. "Экономика и социология труда", учебник для вузов. М.: ЮНИТИ, 2011.
2. Булатов А.С. "Экономическая теория". М.: Экономист, 2013.
3. Завельский М.Г. "Экономика и социология труда" курс лекций. М.: ЛОГОС, 2011.
4. Кашепов А. Проблема предотвращения массовой безработицы в России // Вопросы экономики. - 2012. - №5.
5. Иохин В.Я. Экономическая теория: Учебник. М.: Экономист, 2013.
6. Рофе А.И. и др. Рынок труда, занятость населения, экономика ресурсов для труда: учебное пособие. М.: "МИК", 2011.
7. <http://www.gks.ru/>.

Подсевалова М.С., магистрант гр. УПм-114
Научный руководитель: **Снегирева Т.К.**, доц. каф. ЭУИИ, к.э.н.
Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ФАКТОРЫ МОТИВАЦИИ И СТИМУЛИРОВАНИЯ РАБОТНИКОВ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ

В статье рассматриваются факторы, обуславливающие необходимость совершенствования механизмов мотивации работников высшей школы в современных условиях. Мотивация персонала является основным средством обеспечения оптимального и эффективного использования ресурсов,

реализации имеющегося кадрового потенциала. Этим и обуславливается актуальность данной работы.

Ключевые слова: мотивация, стимулирование, мотивы, стимулы, вознаграждение, потребности.

Понятия «мотивация» и «мотивирование» используются не только в смысле формирования индивидуальных, групповых и коллективных мотивов, но и обозначения процесса влияния стимулов на мотивы для получения требуемого уровня мотивации [3, с.4].

Исходя из такого понимания мотивов и стимулов, а также соответственных систем мотивации и стимулирования, можно выявить первое соотношение в текущей практике мотивации: чем больше система стимулирования соответствует мотивации работника, группы, коллектива, чем сильнее её действие, тем выше эффективность действия стимулов.

Это соотношение в отечественной практике управления длительное время было лишено необходимого информационно-аналитического подкрепления по знанию мотивации своего персонала. Поэтому практика стимулирования во многих российских высших учебных заведениях базировалась и продолжает базироваться на некоем внутреннем ощущении руководителями мотивации своего персонала. Это ощущение основывается на следующих элементах:

1. На видении отношения работников к труду, выполнения своих задач и трудовых функций.
2. На оценке количественных и качественных результатов труда.
3. На восприятии различных высказываний работников относительно существующей системы стимулирования, и, прежде всего, оплаты труда.

Также стимулирование работников ВУЗов напрямую зависит от материальных мотивационных факторов, представленных в таблице 1.

Таблица 1

Материальные мотивационные факторы

Категория сотрудника	№ п/п	Должность	Мотивационные факторы	
			Квалификационный уровень (стаж, наличие ученой степени и ученого звания)	Должностной оклад, руб.
ППС	1	Директор института	6	35500
	2	Декан	1-5	26000-35000
	3	Заведующий кафедрой	1-8	20000-31000
	4	Профессор	1-6	16500-25500
	5	Доцент	1-5	15000-25000
	6	Старший преподаватель	1-2	10000-14500
	7	Ассистент	1-3	9000-13500
УП	8	Учебно-вспомогательный персонал	1-4	5555-6500
	9	Административно-управленческий персонал	1-6	6500-40000

Как видно из таблицы, размер окладов профессорско-преподавательского состава напрямую зависит от наличия ученой степени и ученого звания. А вот размер окладов управленческого персонала зависит от стажа и в некоторых отделах от образования.

Второе соотношение, выявляемое в текущей практике управления обратно первому: чем меньше система стимулирования соответствует мотивации работника, группы, коллектива, тем слабее ее действие и тем ниже эффективность действия стимулов.

Такое соотношение возникает по различным причинам, но главной среди них является незнание мотивации, или отсутствие необходимой аналитической информации. Для устранения этой причины и начали появляться в том или ином виде подразделения по мотивации персонала, одна из задач и функций которых – систематическое изучение мотивации работников и в связи с этим разработка предложений по совершенствованию системы стимулирования [4, с.25].

Весьма важным и необходимым считается разделение мотивационной системы (индивидуальной, групповой и коллективной) на мотивы (что побуждает) и антимотивы (что не побуждает).

Практика показывает, что смысл совершенствования системы стимулирования заключается не только и не столько в «совершенствовании мотивов», сколько в снижении, нивелировании или устранении антимотивов, т.е. в «совершенствовании от антимотивов». Поэтому очень важным аналитико-оценочным инструментом является получение информации, как о мотивах, так и об антимотивах. Для человека гораздо важнее не усилить «плюсы», а нивелировать или даже ликвидировать «минусы». Это более действенный инструмент, способный дать тот или иной положительный эффект.

Возможно ли на практике достигнуть такого уровня, когда стирается грань между стимулами и мотивами и, соответственно, система стимулирования равна системе мотивации? Да, там, где человек больше открыт по своей мотивации/ антимотивации и руководство заинтересовано в повышении эффективности деятельности, удастся добиться такого равенства.

Недовольство со стороны работника стимулами или системой стимулирования по своей сути обусловлено накопившемся в нем (в ней) превалянием антимотивов над мотивами. И если имеется такая возможность, работник начинает искать и в итоге переходит на новое место работы, где его мотивационный баланс (как надеется человек) будет иным – мотивы «перевесят» антимотивы и, соответственно, стимулы – антистимулы.

Оценка систем стимулирования и обсуждение оценочной информации позволили выявить их типичные слабости, или «болезни».

Первая типичная слабость заключается в том, что руководители, как правило, рассматривают систему стимулирования в узком спектре стимулов, а работники – в более широком (таблица 2).

Таблица 2

Спектр методов и стимулов с позиции руководителей и сотрудников

№	Руководители	Сотрудники
1	Методы материального стимулирования – виды заработной платы, доплаты, надбавки, премии, компенсации	
2	Социальный пакет – оплата в том или ином процентном соотношении различных услуг и/или выполнение определенных социальных обязательств перед своими работниками	
3	Методы морального стимулирования , находящие выражение, в принципе, в различных средствах морального поощрения	
4	Ограниченное применение	Методы организационного стимулирования , для которых характерны изменения в организации труда: гибкий рабочий день или график; частичное выполнение работы на дому; участие в совещаниях, заседаниях «не отходя от рабочего места»
5	Слабое применение	Условия труда – санитарно-гигиенические, материально-технические, информационные, социально-бытовые, социально-психологические, условия социальной защиты, помощи, пространственные, эстетические, темпоритмические
6	Не уделяется особого внимания	Стиль непосредственного руководителя , находящий выражение в проявлениях его индивидуальных особенностей

Таким образом, для российской практики управления персоналом характерны следующие тенденции или закономерности:

Во-первых, руководители примерно в два раза зауживают как понимание системы стимулирования, так и практическое использование ее методов. Это закономерно приводит к тому, что руководители обедняют свой руководящий арсенал методов стимулирования, по меньшей мере, в два раза.

Поэтому сами руководители приходят к выводу о том, что необходимо освоение передового опыта в области стимулирования персонала и соответствующее обогащение индивидуального набора методов стимулирования.

Во-вторых, работники рассматривают методы стимулирования в более широком спектре, и поэтому их адекватные ожидания по их использованию со стороны руководителей не оправдываются. Это закономерно приводит к восприятию руководителей как непрофессионалов и разрыву между потребностями в стимулах и уровнем удовлетворенности.

Поэтому доминирующим мнением специалистов различных подразделений является необходимость повышения квалификации руководителей всех уровней управления, и особенно руководящего состава в области мотивации и стимулирования персонала.

Вторая типичная слабость систем стимулирования заключается в том, что они используются, как правило, без обратной связи.

Во многих ВУЗах не использовались и не используются какие-либо формы и методы оценки работниками системы стимулирования. То есть получается мотивационно-стимулирующий парадокс: работнику адресуется некий набор формальных стимулов, а как он их воспринимает и оценивает, никого не

интересует. От работника ожидаются только результаты работы. Такое «стимулирующее равнодушие» - весьма характерная черта российской практики.

Морально-психологические стимулы ориентированы на мотивацию человека как личности, а не только механизма, призванного выполнять производственные функции. Моральные стимулы являются внутренними, т.е. напрямую ими нельзя воздействовать на человека. Но можно создавать условия для их возникновения.

Например, на работника можно воздействовать воспитанием, т.к. большое значение для возникновения мотивации имеют ценностные ориентации работника. Социальные ценности, приобретенные человеком осознанно или не осознанно, и ставшие для него значимыми, превращаются в побудительные силы (мотивы), под действием которых совершаются определенные поступки. В процессе воспитания формируется и изменяется базовая система ценностей (например: преданность вузу, неподкупность). В этом случае основное внимание обращается на то, чтобы развить и усилить желательные для субъекта управления мотивы и, наоборот, ослабить те, которые мешают эффективному управлению персоналом. Этот тип воздействия требует гораздо больше усилий, знаний и способностей для его осуществления. Но его результат в целом существенно превосходит результаты внешнего стимулирования. Организации, освоившие его и использующие в своей практике, могут гораздо более успешно и результативно управлять персоналом [2].

На взгляд автора, необходимо с практической точки зрения подходить к мотивации сотрудников как к одному из важнейших вопросов для руководителей любой компании. Необходимо выстроить систему стимулирования, чтобы она наиболее полно соответствовала мотивации работника.

В соответствии с мотивами сформулируем приоритеты системы мотивации и стимулирования работников ВУЗов (рис. 1):

1. Заработная плата, включающая следующие разделы:

- ежемесячно-ежемесячной оплаты труда остался прежним – на основе повременно-премиальная оплата. Метод ьной системы, т.е. оплата труда формируется на основании утвержденных часовых заработков, которые дифференцированы по профессиям, квалификации, а так же надбавок стимулирующего и компенсационного характера.

- ежеквартальная оплата (премия).

- разовые денежные вознаграждения – за выполнение особо важных и ответственных заданий, за предложения, повышающие эффективность преподавания, за победу в конкурсах, по результатам успешного завершения проекта.

- система оценки результатов труда. Для справедливой оценки результатов труда работников каждый руководитель на постоянной основе ведет учет в письменной произвольной форме положительных и отрицательных отклонений в работе каждого работника на протяжении всего календарного года.

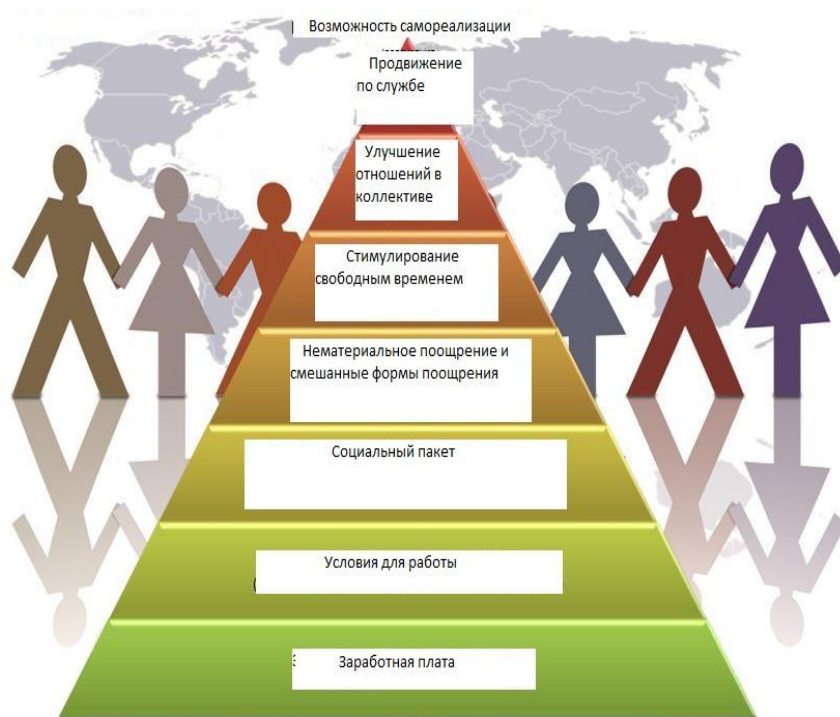


Рисунок 1. «Приоритеты системы мотивации и стимулирования работников ВУЗов»

2. Условия для работы. Включает создание безопасных и комфортных условий труда. Оптимальную организацию и техническую оснащенность рабочего места, доступ к информации (интернет) и т.д.

3. Социальный пакет, предусматривающий ежегодный медицинский осмотр, оплачиваемый организацией; организацию отдыха работников и их детей на базах отдыха и в детских лагерях; предоставление невозвратной и возвратной (аванс, ссуда, безвозмездная помощь) материальной помощи, дополнительных оплачиваемых и неоплачиваемых отпусков, в том числе ученических; поощрение при рождении ребенка (отпуск, подарок); предоставление на льготных условиях возможности обучения детей работников в ВУЗе [1].

4. Нематериальное поощрение и смешанные формы поощрения. Создание системы признания достижений. Это грамота; доска почета; публикация во внутренней прессе информации о лучших работниках; устная публичная или личная благодарность руководителя; предоставление возможности работать, используя самые лучшие и дорогие фонды компании (технику).

5. Стимулирование свободным временем. В результате недостатка свободного времени многие работники трудятся с ощущением хронической усталости, испытывают постоянные нервно-эмоциональные перегрузки. Система стимулирования трудовой активности предполагает оптимальное соотношение рабочего и свободного времени, т.к. у людей кроме самой работы могут быть и другие не менее важные дела, например, занятия спортом, хобби или просто отдых. Если работник нуждается в свободном времени, а его

целиком поглощает работа, то он будет избегать ее, понижая таким образом производительность труда.

6. Улучшение отношений в коллективе. К внутренним условиям создания психологического микроклимата в коллективе, благотворно влияющего на состояние работающих, относят авторитет и особенности личности руководителя, совместимость членов коллектива по характерам и т.п. Все эти факторы накладывают своеобразный отпечаток на психологическую атмосферу коллектива, на характер и формы межличностных отношений, коллективные мнения, настроения, на целеустремленность, сплоченность, требовательность и т.д. Для укрепления отношений в коллективе можно проводить совместные корпоративные праздники. А летом совместные семейные праздники на природе.

7. Продвижение по службе. Один из наиболее действенных стимулов, т.к. во-первых, при этом повышается оклад; во-вторых, расширяется круг полномочий и соответственно работник становится причастен к принятию важных решений; в-третьих, повышается степень ответственности, что заставляет человека работать эффективнее и не допускать промахи и ошибки; в-четвертых, повышает доступ к информации. Словом, повышение в должности позволяет работнику самоутвердиться, почувствовать себя значимым, нужным, что, конечно же, делает его заинтересованным в своей работе.

8. Возможности самореализации. Предусматривает возможность внесения своих предложений на рассмотрение; публичное высказывание своей позиции, в том числе публикации в корпоративной прессе; возможность карьерного роста – вертикального и горизонтального; участие в различных проектах; возможность работы в качестве наставника и т.д.

Данная система мотивации и стимулирования рассчитана повысить степень удовлетворенности работой, создать благоприятную рабочую среду для научной деятельности и самореализации.

Всё вышперечисленное позволяет сделать вывод, что денежное вознаграждение является приоритетным фактором, который заставляет людей трудиться эффективнее при условии, что работник придает ему большое значение и, что заработная плата напрямую связана с результатами труда, и, если работник уверен в наличии устойчивой связи между получаемым материальным вознаграждением и эффективностью своего труда. Но для преподавателей трудно оценить его индивидуальный вклад, и в соответствии с этим назначить ему заработную плату. Поэтому во многих случаях материальное денежное вознаграждение не может побудить преподавателя работать эффективнее, а ведь именно эта задача стоит перед системой стимулирования в целом. В этом случае большую роль играют морально-психологические стимулы, которые мотивируют работника к производительному высококачественному труду без использования денежного стимулирования. Также руководителям выгодно удовлетворить или создать все условия для удовлетворения низших потребностей (высокая заработная плата, предоставление страховки, забота о здоровье), чтобы получить в свои руки самые сильные стимулы – внутренние. Под воздействием внутренних мотивов

человек работает настолько успешно, что «выгода» (подготовка хороших высококачественных специалистов) полученная от высокоэффективной педагогической деятельности с лихвой окупит средства, потраченные на удовлетворение низших потребностей.

Таким образом, необходимо развивать и совершенствовать различные формы стимулирования, которые способны повысить действенность и результативность экономических стимулов, что позволит поставить каждого работника и коллектив в такие экономические условия, при которых появится возможность наиболее полно сочетать личные интересы с рабочими целями. А также акцентировать внимание на социально-психологических аспектах мотивации, определяющих внутреннюю мотивацию персонала.

Литература:

1. Богдан Н. Н., Могилевкин Е. А. Мотивация и демотивация профессиональной деятельности персонала вуза // Университетское управление. 2010. N 3 (31). С. 89 - 97.
2. Одегов Ю.Г., Руденко Г.Г., Апенько С.Н., Мерко А.И. Мотивация персонала: Учебное пособие. – М.: Издательство «Альфа-пресс», 2010. – 640с.
3. Хавричева Е. Заряженность на хорошую работу. Нематериальное стимулирование персонала предприятий малого предпринимательства // Кадровик. Кадровый менеджмент. 2009. N 5. С. 27 - 31.
4. Ходенкова О. Методы и подходы к немонетарной мотивации // Кадровик. Кадровый менеджмент. 2010. N 7.
4. Чекмарев О.П. Мотивация и стимулирование труда: учебно- методическое пособие. – СПб., 2013. – 343 с.
5. <http://hr-portal.ru/article/moralnoe-stimulirovanie-personala>
6. <http://www.cfin.ru/management/people/most.shtml>

Подсезалова М.С., маг. гр.УПм-114

Научный руководитель: **Снегирева Т.К.**, доц.каф.ЭУИИ, к.э.н.
Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

БАЛЛЬНАЯ СИСТЕМА СТИМУЛИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА

В статье рассматриваются факторы, обуславливающие необходимость увеличения эффективности корпоративной работы. Внедрение балльной системы стимулирования персонала позволяет повысить эффективность предприятия и успешно им руководить, т.к. внедрение данной системы позволяет перейти от оценочных инструментов к системе управления персоналом. Этим и обуславливается актуальность данной работы.

Ключевые слова: мотивация, стимулирование, вознаграждение, оценка.

Индикаторы эффективности управления компанией – высокие экономические показатели, устойчивое положение на рынке, конкурентоспособность, стабильность. К ним же можно отнести специфические показатели: результативность сотрудников, низкая текучесть кадров,

удовлетворенность и лояльность персонала, соблюдение дисциплины и отсутствие конфликтов. К сожалению, один чистый оклад не в состоянии этого обеспечить; он также не оказывает должного стимулирующего воздействия на сотрудников. Именно поэтому возникли всевозможные системы премирования, основная задача которых – мотивировать работников, вдохновлять их, выражаясь официально, на дальнейшие трудовые свершения. Балльная система стимулирования персонала как нельзя лучше отвечает вышеупомянутым целям.

Как видно из названия, при использовании такой системы персонал получает за свою работу оценки, или баллы. Они показывают, каковы способности, профессиональный рост каждого сотрудника и другие качества: организованность, ответственность, трудолюбие, умение планировать рабочее время, работать в команде и т.д. Сообразно набранным баллам сотруднику начисляется премия.

Поэтому данная система подробно описывается в соответствующем локальном документе. Положение о балльной системе премирования персонала состоит из следующих разделов [3]:

1. Общие положения.
2. Порядок установления стимулирующих выплат.
3. Порядок лишения стимулирующих выплат.
4. Деятельность комиссии по распределению выплат стимулирующего характера.
5. Заключительные положения.

При балльной системе премирования следует учесть ключевой момент: постановка задач, планирование работы и подведение итогов привязаны к выполнению заданий, которые могут ставиться отдельному сотруднику, подразделению и организации в целом [2].

Проект по разработке и внедрению новой системы стимулирования и оплаты труда (ее модель схематично показана на рисунке 1) требует не только участия специалистов HR-подразделения, но и поддержки руководства компании и функциональных служб, а значит – их заинтересованности. Для успешного выполнения проекта нужно сформировать рабочую группу, способную учесть все особенности деятельности организации. Так, при создании системы руководство должно учитывать общую стратегию, планы, политику предприятия и т.д. Соответственно, главы подразделений формируют конкретные задачи для отделов и сотрудников, требования к качеству работы и своевременному исполнению внутренних регламентов. Служба персонала определяет нормы, стандарты и проводит мониторинг уровня оплаты труда в своем сегменте рыночной экономики. Важно, чтобы обсуждалась работа, связанная с должностными обязанностями, а не сами сотрудники. Для объективности распределения стимулирующих выплат в компании создается балансовая комиссия, состав которой избирается простым большинством голосов на общем собрании трудового коллектива сроком на один год [3].



Рисунок 1. Модель балльной системы стимулирования персонала

При разработке показателей результативности каждого бизнес-процесса необходимо придерживаться следующих правил:

1. Следует формировать четкие требования по оценке должностей.
2. Набор показателей должен содержать необходимое их количество для обеспечения полноценного управления бизнес-процессом.
3. Каждый показатель должен быть измеримым.
4. Система показателей должна быть гибкой, т.е. изменяться в зависимости от функциональных возможностей подразделения.
5. Фонд стимулирующих выплат в подразделении должен формироваться на основе достижений стратегических задач компании, а не на основе цифр за прошлый период.
6. Общая сумма стимулирующих выплат не может превышать размера «стимулирующего» фонда.

Чтобы оценить достигнутые сотрудником результаты, степень выполнения должностных обязанностей, качество затраченного труда, работодатель должен обеспечить контроль и учет выполненной работы. Важно, чтобы непосредственный руководитель высказывал свое мнение о качестве работы сотрудника, благодарил за хорошую работу, давал конструктивную критику, если по некоторым показателям результаты оказались ниже плановых значений. По каждому из критериев оценки должна быть разработана шкала (2-, 5-, 10-балльная и др.) [2], в которой описаны четкие характеристики для каждого из баллов. Например, «0» ставится в следующих случаях:

- работа (соответствующий пункт) не представлена в установленные сроки;
- допущены ошибки в представленных документах (качество);
- отклонение от стандарта (качество);
- обоснованные претензии со стороны руководства.

Полученные баллы фиксируются в специальных оценочных бланках, чтобы, подводя итоги, комиссия по распределению стимулирующих выплат (балансовая комиссия) смогла определить конкретный размер бонуса.

Поскольку такие задачи, как составление профессиограмм, графика отпусков, планов обучения, карьерных лестниц и/или формирование списка кадрового резерва, могут быть разовыми, следовательно, наименования работ и показатели оценки по ним формируются по мере необходимости. Причем любой сотрудник компании вправе ознакомиться с оценкой собственной профессиональной деятельности и при несогласии подать заявление на апелляцию, что делает данную систему вознаграждения справедливой.

Хорошо известны и широко применяются технологии KPI, основанные на объективных, а главное – измеримых критериях: объемах продаж, финансовых показателях, сроках и пр. Мы знаем, что такие показатели применимы к слою работников, которые напрямую на них влияют, – к «белым воротничкам», топ-менеджерам. А что делать с оценкой труда тех, кто «отдален» от экономических и операционных процессов компании? Так, работники бэк-офиса не имеют SMART-задач, и, в отличие от труда менеджеров, вклад «клерков» (например, бухгалтеров, кадровиков и т.п.) сложно оценивать с помощью объективных критериев. Но как же определить степень выполнения ими рутинных функций? Предложенная в статье методика позволяет оценивать качество выполнения должностных обязанностей и количество затраченного при этом труда, в ней предлагается косвенный подход – балльная оценка, которая все чаще применяется в практике вознаграждений.

Безусловно, такая оценка субъективна, поскольку основана на экспертном мнении, однако ее объективность обеспечивается работой целого коллектива – балансовой комиссии. Отметим, что успех такой технологии зависит от включенности руководителя: его участия не только в мероприятиях по оценке, но и в постановке целей и ежедневном контроле над работником. Таким образом, методика побуждает руководителей быть заинтересованными в процессе управления и ответственнее подходить к оценке труда подчиненных. Ценно и то, что работник знает, за что ему начислены или не начислены баллы, т.е. получает обратную связь о своем труде.

В ст. 135 Трудового кодекса РФ указано: «Системы оплаты труда, включая размеры тарифных ставок, окладов (должностных окладов), доплат и надбавок компенсационного характера, в том числе за работу в условиях, отклоняющихся от нормальных, системы доплат и надбавок стимулирующего характера и системы премирования устанавливаются коллективными договорами, соглашениями, локальными нормативными актами в соответствии с трудовым законодательством и иными нормативными правовыми актами, содержащими нормы трудового права».

Оценочные бланки по каждому бизнес-процессу представляют собой табличную форму с графами: наименование должности, наименование работ, критерий оценки, баллы (планируемые и фактические). Стимулирующие выплаты распределяются балансовой комиссией, которая составляет сводную таблицу результативности работы сотрудников по итогам месяца. Высчитывается сумма баллов каждого сотрудника, затем суммируются все баллы по каждому бизнес-процессу. Стоимость одного балла (т.е. сумма

стимулирующих выплат каждого сотрудника) определяется путем деления суммы стимулирующих выплат подразделения на общее количество баллов по подразделению (на число его работников). Наглядно можно представить в виде формулы:

$$S_{\text{стим. сотрудника}} = \frac{\sum S_{\text{стим.}}}{\sum V_{\text{баллов}}} \times K_{\text{балл сотрудника } i}$$

где $S_{\text{стим. сотрудника}}$ – стимулирующие выплаты на каждого сотрудника, сумма в руб.;

$S_{\text{стим.}}$ – стимулирующие выплаты на подразделение, сумма в руб.;

$V_{\text{баллов}}$ – максимальное число баллов по подразделению;

$K_{\text{балл сотрудника}}$ – число набранных сотрудником баллов.

Рассмотрим пример.

Фонд стимулирующих выплат для отдела персонала – 60 000 руб.

Численность отдела: 3 человека.

Шкала с оценками 2-балльная (для простоты): 0 – не сделано, 1 – сделано без нареканий.

Максимальное число баллов по каждой должности в каждом подразделении должно быть равным; в данном случае оно составляет 14 баллов.

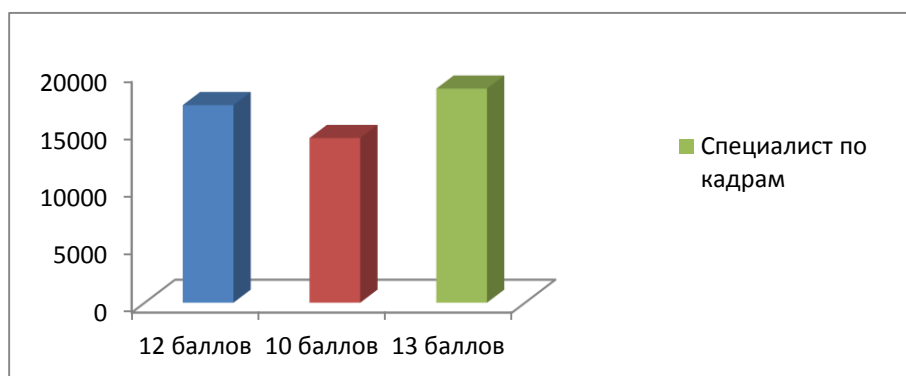


Рисунок 2. Размер стимулирующих надбавок по балльной системе

Руководитель отдела персонала (1) набрала 12 баллов.

Менеджер по персоналу (2) набрала 10 баллов.

Специалист по кадрам (3) набрала 13 баллов.

Максимальное число баллов по подразделению: $14 \times 3 = 42$ балла.

В результате, используя вышеприведенную формулу, получим сумму, которая составляет стимулирующую прибавку к должностному окладу сотрудника:

$$S_{\text{стим. сотрудника}} (1) = 60\,000 : 42 \times 12 = 17\,143 \text{ руб.}$$

$$S_{\text{стим. сотрудника}} (2) = 60\,000 : 42 \times 10 = 14\,286 \text{ руб.}$$

$S_{\text{стим. сотрудника}}(3) = 60\,000 : 42 \times 13 = 18\,571 \text{ руб.}$

Итого по подразделению (отдел персонала): 50 000 руб.

Далее эти суммы на каждого сотрудника указываются в протоколе, который подписывается всеми членами балансовой комиссии, присутствовавшими на заседании. Выплаты работникам производятся на основании приказа руководителя компании.

Если сравнивать балльную систему с популярной сегодня системой KPI's (от англ. Key Performance Indicators), то ключевые различия этих систем состоят в следующем:

- в балльной системе количество показателей не ограничено несколькими (обычно 3–5) ключевыми показателями эффективности;
- балльная система опирается на показатели выполнения должностных обязанностей, а не на абстрактные KPI;
- начисление баллов не зависит от сотрудников, занимающих высокие должности или оказывающих большое экономическое или финансовое влияние на показатели компании, поскольку баллы зачисляются не за достижение целей, а за выполнение функций. Поэтому результаты «клерков» бэк-офиса не сильно зависят от результатов «белых воротничков», которые зарабатывают деньги.

Использование балльной системы для оценки результативности работы и мотивирования персонала, несмотря на сложность и высокие требования к квалификации сотрудников, проводящих оценку, при правильном применении способствует созданию атмосферы справедливости во взаимодействии руководителя и подчиненных, стимулирует рост ответственности и самостоятельности, повышает удовлетворенность сотрудников выполняемой работой и их приверженность своей организации и подразделению. Оценивая персонал таким образом, руководитель может повысить эффективность предприятия и успешно им руководить, т.к. внедрение данной системы позволяет перейти от оценочных инструментов к системе управления персоналом. Таким образом, балльная система стимулирования персонала является отличным способом увеличения эффективности корпоративной работы.

Список литературы:

1. Трудовой кодекс РФ
2. Скоробогатова Т. Балльная система стимулирования//Кадровик, электронный журнал. – 4. – 2014.
3. Чемяков В. Грейдинг: стратегия компании - источник требований к персоналу// Бизнес-Ключ. – 2. – 2009. – 28с.
4. Шапиро С.А. Мотивация и стимулирование персонала: Учебное пособие.– М.: ГроссМедиа,2009.-224с.

Подсевалова М.С., магистрант группы УПм-114
Научный руководитель: **Гундорова М.А.**, доц.каф.ЭУИИ, к.э.н.
Владимирский государственный университет имени Александра
Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

КОНФЛИКТЫ НА РАБОТЕ И СПОСОБЫ ИХ РАЗРЕШЕНИЯ

В статье рассматриваются факторы, обуславливающие необходимость правильно оценивать психологическую обстановку в коллективе, грамотно выбирать стиль руководства и способствовать укреплению благоприятного морально-психологического климата в организации с целью преодоления конфликтных ситуаций.

Ключевые слова: конфликт, руководство, мотивация, потребности.

На протяжении своей жизни каждый из нас неоднократно сталкивается с конфликтными ситуациями. Воспоминание о них, как правило, вызывают в сознании любого человека только неприятные ассоциации: враждебность, непонимание, попытки доказать свою правоту, обиды и угрозы. В результате сложилось мнение, что конфликт - это явление всегда негативное, особенно для руководителей, так как им приходится сталкиваться с непониманием чаще других работников. Но современные психологи все чаще склоняются к точке зрения, что некоторые конфликты даже в самой преуспевающей организации, при самых благоприятных отношениях между коллегами, не только возможны, но и желательны [2]. Надо только научиться управлять конфликтом. Безусловно, у каждого руководителя есть какие-то свои секреты и методы преодоления конфликтов, приобретенные на собственном опыте, успешном или не очень. Мы же попытаемся составить универсальный рецепт по борьбе с конфликтами на рабочем месте, который поможет сэкономить силы и время и без того всегда занятым руководителям и владельцам компаний. Из-за чего же возникают споры и разногласия? Как формируется и развивается конфликт? Какие пути выхода из тупиковых ситуаций предлагают современные специалисты?

Что же такое конфликт? Существуют различные определения этого понятия, но все они подчеркивают наличие противоречий и разногласий между сторонами — отдельными людьми или группой лиц [5]. Специалисты в этой области выделяют явные и скрытые конфликтные ситуации. С последними бороться наиболее трудно, так как скрытые формы конфликта протекают медленно, растет агрессия и враждебность, а разрешение спора откладывается в долгий ящик. Такие конфликты достаточно опасны для трудовых коллективов, так как затянувшаяся развязка молчаливой неприязни и непонимания может зреть достаточно долго и мешать результативному сотрудничеству и решению рабочих вопросов.

Источником обострения конфликтной ситуации и выходом конфликта на новый уровень — явный — обычно становится накопление

неудовлетворенности существующим положением дел и возрастание притязаний сторон. Обычно в такие моменты происходит некоторое событие, которое играет своего рода роль спускового механизма. Им может стать продвижение по служебной лестнице одной из сторон, или появление нового сотрудника, открыто принимающего одну из конфликтующих позиций. На этом этапе конфликт становится открытым и необратимым. Существуют три конечных стадии развития любого явного конфликта: он или становится самостоятельным и постоянным компонентом в коллективе, или завершается победой одной из сторон, или решается путем взаимных уступок конфликтующих.

Психологами-профессионалами выделено четыре основных типа конфликтов [5]. Первый из них — внутриличностный — мы рассматривать не будем, так как его спецификой является то, что участниками конфликта являются не люди, а психологические особенности одной личности. Конфликт такого типа человек решает наедине сам с собой. Рассмотрим три типа конфликтов, которые протекают в рабочей среде между сотрудниками, и которые наиболее часто встречаются в современных организациях.

Самый распространенный конфликт - межличностный. Как становится ясно из его названия, это конфликт, в котором участвуют два человека. В организациях он проявляется по-разному. Многие руководители считают, что его основной причиной является несходство характеров. Но более глубокое изучение межличностных конфликтов показывает, что в основе таких споров чаще всего лежат объективные и вполне конкретные причины. Такие как использование оборудования или рабочего места, распределение выделенных материальных средств. Частым является и конфликт «руководитель - подчиненный», где одна из сторон считает, что руководитель предъявляет непомерно высокие требования, а другая придерживается мнения, что подчиненный не умеет или не желает работать.

Третий тип — конфликт между личностью и группой — наиболее тяжело протекает в среде, где руководитель противостоит подчиненным.

Четвертый тип конфликтов — межгрупповой — в него могут быть включены не два и не три человека, а все работники одновременно. Ведь любая организация состоит из формальных (должностных) и неформальных (дружеских) групп, между которыми могут возникать конфликты.

Стоит сказать так же о том, что любой из рассмотренных нами типов конфликтов может принести организации не только вред, но и пользу. Ведь некоторые споры и столкновения мнений - при правильном подходе к разрешению сформировавшегося конфликта - могут способствовать развитию взаимоотношений и принятию правильного решения. Для этого надо уметь понимать причины возникновения спора, учиться анализировать ход конфликта и правильно себя вести.

Если внимательно присмотреться к стилю общения отдельных людей в конфликтных ситуациях, можно заметить типичность этого поведения.

Условно разделим конфликтующих на три типа: «практики», «собеседники» и «мыслители». Название типов определила манера поведения людей в критические моменты споров и разногласий [3].

Так, девизом практика является «лучшая защита — нападение», собеседника — «лучше плохой мир, чем хорошая война», мыслителя — «пусть думает, что он победил».

Люди, относящиеся к типу собеседник не способны на длительное противостояние. Им проще уступить и выйти из неприятной ситуации, меньше затронув чувства оппонента и свои собственные. Собеседник более проницателен и чувствует изменение настроения партнера, что помогает ему своевременно снять напряжение в отношениях.

Мыслитель продумывает ход конфликта изначально. У него в уме заранее выстроена сложная система доказательств собственной правоты и ошибочного мнения своего оппонента. Мыслитель менее чувствителен в отношениях, чем собеседник. И в то же время сохраняет большую дистанцию с коллегами. Хотя в конфликтную ситуацию вовлечь такого человека достаточно сложно, если все же это удастся, надо учитывать его ранимость, которой мыслители подвержены в большей степени, чем практики и собеседники. Стоит заметить, что только изменившиеся жизненные обстоятельства или третий (наиболее убедительный) участник спора может вывести конфликтующие стороны из тупика.

Активность практиков в желании доказать свою правоту увеличивает продолжительность конфликтов. Его неумное желание преобразовать окружающий мир и жизненные позиции окружающих часто приводят к разнообразным столкновениям. Естественно, что, вступая даже в обыкновенную беседу, два таких эмоциональных и активных человека будут испытывать напряженность отношений. А если им придется работать и решать вместе задачи? Конфликт практически неизбежен.

Если избежать конфликтной ситуации не удалось, стоит найти самый безболезненный и верный выход из западни. Существует несколько типов исхода конфликта. Один из них — уход от разрешения возникшего противоречия. В этом случае одна из сторон, которой предъявлено «обвинение», ссылаясь на недостаток времени и неуместность спора, переводит разговор на другую тему и оставляет «поле брани». Второй вариант исхода — сглаживание. В этой ситуации одна из сторон либо оправдывает себя, либо соглашается с претензией. Распространен так же такой исход конфликта, как компромисс, когда обе стороны принимают точку зрения другой, но не полностью. Конфронтация — малопродуктивный исход спора, когда никто из его участников не принимает во внимание позиции другого. Единственный положительный момент такой развязки конфликта в том, что экстремальность ситуации позволяет оппонентам лучше увидеть сильные и слабые стороны, понять запросы и интересы друг друга. Самый неблагоприятный вариант разрешения конфликтной ситуации — это принуждение. В каком-то смысле он действительно быстро и решительно устраняет причины недовольства инициатора конфликта, но для сохранения отношений — это самый губительный метод. Самый верный выход из сложившейся ситуации — это решение проблемы, другими словами сотрудничество. При этой стратегии участники признают право друг друга

на собственное мнение и готовы его понять. Такой подход к вопросу, несомненно, помогает проанализировать причины разногласий и найти приемлемый для всех выход. Единственный способ решить спор — это правильно построенный разговор о сложившейся конфликтной ситуации. Каким же он должен быть?

Развитие спора, который призван разрешить существующую проблему, должно быть четким и последовательным. Любой правильно построенный проблемный разговор имеет три фазы развития. Сначала обе стороны должны признать необходимость выяснения ситуации. На втором этапе оппоненты непосредственно спорят, говоря только о сути вопроса. Здесь необходимо реагировать на высказанное недоразумение и критику, излагать свое мнение конкретно и четко. Брожение «вокруг да около» только усугубит ситуацию. При правильном ведении спора, завершающим моментом становится принятие решения по вопросу, вызвавшему противоречие.

В любом споре есть моменты, которые могут загнать сотрудников в «тупик», или же наоборот — помочь принять правильное решение. Минусом любой беседы является отгороженность, когда одна из сторон не включается в спор. Обида, вынудившая завершить разговор преждевременно, до решения проблемы тоже ставит оппонентов в затруднительную ситуацию. Наиболее негативно влияет на решение вопроса использование неверной информации, отдаление друг от друга и заранее отрицательное эмоциональное состояние. Положительными моментами в споре станет сближение сторон, взаимопонимание, обязательное извинение и прощение. Безусловно, разговор должен быть честным и максимально конкретным.

Чаще всего в организации возникают конфликты между начальником и подчиненными. Это не только самый распространенный, но и самый опасный для руководителя вид конфликта, так как окружающие смотрят на развитие ситуации и проверяют влияние, авторитет, действия своего начальника, все его поступки и слова пропускают через развивающуюся напряженную ситуацию. Конфликт необходимо разрешить, иначе тягостная атмосфера будет затягиваться и влиять на результаты работы всего коллектива. Для решения конфликта в первую очередь необходимо установить причину возникновения конфликта, на поверхности ситуация может смотреться совершенно по-другому. Для этого руководителю, если возник спор между подчиненными, лучше выслушать обе стороны и попытаться понять источник возникновения разногласий.

Для того чтобы руководитель смог разрешить любую конфликтную ситуацию, необходимо использовать эффективные инструменты управления компанией.

Должностные инструкции. Руководитель должен точно и ясно донести до сотрудника требования, предъявляемые к его работе. Особо острой эта проблема становится при отсутствии четкого разграничения функций сотрудников или подразделений, когда перед руководителями стоит задача одновременного выполнения различных заданий, одинаково срочных и важных.

Командные линии и подчиненность. В любой компании права и обязанности всех сотрудников должны быть сбалансированы. Ответственность всегда должна обеспечиваться соответствующей властью, и наоборот. То есть командные линии и подчиненность должны быть четко определены и поняты всеми сотрудниками.

Линии коммуникации. Очень важно правильно организовать линии коммуникации в компании.

Система вознаграждений. Люди, которые внесли особый вклад в достижение общеорганизационных целей, должны вознаграждаться: это может быть премия, повышение по службе или просто благодарность. В то же время не должно поощряться неконструктивное поведение отдельных лиц или групп.

Подбор кадров. Следует проводить профессиональный отбор кадров и выявлять антисоциальных личностей на начальной стадии найма. Соответствие сотрудника максимальным требованиям, которые может предъявить к нему занимаемая должность - одно из важных условий предупреждения конфликтов.

Досуг. Организуйте совместный досуг руководства и персонала. Совместные туристические поездки, групповые пикники, спортивные встречи между отделами - все это сильно сплачивает коллектив и создает доброжелательную атмосферу, в которой нет места конфликтам.

Итак, для эффективного руководства коллективом руководителю необходимо правильно оценивать психологическую обстановку в коллективе, грамотно выбирать стиль руководства и способствовать укреплению благоприятного морально-психологического климата в организации. А это в первую очередь – вовремя замечать предпосылки к возникновению конфликтов, своевременно их предупреждать, осторожно относиться к выбору правильного коммуникационного канала для построения доверительных отношений с подчиненными, умение вовремя заметить неудовлетворенные потребности своих подчиненных для успешного применения систем мотивации, умение из любой ситуации выходить лидером.

Литература:

1. Зеркин, Д.П. Основы конфликтологии: учебное пособие. - Ростов-на-Дону.:Феникс 2008.- 432с.
2. Обозов Н., Вздоров К. Кофликт на работе и способы его разрешения//Север строительный. – 2. – 2010. – 26с.
3. Смолякова Г. Кофликт на рабочем месте// Север промышленный. – 11. – 2009. – 30с.
4. Шаленко ,В.Н., Конфликты в трудовых коллективах: Учебное пособие.– М.: МГУ,2009.-567с.
5. <http://ru.wikipedia.org>

Пронина Д.В., ст.гр.УПК-213

Научный руководитель: **Левизов А.С.**, доц.каф.ЭУИИ, к.э.н.
Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

МИГРАЦИЯ В РОССИИ

Массовая миграция в Россию стала одним из главных вопросов на повестке дня. Это настоящая угроза национальной безопасности, будущему русской цивилизации и русской государственности. В ноябре-декабре 2012 года эта тема оказалась в центре внимания и обсуждения в российских

СМИ. В сущности можно сказать, что по этой теме идёт настоящая информационная война. Зачастую в Россию эмигрируют представители Средней Азии, Южного Кавказа, Китая, т.к. уровень жизни в этих странах не так развит.

Существуют различные мнения по этому вопросу, рассмотрим некоторые из них:

1. Привлечение мигрантов повысит конкурентоспособность российской экономики за счёт более качественной и более дешёвой рабочей силы. Для поддержания численности населения на одном уровне необходимо привлекать не менее 700 тыс. иммигрантов в год, а для сохранения численности трудоспособного населения — не менее миллиона в год.

2. Привлечение неквалифицированных мигрантов не способствует увеличению ВВП на душу населения. Экономический рост в долгосрочной перспективе может происходить только за счёт повышения производительности труда — то есть за счёт роста квалификации, повышения уровня оплаты труда и покупательной способности населения. Но приезд малоквалифицированных мигрантов увеличивает долю населения с низкой квалификацией и низкой оплатой труда. Отмечается, что для России до сих пор характерен высокий уровень скрытой безработицы — работа в организациях с заведомо низким уровнем оплаты труда, но обеспечивающими занятость и не предъявляющими больших требований к квалификации сотрудников.

Однако, взвешивая все за и против, нельзя игнорировать риски, которые находятся на другой чаше весов – экономический спад, а значит, падение уровня жизни, стагнация и даже снижение заработной платы, доходов и пенсий, увеличение бедности. Это крайне болезненные последствия стремительного сокращения численности трудоспособного населения, к сожалению, всегда остаются вне дискуссионного поля. А ведь они-то и есть настоящие «страшилки», не говоря уже о возможности сохранить целостность страны.

Мигранты из Средней Азии по численности компенсируют не только уезжающих на ПМЖ за рубеж россиян, но и естественную убыль населения. Это при том, что критическая доля иноязычного населения, позволяющая мирно существовать разным народам в одном государстве, в России уже превышена вдвое. Около 80% естественной убыли населения России компенсирует приток мигрантов. По числу иностранных мигрантов Россия занимает 2-е место в мире после США. Более 200 тысяч мигрантов ежегодно въезжает в Россию. Однако и уезжает наших граждан ежегодно на ПМЖ более 30 тысяч [1].

То есть в любом случае, чтобы компенсировать возникающий демографический дефицит, неизбежно придётся прибегнуть к масштабной иммиграции из других стран. В качестве доноров, безусловно, хотелось бы видеть страны, близкие нам в культурном отношении. Например, страны Восточной Европы.

Глобальный рынок иммиграционного труда очень конкурентный и конкуренция будет нарастать. С Россией вплоть до середины века будут постоянно конкурировать США и Европейской Союз. Соперничество явно не на равных. Россия в этой тройке – аутсайдер. Поэтому её выбор ограничен.

В июне 2010 года утверждена Концепция государственной миграционной политики Российской Федерации до 2025 года. В этом документе официально утверждается, что привлечение иностранных работников является необходимостью дальнейшего поступательного развития российской экономики. Концепция ориентирована на решении задачи привлечения в страну мигрантов для восполнения естественных потерь населения, рабочей силы и развитие инновационного потенциала.

В качестве актуальных ориентиров определены: акцент на постоянной миграции как наиболее эффективной, на привлечении специалистов, учебной миграции, открытии новых каналов мобильности. Впервые в концептуальном документе прозвучал тезис, касающийся личных интересов граждан: найма мигрантов на домашние работы.

Вместе с тем трудно ожидать, что процесс интеграции может быть успешным, при такой большой доле неурегулированных мигрантов, как наблюдается сейчас. Введение основной массы мигрантов в правовое поле – неотъемлемое условие их успешной интеграции, уменьшение коррупции в сфере миграции и снижения миграционных рисков.

Миграция уже стала одним из определяющих факторов развития России – как её экономического роста, так и социальной стабильности. Задача миграционной политики поспевать за происходящими переселениями, а иногда и упреждать их. Пока это, к сожалению, получается не очень эффективно.

Во Владимирской области, например, в 2013 году было возбуждено уголовное дело по факту миграции. Женщина с 17 апреля по 2 августа была директором фирмы, осуществляющей деятельность по сдаче в аренду недвижимого имущества, организовывала незаконное пребывание на территории Российской Федерации граждан республик Узбекистан и Таджикистан. Когда мигранты обращались к ней лично или через знакомых с просьбой посодействовать в получении регистрации, женщина за определённую сумму денег размещала их в принадлежащей ей квартире города Владимира, после чего отправляла уведомления о постановке на учёт в миграционную службу. Так с начала 2013 года было организовано незаконное пребывание на территории Владимирской области более чем 1000 выходцев из Средней Азии [4].

Литература:

1. www.voprosik.net
2. www.migration.moldova.ms
3. ru-migration.livejournal.com
4. <http://mvd.ru/news/item>

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭНЕРГОСБЕРЕГАЮЩИХ ТЕХНОЛОГИЙ В РОССИИ

В настоящее время энергетика является одной из приоритетных задач. Это связано с дефицитом основных энергоресурсов, увеличения стоимости их добычи, а также с глобальными экологическими проблемами.

Ключевые слова: энергоэффективность, технологии, инновации.

В настоящее время энергосбережение - одна из приоритетных задач. Это связано с дефицитом основных энергоресурсов, возрастающей стоимостью их добычи, а также с глобальными экологическими проблемами.

Экономия энергии – это эффективное использование энергоресурсов за счет применения инновационных решений, которые осуществимы технически, обоснованы экономически, приемлемы с экологической и социальной точек зрения, не изменяют привычного образа жизни. Это определение было сформулировано на Международной энергетической конференции (МИРЭК) ООН.

Целью энергосбережения в целом является повышение энергоэффективности во всей стране, во всех ее городах и поселениях, во всех отраслях, для развития экономики страны и улучшения экологической ситуации. Задача – понять и определить, с помощью чего это возможно сделать, какие меры необходимо принимать и насколько все это возможно.

Вопрос экологии одна из важнейших задач энергосбережения. Одним из самых действенных способов уменьшения влияния человека на окружающую среду – это повышение эффективности использования энергии, что под собой подразумевает энергосберегающие технологии. Действительно – если взять всю современную энергетику в целом то мы увидим, что в первую очередь она основана на использовании таких видов топлива как нефть, уголь, газ, а то есть ископаемых, что наиболее массивно воздействует на окружающую среду. Добыч, переработка, транспортировка, сжигание, получение электроэнергии, тепла – все вместе это оказывает губительное влияние на экологический баланс нашей планеты.

Основную роль в повышении энергоэффективности, в рациональном использовании энергоресурсов, в уменьшении влияния человека на экологию природы занимают - энергосберегающие технологии. Новые энергосберегающие технологии – это не только очевидные экологические плюсы, это еще и экономическая выгода – значительное уменьшение расходов которые связаны с большими затратами на энергию.

Данные специалистов показывают, что в России доля энергозатрат в себестоимости продукции – 30-40%, что значительно превышает показатели

западноевропейских стран. Одна из причин этого - устаревшие технологии, оборудование, приборы, которые использует наше производство. Становится очевидным, что повысить конкурентоспособность можно снижая издержки производства. Только для приведения в действие различных электроприводов на производстве России используется до 75% от всей потребляемой электроэнергии.

Проблема заключается в том, что на большинстве отечественных предприятий, как правило, установлены двигатели с расчетом на максимальную производительность, со значительным запасом по мощности, между тем, только 15-20% от общего времени работы двигателя - это пиковые нагрузки. Результат этого – затраты энергии двигателя с постоянной скоростью вращения на 50-60% больше чем требуется на самом деле.

Энергосберегающие технологии и системы, как электроприводы и автоматизация производства могут внедряться в сферу ЖКХ и на большое количество промышленных предприятий. 80% электроприводов запускаемых в эксплуатацию в европейских странах уже являются регулируемые. В России же этот процент гораздо ниже, а энергосберегающие технологии, их использование и разработка становятся для нас с каждым днем все актуальнее.

Государственная политики в области энергосбережения

Процесс формирования государственной политики в области энергосбережения России начался с выхода в свет первых документов, положивших старт становлению законодательной базы по вопросам энергосбережения. Этими документами стали: постановление Правительства РФ № 371 от 01.06.92 г. «О неотложных мерах по энергосбережению в области добычи, производства, транспортировки и использования нефти, газа и нефтепродуктов» и одобрением в этом же году Правительством РФ Концепции энергетической политики России. В апреле 1996 г. был принят Федеральный закон № 28-ФЗ «Об энергосбережении».

В 2008-2009 гг. в России приняты новые законодательные и нормативно-правовые акты, которые заставляют кардинально изменить подходы к созданию энергосберегающей политики в электроэнергетике:

- федеральный закон РФ № 261-ФЗ от 23 ноября 2009г. «Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности»;
- указ Президента РФ № 889 от 04 июня 2008 г. «О некоторых мерах по повышению энергетической и экологической эффективности российской экономики», ставящий задачу снизить на 40% энергоёмкость валового внутреннего продукта Российской Федерации;
- распоряжение Правительства Российской Федерации от 8 января 2009 г. № 1-р «Основные направления государственной политики в сфере повышения энергетической эффективности электроэнергетики на основе использования возобновляемых источников энергии на период до 2020 года».

Технологии энергосбережения

В некоторых регионах страны внедряют проекты по энергосберегающим технологиям. Например, в Екатеринбурге в 2009 году прошла презентация энергосберегающего оборудования для установки во всех домах района

«Академический», а затем во всем городе. «Уральский приборостроительный завод» разработал блочно-модульный тепловой пункт, предназначенный для выравнивания параметров теплоносителя и предохранения от излишнего отопления в холодное время года. Оборудование позволяет сэкономить до 30% энергии и служит 20 лет. Липецкие муниципальные энергетики посчитали, что с внедрением технологий (в основном за счет освещения улиц и зданий с меньшей токовой нагрузкой и потреблением электроэнергии) удалось сэкономить около 11 млн. рублей за год. В Ярославской области смонтировали когенерационную газопоршневую установку (вырабатывающую одновременно и электрическую, и тепловую энергию). Использование этой установки позволяет снизить стоимость обоих видов энергии почти в два раза. Тем не менее, чтобы добиться снижения энергопотребления на 40%, необходимо установить более сотни таких приборов. В Нижегородской области были приняты поправки к закону о налоге на имущество предприятий, внедряющих энерго-и ресурсосберегающих технологий. Это должно повысить энергоэффективность производства на 30%. Во многих регионах в домах вводят современную автоматизированную систему контроля и учета энергоресурсов, устанавливая счетчики дифференцированного тарифа оплаты электричества. Как один из вариантов сбережения энергоресурсов в мире все больше стараются применять альтернативное топливо, например, биогаз. В Томской области планируют получать горючий биогаз из жидких и твердых отходов животноводческих комплексов. В настоящее время идет установка опытно-промышленной станции по выработке биогаза.

Сейчас в мире все больше внимания уделяется разработке и производству альтернативного топлива. Одним из видов альтернативного топлива являются топливные пеллеты. Их получают из древесных отходов и отходов сельского хозяйства: кора, опилки, щепа, солома, лузга и т.д. Преимущество такого топлива - большая теплотворность по сравнению с дровами или щепой, увеличивают КПД котельных, это экологически чистое топливо, менее подверженное самовоспламенению. Многие страны заняты производством топливных пеллет: в США работает более 60 компаний, производящих около 680 тыс. тонн в год, Китай планирует к 2020 году вырабатывать 50 млн. тонн ежегодно, Великобритания за 2010 год произвела около 600 тыс. тонн пеллет. Европейский рынок топливных гранул растет на 20% в год. В России сельскохозяйственные отходы почти не востребованы. Масса накопления соломы составляет за год 80-100 млн. тонн, чаще всего эти отходы сжигают либо используют лишь в животноводстве, для подстилки или в качестве прикормки. Тем не менее, по данным статистики, в России наблюдается некоторый рост в области производства топливных пеллет, хотя слабая информированность населения и руководителей предприятий о возможностях пеллет препятствует быстрому росту данной отрасли. Опыт европейских стран показывает, что основным стимулом в развитии альтернативной энергетики является государственная поддержка. В нашей стране рынок биотоплива формируется за счет энтузиазма частных предприятий. Более того, ориентация промышленности на природное топливо, низкие цены на газ и уголь не стимулируют развитие производства пеллет.

Рассматривать на данный момент в качестве альтернативного источника солнечный батарее не представляется возможным. Так как цены на данный сегмент высоки, а сроки окупаемости не менее 20 лет не внушают оптимизма в краткосрочном периоде. Данный вид альтернативной энергии в нашей стране держится на энтузиазме людей.

В апреле 2010 года Минфин РФ сократило расходы по программе «Энергосбережение и повышение энергоэффективности на период до 2020 г.». Бюджетное финансирование сокращено в 3 раза, федеральных субсидий регионам также не предвидится, из стимулов, предусмотренных программой, осталось только государственное гарантирование кредитов на реализацию энергосберегающих технологий. Получается, что государство прилагает усилия в реализации проектов в масштабах страны и в то же время пытается экономить. Если сравнить, например, с США, там размер налоговых льгот для предприятий, использующих ВИЭ (возобновляемые источники энергии), составил порядка 2,3 млрд. долларов. В Финляндии на финансирование разработок ВИЭ (например, ветроустановок) ежегодно государством тратится 100 млн. евро. В настоящее время в Финляндии доля энергии, полученной от ВИЭ, составляет 28% и к 2020 году страна намерена довести эту цифру до 38%. Россия планирует к 2020 году достигнуть лишь 4,5%-ой доли энергии от ВИЭ по отношению к общему объему электроэнергии. Причем, более половины мощностей ВИЭ составят мощности по геотермальной и приливной энергетике и малые ГЭС. В той же Финляндии планируется строительство около 700 новых ветроустановок. Огромная территория нашей страны сформировали в наснеэкономное использование природных ресурсов.

Литература:

1. Безруких П.П. Справочник ресурсов возобновляемых источников энергии России. Издательство: ИД "ЭНЕРГИЯ", 2007 г.
 2. Богданов А.Б. Обзор шести передовых энергосберегающих технологий в электросетевом комплексе России.[электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.energosoвет.ru/bul_stat.php?idd=98
 3. Примак, Чернышов. Энергосбережение в ЖКХ.
 4. Проблемы энергосбережения в России.[электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://energyeffect.net/index.php-id=19.html>
- Сиваев, Гордеев, Лыкова. Институциональные проблемы повышения энергоэффективности жилищного и бюджетного секторов

Старкова Л.С., ст.гр УП-113

Научный руководитель: **Левизов А.С.** доц.каф.ЭУИИ, к.э.н.
Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ МАРКЕТИНГА ПЕРСОНАЛА

Наука управления персоналом достаточно молода и еще не до конца укоренилась на практике современных предприятий. Методы, которые

включает в себя управление и работа с персоналом, достаточно многообразны и составляют целую систему, которую многие компании не берут в расчет, допуская при этом большую ошибку. В силу изложенных взглядов политика управления персоналом ограничивалась такими инструментами, как наем и увольнение работников, зарплата, надзор, регулирование условий труда. К тому же, нельзя не заметить, что и демократия несколько обязывает учитывать огромную роль человека в производстве и работе коллектива в целом. Поэтому в настоящее время растет значимость качества персонала, управления персоналом и системы методов такого управления.

Успех работы предприятия напрямую зависит от того, как и какой персонал работает на данном предприятии. И, следовательно, хочется подчеркнуть такой метод управления персоналом как маркетинг персонала. К сожалению, неграмотные специалисты не делают упор на данный вид деятельности, считая его пустым вложением средств. Но что же такое этот «маркетинг персонала»? И чем же он интересен и полезен?

Для начала, хотелось бы разобраться, что собой представляет работа с персоналом, а именно начало данной работы. Все дела начинаются с идеи, а идею порождает нужда в чем-то. А что нужно только что «родившемуся» предприятию? Конечно же работники. Они и являются идеей и нуждой управленца, которую он начинает воплощать в жизнь. Маркетинг персонала – это удовлетворение потребности организации в персонале, как в качественном, так и в количественном аспектах. Т.е. то, что организации нужен персонал (что является неопровержимым фактом) и то, как и кто будет в ней работать, а следовательно, и являться самой причиной ее существования, первоначально определяет именно маркетинг персонала. Далее, качественный и количественный аспекты. Здесь все довольно просто. Количественный аспект подразумевает сколько штатных единиц должностей будет трудиться во благо предприятия, качественный же - образовательный и квалификационный уровень, компетенции, знания, умения и навыки сотрудников. Так, я считаю, без такого понятия как маркетинг персонала не может существовать все управление человеческими ресурсами организации в целом, а значит и самой организации.

В российском бизнесе маркетинг персонала как отдельная функция управления персоналом по факту отсутствует, и, в основном, существуют отдельные методы, которые редко используются во взаимодействии друг с другом. Это такие методы как:

- Проектирование структуры организации
- Планирование потребности в персонале
- Анализ кадровой ситуации в регионе
- Анализ деятельности искомой должности и должностные инструкции
- Привлечение кандидатов на работу в организацию

Нередко в совокупности эти методы могут являться функцией формирования кадрового состава, т.к. в России недостаточное внимание

уделяется качеству деятельности управления персоналом, а понятие «маркетинг персоналом» является несколько отчужденным. Но все же зарубежный опыт использования маркетинга персоналом говорит о необходимости применения его на практике. За рубежом данный факт осознали практически все компании. Там практикуется индивидуальный подход к каждому работнику, максимальное удовлетворение всех его нужд. Речь в данном случае идет не только о материальном аспекте. Так, если ценного сотрудника крупной корпорации интересуют новости спорта, в качестве поощрения за свой труд он может получить редкие билеты на крупнейшее спортивное состязание. Тем самым работодатель демонстрирует сотрудникам свою осведомленность и внимание к их нуждам. Также и в теории маркетинга персонала (внутренний маркетинг) является ключевым вопросом предпринимателей; иностранные ученые, выдвигают различные теории маркетинга персонала.

«Берри Л. и Парасураман А. (представители североамериканской школы маркетинга услуг): «Внутренний маркетинг – это привлечение, развитие, мотивация и удержание квалифицированного персонала предлагаемой работой, удовлетворяющей их потребности. Внутренний маркетинг – это философия отношения к работнику как к клиенту и стратегия создания работы-продукта в соответствии с потребностями сотрудника-клиента». [1]

Гренроос К. (представитель Скандинавской школы маркетинга): «Идея внутреннего маркетинга заключается в том, что сотрудники организации должны быть мотивированы на осмысленное обслуживание клиентов, клиентоориентированность и заинтересованность в результатах работы с помощью активного применения маркетингового подхода к внутриорганизационному рынку сотрудников». [1]

Рафик М. и Ахмед П.К. (английские ученые): «Внутренний маркетинг – это планомерные действия по преодолению сопротивления персонала изменениям, мотивация и интеграция сотрудников с целью эффективной реализации корпоративных и функциональных стратегий».» [1]

Все же грамотное управление возможно только в грамотно подобранном трудовом коллективе, что является фундаментом использования маркетинга персонала. Итак, перед менеджером-управленцем встает вопрос о том, как и где найти подходящий персонал для работы на предприятии. Разработка требований к персоналу производится на основании стратегии развития предприятия, штатного расписания, текущего и перспективных анализов требований к должностям и рабочим местам. Определение требований к персоналу предусматривает формирование его качественных характеристик (модель профессионального профиля сотрудника) с учетом профессиональных стандартов и технологии работы.

На рисунке 1 представлена последовательность действий при маркетинге персонала.



Рис.1 Схема маркетинга персонала

Выбор путей покрытия потребностей в персонале зависит от стратегии маркетинговой деятельности, которая организует разработку профессиональных требований к персоналу и определяет размер затрат на приобретение и дальнейшее использование персонала.

Маркетинговая деятельность по покрытию потребностей в персонале включает следующие этапы:

- проведение маркетинговых исследований в сфере маркетинга персонала;
- анализ рынка рабочей силы и обоснование источников покрытия потребности;
- определение вариантов привлечения персонала;
- анализ источников и путей с точки зрения их соответствия требованиям качественных и количественных параметров потенциальных сотрудников, затрат, связанных с использованием того или иного источника и способов привлечения персонала;
- принятие кадрового решения (выбор варианта источников и путей покрытия потребностей в человеческих ресурсах).

Источниками человеческих ресурсов (персонала) могут быть: учебные заведения, международный рынок рабочей силы, коммерческие учебные центры, консалтинговые фирмы по подбору персонала, профессиональные ассоциации и объединения, свободный рынок труда, собственные внутренние источники.

Существуют два вида путей покрытия потребности в персонале: активные и пассивные. К активным относятся:

- набор персонала в учебных заведениях,
- представление заявок по вакансиям в местные и региональные центры занятости,
- использование услуг кадровых и консалтинговых агентств,
- вербовка нового персонала через своих сотрудников.

Пассивные пути покрытия потребности в персонале: сообщение о вакантных местах в организации через рекламные объявления в средствах массовой информации и специальных изданиях, ожидание претендентов после вывешивания объявлений местного характера. Перечисленные способы

привлечения персонала связаны с внешними источниками покрытия потребности в кадрах.

К внутренним источникам покрытия потребности в персонале относятся:

- перемещение сотрудников из одного подразделения в другое;
- повышение в должности (с получением дополнительного образования или квалификации);
- формирование новой функциональной роли сотрудника в рамках прежнего рабочего места при дополнительном профессиональном обучении.

Работе по перемещению кадров должен предшествовать анализ практики реализации стратегии развития предприятия, организации труда, расстановки персонала, использования рабочего времени сотрудников.

Далее развитие маркетинга внутри организации зависит от принятых на этот счет решений управляющего организацией, который зачастую берет на себя обязанности менеджера по персоналу. Так происходит и в России. Современные условия, в которых происходит любой производственный или управленческий процесс, предъявляют повышенные требования к профессиональной роли, выполняемой каждым сотрудником вне зависимости от той должности, которую он занимает. Сотрудник организации находится в условиях достаточно жесткой производственной социализации, при которой значительное влияние на общую эффективность трудового процесса оказывают взаимосвязи любого звена организационной структуры. В силу этого работодатель предъявляет повышенные требования к профессиональному поведению сотрудников. Оно может выражаться, например, в личной инициативе или готовности работника к выполнению возложенных на него задач.

К сожалению, маркетингу персонала оказывают недостаточное внимание, хотя именно он определяет, особенно на начальных этапах, работу персонала, а, следовательно, и общую деятельность организации. Так, например, заграничный опыт управленческой деятельности давно ознаменовал в себе важность деятельности менеджеров по управлению и их опыт маркетинга персонала. Трудность ведения бизнеса в России заключается во множестве причин. Внимание уделяется и неразвитому в этой области законодательству, некому страху начать предпринимательскую деятельность граждан, слабому уровню образования и т.д. Но также существенной проблемой, на мой взгляд, является и слабая система управления. Но почему же силы предпринимателей направлены куда угодно, но только не на эту область деятельности? В этом и заключается актуальность развития внутреннего маркетинга, т.к. эта область является необоснованно обойденной стороной внимания предпринимателей. А отсюда вытекает и актуальность управленческой деятельности, особенно в России, где предпринимательская деятельность делает слабые попытки своего развития.

Литература:

1. Лисечко Н.А. Маркетинг персонала // Вопросы управления. Журнал для экономистов. – Вып. 1. – Май 2010. – С. 24-26.

2. Управление персоналом: Учебник для вузов / Под ред. Базарова Т.Ю., Еремина Б.Л. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ, 2007. – 560 с. ISBN 978-5-238-01057-1
3. Интернет портал МГИУ: <http://upravlencam.ru/page106/page167/index.html>

Старкова Л.С., ст.гр.УП-113 каф.ЭУИИ
 Научный руководитель: **Снегирева Т.К.**, к.э.н., доц. кафедры ЭУИИ
 Владимирский государственный университет имени Александра
 Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ОСОБЕННОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАДРОВЫХ АГЕНТСТВ ГОРОДА ВЛАДИМИРА И ПРОБЛЕМЫ ТРУДОУСТРОЙСТВА

В статье рассматривается проблема трудоустройства граждан и реализация ее устранения, конкретнее, с помощью кадровых агентств в городе Владимире.

Ключевые слова: кадровое агентство, трудоустройство, персонал.

Проблема трудоустройства касается любого гражданина в тот или иной период его жизни. Из этого вытекает вопрос: как наименее болезненно пройти период поиска места работы, и может ли кто-нибудь посодействовать гражданам в этом процессе?

Углубившись в изучение данного аспекта, я провела социологический опрос граждан Владимира в трудоспособном возрасте от 18 до 65 лет. В процессе опроса добровольцам был задан вопрос - «Каким способом вы подбираете себе место работы?». Всего было опрошено 10 человек (студенты ВлГУ, прохожие). Среди ответов я выделила самые популярные варианты, результаты опроса представлены в Таблице 1.

Таблица 1

Социологический опрос			
Каким способом вы подбираете себе место работы?			
Вариант ответа	Возраст добровольца, лет	Кол-во ответов, чел.	Кол-во ответов, %
Через знакомство	18-65	6	60
С помощью объявлений в газете, по телевидению, на улицах	25-50	5	50
Через специальные сайты	18-40	4	40
Состою на бирже труда	30-50	2	20
Обращаюсь в кадровые агентства	18-65	7	70

Итак, из представленных результатов видно, что самыми популярными являются способы подбора места труда через знакомство и кадровые агентства. И, если, первый способ является менее универсальным и удобным для каждого, то второй способ становится все более популярным среди людей,

занимающихся поиском работы. В связи с этим, актуальность выбранной мной темы исследования кадровых агентств нашего города является, на мой взгляд, очевидной.

Владимир — город во Владимирской области, областной центр с населением более 345 тыс. человек. Это крупный промышленный центр на территории Центральной России.[1] Имеется большой спрос на специалистов в пищевой промышленности, машиностроении, химической промышленности, энергетике. Среди крупных промышленных предприятий, на которых работают жители Владимира и других городов области, можно выделить ОАО «Владимирский хлебокомбинат», «Владалко», Холдинговая компания «Ополье», АО «Автоприбор», Завод «Электроприбор», Завод «Точмаш», Владимирский химический завод и другие. Во Владимире также хорошо развит и туризм. Владимир входит в список городов Золотого кольца России. Этот факт является основой для спроса на сотрудников в сфере туризма. В областном центре востребован обслуживающий персонал.

Во Владимире работают кадровые агентства, предоставляющие услуги поиска и подбора кадров, трудоустройству граждан, повышению квалификации сотрудников, проведению тренингов и семинаров. Среди кадровых агентств имеются как небольшие конторы, так и крупные, известные широко за пределами Владимира.

Кадровое или **рекрутинговое агентство** является посредником на рынке труда, эта такая организация, которая оказывает услуги работодателям по поиску и подбору персонала и/или услуги соискателям по поиску работы и трудоустройству, а также другие сопутствующие услуги. К сопутствующим услугам, предлагаемым кадровыми агентствами работодателям, относятся кадровый консалтинг, кадровый аудит, коучинг, тренинги, обучение и развитие персонала, оценка персонала, мотивация и лизинг персонала. К сопутствующим услугам, оказываемым соискателям, могут относиться услуги по составлению и переводу резюме, тренинги, консультационные услуги и т. д. Стоимость услуг кадрового агентства для работодателей обычно составляет 5-25 % годового дохода специалиста.[2]

Всего во Владимире насчитывается действующих кадровых агентств - 32. А также к этому списку можно добавить городской центр занятости населения и государственную инспекцию труда Владимирской области. Два этих учреждения на сей день являются наиболее значимыми и известными для жителей нашего города. Но стоит рассмотреть также и деятельность частных кадровых агентств, обороты появления которых в последнее время сильно увеличились.

Владимирская область входит в тройку регионов РФ, уровень регистрируемой безработицы в которых превышает средние показатели по России (2,8-3,1%).[3] Такие показатели являются удручающими, что, говорит о недостаточном влиянии на трудоустройство населения действующих по Владимиру кадровых агентств, или же об упущенных возможностях такого влияния. Поэтому хотелось бы осветить деятельность Владимирских кадровых агентств, их положительные и отрицательные стороны. Итак, в Таблице 2

представлен список таких учреждений по рейтинговой нумерации и их некоторые характеристики. Наличие сайта агентства говорит о возможностях клиента ближе ознакомиться с его деятельностью и контактами, реквизитами и т.п.; регион – это область деятельности агентства, т.е. территория, на которой может происходить трудоустройство клиентов; о сопутствующих услугах уже было сказано выше. Что же такое ориентация на соискателя или работодателя?

Если организация в качестве посредника рынка труда занимается только поиском и подбором персонала по заказам работодателей, такая организация является *агентством по подбору персонала*, если посредник рынка труда осуществляет поиск работы по заказам соискателей — он является *агентством по трудоустройству*. Термин «кадровое агентство» может использоваться как для обозначения агентств по трудоустройству, так и для обозначения агентств по подбору персонала. [2] Поэтому важно знать на какого клиента (соискатели и/или работодателя) ориентирована деятельность данного кадрового агентства.

К сожалению, не о всех кадровых агентствах города Владимира можно найти хотя бы минимальную информацию. Поэтому в таблице представлены 15 из них.

Судя по представленным в Таблице 2 данным, можно сделать следующие выводы:

1) наибольшей популярностью пользуются кадровые агентства, которые имеют свой личный сайт. Можно сказать, что потребитель таких услуг прежде всего хочет быть наиболее осведомлен об агентстве, куда он обращается и которому доверяет.

2) не только соискатели интересуются в услугах трудоустройства, но и все большую популярность набирает услуга подбора персонала для организаций.

3) наивысшие места в рейтинге занимают именно те кадровые агентства, которые предоставляют некоторые сопутствующие услуги. Из этого вытекает, что развитие предложения сопутствующих услуг данной отрасли необходимо: это удобно и клиентам, дабы сочетать приятное с полезным, а также и агентству – сопутствующие услуги есть способ развития деятельности и увеличения прибыли.

4) практически все кадровые агентства Владимира работают только в г.Владимире или по области. Возможно, данный фактор является плюсом, т.к. это стабилизирует миграцию, показатель которой и так высок из-за близости к столице, и все «рабочие руки» остаются на местах именно в своем регионе. А, может быть, это можно считать минусом, т.к. Владимир не выходит на Российский рынок труда, тем более мировой.

5) очень мало агентств, ориентированных именно на помощь студентам, хотя этот слой населения наиболее нуждается в трудоустройстве с целью дополнительного заработка и накопления опыта работы, об этом следует задуматься и представителям агентств по трудоустройству и агентствам по подбору персонала.

б) во Владимире существует проблема низкой осведомленности о кадровых агентствах. Это говорит не только отсутствие сайта у многих из них, но и отсутствие вообще какой-либо информации о них в СМИ.

Таблица 2

Кадровые агентства г.Владимира

№ п/р	Наименование	Сайт	Регион	Ориентация на соискателей/работодателей	Сопутствующие услуги)
1	Кадровое агентство Карьера	kariera33.ru	г. Владимир, Владимирская обл.	соискатели, работодатели	разнообразные тренинги личностного роста
2	V.I.P-Персонал	kavip.ru	г.Владимир, Владимирская обл., Россия	соискатели, работодатели	консультирование по вопросам трудоустройства, помощь в прохождении практики студентам и выпускникам, лизинг персонала
3	Info-Владимир	инфо-владимир.рф	г.Владимир, Владимирская обл.	соискатели (студенты), работодатели	квалифицированная помощь в трудоустройстве и построении карьеры
4	Пигмалион	karipigmalion.ru	г.Владимир, Владимирская обл.	соискатели, работодатели	помощь в составлении резюме, оформлении трудовых договоров
5	Перспектива	www.perspektiva33.ru/	Россия	работодатели	
6	Пилигрим	-	-	соискатели, работодатели	помощь в трудоустройстве: составление резюме, подготовка к собеседованию с работодателем, поиск работы
7	Анкор Владимир	ancor.ru/locations/vladimir/	Россия, международный	соискатели, работодатели	-
8	Альфа	-	г.Владимир, Россия (вахтовым методом)	работодатели	-
9	Ваш партнер	vpart.ru/	Владимирская область, соседние области РФ	работодатели	лизинг персонала
10	Центр содействия налогоплательщикам	taxcentre.ru/	г.Владимир, Владимирская обл.	соискатели, работодатели	-
11	Бизнес персонал, кадровый центр	ka@centralfa.ru	г.Владимир, Владимирская обл.	работодатели	-
12	Жемчужина	-	г.Владимир, Владимирская обл.	соискатели (студенты), руководители	-
13	Профи	-	-	-	-
14	Газпромперсонал		Россия, общемировой	работодатели	
15	Эксперт	-	Владимир, Владимирская область	соискатели	-
16	Прочие	-	-	-	-

Реализация предлагаемых мероприятий позволит более эффективно решать проблемы трудоустройства. Кроме того, кадровые агентства могли бы взять на себя роль некоего осведомителя о требующихся специалистах разного рода, таким образом, и пополняя свою клиентскую базу. Эту проблему можно объединить с проблемой трудоустройства и выпускников ВУЗов и колледжей и, например, создать некую систему мониторинга студентов. С помощью такой

системы можно уже заранее осведомлять клиентов о перспективах выпускаемых специалистов в агентствах по подбору персонала и трудоустройству и совместно предлагать выпускникам вакантные трудовые места. Также представители кадровых агентств могли бы отслеживать лучших студентов, участвующих в научной жизни или с активной жизненной позицией, вносящие вклад в творческую жизнь и организацию мероприятий, ведь за такого работника многие организации заплатят немалую сумму.

Литература:

1. <http://person-agency.ru/cities/vladimir.html>
2. <https://ru.wikipedia.org/>
3. <http://progorod33.ru/newsv2/9564.html>

Суркова Е.А., Гришанкова А.Г. ст.гр. ЭУСК-210
Научный руководитель: **Андреева Н.В.**, проф.каф. ЭУИИ, д.э.н.
Владимирский государственный университет имени Александра
Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

СПРОС И ПРЕДЛОЖЕНИЕ НА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ

Переход развитых стран к постиндустриальному обществу ведет к максимально быстрой смене промышленных и информационных технологий, что требует перехода к экономике знаний и высокого качества подготовки специалистов. Массовое предложение на рынке услуг снижает качество образования, вследствие чего возникает проблема трудоустройства выпускников.

Ключевые слова: Образование, образовательные услуги, обучение, общекультурные компетенции, качество образования.

Образование является одной из важнейших подсистем социальной сферы государства, обеспечивающей процесс получения человеком систематизированных знаний, умений и навыков с целью их эффективного использования в профессиональной деятельности.

В настоящее время на долю новых знаний, воплощаемых в технологиях, оборудовании, образовании кадров, организации производства в развитых странах приходится до 90% прироста ВВП. Это выявляет повышенные требования к качеству образования, гибкости образовательной системы, способности рынка образовательных услуг адаптироваться к требованиям и нуждам рынка труда.

Поведение потребителей образовательных услуг – довольно сложный процесс, состоящий из нескольких стадий и подверженный влиянию различных факторов.

К факторам макросреды образования относятся различные политико-правовые, экономические, демографические, природно-географические, национальные, социально-культурные и научно-технические факторы.

Микросреда образовательного учреждения оказывает заметное влияние на выбор образовательного учреждения. К факторам микросреды образовательного учреждения относятся учредители и попечители, преподаватели и сотрудники, студенты, родственники и выпускники, имидж образовательного учреждения в глазах общественности, местоположение вуза, его материально-техническая база, применяемые технологии обучения, перечень предлагаемых направлений и специальностей обучения, а также культура и спорт.

Основные проблемы несоответствия требованиям рынка труда и подготовки специалистов вузами:

- проблема устаревания специальностей;
- ухудшение материально-технической базы образовательных учреждений;
- тенденция снижения качества образования;
- недостаток или отсутствие квалифицированных преподавателей для обучения новым специальностям;
- приток молодых педагогов недостаточен вследствие низкого уровня оплаты труда и слабой социальной защищенности;
- неготовность студентов обучаться на новых, неизвестных специальностях. Абитуриент скорее выберет старую «проверенную» специальность, нежели сделает ставку на новизну;
- невозможность быстро реагировать на запросы работодателей и спрос рынка труда на новые специальности;
- отсутствие необходимого учебно-методического и научно-методического обеспечения для обучения новым специальностям;
- сохраняется тенденция старения педагогических работников в сфере образования;
- длительные сроки освоения программы высшего образования. Вследствие этого рынок, делая запрос вузу, получит необходимого специалиста как минимум только через 5 лет;
- «утечка умов» лучших ученых и педагогов за границу;
- невозможность быстро менять учебную программу и предлагать заказчику необходимые услуги обучения в короткие сроки [1].

На данный момент на территории Владимирской области существует: 21 - профессиональное училище,

7 - профессиональных лицеев, 9 - техникумов, 21 - колледж, 5 - академий (включая филиалы), 5 - институтов (включая филиалы), 1 - университет.

Стоимость обучения студентов ВлГУ на платной основе составляет:

Очная форма обучения (63370-118910 руб.), около **-1278.48-2398.99 евро**;

Заочная форма обучения (25400 -33000 руб.), около **512.44-665.77 евро** [2].

Стоимость обучения за рубежом:

Франция: Большинство университетов здесь государственные и учиться в них недорого, около 300 — 400 евро в год.

Германия: Здесь вы можете найти как очень дорогие учебные заведения — 1500 евро в семестр, так и доступные — до 240 евро.

Испания: Обучение дорогое — от 4000 до 4500 евро, да и бесплатные гранты выделяют в основном испанцам.

Великобритания: Образование там дорогое, плата доходит до 26620 — 27830 евро в год. Много зависит и от выбранного факультета. Учтите, что и жизнь в Англии недешёвая.

Австрия: За обучение студенты платят около 300 евро в семестр, что по сравнению с Великобританией или Испанией — вполне сносно.

Чехия: Образование бесплатное и для граждан, и для иностранцев. Есть и коммерческие ВУЗы, которые обучают платно — от 730 до 1460 евро, но они не престижны в целом по стране и Европе. Обучение на английском языке будет уже платным.

Шотландия: Образование очень недешёвое — 18150 евро, цена приблизительная.

В ВлГУ проводится мониторинг удовлетворенности работодателей качеством профессиональной подготовки выпускников - это система специально организованных в университете наблюдений за состоянием удовлетворенности работодателей качеством подготовки выпускников и способностью оказывать влияние на качество образовательного процесса в университете.

Анализ удовлетворенности работодателей качеством подготовки выпускаемых специалистов позволяет ВлГУ определить требования, которые предъявляет работодатель к профессиональной подготовке выпускников по различным направлениям подготовки, оценить свою конкурентоспособность на рынке образовательных услуг и конкурентоспособность своих выпускников на рынке труда, и определить мероприятия по улучшению профессиональных компетенций выпускников, что даст наибольшее увеличение удовлетворенности работодателей.

В целом по итогам 2012-2013 гг. уровень теоретической и практической подготовленности выпускников ВлГУ охарактеризован большинством работодателей как удовлетворительный.

Следует отметить, что для работодателей, по-прежнему, важны критерии в области общекультурных компетенций и процент важности увеличивается с каждым годом (в 2012 г. он вырос на 4 %). Уровень удовлетворенности по данным критериям увеличивается значительно меньше (всего лишь на 1 %) [2].

Поэтому стоит сделать вывод, что ключевые критерии работодателей по отношению к молодым специалистам не претерпели значительных изменений. По-прежнему, наиважнейшим критерием отбора служит оценка личностных характеристик и потенциала молодого сотрудника. Поэтому в процессе обучения выпускникам необходимо формировать не только базу профессиональных знаний, но и базу актуальных общекультурных компетенция, востребованных на рынке труда.

За следующее десятилетие в экономику, по оценкам специалистов, должны войти 10–11 млн. молодых людей, из которых 8–9 млн. специалистов — с высшим образованием. Будущая российская экономика должна удовлетворять запросы, как сегодняшних работников, так и новых поколений российских

граждан, то есть выпускников образовательных учреждений профессионального образования всех уровней, кто только начал работу, и тех, кто еще учится, имеет очень высокие ожидания, высокие требования к своей будущей работе.

Экономика завтрашнего дня должна обеспечить более высокие трудовые доходы, более интересную, творческую работу, создать широкие возможности для профессионального роста и стабильной карьерной перспективы, реализации себя в профессии, а также формировать пути социальной мобильности. Решение этой задачи имеет приоритетное значение для российского государства.

Литература:

1. Еременко С.П. Фундаментальные свойства образовательной услуги // Управление социальными и экономическими процессами. – 2009. – № 4.
2. job.vlsu.ru
3. vlsu.ru

Чепурная А.А., ст. гр. ЭК – 111

Научный руководитель: **Фраймович Д.Ю.**, доц. каф. ЭУИИ, к.э.н.
Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ПРОЦЕССЫ ФОРМИРОВАНИЯ И ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫХ РАЙОНОВ РОССИИ

В статье рассматривается процесс формирования высокотехнологичных регионов для российской промышленности, дается классификация промышленно развитых и отстающих регионов, описываются факторы, влияющие на формирование высокотехнологичного региона, приводятся рекомендации по формированию высокотехнологичных регионов в России.

Ключевые слова: высокотехнологичный регион, высокотехнологичные отрасли, технологические инновации, промышленный регион, инновационно-технологическая активность.

В процессе модернизации промышленности России становится очевидным, что для повышения конкурентоспособности страны на международных рынках необходимо обеспечение регионального производства и послепродажного обслуживания высокотехнологичной продукции, производимой высокотехнологичными отраслями. Эта задача будет решаться в развитии 17 инновационных кластеров в России, «...объединяющих образовательные учреждения, научные институты, производство и инфраструктурные организации» [7].

Известно, что для определения высокотехнологичных отраслей имеются определенные количественные критерии, связанные, как правило, с их наукоемкостью. Высокотехнологичные отрасли формируют, в конечном итоге,

высокотехнологичную систему региона, признаками которой является наличие (выше среднего по стране) наукоемких предприятий и занятых в высокотехнологичных отраслях, а также проводимая технологическая политика, обеспечивающая экономическую и научно-технологическую безопасность экономики страны [8, Р. 7].

Понятие высокотехнологичного региона (high — tech — region) исследуется в работе [8, Р. 8 – 9], где сформулированы его характеристики: концентрация наукоемких отраслей, высокое число предприятий и занятых в высокотехнологичных отраслях, что, в конечном счете, приводит к тому, что высокотехнологичный регион становится инновационно-технологическим центром страны. По моему мнению, формированию высокотехнологичного региона способствует наличие модели управления технологическими инновациями (ТИ).

В настоящей работе формирование высокотехнологичного региона (в теоретико-практическом значении) для промышленности России осуществлено в рамках авторской модели управления ТИ [2], основными составляющими которой являются понятия промышленный регион, промышленно развитый и отстающий регион, высокотехнологичный регион.

Промышленный регион характеризуется концентрацией в промышленности (т.е. в промышленных секторах региона) ТИ (разработкой и (или) эффективным внедрением и (или) диффузией ТИ на собственной и (или) других территориях), источниками которых являются либо собственные индустриальные парки и (или) индустриальные парки других промышленных регионов, с которыми исследуемый промышленный регион взаимодействует в режиме открытых инноваций. В отличие от существующих определений региона, промышленного комплекса региона, предложенное понятие отражает интеграцию исследуемого объекта в экономику знаний на основе принципов открытых инноваций.

В качестве базового показателя, характеризующего положение с ТИ в федеральных округах, т.е. «концентрацию» ТИ в промышленности мною рассматривается показатель «затраты на ТИ» по следующим соображениям:

1. Показатель «затраты на ТИ» наиболее полно отражает инновационно-технологическую активность региональных промышленных предприятий в области технологической деятельности, так как затраты на ТИ включают общие (текущие и капитальные) затраты на продуктовые и процессные инновации.

2. Показатель «число действующих патентов в промышленности» не в полной мере отражает исследуемый объект (концентрацию ТИ в промышленности региона), так как не учитываются процессные инновации; в целом, патентование — как вид защиты объектов интеллектуальной собственности — вызывает много критики.

3. Показатель «число инновационно активных предприятий в области ТИ». В процессе исследования было выявлено, что обследованию со стороны Росстата (и региональных подразделений) подвергается 10% от общего числа действующих промышленных предприятий, что делает вышеуказанный показатель нерепрезентативным для всей промышленности России.

В табл. 1 представлена базовая классификация федеральных округов по признаку «затраты на ТИ», валовой региональный продукт (ВРП), удельный вес инновационно активных предприятий, валовая добавленная стоимость (ВДС) промышленных секторов.

Промышленными регионами в разрезе федеральных округов за период 2000—2012 гг. являются ЦФО, ПФО, УФО (табл. 1), которые характеризуются:

а) концентрацией ТИ, основным индикатором которых являются затраты на ТИ предприятий промышленного производства;

б) значительными показателями ВДС промышленного производства;

в) значительными показателями развития сектора услуг в ЦФО. Речь идет о развитии, в первую очередь, сектора «связанных» услуг. Показатели сектора услуг в промышленно развитых ПФО и УФО находятся в рамках стандартных российских показателей, характерных для промышленно неразвитых округов;

г) значительными показателями ИИ (ПИИ), в первую очередь, в развитой в области промышленности и секторов услуг ЦФО;

Далее определяю промышленно развитые и отстающие регионы в Приволжском федеральном округе (ПФО), проанализируем управление ТИ в промышленно развитом регионе; выявим проблемные места в процессе управления ТИ в промышленно развитом регионе.

Среди анализируемых регионов, составляющих ПФО, по показателю «затраты на ТИ» согласно данным 2012 г. выявлены следующие 3 группы регионов (табл. 2):

***1 группа, выявляющая максимальные значения по затратам на ТИ:** Республика Татарстан, Пермский край, Нижегородская область, Самарская область;

***2 группа с минимальными значениями затрат на ТИ:** Республика Марий Эл, Республика Мордовия, Кировская область, Ульяновская область, Чувашская Республика, Удмуртская Республика, Пензенская область, Саратовская область.

***3 группа, обладающая средними значениями затрат на ТИ:** Республика Башкортостан, Оренбургская область.

Таблица 1

Классификация инновационно-технологической активности федеральных округов в 2012г

Округ	Затраты на ТИ, % от затрат на ТИ	ВРП, %	Удельный вес инновационно активных предприятий производства, %**	ВДС промышленных секторов, %***	ВДС секторов услуг («связанных» и услуг).	ИИ/ПИИ в экономику, %	ВДС сельского хозяйства, %
1 ГРУППА С МАКСИМАЛЬНЫМИ ЗНАЧЕНИЯМИ							
	20-23%	14-36%	8,6-13,3 (2,4-5,3)%	37-51%	40-57%	6-60%	3-%
ЦФО	25	36	8,6(1,6)	22,2	56,5	67/60	2,8
ПФО	20	15	12,3(5,3)	37,4	33,8	7/8	7,7
УФО	23	14	11,5(4,5)	50,5	30	7/2	2,8

2 ГРУППА С МИНИМАЛЬНЫМИ ЗНАЧЕНИЯМИ							
	2-9%	0-11%	6,2-9,4 (0-1,6)%	20-33%	30-35%	0-5%	10-15%
СЗФО	9	11	9,4 (2,4)	33,2	38,9	8/14	2,4
ЮФО	3	6	7,5 (0,4)	20,3	39,3	2/2	12,4
СКФО	2	2	6,2 (0)	13,3	37,5	0/0	13,9
ДФО	6	5	8,6 (1,6)	31,7	30,9	6/8	4,0
3 ГРУППА СО СРЕДНИМИ ЗНАЧЕНИЯМИ							
	11-19%	11-13%	8,2(1,6-2,3)%	33-36%	36-39%	5-6%	7-10%
СибФО	12	11	8,2(1,2)	34,8	34,2	3/6	7,4

Группа промышленно развитых регионов в структуре ПФО (Республика Татарстан, Пермский край, Нижегородская область, Самарская область) в 2012 г. показывает максимальное значение валового регионального продукта (ВРП) наряду с группой, обладающей средними значениями по показателю «затраты на ТИ» (Республика Башкортостан, Оренбургская область). Следующей значимой характеристикой промышленных регионов ПФО является преобладание валовой добавленной стоимости (ВДС) промышленных секторов в ВРП, что особенно явствует в сравнении со 2 группой (в частности, Республикой Марий Эл, Республикой Мордовия).

Можно подтвердить выявленное зарубежными исследователями положение о том, что высокотехнологичные отрасли находят развитие в регионах, выявляющих значительные показатели сектора услуг. В частности, высокие значение высокотехнологичных отраслей в ПФО отмечаются в следующих промышленно слаборазвитых регионах: Республика Марий Эл, Ульяновская, Чувашская области, Удмуртская республика, Пензенская, Саратовская области. Необходимо отметить, что Республика Марий Эл, Ульяновская, Чувашская области, Удмуртская республика, Саратовская область имеют высокое значение НДС промышленности в ВРП в 2012 г., сравнимые со значениями промышленно развитых регионов в ПФО (Республика Татарстан, Пермский край, Нижегородская, Самарская области). Полученные в ходе настоящего исследования результаты способны, по замыслу авторов, повысить инновационно-технологическую активность в данных регионах, увеличивая в конечном итоге ВВП России.

Таблица 2

Классификация инновационно-технологической активности ПФО в 2012г

Регион	Затраты на ТИ, % от затрат на ТИ	ВРП, %	Удельный вес предприятий промышленного производства, %**	ВДС промышленных секторов, %***	ВДС секторов услуг и «несвязанных» услуг, %****	ии/пии в экономику региона, %	ВДС сельского хозяйства, %
1 ГРУППА С МАКСИМАЛЬНЫМИ ЗНАЧЕНИЯМИ							
	12-24%	12-18%	12-22% (2-12%)	31-43%	33-40%	16-53/6-37%	3-8%
Республика Татарстан	18	18	14,9 (4,9)	41,3	33,1	53/14	7,3
Пермский край	12	11	21,3(11,3)	43,5	34,7	6/6	2,9

Нижегородская область	24	11	17,7(7,7)	31,3	39,9	5/37	4,1
Самарская область	12	12	12,1 (2,1)	36,9	40	16/7	5,2
2 ГРУППА С МИНИМАЛЬНЫМИ ЗНАЧЕНИЯМИ							
	0-4%	1-7%	6-12% (0-6%)	33-46%	25-35%	0-2/ 0-8%	8-16%
Республика Марий Эл	0	1	7,9 (0)	33,8	25,4	0/0	16,8
Республика Мордовия	1	2	9,4 (0)	25,2	29	1/0	17,4
Кировская область	1	3	7,4 (0)	25,9	35,6	1/2	9,8
Ульяновская область	2	3	7,6 (0)	25,6	40,2	1/4	7,5
Чувашская Республика	2	3	15,7(5,7)	31,7	31,4	1/8	9,7
Удмуртская республика	4	5	11,6(1,6)	46	25,2	0/2	8,3
Пензенская область	3	3	9,2 (0)	22,1	38,8	0/0	12,2
Саратовская область	4	7	6,4 (0)	32,9	29,8	2/1	12,5
3 ГРУППА СО СРЕДНИМИ ЗНАЧЕНИЯМИ							
	8-9%	8-13%	11-14% (1-5%)	33-36%	20-36%	6-8/ 6-13%	8-10%
Республика Башкортостан	9	13	11,1(11)	33,8	35,8	6/6	9,8
Оренбургская область	8	8	14,4 (4,4)	53,1	21,6	8/13	8,7

Таким образом, из всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что значительная модернизация промышленного оборудования (морально устаревшего на менее изношенное, не требующее значительного обучения персонала) при скромных затратах на собственные исследования и разработки и (или) приобретение новых технологий, программных средств, созданных сторонними организациями; финансирование инновационной деятельности лишь из собственных источников; «невнимательное» отношение статистического наблюдения за прямыми иностранными инвестициями в промышленности; углубление процесса привлечения «прочих иностранных инвестиций» в ущерб привлечения прямых иностранных инвестиций в промышленность – эти инструменты актуального регионального инновационно-технологического менеджмента не перспективны ни в теоретическом, ни в практическом планах.

Литература:

1. Григорьев В.М., Зубаревич Н.В., Хасаева Г.Р. Российские регионы: экономический кризис и проблемы модернизации. - М.: ТЕИС, 2013. С. 41.
2. Гумерова Г.И., Шаймиева Э.Ш. Модель управления технологическими инновациями в рамках технологической конкурентоспособности новых индустриальных и индустриально развивающихся стран (теоретический аспект) // Национальные интересы:

приоритеты и безопасность. 2012. № 19. С. 19-30.

3.Гумерова Г., Шаймиева Э., Казимова А. Открытые инновации и открытые технологические платформы // Инвестиции в России. 2012. № 3. С. 42-48.

4.Ермакова Ж.А. Развитие методологии организационно-экономического обеспечения технологической модернизации промышленного комплекса региона: Автореферат Дисс. ...докт. экон. наук. - Екатеринбург, 2012. С. 28.

5.Макарова С.Д. Управление финансово-экономическими процессами крупного промышленного региона: на примере Нижегородской области: Дисс. ...канд. экон. наук. - Н. Новгород, 2013. С. 209.

6.Морозова Г.А. Маркетинг в управлении промышленным регионом: Дисс. ...докт. экон. наук. - Н.Новгород, 2012. С. 351.

7.Шаповалов А. Минэкономики объявило конкурс на кластер // Коммерсант. 2013. 20 марта. № 48 (4833).

8.Sternberg R. Technologiepolitik und high-tech regionen - ein internationaler vergleich. - Münster, Hamburg, Lit-Verlag. Dis. 2012.

Чепурная А.А., ст. гр. ЭК – 111

Научный руководитель: **Гундорова М.А.**, доцент каф. ЭУИИ, к.э.н.

Владимирский государственный университет имени Александра

Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

МЕХАНИЗМ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА В РФ

В статье рассматривается механизм функционирования инновационного комплекса в Российской Федерации, даются трактовки различных видов инноваций и инвестиционно-инновационной политики государства. Также представлено описание инновационного процесса и инновационной активности организаций в стране. Дается суть экономической ценности инноваций и ответ на то, что именно вынуждает предприятия принимать новые стратегии научных исследований.

Ключевые слова: инновационный комплекс, инвестиционно-инновационная политика, инновационный процесс, инновационная активность, экономическая ценность инноваций

Важнейшей составляющей рыночной трансформации экономики России является ее инвестиционно-инновационная политика, определяющая состояние ключевого комплекса экономики – комплекса развития (инвестиционно-инновационной сферы), которому принадлежит основная роль в формировании воспроизводственных процессов в экономике.

Сложные условия реорганизации экономики обусловили ухудшение социально-экономической обстановки в стране, в критическом состоянии находится ее научно-технический потенциал, что ведет к снижению инвестиционной и инновационной активности вследствие недоиспользования потенциальных инвестиционно-инновационных ресурсов экономики.

В этих условиях необходим поиск новых подходов к научной разработке и практической реализации концепции накопления и использования

инвестиций как стратегического параметра интенсивного воспроизводства при переходе к устойчивому росту. Необходима выработка новой инвестиционной стратегии, что требует исследования современных приоритетов и параметров инвестиционного процесса, инвестиционной политики, создания эффективного механизма функционирования и управления инвестиционным процессом [2].

Научно-технический прогресс невозможен без активизации инновационных процессов, ускорения внедрения в производственный сектор передовых технологий и новейших разработок мирового уровня. Ведущими инновационными тенденциями являются: сопровождение разработки новых методов производства крупномасштабными инвестициями в создание новых изделий по селективным базовым критическим направлениям; постоянное усложнение механизма осуществления нововведений; оптимизация различных инновационных хозяйственных систем по стадиям инновационного цикла; прогрессирующая интернационализация реализации инновационных процессов. Успех инновационной деятельности в хозяйственной системе зависит от многих факторов, в том числе от общей экономической ситуации в стране, регионе; полноценного ресурсного обеспечения; конъюнктуры рынка; квалифицированности маркетинга, уровня профессионализма менеджмента и т.п. [1].

В законодательных и нормативно-правовых документах, научных публикациях, статистических материалах излагается множество подходов к раскрытию экономического содержания инноваций и их классификации.

«Инновация – это такой общественный, технический и экономический процесс, который через практическое использование идей и изобретений приводит к созданию лучших по своим свойствам изделий, технических, и в случае, если она ориентируется на экономическую выручку, на прибыль, ее появление на рынке может принести добавочный доход. Следовательно, инновация охватывает весь сектор видов деятельности – от исследований и разработок до маркетинга» [2, С. 83].

В то же время отмечается, что: «Инновация – это такой технико-экономический цикл, в котором использование результатов сферы исследований и разработок непосредственно вызывает технические и экономические изменения, которые оказывают обратное воздействие на деятельность этой сферы» [2, С. 84—85].

В соответствии с международными стандартами «инновация определяется как полный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, либо в новом подходе к социальным услугам» [3].

Рассмотрим различные виды инноваций.

Базисные инновации – крупнейшие фундаментальные инновации, в рамках которых реализуются крупнейшие изобретения и которые становятся основой революционных переворотов в технике, формирования новых ее направлений, создания новых отраслей. **Технологические инновации** –

конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового либо усовершенствованного продукта или услуги, внедренных на рынке, нового либо усовершенствованного процесса или способа производства (передачи) услуг, используемых в практической деятельности. **Продуктовые инновации** – это ввод на рынок новой продукции (услуги). Процесс разработки новой продукции в России не включает разработку ее концепции, пробный маркетинг и финансовый анализ. Это приводит к вводу продукции, которая не нужна потребителям. **Процессные инновации** включают в себя разработку и внедрение технологически новых или технологически значительно усовершенствованных производственных методов, включая методы передачи. **Маркетинговые инновации** – реализованные новые или значительно улучшенные маркетинговые методы, охватывающие существенные изменения дизайна и упаковки товаров, работ, услуг, их представление и продвижение на рынке сбыта; формирование новых ценовых стратегии [3].

Успех инновационной деятельности в хозяйственной системе зависит от многих факторов, в том числе от общей экономической ситуации в стране, регионе; полноценного ресурсного обеспечения; конъюнктуры рынка; квалифицированности маркетинга, уровня профессионализма менеджмента и т. п.

Инновационный процесс осуществляется по основным этапам: поиск идей новых продуктов или услуг; предварительный отбор идей; выбор идей новых продуктов; поиск инвестора; разработка продукта; производство продукта; проверка продукта на конкурентоспособность; продвижение продукта на рынок. Решение задач основных этапов инновационного процесса, начиная от превращения научно-технических разработок в инновационный продукт, привлекательный для инвестора, производителя, потребителя, и кончая освоением их в производстве, продвижением на рынок, требуют развитой инновационной инфраструктуры. Последняя включает инновационные биржи, инновационные фонды, консалтинговые фирмы, технопарки, бизнес – инкубаторы, активный фондовый рынок, наличие полноценного страхования рисков и т. п. Все эти проблемы должны решаться в рамках реализации государственной инновационной политики [2].

Инновационная активность организаций это – характеристика динамизма, энергичности инновационной деятельности хозяйственных систем, оцениваемая по скорости и объемам создания, продвижения на рынок и использования инноваций в хозяйственной деятельности

Активизация инновационных процессов существенно меняет мировой рынок. Во – первых, он становится все более насыщенным инновациями, в том числе нематериального характера (идеи, ноу-хау, квалификация, патенты, проекты, информация). Во – вторых, качественно меняется характер конкуренции, она эволюционирует в сторону сотрудничества, распределения ролей конкурентов в осуществлении инновационных проектов и в организации инновационных процессов. В – третьих, рынок нововведений становится все более прогнозируемым, предсказуемым, регулируемым.

Глобальная конкуренция и ограниченность ресурсов, растущая сложность и системность инноваций вынуждает предприятия принимать новые стратегии

научных исследований. Сегодня ни одно сколько угодно крупное предприятие, занимающееся интенсивной разработкой технологий, в одиночку не справится с внутренней реализацией и финансированием инновационных проектов, связанных с системными исследованиями и изобретательством. Возникают новые формы кооперации в области НИОКР и изобретательской деятельности, причем основная часть новых исследовательских союзов связана с развитием индустрии высоких технологий (микроэлектроники, энергетики, радиотехники, химии) [2].

Значительно увеличилось число малых научно-технических компаний, возникли новые инновационные структуры (производственные, аналитические, консалтинговые). Многие из них стали альтернативной формой организации профессиональной деятельности для ученых и инженеров недогруженных оборонных предприятий, а также для инициативных предприимчивых специалистов, изобретателей, стремящихся реализовать свои технические идеи.

Предприятия, избравшие стратегию «технологической атаки», входят в НПО, где главную роль играет организация, ведущая НИОКР.

Наиболее высокая инновационная активность выявлена на предприятиях технологического и маркетингового типа управления. Большинство таких предприятий имеют численность от 200 до 5000 человек и находятся в частной или смешанной собственности [4].

Успешный опыт внедрения западных новшеств и активное участие в программах переподготовки специалистов меняют представление о неприменимости передовых западных методов работы в российских условиях. 70% технологических предприятий считают, что западные и отечественные методы управления качеством разработки и освоения новой продукции вполне пригодны в российских условиях. При этом половина руководителей всех типов предприятий - люди в возрасте 30-50 лет. Доля молодежи (до 29 лет) на предприятиях всех типов незначительна. Доля руководителей старше 60 лет на успешных предприятиях в два раза выше, чем на неуспешных [4].

Среди предприятий различных отраслей промышленности более высокая инновационная активность отмечена в машиностроительной и металлообрабатывающей отраслях, а наименьшая – в лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности.

Основным фактором, сдерживающим инновационную деятельность промышленных предприятий, остается недостаток собственных финансовых средств.

Экономическая ценность инноваций представляет собой отношение экономической полезности, выраженной через экономию труда в потреблении инновационного продукта, к затратам, использованного на его производство, труда. Таким образом, экономическая ценность инноваций представляет собой отношение между производством и потреблением, производителем и потребителем в области формирования и проявления полезности инновационных продуктов. При определении экономической ценности инновации необходимо исходить из того, что значительная доля эффекта, связанного с производством и использованием инновации, как правило,

проявляется в отраслях, потребляющих данную инновацию. Поэтому в определении экономической ценности инновации необходимо учитывать межотраслевые связи производства. Для этого может быть использован межотраслевой баланс инноваций, раскрывающий связи между инновациями в различных отраслях производства.

Реализация конкретных проектов в области финансирования инновационной деятельности требует, как правило, довольно больших средств в виде оборотного капитала. Получить кредит под оборотный капитал в России довольно трудно, а иногда и практически невозможно. Существующие российские фонды поддержки инновационной деятельности по ряду причин работают неэффективно.

Воздействие конкретного инновационного процесса можно расчленить на две части: 30% потенциала воздействия проявляется на том предприятии, которое его реализует, а остальные 70% опосредованно повышают результаты других предприятий [2].

Для планирования приблизительной затратно-циклической структуры цикла «исследования - разработки - производство» часто применяется соотношение 1:10:100. Этап подготовки производства требует в 2-5 раз больших затрат, чем этап исследований [4].

В области взаимосвязей между временем и затратами следует отметить, что 75% себестоимости НИР будущего продукта складывается практически к концу этапа исследований и разработок. Чрезмерная экономия на затратах, связанных с приобретением информации и использованием умственного труда, на стадии разработок неизбежно воздействует на затратности продукта. Отставание в развитии, обусловленное дефицитом информации, может вести к весьма значительным потерям прибыли.

Идеи восходящих нововведений трансформируются в поток технологий, образующих технологическую базу знаний. В результате взаимодействия технологической базы с рынком возникают нисходящие инновации, превращающиеся в коммерческую продукцию или услугу. Как показали исследования американских ученых, на восходящем этапе только одна из 3000 идей приносит коммерческий успех, а на нисходящем уровне инновационного процесса – один из четырех проектов [4].

По мере насыщения спроса центр инновационной активности смещается от приращения функциональных характеристик продукции к технологическим и организационно-управленческим изменениям, которые позволяют за счет экономии на издержках сокращать удельную цену полезного эффекта уже не в результате роста потребительских свойств, а путем снижения цен. По мере насыщения потребностей различных групп потребителей наступает период вялого роста спроса, а затем и его снижение. Дальнейшее тиражирование нововведения становится невозможным без внесения в него существенных изменений.

Таким образом, механизм функционирования инновационного комплекса в РФ сложен и многообразен. Жизненный цикл нововведений определяется технологическим и экономическим потенциалом нововведения, т.е.

пределными возможностями сокращения удельных издержек производства, обращения и потребления нововведений, повышения их полезности и ценности. Поиск рационального сочетания развития этих двух потенциалов составляет центральную задачу управления всем процессом нововведений.

Литература:

1. Румянцева З.П., Саломатина Н.А. Менеджмент организации: Учебное пособие / Под ред. — М : Инфра, 2011, С. 160.
2. Санто Б. Инновация как средство экономического развития. — М : Прогресс, 2010, с. 296.
3. Статистика науки и инноваций: Краткий терминологический словарь / Под ред. Гохберга Л.М. — М : ЦИСН, 2010. С. 30—31.
4. Bowonder B., Xader S. R&D Spending Patterns of Vloab // Research and Technology Management. 2009. V 6. 46—47.

Чепурная А.А., ст. гр. ЭК – 111

Научный руководитель: **Фраймович Д.Ю.**, доц.каф. ЭУИИ, к.э.н.
Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ И ИННОВАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА

В статье рассматривается процесс осуществления технологических инноваций и инновационной политики в России и других государствах. Приводится значение интеллектуального капитала и системы образования. Анализируется структура расходов на исследования и разработки России и различных стран за 2013г. Выявлены недостатки российской инновационной политики, и приведены рекомендации по улучшению инновационной экономики.

Ключевые слова: технологические инновации, инновационная политика, инновационная экономика, технологическая политика, исследования и разработки

Технологическая политика государства создает рыночные стимулы для формирования национальными частными компаниями инновационно-ориентированной стратегии. Разумеется, только частные компании могут достоверно оценить коммерческий эффект от внедрения той или иной технологии, построить грамотную инвестиционную стратегию, снижая потенциальные риски. Но по многим причинам частные компании часто склонны "недоинвестировать" свои средства в перспективную деятельность, связанную с разработкой, приобретением и адаптацией новых технологий в производстве.

Во-первых, инновационные инвестиции требуют высоких затрат как на модернизацию производства, приобретение или создание нового оборудования, сбор и анализ информации по вопросам производства и сбыта продукции, так и на проведение фундаментальных и прикладных исследований, подготовку высококлассных специалистов, на разработку сопутствующих технологий. Во-

вторых, компании-инноваторы получают лишь часть общего коммерческого дохода от реализации результатов исследований. К этим результатам имеют доступ не только национальные, но и зарубежные компании. По некоторым оценкам, компания-инноватор располагает в среднем всего 30% общего дохода от внедрения новой технологии. В-третьих, внедрение новых технологий связано с высокими рисками [2].

Поддерживая фундаментальные исследования, государство создает запас новых научных и технологических идей, которые, не будучи востребованными национальными компаниями, могут стать необходимыми в случае резкого изменения внутренней или внешней рыночной конъюнктуры (например, появления агрессивного конкурента на рынке или изменения ценовых параметров, или введения запретительных пошлин на ввоз каких-либо товаров и пр.). Формирование такого запаса "перспективных знаний" предполагает, прежде всего, поддержку и развитие сферы фундаментальных исследований, финансирование которых во всех развитых странах осуществляется преимущественно государством. Как известно, фундаментальные исследования достаточно капиталоемки и требуют высоких затрат при неявном коммерческом эффекте. Западные специалисты считают, что до коммерческой реализации доходит только от 20 до 50% фундаментальных разработок [2].

Создание государством условий для свободного доступа национальным компаниям к результатам фундаментальных исследований является огромным по значению и стоимости вкладом в повышение их конкурентоспособности. Тем более это важно в условиях современной конкурентной борьбы, когда усиление стратегических позиций национального бизнеса на мировом рынке зависит от его способности производить новые товары на стыке различных областей знаний. Если, к примеру, нация в состоянии поддерживать высокий уровень исследований в сферах биологии, химии, информационных технологий и т.д., то на стыке этих дисциплин могут появиться новые технологии, способные создать особые конкурентные преимущества национального бизнеса и укрепить его позиции на мировом рынке.

Важна также поддержка со стороны государства системы образования. И подготовки (а также в некоторых случаях переподготовки) специалистов.

В инновационно ориентированной экономике интеллектуальный капитал играет решающую роль в реализации новых технологий и достаточно глубокой технологической реструктуризации производства. Чем более высоко диверсифицирована система образования, тем большими возможностями располагают национальные компании и сфере реализации новых направлений своей производственной деятельности.

Четкое разделение функций различных секторов экономики при вкладе в общее стратегическое развитие положено в основу структуры расходов на исследования и разработки (ИР). Наибольшее количество новых технологических разработок финансируется частными компаниями, наименьшее – вузами и правительственными учреждениями (см. табл. 1). Как видно из данных таблицы, преобладающим источником финансирования ИР практически во всех странах являются промышленные компании (72,4% - в Японии и

Южной Корее, 70,2 - в Финляндии, 68,2% - в США), они в основном и осуществляют исследования и разработки (75,3% - в США, 75,1 - в Швеции, 74 - в Южной Корее, 71% - в Японии). В менее развитых странах правительство финансирует наибольший объем ИР (в Мексике - 65,3%, в Турции - 47,7%), а основные исследования осуществляются в университетах (38,6 и 55,3% соответственно) [2].

Кроме непосредственного участия в финансировании наиболее затратной части инновационного процесса, государство стремится стимулировать и сами компании к инвестированию средств в инновационную деятельность.

Таблица 1

Расходы на исследования и разработки (2013г.)

Страны	Расходы на ИР (млн. долл. по ППС)	По источникам финансирования ИР, %		По организациям, выполняющим исследовательские работы, %		
		промышленные компании	правительственные учреждения	промышленные компании	университеты	правительственные учреждения
США	265 322,4	68,2	27,3	75,3	13,6	7,5
Финляндия	4 391,6	70,2	26,2	70,9	17,8	10,6
Греция	1 123,0	24,2	48,7	28,5	49,5	21,7
Япония	98 222,2	72,4	19,6	71,0	14,5	9,9
Южная Корея	19 060,4	72,4	23,9	74,0	11,3	13,3
Мексика	3 288,5	23,6	65,3	27,2	38,6	32,5
Германия	52 851,1	66,1	31,4	70,8	16,0	13,3
Норвегия	2 197,5	49,5	42,5	56,0	28,6	15,4
Швеция	7 864,8	67,8	24,5	75,1	21,4	3,4
Португалия	1 283,5	21,3	69,7	22,7	38,6	27,9
Турция	2 481,1	43,3	47,7	38,0	55,3	6,7
Франция	31 410,2	54,1	36,9	64,0	16,7	17,8
Великобритания	27 094,3	49,3	28,9	65,6	20,7	12,2
Европейский союз (всего)	173 321,2	55,5	35,0	64,5	20,9	13,8
Страны ОЭСР (всего)	600 355,0	63,9	28,9	69,7	17,1	10,5
Китай	50 285,5	н. д.	н. д.	60,0	8,6	31,5
Россия	10 577,7	32,9	54,8	70,8	4,5	24,4

Что касается России, то она утрачивает свое технологическое лидерство, испытывая трудности в поддержании созданного научно-технического потенциала. В 2013 г. расходы на исследования и разработки, осуществляемые из всех источников (частные компании, правительство, высшие учебные заведения, негосударственные организации), были в 25 раз меньше, чем в США, в 9,2 раза, чем в Японии, в 5 раз, чем в Германии и почти в 4,8 раза, чем в Китае. Можно вполне определенно констатировать, что разработка и внедрение новых технологических решений в России пока еще не являются источником экономического роста и повышения конкурентоспособности на мировом рынке [2].

Не стали средством решения экономических проблем в России и технологические инновации, как на макроэкономическом уровне, так и на уровне предприятий. Именно этим можно объяснить низкую привлекательность частных и государственных инвестиций в их создание и внедрение. В 2013 г. в структуре ИР преобладали расходы на разработки:

-70,2% общего объема финансирования на ИР, на прикладные исследования

-16,4%, на фундаментальные-13,4%. В структуре расходов на ИР доля фундаментальных исследований повысилась, а прикладных - снизилась по сравнению с 2007 г. (см. табл. 2) [1].

Таблица 2

Структура расходов на исследования и разработки в России (в %)

	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.
Фундаментальные исследования	9,3	15,7	15,8	17,7	16,1	14,2	13,4
Прикладные исследования	33,4	18,1	16,2	16,8	16,1	17,4	16,4
Разработки	57,3	66,2	68,0	65,5	67,0	68,3	70,2

Определение стратегических ориентиров дальнейшего развития исследований и разработок в России затруднено тем, что до сих пор не выработаны принципы формирования их структуры и соответственно источников финансирования. Российские промышленные компании в 2013 г. финансировали 32,9% расходов на ИР, правительство - 54,8% (см. табл. 1). Как видим, в России частные предприниматели не играют пока решающей роли в отборе (селекции) и адаптации технологии в производстве. Практически отсутствует зависимость между увеличением объема продаж частными компаниями и ростом финансирования осуществляемых ими исследований и разработок, хотя основой инновационной политики является именно частное инвестирование сферы технологий [1].

К недостаткам российской инновационной политики надо отнести и то, что в самих регионах практически отсутствует финансирование инновационной деятельности. В 2012 г. из бюджетов субъектов Федерации и местных бюджетов на технологические инновации было выделено всего 0,3% (в 2008 г. - 2%). В целом инновационная политика не имеет четкой направленности в решении конкретных экономических проблем регионов, в их реструктуризации с учетом рыночных факторов. На Западе становится общепризнанным, что локальные факторы играют определяющую роль в формировании направлений технологической политики и соответственно в определении стратегических ориентиров частных компаний. Именно "локализация" технологической политики на начальной стадии инновационной деятельности позволяет определить перспективную специализацию, сформировать принципы селекции технологий, которые могут быть адаптированы к условиям местного производства, разработать соответствующую политику в области подготовки и переподготовки кадров [3].

Для России создание инновационной экономики является императивом. Однако в рамках сложившихся подходов к решению данной проблемы, на наш взгляд, пока не созданы соответствующие условия. Следует придерживаться принципа: не частные компании привлекаются для решения государственных задач, а государство отслеживает наиболее успешные технологические проекты частных компаний и оказывает им поддержку. При этом проекты (как и представляющая государство администрация) должны выбираться не только на

федеральном, но и на региональном уровне. Формирование основ инновационной экономики до сих пор носит фрагментарный и преимущественно отраслевой характер – от идеи поддержки развития космических исследований до особого приоритета разработки новой военной техники [3].

Таким образом, для формирования инновационной экономики необходимо изменить структуру национального производства, повысить степень участия страны в международном разделении труда, осваивать новые рынки и т.д. При этом конкретные действия менеджеров будут играть определяющую роль. Подготовка высококвалифицированных менеджеров, создание сети профессиональных региональных команд, оценка специфики национальной экономики в России с точки зрения ее инновационных особенностей и перспектив являются, на наш взгляд, наиболее важными задачами инновационной политики на современном этапе.

Литература:

1. Бекетов Н. Перспективы развития национальной инновационной системы России // Вопросы экономики. 2004. №7.
2. Бойко И. Технологические инновации и инновационная политика // Вопросы экономики. 2003. №2.
3. Гохберг Л. Национальная инновационная система России в условиях «новой экономики» // Вопросы экономики. – 2003. - №3

Чистякова С.Э. ст.гр. УП-113

Научный руководитель: **Левизов А.С.**, доц.каф.ЭУИИ, к.э.н.
Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ТЕХНОЛОГИИ АДАПТАЦИИ ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИИ

Надо, чтобы условия, а не управляющие побуждали людей работать.

Р. Хасимото

Если заглянуть в Энциклопедический Словарь, то в нем понятие адаптации рассматривается в двух значениях: биологическом и социальном, а сам термин происходит от позднелатинского *adaptatio* — *приспособление*. «Социальная адаптация — процесс взаимодействия личности или социальной группы со средой социальной, включает усвоение норм и ценностей среды в процессе социализации, а также изменение, преобразование среды в соответствии с новыми условиями и целями деятельности». [1]

Если речь заходит об HR-технологиях, то понятие адаптации рассматривается несколько в ином ракурсе. Интернет-ресурс «Глоссарий.ру» уточняет, что трудовая адаптация персонала — это процесс:

- приспособления работников к содержанию и условиям трудовой деятельности и непосредственной социальной среде;
- совершенствования деловых и личных качеств работников. Данный источник различает следующие виды адаптации в организации:
- психофизиологическую адаптацию;

- социально-психологическую адаптацию;
- профессиональную адаптацию;
- организационную адаптацию. [3]

Одной из проблем работы с персоналом в организации при привлечении кадров является управление трудовой адаптацией. В ходе взаимодействия работника и организации происходит их взаимное приспособление, основу которого составляет постепенное вхождение работника в профессиональные и социально-экономические условия труда.

Процедуры адаптации персонала призваны облегчить вхождение новых сотрудников в жизнь организации. Практика показывает, что 90% людей, уволившихся с работы в течение первого года, приняли это решение уже в первый день своего пребывания в новой организации. Как правило, новичок в организации сталкивается с большим количеством трудностей, основная масса которых порождается именно отсутствием информации о порядке работы, месте расположения, особенностях коллег и т.д. То есть специальная процедура введения нового сотрудника в организацию может способствовать снятию большего количества проблем, возникающих в начале работы.

Кроме того, способы включения новых сотрудников в жизнь организации могут существенно активизировать творческий потенциал уже работающих сотрудников и усилить их включенность в корпоративную культуру организации.

Для руководителя же информация о том, как организован в его подразделении процесс адаптации новых работников, может многое сказать о степени развития коллектива, уровне его сплоченности и внутренней интеграции.

Ниже на рисунке 1 представлены виды адаптации по классификации, представленной в [2]



Рис. 1. Виды адаптации и факторы на нее влияющие

Какие же цели преследует адаптация персонала?

Целью системы адаптации является в основном снижение издержек организации за счет следующих факторов:

1. Ускорение процесса вхождения нового сотрудника в должность:
 - Достижение необходимой эффективности работы в минимальные сроки
 - Уменьшение количества возможных ошибок, связанных с освоением функциональных обязанностей
2. Сокращение уровня текучести кадров:
 - Снижение количества сотрудников, не прошедших испытательный срок
 - Уменьшение количества сотрудников, покинувших компанию в течение первого года работы

Выгодами, получаемыми сотрудником после прохождения адаптации являются:

- Получение полной информации, требуемой для эффективной работы;
- Снижение уровня неопределенности и беспокойства;
- Повышение удовлетворенности работой и развитие позитивного отношения к компании в целом;
- Освоение основных норм корпоративной культуры и правил поведения;
- Выстраивание системы взаимодействия с коллегами;
- Получение эффективной обратной связи от наставника и линейного руководителя по итогам испытательного срока;

Выгодами, получаемыми компанией с выстроенной системой адаптации, являются:

- Создание механизма оценки профессиональных и управленческих компетенций сотрудника и его потенциала по итогам работы в первые месяцы;
- Выявление недостатков существующей в компании системы подбора;
- Развитие управленческих компетенций наставников и линейных руководителей;
- Обоснование кадровых решений в отношении как новичка, так и наставников после окончания адаптационного периода;
- Повышение лояльности сотрудника компании как работодателю.

Условно процесс адаптации можно разделить на четыре этапа.

Этап 1. *Оценка уровня подготовленности новичка* необходима для разработки наиболее эффективной программы адаптации. Если сотрудник имеет не только специальную подготовку, но и опыт работы в аналогичных подразделениях других компаний, период его адаптации будет минимальным. Однако следует помнить, что даже в этих случаях в организации возможны непривычные для него варианты решения уже известных ему задач. Поскольку организационная структура зависит от ряда параметров, таких, как технология деятельности, внешняя инфраструктура и персонал, новичок неизбежно попадает в какой-то степени в незнакомую ему ситуацию. Адаптация должна

предполагать как знакомство с производственными особенностями организации, так и включение в коммуникативные сети, знакомство с персоналом, корпоративными особенностями коммуникации, правилами поведения. т. д.

Этап 2. *Ориентация* - практическое знакомство нового работника со своими обязанностями и требованиями, которые к нему предъявляются со стороны организации. Значительное внимание, например, в компаниях США, уделяется адаптации новичка к условиям организации. К этой работе привлекаются как непосредственные руководители новичков, так и сотрудники служб по управлению персоналом. Обычно обязанности между ними распределяются следующим образом: (Таблица 1)

Таблица 1

Распределения обязанностей по адаптации

Функции и мероприятия по ориентации	Обязанности	
	Непосредственного руководителя	Менеджера по персоналу
Составление программы ориентации	Выполняет	Ассистирует
Ознакомление новичков с фирмой и ее историей, кадровой политикой, условиями труда и правилами		Выполняет
Объяснение задач и требований к работе	Выполняет	
Введение работника в рабочую группу	Выполняет	
Поощрение помощи новичкам со стороны опытных работников	Выполняет	

Обычно *программа ориентации* включает ряд небольших лекций, экскурсии, практикумы (работа на отдельных рабочих местах или с определенным оборудованием).

Этап 3. *Действенная адаптация*. Этот этап состоит в собственно приспособлении новичка к своему статусу и значительной степени обусловливается его включением в межличностные отношения с коллегами. В рамках данного этапа необходимо дать новичку возможность активно действовать в различных сферах, проверяя на себе и апробируя полученные знания об организации. Важно в рамках этого этапа оказывать максимальную поддержку новому сотруднику, регулярно вместе с ним проводить оценку эффективности деятельности и особенностей взаимодействия с коллегами.

Этап 4. *Функционирование*. Этим этапом завершается процесс адаптации, он характеризуется постепенным преодолением производственных и межличностных проблем и переходом к стабильной работе. Как правило, при спонтанном развитии процесса адаптации этот этап наступает после 1-1,5 лет работы. Если же процесс адаптации регулировать, то этап эффективного функционирования может наступить уже через несколько месяцев. Такое сокращение адаптационного периода способно принести весомую финансовую выгоду, особенно если в организации привлекается большое количество персонала. [4]

Хочется отметить, что в отечественных организациях наблюдается неотработанность механизма управления процессом адаптации. Этот механизм предусматривает решение трех важнейших проблем:

- структурное закрепление функций управления адаптации в системе управления организацией

- организация технологии процесса адаптации
- организация информационного обеспечения процесса адаптации [2].

Адаптация должна начаться с первого же дня, когда новые сотрудники выйдут на работу. Самое важное для успешного вхождения работников в команду - первые дни, и особенно первые часы их работы в компании.

Литература:

1. Новый иллюстрированный энциклопедический словарь / Ред. кол.: В.И. Бородулин, А.П. Горкин, А.А. Гусев, Н.М. Ланда и др.- М.: Большая Российская энцикл., 1998. – 912 с.: ил. ISBN 5-85270-259-5
2. Управление организацией: Учебник / Под ред. А.Г. Поршнева, З.П. Румянцевой, Н.А. Соломатина. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.:ИНФРА-М, 2005.-716 с. – (Высшее образование). ISBN 5-16-002291-0
3. <http://www.glossary.ru/>
4. <http://www.hr-portal.ru/>

Шевцов Я.А., маг.гр. УПм-114

Научный руководитель: **Гундорова М.А.**, доц.каф. ЭУИИ, к.э.н.
Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

АДАПТАЦИЯ ПЕРСОНАЛА

В статье рассмотрены виды, этапы адаптации для вхождения сотрудника в организацию или в должность, нацеленные на его скорейшее и эффективное приспособление к новым условиям производственной деятельности.

Ключевые слова: адаптация, программа, ориентация

Успешная адаптация персонала, наряду отлаженным процессом его найма и отбора, является необходимым этапом для обеспечения низкой текучести кадров и быстрого наращивания численности персонала. Система адаптации персонала включает в себя комплекс мероприятий, обеспечивающих организационную, социально-психологическую и профессиональную адаптацию сотрудника в новых условиях, и предоставляет организационную схему для эффективного осуществления этих мероприятий. Адаптация персонала — обязательная процедура, выполняемая при вхождении сотрудника в организацию или в должность, нацеленная на его скорейшее и эффективное приспособление к новым условиям производственной деятельности.

Кроме того, способы включения новых сотрудников в жизнь организации могут существенно активизировать творческий потенциал уже работающих сотрудников и усилить их включенность в корпоративную культуру организации.

Для руководителя же информация о том, как организован в его подразделении процесс адаптации новых работников, может многое сказать о степени развития коллектива, уровне его сплоченности и внутренней интеграции.

Как отмечает Кибанов А.Я [4] «Адаптация – это взаимное приспособление работника и организации, основывающееся на постепенной вработываемости сотрудника в новых профессиональных, социальных и организационно-экономических условиях труда».

Правильно осуществленный процесс адаптации должен привести [1]:

- к уменьшению стартовых издержек за счет уменьшения сроков достижения новым сотрудником
- установленных стандартов выполнения работ;
- сокращению текучести кадров;
- экономии времени непосредственного руководителя и рядовых работников;
- возникновению у нового члена коллектива чувства удовлетворенности работой, снижению тревожности и неуверенности.

Адаптация – процесс со сложной структурой, включающей следующие взаимосвязанные аспекты:

- организационный;
- социально-психологический;
- профессиональный.

Элементы адаптационной программы также взаимосвязаны. Успешное освоение профессиональных знаний и навыков невозможно, если сотрудник не понимает своей роли в организации, не разделяет ее ценностей и установок, не видит перспектив своей работы и испытывает трудности в общении с другими членами коллектива. Элементы адаптационной программы представлены в таблице 1 [8]

Таблица 1

Элементы адаптационной программы в адаптации персонала

Виды адаптации	Характеристика
Организационная адаптация	Основана на ознакомлении сотрудника с должностной инструкцией и понимании места его должности в организационной структуре компании.
Социально-психологическая адаптация	Вливание в новый коллектив, приспособление к руководству, коллегам, сложившимся в организации нормам и правилам поведения.
Профессиональная адаптация	Подразумевает овладение своей специальностью, приобретение и доработку необходимых профессиональных навыков и умений.
Экономическая адаптация	Позволяет ознакомиться с экономическим механизмом управления организацией, системой экономических стимулов и мотивов, адаптироваться к новым условиям оплаты своего труда и различных выплат.
Санитарно-гигиеническая адаптация	Осваивание новых требований трудовой, производственной и технологической дисциплины, правил трудового распорядка, придерживание гигиенических и санитарных норм, требований техники безопасности и сохранения здоровья

Условно процесс адаптации можно разделить на четыре этапа [3].

Этап 1. Оценка уровня подготовленности новичка - выявление тех гипотетических рабочих ситуаций, с которыми человек еще не сталкивался, а также вариантов решения привычных ему задач.

Этап 2. Ориентация - практическое знакомство нового работника со своими обязанностями и требованиями, которые к нему предъявляются со

стороны организации. К этой работе привлекаются как непосредственные руководители новичков, так и сотрудники служб по управлению персоналом.

Обычно программа ориентации включает ряд небольших лекций, экскурсии, практикумы (работа на отдельных рабочих местах или с определенным оборудованием).

Часто в ходе проведения программы ориентации затрагиваются следующие вопросы [5]:

1. Общее представление о компании
2. Политика организации
3. Оплата труда
4. Дополнительные льготы
5. Охрана труда и соблюдение техники безопасности
6. Работник и его отношения с профсоюзом
7. Правовые обязанности сторон

После прохождения общей программы ориентации может быть проведена специальная программа, осуществляемая как в формах специальных бесед с сотрудниками того подразделения, в которое пришел новичок, так и собеседований с руководителем (непосредственным и вышестоящим). Обычно в специальной программе затрагиваются следующие вопросы [5]:

1. Функции подразделения
2. Рабочие обязанности и ответственность
3. Требуемая отчетность
4. Процедуры, правила, предписания
5. Представление сотрудников подразделения.

Этап 3. *Действенная адаптация.* Этот этап состоит в собственно приспособлении нового работника к своему статусу и значительной степени обуславливается его включением в межличностные отношения с коллегами. В рамках данного этапа необходимо дать ему возможность активно действовать в различных сферах, проверяя на себе и апробируя полученные знания об организации. Важно в рамках этого этапа оказывать максимальную поддержку новому сотруднику, регулярно вместе с ним проводить оценку эффективности деятельности и особенностей взаимодействия с коллегами. Руководитель должен неформально обсуждать с сотрудником его взаимоотношения с коллективом подразделения, его степень адаптации, контролировать выполнение индивидуального плана.

Этап 4. *Функционирование.* Этим этапом завершается процесс адаптации, он характеризуется постепенным преодолением производственных и межличностных проблем и переходом к стабильной работе. Как правило, при спонтанном развитии процесса адаптации этот этап наступает после 1 -1,5 лет работы.

Способы сокращения сроков адаптационного срока могут быть такие [2]:

- наставничество (помощь новичку войти в курс дела, влиться в коллектив, консультирование на начальных этапах его работы более опытным сотрудником).
- тренинги и семинары (направленные на развитие определенных навыков сотрудника: коммуникативных, овладение ораторским искусством, обучение

подготовке презентаций, правила поведения в стрессовых ситуациях и развитие устойчивости к ним и т.п.)

- беседа (личная беседа нового сотрудника с менеджером по персоналу, непосредственным руководителем, специалистом отдела кадров, в ходе которых новички получают ответы на возникающие вопросы).

- специальная программа (ролевые игры, специально разработанные программы для укрепления командного духа, сплочения коллектива).

- экскурсия (ознакомительная экскурсия по структурным подразделениям организации, ее территории, знакомство с историей компании, ее сотрудниками, корпоративной культурой).

- анкетирование (новому сотруднику предлагают заполнить анкету-отзыв после завершения периода адаптации и прохождения испытательного срока).

- другие методы (аттестация, тестирование, обучение, день новичка, корпоративные мероприятия и пр.)

Успешность адаптации зависит от характеристик производственной среды и самого работника. Чем сложнее среда, чем больше отличие ее от привычной среды на прежнем месте работы, чем больше связано с ней изменений, тем труднее проходит процесс адаптации.

В случае увольнения сотрудника во время адаптационного периода, для выяснения истинных причин увольнения, руководителю необходимо проанализировать причину срыва адаптационного процесса и как следствие провести оценку эффективности подбора персонала.

Адаптация как процесс характеризуется определенной продолжительностью, и следовательно, имеет свое начало и окончание. Если в отношении начала адаптации вопросов не возникает (это начало деятельности работника в новых условиях), то определить ее окончание весьма трудно. Дело в том, что адаптация -это процесс, протекающий постоянно в меру изменения факторов внешней среды трудовой деятельности работника, да и изменения самого человека [3].

Литература:

1. Адамс, Б.. Эффективное управление персоналом. АСТ Астрель, М. 2008.
2. Аксенова, Е.А., Базаров, Т.Ю., Еремин Б.Л. Управление персоналом: Учебник для вузов / Под ред. Е. А. Аксенова, Т. Ю. Базаров, Б. Л. Еремин и др. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2007.
3. Володина, Н.В.. Адаптация персонала: российский опыт построения комплексной системы. Эксмо, М.2009.
4. Кибанов, А.Я., Ивановская, Л.В., Митрофанова, Е.А.. Учебник для студентов, аспирантов. Управление персоналом. Риор, М. 2007.
5. Неларин, К., HR-менеджмент. Поиск, подбор, тренинг, адаптация, мотивация, дисциплина, этика. Баланс Бизнес Букс, М. 2005.
6. Полещук, Н., Разработка приложений и адаптации. Наиболее полное руководство БХВ-Петербург, 2004.
7. Тебекин, А.В.. Управление персоналом. КноРус, М. 2009.
8. Мазилкина Е.И., Паничкина Г.Г. Адаптация в коллективе, или как грамотно себя зарекомендовать. Аль-Пресс, М. 2006.

Шевцов Я.А., маг.гр. УПм-114

Научный руководитель: **Снегирева Т.К.**, доц.каф. ЭУИИ, к.э.н.
Владимирский государственный университет имени Александра
Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНОЙ ПОДДЕРЖКИ МОЛОДЫХ СЕМЕЙ В РОССИИ

В статье рассмотрены особенности социальной поддержки молодых семей в России.

Ключевые слова: ипотека, молодая семья, социальная поддержка.

Одной из самых актуальных проблем современности являются социальная поддержка молодых семей в России.

Актуальность и значимость темы обуславливается необходимостью изучения всего спектра социальной помощи молодым семьям, так как практически любая молодая семья сталкивается с данной проблемой.

Приобрести собственное жилье по силам далеко не каждому гражданину РФ, поскольку соотношение среднего уровня заработной платы и уровня стоимости жилой недвижимости зачастую не позволяет даже планировать подобное приобретение. Социальные выплаты на жилье, реализуемые в рамках государственных программ помощи наименее социально защищенным категориям граждан, облегчают задачу улучшения ими жилищных условий.

Существует ряд государственных программ, направленных на поддержку таких социальных групп, и в рамках этих программ предусмотрены различные способы помощи в вопросах приобретения жилья – социальные выплаты на жилье. Такие выплаты могут иметь вид разовой помощи, предложения сниженного процента по ипотечному кредиту, полной или частичной оплаты государством первоначального взноса или же безвозмездного предоставления участка под строительства или жилплощади [4].

Для того чтобы воспользоваться государственными льготами по ипотеке, гражданин должен быть официально признан нуждающимся в улучшении нынешних жилищных условий или же должна быть подтверждена его принадлежность к одной из льготных категорий.

Кроме того, граждане могут принадлежать одновременно к нескольким льготным категориям, что дает возможность использовать сразу несколько льготных программ – так задача приобретения жилья упрощается еще больше.

В настоящее время в Российской Федерации предусмотрены различные программы и виды социальной поддержки молодых семей, которые приведены в таблице.

Программы и виды социальной поддержки молодых семей

Вид	Характеристика
Социальная ипотека	Разработана для улучшения жилищных условий за счет льготного ипотечного кредитования.
Программа «Молодой семье - доступное жилье»	Ипотека предназначена для молодежи, где каждому члену семьи нет 35 лет.
Материнский капитал	Выплачивается вне зависимости от того, нуждается ли льготник в улучшении жилищных условий - это помощь матерям при рождении ребенка
Подпрограмма «Обеспечение жильем молодых семей»	Дает возможность получения субсидии в 35% от стоимости жилья. Основаниями для участия в программе являются: <ul style="list-style-type: none"> • Возраст членов семьи до 35 лет; • Рождение второго ребенка
Субсидии для молодых ученых	Рассчитана на помощь в улучшении жилищных условий
Программа для военнослужащих «Жилище»	Представляет собой ипотечные проекты для военнослужащих. В первую очередь рассматривается получение <u>жилищного сертификата</u>
Программа «Накопительно - ипотечная система (НИС) Программа «Военная ипотека»	Рассчитана на приобретение собственного жилья после трех лет службы и почти без вложений собственных средств.
Социальные выплаты на жилье для большой семьи	Дополнительная помощь в другой форме (выделение участка под строительство из собственных земельных фондов).

Рассмотрим подробнее каждую программу

Социальная ипотека для молодой семьи, являющаяся реальным шансом для приобретения собственного жилья, помогает улучшить быт, повысить условия рождения и воспитания детей.

Существуют следующие формы социальной ипотеки, предусмотренные законом:

- ипотечное кредитование с субсидией в виде пониженной процентной ставки;
- ипотечные программы, при которых субсидия дается на часть стоимости квартиры;
- продажа государственных квартир из фонда социального жилья по льготной цене в кредит [2].

В разных регионах применяются разные виды социальной ипотеки. Чтобы узнать все о социальной ипотеке в конкретном городе и о возможности участия в данной программе, нужно обращаться в органы местного самоуправления, а именно, в тот департамент (отдел, управление и т.п.), который занимается жилищной политикой города. Компетентные специалисты обязаны проконсультировать по поводу условий социальной ипотеки, а также по просьбе обратившегося произвести предварительные расчеты с учетом размера первоначального взноса, размера и срока кредита, величины ежемесячных выплат по кредиту и дохода молодой семьи.

Главной особенностью данной программы является помощь социально незащищенных слоев населения (молодежь, в частности, врачи, учителя,

военнослужащие, сотрудники государственных учреждений, а также инвалиды, молодые семьи, матери-одиночки.),

Ипотека по федеральной программе **«Молодой семье - доступное жилье»** устанавливает ряд ограничений. Семья должна стоять в очереди на улучшение жилищных условий. На двоих человек полагается выделение 48 кв. метров, если детей нет, а если есть - 18 кв. метров на человека. Размер помощи молодым семьям определяется исходя из стоимости жилья в регионе.

Базовые показатели размера субсидии по программе «Молодой семье - доступное жилье» составляют: до 35% от средней стоимости жилья для молодых семей без детей и до 40% - с детьми. В ряде банков разработаны собственные программы социальной ипотеки молодым. Например, в Сбербанке России существует программа «Молодая семья». Первоначальный взнос по ней составляет 10%, если в семье есть дети, и 15% от стоимости квартиры, если семья без детей [1].

Одним из видов государственной помощи, которая выплачивается вне зависимости от того, нуждается льготник в улучшении жилищных условий, это помощь матерям при рождении ребенка – материнский капитал. Согласно российскому законодательству [10], после рождения (или усыновления) второго ребенка и последующих, государство выплачивает фиксированную сумму. По состоянию на 2011 год сумма материнского капитала составляла 365 698 рублей, в 2012 году – более 387 640 рублей, в 2013 году – 408 960 рублей, а в 2014 году- 429 408 рублей. Предварительно программа получения материнского (семейного) капитала рассчитана до 2016 года. Эти средства могут быть потрачены только на определенный перечень нужд, в числе которых и оплата ипотеки.

Особенность материнского капитала можно использовать в следующих целях:

- улучшение жилищных условий семьи (погашение ипотечного кредита, реконструкция или дополнительное строительство жилого здания/помещения, участие в долевом строительстве);
- получение образования (оплата образовательных услуг членов семьи, оплата проживания в общежитии учащегося, оплата в школьном или дошкольном учреждении);
- накопительный взнос в счет будущей пенсии матери [3].

Распоряжаться материнским капиталом можно после того, как ребенку, на которого выдан государственный сертификат, исполнилось 3 года, за исключением случаев, если денежные средства по нему будут направлены на первоначальный взнос по ипотечному кредиту (в данном случае использовать его можно в любое время).

При рождении второго ребенка семья может претендовать на участие в **подпрограмме «Обеспечение жильем молодых семей»**, которая дает возможность получения субсидии в 35% от стоимости жилья.

Кроме того, для участия в этой программе требуется признание необходимости улучшения жилищных условий - отсутствие в собственности

членов семьи какого-либо жилья или на каждого члена семьи приходится меньше площади, чем это предполагает учетная норма [9].

Следующей государственной программой, рассчитанной на помощь в улучшении жилищных условий, являются **субсидии для молодых ученых**. Если статус и материальное положение ученого в середине своей карьеры позволяют говорить о возможности самостоятельного приобретения жилья, то для молодых научных работников отсутствие жилья является распространенной проблемой.

Условиями для участия в программе ипотечного субсидирования ученых следующие:

- общий стаж работы на должности научного работника не менее 5 лет;
- возраст претендующего на льготу не должен превышать 35 лет (для доктора наук – 40 лет);
- претендент должен быть официально признан нуждающимся в улучшении жилищных условий (отсутствие жилья в собственности либо недостаточный метраж площади).

Воспользоваться сразу двумя субсидиями – в рамках помощи молодой семье и в рамках помощи молодым ученым достаточно проблематично, есть определенные ограничения, касающиеся оформления собственности. С другой стороны, молодой ученый может получить кредит на большую сумму, чем позволяет его зарплата, поскольку выплаты рассчитываются с учетом будущего роста доходов. Кроме того, процент выплат по кредиту может быть уменьшен на срок до полутора лет при появлении в семье ребенка [7].

Агентства недвижимости также не обходят стороной проблему социально незащищенных слоев населения, привлекая клиентов, крупные компании делают некоторые скидки на услуги подбора жилой недвижимости для молодых семей.

Одна из наиболее выгодных программ льготного кредитования мужской части населения представляет собой ипотечные проекты для военнослужащих. В первую очередь рассматривается получение жилищного сертификата, который выдается в рамках **программы «Жилище»**.

Получить такой сертификат могут военнослужащие, которые увольняются по истечению контракта, по состоянию здоровья, по семейным обстоятельствам, причем, эту возможность имеют уже уволенные только подлежащие увольнению военнослужащие.

Жилищный сертификат может быть использован только для улучшения жилищных условий – оплаты первого взноса по ипотечному кредиту, оплаты имеющихся обязательств по ипотеке, а также строительство жилых помещений. Размеры выплаты по сертификату рассчитываются, исходя из социальных норм обеспечения (33 кв. м. для одиноких, 42 кв. м на семью из двух человек, и 18 метров на человека, если в семье больше двух человек).

Далее, кроме сертификата военнослужащие принимают **участие в накопительной ипотечной системе обеспечения жильем (НИС)**

Суть системы состоит в том, что любой военный может приобрести жилье в собственность с использованием целевого жилищного займа и

инструментов ипотечного кредитования в любое время по истечении трех лет участия в накопительно-ипотечной системе, не дожидаясь окончания срока службы. Система предполагает накопительные взносы, причем, эти взносы формируются из государственного бюджета и государство же обслуживает кредит, взятый военнослужащим по программе «Военная ипотека» [8].

Особенности Военной ипотеки:

- военнослужащий сам выбирает себе жилье, в котором хочет жить;
- жилье можно приобрести в любом регионе Российской Федерации;
- через 3 года участия в НИС военнослужащий имеет право на получение кредита на приобретение жилья;
- наличие жилья не влияет на участие военного в программе;
- при покупке жилья нет необходимости выделять первый взнос из собственных средств;
- очень выгодная процентная ставка. Сравните: от 8,7 до 11,5% годовых для военных и 13% и выше – для гражданских. В среднем, офицер, купивший жилье по Военной ипотеке, экономит от 77 тысяч рублей за год [5].

Социальные выплаты на жилье для большой семьи

В том случае, если в семье рождается третий ребенок, государство не только выплачивает «материнский капитал», но также может предложить дополнительную помощь в другой форме. Если в семье подрастает трое или больше детей – семья считается многодетной, в этом случае государство может выделить участок под строительство из собственных земельных фондов. Предоставление подобной помощи регламентируется местными органами самоуправления, минимальные и максимальные размеры выделяемой площади, предоставляемой бесплатно, устанавливаются законодательством субъектов РФ.

В ряде областей запущен **проект обеспечения жильем многодетных семей**, в рамках которого застройщик получает льготное кредитование в обмен на обязанность выделять часть квартир в возводимом доме под социальные квоты. После окончания строительства многодетные семьи получают жилье в таком доме бесплатно, а остальные квартиры сдаются в коммерческий найм, за счет чего возвращается кредит на строительство.

Социальные выплаты на жилье относятся также к лицам, утратившим трудоспособность и к инвалидам с детства, которые нуждаются в улучшении жилищных условий. Государство также заботится о сиротах, которые содержались в специализированных учреждениях либо находились на попечении – на момент совершеннолетия дети-сироты, как правило, не имеют в собственности жилья. Для них есть специальные условия, согласно которым они могут получить жилье в собственность [6].

Есть также множество целевых государственных программ, направленных на помощь в приобретении жилья более узким категориям граждан – это могут быть исключительно госслужащие либо представители органов правопорядка.

В настоящее время расширяется практика предоставления социальных услуг семье и детям, повышается их качество и эффективность, все больше профессиональных специалистов направляют свою деятельность на улучшение

социального самочувствия российской семьи. Однако такая социальная помощь семьи, не может решить все проблемы, она малоэффективна и практически не изменяет бедственного положения молодых семей.

Чтобы стабилизировать молодую семью, необходим комплекс мер социальной, экономической, правовой защиты молодых семей, оказание психологической подготовки, чтобы дать им равные с остальными семьями возможности развития [3].

Литература:

1. Ильина О.Ю. Проблемы интереса в семейном праве в Российской Федерации. М., 2007. С-1.
2. Комментарий к Семейному Кодексу / Под ред. Ю.А. Королева М.: Юстицинформ, 2003.
3. Основные начала семейного законодательства / Под ред. Б. Гонгало // Семейное и жилищное право, 2006, № 2.
4. Письмо Минфина РФ № 51, Минсоцзащиты РФ № 1-2359-18 от 29.06.1992г. «О финансировании мероприятий по социальной поддержке многодетных семей».
5. Право семьи на социальную защиту / Под ред. К.Б. Бароцкой // журнал «Социальное и пенсионное право», 2006, № 3.
6. Проблемы интереса в семейном праве в Российской Федерации / Под ред. О.Ю. Ильиной. М.: Городец, 2007.
7. Совершенствование организационно - экономического механизма социальной защиты населения: автореферат / Под ред. Е.А. Волосниковой. Екатеринбург, 2004.
8. Указ Президента РФ «О мерах по социальной поддержке многодетных семей» от 05.05.1992г. № 431.
9. ФЗ от 29.12.2006г. № 256-ФЗ «О дополнительных мерах государственной поддержки семей, имеющих детей».
10. <http://ipipip.ru/kz/materinskiy-kapital.php>

Шыхалиева А.М. ст.гр. ЭК-111

Научный руководитель **Андреева Н.В.** проф.каф.ЭУИИ, д.э.н.
Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ДОЛГ СУБЪЕКТОВ РФ

В целях бесперебойного финансирования многообразных потребностей общества государство может привлекать к покрытию своих расходов свободные финансовые ресурсы хозяйственных структур и средств населения. Главным способом их получения является государственный кредит. Он может быть внутренним и внешним. Основная доля государственных расходов осуществляется в национальной валюте, поэтому преимущественное развитие получает внутренний государственный кредит.

Функционирование государственного кредита ведет к образованию государственного долга. Это сумма задолженности по выпущенным и непогашенным внутренним государственным займам, а также сумма финансовых обязательств страны по отношению к иностранным кредитам на определенную дату [2].

В России юридическое определение, а также основные положения о регулировании государственного долга приведено в Бюджетном кодексе Российской Федерации в главе 14 с 97 по 121 статью [1].

Долговые обязательства Российской Федерации могут быть краткосрочными (до одного года), среднесрочными (свыше одного года до пяти лет) и долгосрочными (свыше пяти лет и до 30 лет).

Различают следующие виды государственных ценных бумаг (рис.1) [4]:

- облигации федерального займа с постоянным доходом
- облигации федерального займа с амортизацией долга
- государственные сберегательные облигации с постоянной процентной ставкой дохода
- государственные сберегательные облигации с фиксированной процентной ставкой дохода
- облигации внутренних облигационных займов

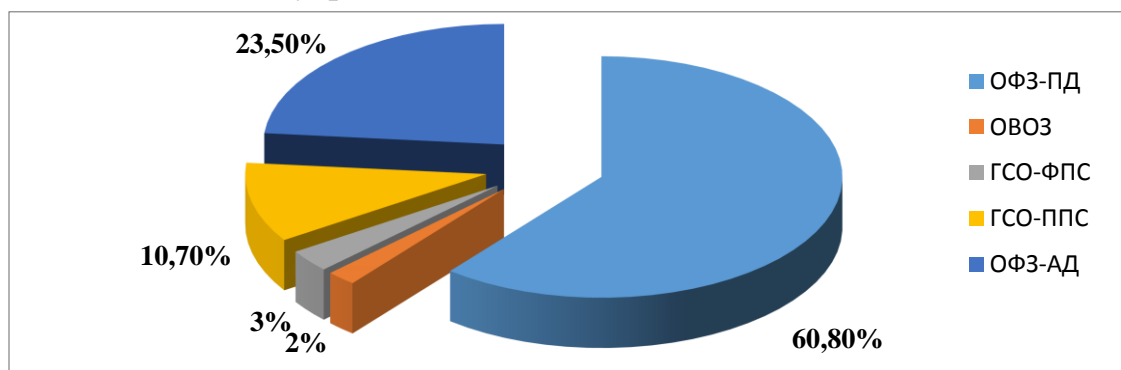


Рис.1. Структура государственного внутреннего долга РФ по видам долговых обязательств на 1.02.2014 года, %.

К настоящему времени структура государственного внутреннего долга РФ сложилась из долговых обязательств нерыночного характера и обязательств от размещения на организованном рынке ценных бумаг, номинированных в рублях [2].

Как показывают статистические данные, наблюдается увеличение государственного долга субъектов РФ (рис.2).



Рис.2. Динамика внутреннего долга субъектов РФ на 2009-2014гг. в млн.руб.

По состоянию на 1 февраля 2014 года долг составлял 1738384,22 млн.руб., что, приблизительно, в 3,2 раза больше чем в 2009 году долг (564144,68 млн.руб.) [5].

Увеличение внутреннего государственного долга влияет на экономическое положение страны, в большей степени на уровень инфляции, приводит к сокращению инвестиционных ресурсов в экономике, нарушению воспроизводственных процессов, снижению экономического роста. Для регулирования погашения внутреннего долга, государство создает определённый график на несколько лет вперед (рис.3.) [4].

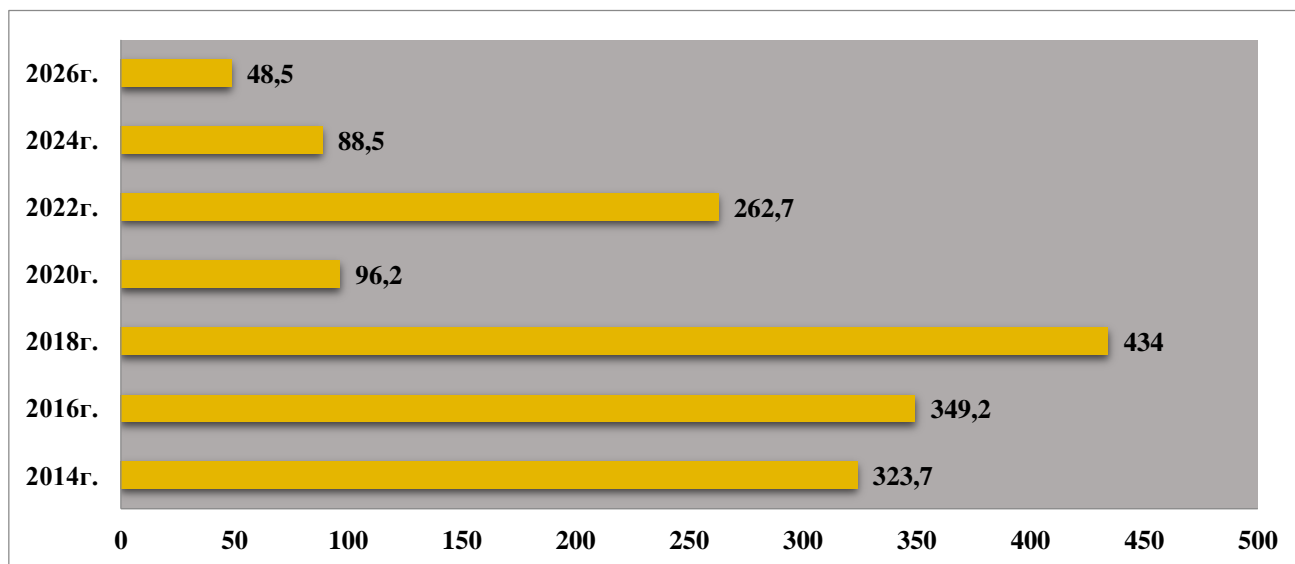


Рис.3.График погашения внутреннего долга РФ в млрд.руб.

Погашение и обслуживание государственного внутреннего долга субъекта Российской Федерации производится в соответствии с федеральными законами и законами субъекта Российской Федерации. В целях организации учета и регистрации долговых обязательств субъекта Российской Федерации ведется государственная долговая книга субъекта Российской Федерации (табл.1).

Таблица 1

Объем государственного долга субъектов Российской Федерации и долга муниципальных образований на 01.04.2014 года, тыс.руб.

СУБЪЕКТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	ОБЪЕМ ГОСУДАРСТВЕННОГО ДОЛГА СУБЪЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	ОБЪЕМ ДОЛГА МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ, ВХОДЯЩИХ В СОСТАВ СУБЪЕКТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
	ВНУТРЕННИЙ	
Центральный федеральный округ	491 258 627,1	61 710 728,0
Владимирская область	3 668 118,1	1 825 210,6
Московская область	79 227 783,6	13 123 456,5
Орловская область	9 593 531,4	716 998,6
Тверская область	23 548 837,9	1 377 022,9

Ярославская область	23 707 856,5	6 843 287,4
г. Москва	151 907 685,0	-
Северо-Западный федеральный округ	171 037 806,2	23 786 561,6
Южный федеральный округ	199 813 437,3	34 073 800,2
Северо-Кавказский федеральный округ	52 702 257,7	3 559 629,1
Уральский федеральный округ	104 961 492,4	13 162 434,7
Сибирский федеральный округ	209 943 256,0	42 420 889,7
Дальневосточный федеральный округ	102 557 184,2	19 133 749,5

Как видно из таблицы, самый высокий объём государственного внутреннего долга РФ приходится на ЦФО. Что касается Владимирской области, то объём его долга остается одним из самых низких среди регионов Центрального федерального округа. В начале 2013 года объём внутреннего госдолга области составлял 1 млрд. 718 млн. рублей. Увеличение суммы долга связано с привлечением кредита из федерального бюджета для частичного покрытия дефицита регионального бюджета под процентную ставку 4,125 процентов годовых (1/2 ставки рефинансирования, установленной Центробанком России) [5].

Таким образом, стоит отметить, что является необходимым принятие определенные меры по управлению долгом. К важнейшим законодательно закрепленным мерам относятся установление предельных объемов государственного внутреннего долга, расходов на обслуживание государственного внутреннего долга, верхние пределы государственных внутренних гарантий, введение специальных налогов в краткосрочном периоде, что позволит увеличить доходы бюджета. Также ещё одним путем сокращения государственных расходов выступает секвестирования, то есть сокращение. Это пропорциональное снижение расходов ежемесячно практически по всем статьям бюджета до конца текущего финансового года.

Главными целями долговой политики Российской Федерации на ближайшее будущее должно быть решение следующих задач [3]:

- обеспечение надежного механизма перевода заемных средств в инвестиции. Дополнительные заемные средства должны привлекаться только для финансирования и кредитования приоритетных проектов и программ при условии их эффективного использования;

- создание комплексной системы управления государственным долгом с участием органов государственной власти, которая позволит адекватно формулировать и реализовывать национальные интересы в этой сфере;

- совершенствование учета и мониторинга государственного долга, внедрения прогрессивных технологий по управлению долгом, позволяющих контролировать состояние долговой нагрузки экономики и отслеживать ход выполнения государственных обязательств в режиме реального времени.

Литература:

1. Информационно-правовой портал "Гарант": Государственный и муниципальный долг □ Режим доступа: <http://base.garant.ru/12112604/16/>
2. Электронный ресурс □ Открытый бюджет □ Режим доступа: http://openbudget.karelia.ru/tutorials/book1/pdf/gl6_3.pdf
3. Электронный ресурс □ Основные направления государственной долговой политики российской федерации на 2013-2015 гг. Режим доступа: http://www.minfin.ru/common/img/uploaded/library/2012/12/DOLGOVAYA_POLITIKA_ROSSIYSKOY_FEDERATSII_NA_2013-1015.pdf
4. Электронный ресурс □ Режим доступа: http://budget.gov.ru/budget/ext_debt
5. Электронный ресурс □ Режим доступа: http://info.minfin.ru/debt_vnutr.php

Шыхалиева А.М., ст.гр. ЭК-111

Научный руководитель: **Гундорова М.А.**, доц.каф.ЭУИИ, к.э.н.
Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ КАК ОСОБЫЙ ВИД ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

По определению основоположника теории маркетинга американского ученого Филипа Котлера маркетинг - вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена [1]. Процесс обмена включает: поиск покупателей, выявления их нужды, проектирование товаров, продвижение их на рынок, ценообразование, рекламирование.

Маркетинг является завершающим понятием цикла рынка, его главная цель - удовлетворение человеческих нужд и потребностей.

Что касается понятия инновационный маркетинг, то оно представляет собой технологию использования комплекса маркетинговых мер (маркетинг-микс) на протяжении всего ЖЦ нововведения. Предпосылкой появления данной экономической категории явилось общее возрастание роли инноваций в деятельности компаний.

Главным отличием инновационного маркетинга от традиционного является наличие не классического товара, с уже существующими закономерностями и особенностями, а принципиально нового, инновационного товара. Как и традиционный маркетинг, инновационный маркетинг состоит из двух направлений:

- Стратегический инновационный маркетинг
- Оперативный инновационный маркетинг

Основная цель стратегического инновационного маркетинга заключается в разработке стратегии проникновения новшества на рынок. В свою очередь, оперативный инновационный маркетинг представляет собой разработку конкретных форм реализации концепций стратегического инновационного маркетинга. Оперативный маркетинг тесно связан со стадиями жизненного цикла инновации на рынке.

Если успех первичной инновации зависит от уникальности и востребованности лежащей в ее основе технологической идеи, то эффективность вторичных инноваций во многом определяется маркетинговой составляющей данного процесса.

Исходя из этого можно сказать, что инновационный маркетинг также и концепция маркетинга, согласно которой организация должна непрерывно совершенствовать продукты и методы маркетинга.

Комплекс инновационного маркетинга включает разработку инновационной стратегии, анализ рынка и оперативный маркетинг и состоит из реализации семи принципиальных этапов, приведенных на рис. 1.

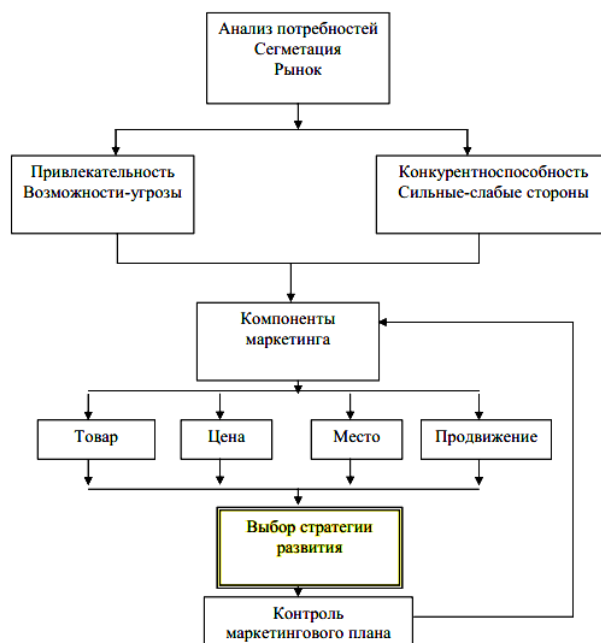


Рис.1. Комплекс инновационного маркетинга

Наиболее важным направлением маркетинга инноваций является разработка стратегии тиражирования новшества на рынок. Главным компонентом является цена, которая должна определяться после проведения тщательного анализа, с учётом её восприятия покупателями, цен конкурентов, производственных затрат. В инновационном маркетинге, применяются следующие виды ценовых стратегий:

- Стратегия «снятия сливок», применяемая при внедрении нового товара на рынок, когда на товар устанавливаются достаточно высокие цены. Метод работает в случае отсутствия конкурентов и информации о товаре у потребителей.
- Стратегия проникновения на рынок, когда на новый товар устанавливаются относительно низкие цены — в случае наличия большого числа конкурентов.
- Стратегия престижных цен, применяемая для представления новых товаров с позиции качества и престижа — для потребителей высокая цена есть высокое качество продукции.
- Стратегия, основанная на мнении потребителей, при которой цена устанавливается на том уровне, который потребитель готов заплатить за товар.

В инновационном маркетинге выделяют пять групп потребителей: новаторы, лидеры, активное большинство, скептики и консерваторы.

Новаторы – люди, позиционирующие себя в обществе как прогрессивные, склонные к риску и инновациям. Наличие функциональной необходимости в товаре часто отсутствует.

Лидеры отличаются от новаторов тем, что они имеют потребность в данном типе товара с точки зрения его функциональности и охотно приобретают новинку, отвечающую их запросам.

Активное большинство – это те покупатели, которые приобретают новинку при наличии трех принципиально важных для них факторов:

- ✓ наличие функциональной потребности в товаре;
- ✓ приемлемость цены;
- ✓ положительные отклики экспертов и потребителей (новаторов и лидеров) о новинке.

Скептики являются достаточно консервативными потребителями, склонными к потреблению товаров уже известных на рынке марок.

Консерваторы – это категория потребителей, для которых принципиально важно придерживаться одного выбранного стиля в потреблении товаров и услуг.

Проведенные исследования специалистов позволяют оценить количественное соотношение этих групп потребителей (рис.2.)

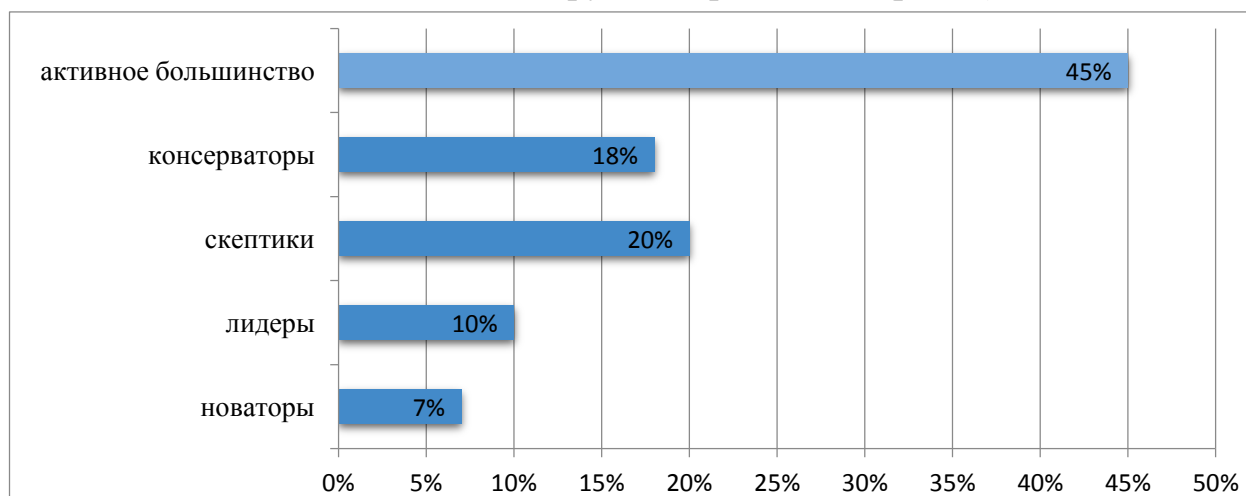


Рис.2. Соотношение групп потребителей из 100% потенциальных.

Из 100 % потенциальных потребителей – 17 % (новаторы и лидеры) готовы приобрести товар сразу после его выхода на рынок, причем целых 7 % купят товар даже в случае отсутствия функциональной необходимости в нем.

Инновационная политика предприятия направлена, прежде всего, на повышение конкурентоспособности выпускаемой продукции. Первостепенной задачей инновационного маркетинга на начальном этапе поиска инновации становится исследование рынка.

По данным НАИРИТ, в РФ в 2013 году на реализацию инновационных программ и проектов в рамках государственного бюджета потрачено порядка 2.18 трлн. рублей (табл.1.) Устойчивый рост малых инновационных предприятий (с ежегодным приростом их числа до 120 к 2016 г). Повышение

инновационной активности в экономике: удельный вес предприятий, осуществляющих технологические инновации, в общем их числе достигнет 20% к 2016 г., при этом объем собственных затрат российских компаний на НИОКР растет не менее чем на 10% в год в сопоставимых ценах.

Таблица 1

Распределение инновационных проектов по отраслям

Технологические направления	2013	2012
Авиационные и космические системы	1.1%	< 1%
Информационно-телекоммуникационные технологии	35.9%	41.1%
Промышленные технологии	1.4%	1.1%
Сельскохозяйственные технологии	1.1%	< 1%
Энергетика и энергосбережение	28.1%	27.9%
Индустрия наносистем и материалов	1.3%	1.2%
Биотехнологии и медицина	29.8%	27.5%
Другое	1.3%	1.2%

Инновационный маркетинг необходим тем предприятиям, которые хотят получать прибыль, большую, чем конкуренты, так как он формирует преимущества конкурентной стратегии, основанной на инновациях и нововведениях. Грамотная маркетинговая политика и защищенное “ноу-хау” обеспечивают долгосрочную прибыльность нововведения.

Литература:

1. Казанцев А. К./Основы инновационного маркетинга. Теория и практика. Учебник для вузов. – М.: Экономика, 2008. – с. 200-204. ISBN 5-282-02345-8
2. Электронный ресурс – Инновационный маркетинг как инструмент повышения конкурентоспособности предприятия: Режим доступа –http://sisupr.mrsu.ru/2009-2/pdf/13.16_sorokina.pdf
3. Инновационный маркетинг как особый вид инновационной деятельности <http://www.fa.ru/institutes/vshgu/Documents/4.18.7.pdf>
4. В.П. Баранчев/Маркетинг инноваций: Изд. «Благовест-В», Москва - 2007. с. 226. ISBN 5-85873-159-7

Ильина Н.О., ст.гр. ЭУСК-210

Грачев С.А., доц.каф.ЭУИИ, к.э.н.

Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г.Владимир

ГЕНДЕРНОЕ РАЗДЕЛЕНИЕ ТРУДА В НОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Гендерное разделение труда обозначает распределение определенных видов деятельности среди женщин и мужчин, как правило, на основе традиций или обычаев. Помимо разделения деятельности на уровне домохозяйства, в обществе существует также гендерное разделение рынка труда, выраженное в существовании «женских» и «мужских» профессий, что ведет к ограничению доступа женщин ко многим видам занятости, как правило, более высокооплачиваемым и престижным.

Ключевые слова: гендерное разделение труда, гендер, гендерная экономика, горизонтальная и вертикальная профессиональная сегрегация.

Актуальность исследования связана с тем, что в настоящее время женщина стремительно выходит за рамки частной семейной среды, органично вписавшись в трудовую и общественную жизнь. Сегодняшнее положение российской женщины на рынке труда характеризуется тем, что женский труд пользуется широким спросом, но его цена остается слишком низкой. Женская рабочая сила имеет специфические черты, главные из которых заключаются в «двойной занятости» женщин и в господстве представлений о «женских» профессиях, как о продолжении домашнего разделения обязанностей. Возникает вопрос о воспроизводстве гендерных стереотипов, которые определяют отношение к женскому труду на уровне общества в целом, на уровне руководителей предприятий, а также самих женщин.

Основная проблема заключается в том, чтобы найти адекватные способы воздействовать на мотивацию работодателей и наемных работников. Для выработки долгосрочной политики по изменению стереотипов необходимо на эмпирическом уровне выяснить, как могут быть построены отношения между нанимателями и нанимаемыми, чтобы и те, и другие в меньшей степени ориентировались на «эффект пола» на своем рабочем месте. В этом смысле меры чисто нормативного регулирования, исходящие из того, что сохранение гендерных стереотипов нежелательно само по себе, являются явно недостаточными, так как эти меры не затрагивают исходной причины явления - сложившейся системы гендерных предпочтений.

Гендер - социальный пол, набор характеристик личности и ролей, заданный культурой и социальным развитием общества, который определяет поведение мужчин и женщин, отношения между ними и отношение к женщинам и мужчинам, мальчикам и девочкам и, в конечном счете, распределение власти и ресурсов между полами во всех сферах жизнедеятельности. [1]

Гендерная экономика - новая отрасль экономических знаний о взаимовлиянии гендерного неравенства и социально-экономического развития, в рамках которой фиксируется статистическое гендерное неравенство в доступе к экономическим ресурсам, анализируются его причины и последствия в отношении социально-экономического развития общества и качества жизни гендерных групп.

Предметом гендерной экономики выступает гендерный фактор в социально-экономическом развитии. Основным исследовательским полем гендерной экономики является вопрос о распределении экономических ресурсов между полами и анализ гендерного разделения труда. Гендерный анализ распределения ресурсов оперирует такими ресурсами, как время, доход, имущество, доступ к общественным благам, к земле, к производственным ресурсам, к принятию решений в обществе (политика) и семье.

Гендерное неравенство сегодня сохраняется в большинстве сфер нашей жизни. Разрыв в ожидаемой продолжительности жизни при рождении по полу один из самых больших в мире - более 12 лет.

На рынке труда сохраняется вертикальная и горизонтальная сегментация с преобладанием женщин в низкооплачиваемых бюджетных секторах, на низкооплачиваемых не руководящих работах, разрыв в оплате труда составляет 36%. [2]

Под горизонтальной профессиональной сегрегацией понимают неравномерное распределение мужчин и женщин по отраслям экономики и профессиям; под вертикальной – неравномерное распределение по должностной иерархии. Сегодня налицо существование ситуации, когда отрасли и профессии подразделяются на «мужские» и «женские».

Среди учащихся высших учебных заведений около 60% женщин, однако, отдача от образования у них ниже; в два раза больше мужчин занято в условиях, не отвечающих санитарно-гигиеническим нормам, но в два раза больше женщин на работах, связанных с напряженностью трудового процесса.

Одним из важнейших механизмов горизонтальной сегрегации выступает дискриминация по признаку пола, способствующая сохранению традиционного «гендерного портрета» профессий и отраслей. [3]

Применительно к сфере занятости дискриминация по половому признаку означает, что к «отдельным работникам, обладающим одинаковыми характеристиками по признаку производительности, относятся по-разному из-за того, что они представляют разные социально-демографические группы». Дискриминация по полу на рынке труда широко известна как за рубежом, так и в нашей стране. О ней пишут, ее обсуждают и осуждают, но практически ничего не делают для устранения. Всякий раз против ее уничтожения находятся веские аргументы: кто будет воспитывать детей и заниматься домашним хозяйством, если женщины на равных с мужчинами станут заниматься бизнесом и управлением, и т.д.

Различают несколько видов дискриминации: в оплате труда, при найме на работу, при сокращении персонала, при продвижении в должности, в повышении квалификации. Я остановлюсь на нескольких из базовых подходов, объясняющих происхождение и сущность явления дискриминации.

Дискриминация на уровне предпочтений (дискриминация женщин со стороны работодателя, потребителя либо коллег). Дискриминация со стороны работодателей была рассмотрена в общих чертах Г. Беккером, который предположил, что часть работодателей имеет предубеждение против найма на работу тех или иных групп работников (в случае данном случае – женщин).

Статистическая дискриминация (суть этого типа дискриминации состоит в том, что, принимая решение о найме, работодатель пытается угадать вероятную производительность кандидатов на должность по некоторым косвенным признакам (образование, опыт, пол, возраст, результаты тестов и т.п.).

Если работодатель считает, что женщины – худшие работники, чем мужчины, то он будет систематически отдавать предпочтение мужчинам, независимо от индивидуальных профессиональных и семейных характеристик конкретного кандидата.

Дискриминация, обусловленная монопольной структурой рынка труда. Этот подход акцентирует внимание на том, что дискриминация существует и

сохраняется потому, что приносит прибыли тем, кто ее осуществляет. Дискриминация женщин на рынке труда проявляется в различных формах.

1. Гендерное неравенство продолжает сохраняться в таких сферах, как профессиональная подготовка и переподготовка кадров, доступ к производственным ресурсам и контролю над ними; женщины продолжают сталкиваться с дискриминацией при найме.

2. Гендерная сегрегация остается одним из главных факторов, препятствующих гибкости рынка труда: рабочие места мужчин и женщин по-разному оцениваются и оплачиваются; женщины по-прежнему сталкиваются с трудностями и препятствиями на пути к профессиональной мобильности.

3. Оказавшись безработными, женщины обычно сталкиваются с большими, чем мужчины, трудностями при получении доступа к различным программам помощи.[4]

Для России сегодня характерно исключительно низкое представительство женщин на уровне принятия решений, как в государственном, так и в негосударственном секторах занятости. Среди высших государственных служащих женщины составляют всего 5,7%, тогда как в категории старших служащих их насчитывается практически половина – 49,9%, а в категории младших – свыше 80%. Аналогичным образом выглядит гендерная «пирамида власти» и в негосударственном секторе: в 2012 г. среди владельцев и управляющих 125 крупных московских компаний было всего лишь две женщины, а среди 138 представителей бизнес-элиты – только 11 женщин (8%). В целом тенденции в сфере должностной структуры занятости женщин таковы: чем выше должностная ступень, тем ниже доля женщин в общем числе занятых на ней.

Сталкиваясь с трудностями в устройстве на работу из-за пола приходилось немногим, но женщинам – чаще, чем мужчинам (12% против 7% соответственно), сообщает ФОМ.

Женской называют свою профессию 1% мужчин, мужской – 4% женщин. Законодательный запрет на использование в некоторых видах деятельности женского труда поддерживают 68% мужчин и 60% женщин, не поддерживают – 18% и 24% соответственно, 63% населения согласны с тем, что существуют чисто мужские профессии, 57% считают, что есть профессии, которые подходят только женщинам.

В топ-3 мужских профессий по мнению опрошенных вошли: водитель, шофер или дальнобойщик (14%), шахтер (12%), строитель (10%). В тройку женских профессий вошли: воспитатель (14%), учитель (10%), врач (9%).

При этом, 44% россиян считают, что женщина должна иметь возможность выбрать профессию. Которая считается мужской. И 41% отнесется к этому спокойно. Также, большая часть (43%) считают, что мужчина должен иметь возможность освоить женскую профессию. 38% людей отнесутся к этому совершенно нормально.

В России в последние 10 лет наблюдается стагнация и регресс в развитии институтов гендерного равенства. Что приводит к гендерному неравенству во многих сферах жизни. Поэтому так нужно в этой области совершенствовать за-

конодательство, формировать и развивать соответствующие структуры и организации, общественные нормы и неформальные правила.[3]

Литература:

1. Калабихина И.Е. Гендерный фактор в развитии россии М., МАКС Пресс, 2009, 240 с.
2. Пипия Л.К. (сост. и ред.) Измерение экономики знаний: теория и практика. М: Институт проблем развития науки РАН, 2008. -191 с.
3. Тюрина И.О. Журнал "Социологические исследования" №11 2002, с.135-142.
4. Хоткина З. А. Гендерная асимметрия в сфере занятости. Материалы Первой Российской летней школы по женским и гендерным исследованиям // «Валдай-96», Ред. Ворониной О., Хоткиной З. М.: МЦГИ, 1996. С. 60 64.

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Саралидзе А.М.</i> Роль высшей школы в процессах инновационной экономической интеграции	3
<i>Доничев О.А., Молчанова О.Г.</i> Инвестиции в социально-экономический кластер	9
<i>Доничев О.А., Новикова А.</i> Зарубежный опыт организации пенсионных систем	12
<i>Tangning J. F., Alberto Raimundo Watchilambi, Jose Luis Mateus Alexandre Wapota</i> Méthode de sécurisation des données dans le commerce électronique (Метод безопасности при обработке данных в электронной коммерции)	19
<i>Абдуллаев Н.В.</i> Целевая программа "Содействие развитию малого и среднего предпринимательства во Владимирской области на 2011-2013 годы"	25
<i>Абрамова С.Ю.</i> Тенденции и перспективы развития малого и среднего предпринимательства в муниципальных образованиях региона (по материалам муниципального образования г. Владимир)	28
<i>Абрамова С.Ю., Гавриченко В.А.</i> Современные тенденции и перспективы развития регионального банковского сектора	34
<i>Андреева Н.В., Егоров А.С.</i> Стратегия развития энергетики России и мира	38
<i>Андреева Н.В., Клипова Е.В., Романова М.А.</i> Проблемы безработицы во Владимирской области	44
<i>Андреева Н.В., Кудрякова О.С., Никитина А.В.</i> Проблемы поставки и качества молочной продукции в связи с политической ситуацией в стране	46
<i>Андреева Н.В., Романова А.Д.</i> Формирование инновационного потенциала Владимирской области	52
<i>Андреева Н.В., Кулева М.М., Мухина Л.</i> Создание фирмы для поддержания здоровья населения Владимирской области (ООО "Ваш матрас")	58
<i>Андреева Н.В., Кулева М.М.</i> Трудовые протесты в России	62

<i>Белова Н.Е., Сбитнева Д.В.</i> Потребность в совершенствовании механизма программно-целевого планирования развития регионального инвестиционно-строительного комплекса	65
<i>Ветюгов М.В.</i> Формирование стратегии развития региональной экономики	68
<i>Ветюгова Е.А.</i> Котроллинг в управлении малым бизнесом	72
<i>Виноградов Д.В., Аржанова М.А.</i> Структура рынка ИКТ и характеристика основных его сегментов	75
<i>Виноградов Д.В., Биткова М.В., Полякова Н.В.</i> Особенности рынка деловых интеллектуальных услуг в странах ЕС	79
<i>Виноградов Д.В., Борисова А.А., Хрунова М.И.</i> Анализ уровня реализации электронного правительства Владимирской области	81
<i>Виноградов Д.В., Винарчик А.А.</i> Управление стоимостью ИТ-компаний как метод обоснования эффективных управленческих решений	85
<i>Виноградов Д.В., Герих А.В.</i> Основные сектора рынка информации. Специфика российского рынка информации	87
<i>Виноградов Д.В., Давлетишин Г.Р.</i> Организационные основы процесса продаж в области ИТ-бизнеса	89
<i>Виноградов Д.В., Зудина К.О.</i> Рынок информационных услуг в условиях глобализации	92
<i>Виноградов Д.В., Казанин Н.Н.</i> Электронная торговля в системе экономических отношений современного рыночного хозяйства	94
<i>Виноградов Д.В., Савельева Н.А.</i> Рынок E-COMMERCE в России 2014	96
<i>Виноградов Д.В., Степанова А.Э.</i> Этапы коммерциализации интернета и формирования различных форм электронной коммерции	100
<i>Виноградов Д.В., Федосеева А.И.</i> Категории информационного бизнеса России по типу взаимодействующих субъектов. Правовые проблемы информационного бизнеса	104
<i>Генералова Г.Г.</i> Индустрия гостеприимства: региональный аспект	107

<i>Генералова Г.Г., Федосеева Е.А.</i> Инновационные инструменты стимулирования продаж в розничной торговле	111
<i>Гленкова Е.О., Хорькова М.О.</i> Оценка инновационного потенциала и инновационной активности регионов Приволжского федерального округа	114
<i>Глуховская И.А.</i> Импортозамещение и особенности современного положения рынка сыров РФ	120
<i>Ефимова С.А.</i> Формирование профессиональных компетенций бакалавров экономических направлений посредством курса «Политология»	122
<i>Исаева Н.В., Козлов М.В.</i> Особенности экспертизы финансово-экономических решений	124
<i>Исаева Н.В., Соболева Е.Б.</i> Особенности управления и мотивации персонала в учреждениях социальной защиты	127
<i>Каменская М.С.</i> Пути увеличения налогооблагаемой базы муниципальных образований	130
<i>Климова Е.А.</i> Особенности инновационной деятельности предприятий сферы туризма и гостеприимства	134
<i>Корецкая Л.К., Беспалова Е.И.</i> Индивидуальное предпринимательство: страховые взносы и их изменение	138
<i>Корецкая Л.К., Губернаторов А.М.</i> Особенности инновационного развития отраслевого комплекса: региональный аспект	142
<i>Корецкая Л.К., Курбатова О.Р.</i> Формат отчетности о движении денежных средств: международная и российская практика	147
<i>Корнилова О.А.</i> Инновации в банковской сфере	151
<i>Краснова М.В.</i> Формирование процесса импортозамещения во Владимирской области	153
<i>Левизов А.С., Латшов С.Ю.</i> Отраслевые приоритеты инвестиционной стратегии Владимирской области	158

<i>Максименко И.В., Моисеев И.В.</i> Методики оценки уровня инновационного и инвестиционного развития регионов России	162
<i>Маркова И.С.</i> Образование как наиболее важная составляющая развития человеческого капитала	164
<i>Марченко Е.М.</i> Функционально-стоимостной анализ как инструмент совершенствования управления	170
<i>Окунева Е.В., Шалова Е.А.</i> Анализ инновационного развития регионов Дальневосточного федерального округа РФ	172
<i>Паньшин И.В., Добронравова А.М.</i> Исследование и классификация ресурсов модернизации региона	178
<i>Рассадаин Б.И., Александров П.А.</i> Демографические и структурные изменения коммерческих предприятий в России	182
<i>Рассадаин Б.И., Александров П.А.</i> Распределение субсидий государственной поддержки малого и среднего предпринимательства на Владимирском региональном уровне	187
<i>Савельева О.Е.</i> Специфика института предпринимательского риска: исторический аспект	190
<i>Тесленко И.Б., Губернаторов А.М.</i> Направления развития межсекторного партнерства в страховании	193
<i>Тобиен М.А., Паньшин И.В.</i> Управление кадровой ресурсообеспеченностью региона	199
<i>Тымчишина Ю.А.</i> Особенности правовой основы модернизации в сфере культуры	206
<i>Фраймович Д.Ю., Гундорова М.А., Мищенко З.В.</i> Система индикаторов освоения модернизационного потенциала федерального округа	207
<i>Фуртат Н.Е.</i> Интерактивная цена как элемент инновационной модернизации российской рыночной экономики	213
<i>Холодная А.К.</i> Проблемы оценки интеллектуального капитала	216
<i>Чепурная А.А.</i> Развитие аграрного сектора экономики Белгородской области на инвестиционно-инновационной основе	225

<i>Чепурная А.А.</i> Развитие инвестирования в экономику города Москвы	229
<i>Шевцов Я.А.</i> Охрана материнства и детства как важнейший элемент социальной политики страны	235
<i>Яресь О.Б.</i> Повышение качества экономического роста депрессивного региона	239

НАУЧНЫЕ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

<i>Александрова А.С., Соломахин П.В.</i> Проблемы и тенденции развития гражданского общества в России	243
<i>Александрова А.С.</i> Инжиниринговые центры, как связующее звено между наукой и производством	247
<i>Андрюченко Е.И.</i> Лидерство в организации	252
<i>Афонина Е.И.</i> Мотивация как процесс деятельности в организации	253
<i>Афонина Е.И.</i> Нарушения трудового законодательства: проблемы и пути их решения	259
<i>Битюков А.Ю., Гаврилов Д.А.</i> Система планирования на предприятии	264
<i>Богданова И.А.</i> Обзор методов и моделей оценки социальной эффективности и социальной результативности от реализации КСО	273
<i>Васильев С.</i> Процесс адаптации персонала в организации	279
<i>Голунова Н.В.</i> Ипотечное кредитование во Владимире	281
<i>Григорьева А.Е., Латарцева К.С.</i> Госзакупки	283
<i>Григорьева А.Е., Латарцева К.С.</i> Показатели оценки доступности жилья	288
<i>Демьянова Е.А., Куприянова К.А.</i> Сущность бюджетирования в современных условиях	290
<i>Заманов А.В.</i> Оптимизация затрат на персонал	297
<i>Ильина Н.О.</i> Гендерный фактор домашнего труда	300

<i>Ильина Н.О., Павлова Ю.А.</i> Методы оценки инвестиционных проектов	304
<i>Калинин А.А.</i> Карьерное продвижение	312
<i>Карпова И.Д.</i> Планирование семьи	315
<i>Кожокин М.Ю.</i> Анализ методов отбора персонала	320
<i>Козлова Т.А.</i> Проблемы трудоустройства молодого населения	327
<i>Кудрякова О.С.</i> Западноевропейская модель управления персоналом	331
<i>Кулева М.М.</i> Управление социальным развитием организации	335
<i>Макарова Ю.С.</i> Развитие и обучение персонала	338
<i>Макарова Ю.С.</i> Вопросы безопасности организации труда и здоровья персонала	342
<i>Никитина А.</i> Психологические методы управления	346
<i>Никифорова А.А.</i> Мотивирование современного работника	349
<i>Николина А.К.</i> Оценка показателей инновационной деятельности Владимирской области	352
<i>Новикова П.С.</i> Безработица в России	358
<i>Подсевалова М.С.</i> Факторы мотивации и стимулирования работников высшей школы	361
<i>Подсевалова М.С.</i> Балльная система стимулирования персонала	368
<i>Подсевалова М.С.</i> Конфликты на работе и способы их разрешения	374
<i>Пронина Д.В.</i> Миграция в России	378
<i>Соломахин П.В.</i> Перспективы развития энергосберегающих технологий в России	381
<i>Старкова Л.С.</i> Актуальные вопросы маркетинга персонала	384
<i>Старкова Л.С.</i> Особенности деятельности кадровых агентств города Владимира и проблемы трудоустройства	389

<i>Суркова Е.А., Гришанкова А.Г.</i> Спрос и предложение на образовательные услуги	393
<i>Чепурная А.А.</i> Процессы формирования и факторы развития высокотехнологичных районов России	396
<i>Чепурная А.А.</i> Механизм функционирования инновационного комплекса в РФ	401
<i>Чепурная А.А.</i> Технологические инновации и инновационная политика	406
<i>Чистякова С.Э.</i> Технологии адаптации персонала в организации	410
<i>Шевцов Я.А.</i> Адаптация персонала	414
<i>Шевцов Я.А.</i> Особенности социальной поддержки молодых семей в России	418
<i>Шыхалиева А.М.</i> Государственный долг субъектов РФ	423
<i>Шыхалиева А.М.</i> Инновационный маркетинг как особый вид инновационной деятельности	427
<i>Ильина Н.О.</i> Гендерное разделение труда в новой экономике	430

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
ВЛАДИМИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ АЛЕКСАНДРА ГРИГОРЬЕВИЧА И НИКОЛАЯ ГРИГОРЬЕВИЧА СТОЛЕТОВЫХ
(ВЛГУ)
(Кафедра экономики и управления инвестициями и инновациями)

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПОТЕНЦИАЛА ИННОВАЦИОННОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

Подписано в печать _____.
Формат 60x88 1/16. Бумага офсетная. Печать офсетная.
Усл. печ. л. _____. Тираж 500 экз. **Заказ** _____.
Отпечатано с готового оригинал макета
в АНО «Типография на Нижегородской»
600020, г. Владимир, ул. Б. Нижегородская, 88д